

Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos 2

Elói Martins Senhoras
(Organizador)



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos 2

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Os paradigmas da administração no Brasil: princípios e contextos 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Elói Martins Senhoras

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P222 Os paradigmas da administração no Brasil: princípios e contextos 2 / Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0207-7

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.077220906>

1. Administração. I. Senhoras, Elói Martins (Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A evolução do pensamento administrativo contemporâneo é caracterizada pela difusão internacional de diferentes paradigmas teórico-metodológicos, escolas científicas e modelos interpretativos que marcaram historicamente o desenvolvimento das organizações desde a difusão da Modernidade com o Movimento Iluminista e da Revolução Industrial, passando pelos processos urbano-industriais no século XX até se chegar à atual periodização da Pós-Modernidade.

Circunscrito na trajetória de evolução do pensamento administrativo contemporâneo e intitulado como “Os Paradigmas da Administração no Brasil: Princípios e Contextos 2”, o presente livro traz uma rica imersão temática sobre a realidade das organizações públicas e privadas no país, bem como sobre um conjunto de *stakeholders*, como empreendedores, gestores e empregados, possibilitando assim construir uma panorâmica agenda de estudos administrativos.

A obra oferece um total de dezenove capítulos que refletem sobre a realidade empírica organizacional brasileira no século XXI, com base, tanto na experiência profissional dos pesquisadores e pesquisadoras, oriundos de diferentes macrorregiões e com uma formação acadêmica eclética, quanto, à luz de estudos de casos que valorizam a aplicação pragmática de princípios, modelos e teorias do campo científico da Administração para se compreender e instrumentalizar com fundamentação a gestão nas organizações.

As análises apresentadas ao longo destes capítulos foram organizadas à luz de um pluralismo teórico-metodológico que se assenta em um conjunto diferenciado de recortes teóricos, paradigmas ideológicos e procedimentos metodológicos de levantamento e análise de dados, possibilitando assim um relevante diálogo com fundamentações em diferentes campos epistemológicos.

Recomendada para um conjunto diversificado de leitores, esta obra apresenta a realidade prática da administração em organizações públicas e privadas por meio de capítulos redigidos com uma didática e fluída linguagem que valoriza a troca de experiências e o rigor teórico-metodológico, tanto para um público leigo não afeito a tecnicismos, quanto para um público especializado de acadêmicos.

Ao combinar análise e reflexão, teoria e empiria, os dezenove capítulos do presente livro apresentam análises, reflexões e discussões que transversalmente abordam temas e estudos de caso que são reflexivos ao entendimento do que é o estado da arte do campo administrativo em sua materialidade na realidade organizacional brasileira e na dimensão das ideias no século XXI, propiciando um momento ímpar para o compartilhamento de informações e o desenvolvimento de novas aprendizagens.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

RELAÇÕES PÚBLICAS E A GERAÇÃO DE VALOR PARA O BRANDING DE UMA STARTUP

Gabriela Jubram Doná

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209061>

CAPÍTULO 2..... 39

A IMPORTÂNCIA DO ALINHAMENTO DE VALORES ORGANIZACIONAIS COM OS VALORES INDIVIDUAIS PARA SATISFAÇÃO NO TRABALHO

Izabel Opuskevicz Volenitz

Taísa Nara Brzegowy Rosengarth

Sandra Martins Moreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209062>

CAPÍTULO 3..... 62

CONFIGURAÇÕES ESTRATÉGICAS EM PROVEDORES REGIONAIS DE ACESSO À INTERNET

Priscila Scarfone Tiburcio

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209063>

CAPÍTULO 4..... 76

ELIMINAÇÃO DE DESPERDÍCIOS NA LINHA DE PRODUÇÃO: QUANDO INOVAR É SIMPLIFICAR

Breno Abreu de Freitas

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209064>

CAPÍTULO 5..... 88

LOGÍSTICA REVERSA DOS PRODUTOS PÓS CONSUMO: CUSTOS OU ECONOMIAS PARA AS EMPRESAS?

Evandir Megliorini

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209065>

CAPÍTULO 6..... 100

GESTÃO DA INOVAÇÃO EM UMA COOPERATIVA DE CRÉDITO

Sara Suave Klein

Rozali Araujo dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209066>

CAPÍTULO 7..... 124

FRANQUIAS: UM ESTUDO DA RELAÇÃO ENTRE A CAPACIDADE DE GESTÃO DO FRANQUEADO E SEU DESEMPENHO ORGANIZACIONAL

William da Silva Ditos

Adalberto Dias de Souza

Marcos Júnio Ferreira de Jesus

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209067>

CAPÍTULO 8..... 137

NEGÓCIOS EM FAMÍLIA, PROSPERIDADE OU DECLÍNIO?

Anibal Moraes de Albuquerque Neto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209068>

CAPÍTULO 9..... 149

MULHERES QUE INSPIRAM OUTRAS MULHERES A EMPREENDER

Taís Fabiane Mendes Nascimento

Valéria Gomes da Silva

Alessandra Cruz Vasconcelos dos Santos

Rozinei Silva Rodrigues Mendonça

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0772209069>

CAPÍTULO 10..... 158

O DESAFIO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO E SUAS MÚLTIPLAS TAREFAS: UM ESTUDO COM MULHERES EMPRESÁRIAS DO MUNICÍPIO DE RESTINGA SÊCA/RS

Adriane Regina da Silva dos Santos

Vonia Engel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090610>

CAPÍTULO 11..... 184

PARADIGMA INTERPRETATIVISTA NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS

Eloisa Paula de Oliveira

Rogério Silveira Tonet

Marcos Junio Ferreira de Jesus

Jefferson de Queiroz Crispim

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090611>

CAPÍTULO 12..... 193

GESTÃO POR PROCESSOS E COMPETÊNCIAS EM UMA INSTITUIÇÃO EDUCACIONAL DO RECÔNCAVO BAIANO – ESTUDO DE CASO

Marcelo da Silva Torres

Kézia Ferreira Campos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090612>

CAPÍTULO 13..... 213

EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA ADOLESCENTES: UMA PESQUISA COM ALUNOS DO ENSINO MÉDIO DA ESCOLA MARGARIDA PARDELHAS DE CRUZ ALTA/RS

Guilherme Henrique Gomes Kottwitz

Jean Lucas de Carvalho Pezzerico

Maicon Uilian Pereira Mulinari

Rozali Araujo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090613>

CAPÍTULO 14.....	235
SATISFAÇÃO NO LOCAL DE TRABALHO NO CONTEXTO DAS ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS	
André Ricardo Ribeiro Batista	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090614	
CAPÍTULO 15.....	248
DA EXISTÊNCIA À INVISIBILIDADE: A ATUAÇÃO DOS CONSELHOS MUNICIPAIS DE JUVENTUDE DE SÃO BERNARDO DO CAMPO E SÃO PAULO FRENTE À ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	
Kevin Campos Correia	
Maria da Glória Marcondes Gohn	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090615	
CAPÍTULO 16.....	266
EFICIÊNCIA NOS GASTOS PÚBLICOS MUNICIPAIS EM EDUCAÇÃO DE MUNICÍPIOS DA REGIÃO SUDOESTE DO PARANÁ	
Melaine Roberta Camarotto	
Cármem Ozana de Melo	
Elizângela Mara Carvalheiro	
Guilherme Wittmann	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090616	
CAPÍTULO 17.....	278
GOVERNANÇA MUNICIPAL - IMPACTOS NA MITIGAÇÃO DA PANDEMIA COVID-19: ESTUDO EM UM MUNICÍPIO BRASILEIRO	
Renata Pase Ravanello	
Claudemara Tolotti	
Nelson Guilherme Machado Pinto	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090617	
CAPÍTULO 18.....	293
PROJETO DE LEI DO SENADO Nº 116/2017 - SERIA O FIM DA ESTABILIDADE DO SERVIDOR PÚBLICO?	
Diego Berwald	
Sandro Adriano Schneider	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090618	
CAPÍTULO 19.....	301
PRONAF MAIS ALIMENTOS, CUSTEIO E GRUPO B: UMA ANÁLISE SOBRE A CAPACIDADE DOS SUBPROGRAMAS DO GOVERNO FEDERAL DE DESENVOLVER PROPRIEDADES LEITEIRAS EM REGIME RURAL FAMILIAR NO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO DAS MISSÕES	
Diego Berwald	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.07722090619	
SOBRE O ORGANIZADOR.....	307

ÍNDICE REMISSIVO.....308

O DESAFIO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO E SUAS MÚLTIPLAS TAREFAS: UM ESTUDO COM MULHERES EMPRESÁRIAS DO MUNICÍPIO DE RESTINGA SÊCA/RS

Data de aceite: 01/06/2022

Adriane Regina da Silva dos Santos

Empresária, graduanda de administração

Vonia Engel

Economista, Especialista em Gestão Empresarial. Mestre em Desenvolvimento Regional, Doutora em Desenvolvimento Regional - Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Integrante do grupo de pesquisa Harde Case encontro entre a Administração e a Ontopsicologia. Professora da Antonio Meneghetti Faculdade

RESUMO: A mulher empreendedora vem ganhando seu espaço no meio empresarial, buscando cada vez mais se inserir no mercado de trabalho, ou seja, no mundo dos negócios, mas não é uma tarefa fácil. Neste sentido, este estudo buscou identificar quais os principais desafios das mulheres empresárias do município de Restinga Sêca/RS. Para essa compreensão, a pesquisa contou com o referencial biográfico pertinente a temática, além da aplicação de um questionário à 12 empresárias, com atuação em quatro setores de mercados. Para a seleção da amostra das mesmas foi utilizada a técnica de bola de neve. Através desta, se identifica um indivíduo que possui as características de interesse da pesquisa, essa participante indica outra participante e assim por diante. Os resultados do estudo apontam que ser empreendedora não é uma tarefa fácil, principalmente, quando precisam conciliar tarefas

domésticas e maternidade juntamente com o empreendedorismo. Além disso, as participantes destacam que ser empreendedora na atualidade, não é uma tarefa fácil nem para mulheres nem para os homens, em função da carga de trabalho e também com os inúmeros impostos. No entanto, as participantes da pesquisa apontam que ser empreendedora proporciona auto realização, que reflete na autoestima. Ter o próprio negócio gera satisfação decorrente do fato de que é algo com que elas se identificam. Destacam ainda que quando trabalham com garra, dedicação e paixão é possível adquirir independência financeira proporcionando o seu desenvolvimento, expandindo a sua capacidade, qualidade e força empreendedora.

PALAVRAS-CHAVE: Mercado de trabalho; múltiplas tarefas; mulher empresária, autoestima.

1 | INTRODUÇÃO

A mulher empresária atualmente, cada vez mais tem buscado seu espaço e sua evolução, principalmente no mercado de trabalho, ou seja, no mundo dos negócios. Além disso, se preocupa como desempenhar suas atividades que envolvem a rotina diária. Uma das capacidades que as mesmas possuem é administrar várias tarefas ao mesmo tempo. De acordo com Tochetto (2019) as várias tarefas diárias constituem-se em cuidar da família e do ambiente familiar, no sentido em que se forma uma tríade, sendo mãe, esposa e trabalhadora. A decisão de conciliar todas as tarefas e ainda

os estudos é feita muitas vezes pela necessidade que estas mulheres vivenciam quando estão à frente de um negócio e precisam tomar, por exemplo, decisões estratégicas ou gerenciais. Com esta decisão elas buscam administrar melhor o seu tempo entre a vida pessoal e profissional, a fim de obter um maior equilíbrio. Segundo Bittencourt (2016) elas se lançaram no mundo no meio empresarial com uma motivação diferente da motivação levada pelos homens. Para elas, já é considerada uma satisfação pessoal, só pelo fato de estar fazendo a diferença na execução de uma nova atividade com êxito, somada às que elas já possuem, fazendo uma dupla jornada devido à reponsabilidade de administrar a casa e a educação dos filhos.

No meio empresarial, no entanto, as mulheres infelizmente ainda sofrem situações que são desafiadoras para elas, como por exemplo, preconceito em relação a sua capacidade de estar à frente de um empreendimento. Bittencourt (2016) destaca que existe uma diferenciação de quando ela já é uma empreendedora antes de casar, depois do casamento e com a chegada do primeiro filho. Para o autor algumas delas acabam sofrendo um dilema por conciliar as suas múltiplas tarefas, o seu negócio e as alterações ocorridas durante o percurso de suas vidas. Uma decisão muitas vezes carregada de múltiplos sentimentos para manterem o negócio, e cuidar dos seus filhos, bem como de sua casa e das tarefas que se apresentam com ela.

Muitas mulheres acabam optando por delegar a função da administração da empresa, talvez seja por interesse ou até mesmo instinto de líder. E outras optam por deixar os filhos com babás ou em escolinhas, e conciliam todas as atividades ao mesmo tempo, mas muitas vezes, para algumas delas não é possível fazerem estas escolhas. Quando são elas as mantenedoras da subsistência da casa, sendo assim não é uma escolha abrir mão de seu empreendimento.

Através dessas visões busca-se compreender suas limitações, e encontrar as possibilidades da satisfação tanto profissional como pessoal, que poderia possibilitar a elevação da autoestima a partir do poder de decisão, transformando dificuldades em oportunidades. Elas produzirão mais com menos dificuldades, criando sua própria trajetória de realização em todas as áreas de suas vidas. Diante do exposto esta pesquisa apresenta a seguinte problemática: **Quais os principais desafios das mulheres empresárias do município de Restinga Sêca?**

Com o propósito de responder o problema proposto tem-se o seguinte objetivo geral: Identificar quais os principais desafios das mulheres empresárias do município de Restinga Sêca/RS, com relação ao mercado de trabalho. Em um mesmo alinhamento, os objetivos específicos são: Investigar quais são os obstáculos e as vantagens das mulheres ao abrir seu negócio no município de Restinga Sêca/RS; Levantamento da inserção de mulheres restinguenses no mercado de trabalho; Compreender como as mulheres conciliam as múltiplas tarefas com o trabalho e verificar as barreiras associadas ao crescimento profissional das mulheres empresárias na atualidade.

Assim no referencial teórico utilizado foram trazidos para as discussões os seguintes temas: a evolução da mulher no mercado de trabalho; a mulher como empresária; as barreiras históricas associadas ao crescimento profissional das mulheres; a maternidade e a mulher no mercado de trabalho; a mulher no mercado de trabalho os impactos nas relações familiares; a mulher no mercado de trabalho: visão à partir da ontopsicologia. Todas as discussões apresentadas no referencial servem para dar suporte à pesquisa e também para ampliar o conhecimento da temática e confrontar com a realidade vivenciada pelas mulheres desta pesquisa durante a construção deste trabalho.

A metodologia aplicada para dar sustentação à pesquisa é a qualitativa com aplicação de um questionário. Para a constituição da amostra para a aplicação do questionário foi utilizado à técnica de bola de neve (snowball). Através deste, se identifica um indivíduo que possui as características de interesse da pesquisa, esse participante indica outro participante e assim por diante. Além da bola de neve foi adotado os seguintes critérios para a escolha das participantes: ser empresária com mais de dois anos de atuação e que atuam em 4 setores diferentes, totalizando assim 12 (doze) empresárias. As composições dos setores de atuação das mesmas são: 3 (três) do setor alimentício, 3 (três) do setor da moda (vestimenta), 3 (três) do setor de horticultura, 3 (três) do setor de beleza. Todas as empresárias participantes da pesquisa são do município de Restinga Sêca /RS.

Estabeleceu-se esse número de participantes para a pesquisa considerando relevante buscar compreender o que estas mulheres selecionadas vivenciam no dia a dia e os seus desafios com suas múltiplas tarefas, as participantes desse estudo possuem a idade entre 27 e 59 anos. A constituição da amostra seguiu o procedimento denominado bola de neve, uma participante indica outra participante e assim por diante. O instrumento utilizado foi composto com 10 (dez) perguntas abertas e 4 (quatro) perguntas fechadas, na qual contém perguntas que são importantes para o desenvolvimento deste trabalho, que ajudem e possibilitem obter respostas para responder a problemática e alcançar os objetivos deste estudo.

2 | FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo apresenta embasamento teórico sobre o desafio da mulher no mercado de trabalho e o modo que a mesma exerce as funções em suas múltiplas tarefas diárias, bem como, um breve levantamento histórico da mulher no mercado de trabalho e as barreiras associadas ao crescimento profissional das mulheres na atualidade.

2.1 A evolução da mulher no mercado de trabalho

Ao longo dos anos, a mulher, vem conseguindo conquistar seu espaço em vários ambientes sociais seja eles profissionais ou pessoais. Em relação ao mercado de trabalho é notável a evolução em relação à aceitação e aprovação da mulher no âmbito empregatício, o que não foi muito fácil, pois existia muito preconceito da sociedade sobre a participação

das mesmas no mercado de trabalho (RODRIGUES, 2012).

Segundo Probst (2013) com a Revolução Industrial a mulher começou a conquistar seu espaço no mercado de trabalho, pois de acordo com a referida autora, devido às guerras, os homens cumpriam o papel de soldados e não podiam exercer a função nas empresas, com isso as mulheres precisavam contribuir com o ganho financeiro da família trabalhando no lugar dos homens. Ainda, de acordo com Baltar e Leone (2008), a mulher era responsável pelo cuidado da casa, dos filhos e afazeres domésticos, enquanto os homens exerciam o papel de provedores do lar, entretanto na época em que ocorreram as revoluções, com os episódios da I e II Guerras Mundiais muitas mulheres assumiram esse papel de provedora e deram início à ocupação no mercado de trabalho.

De acordo com Baltar e Leone (2008) quando as Guerras cessaram as condições ficaram ainda mais complicadas, pois os homens que ingressaram nas revoluções voltavam com situações físicas que os impossibilitavam de voltarem ao trabalho, ou seja, alguns mutilados, outros afetados psicologicamente, e muitos, nem voltavam, pois haviam morrido na guerra. Por isso, as mulheres assumiram permanentemente os trabalhos realizados por seus esposos.

Como citado anteriormente, havia um período em que a mulher era considerada apenas como dona de casa e a pessoa que cuidava dos filhos, marido e as tarefas domésticas, entretanto, no decorrer dos anos, mais precisamente no final do século XX, surgiu o evento denominado como movimento feminista o qual contribuiu muito para a evolução da mulher no mercado de trabalho e cada vez mais ganhando força. (PROBST, 2013). Em 1980, por conta do surgimento da CNM (Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora) defendida pela CUT (Central Único dos Trabalhadores), dessa forma, em 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica, sendo considerada capacitada tanto quanto o homem.

Em relação à população, conforme as estatísticas do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010) há mais mulheres do que homens no Brasil, com população em idade ativa (53,8%) e parte significativa da população economicamente ativa (46,2%).

Além disso, os dados mostram que as mulheres conseguem um emprego com mais facilidade em relação aos homens, porém elas sofrem mais por ter que se dedicar ao emprego e as tarefas diárias fora do ambiente de trabalho, como por exemplo, o serviço doméstico. Mesmo que existem homens que ajudam em casa a mulher sempre fica com a maioria das tarefas. Em um diálogo do autor Júlio (2002) em seu livro sobre uma palestra de Tom Peters articulada em 2000, sugere qualidades ao sexo feminino, apontando a capacidade da mulher em crescer e demonstrar competitividade no mercado de trabalho:

Perguntaram-lhe: "Se o senhor tivesse uma grande empresa e fosse se Aposentar o que faria?" Sem tibubear, ele respondeu que contrataria para o mais alto cargo executivo uma mulher dinâmica e inteligente, recrutada em uma boa escola. Em seguida, selecionaria 100 jovens talentosos, já familiarizados com os instrumentos e ambientes da era digital, e os colocaria sob as ordens dessa líder. Segundo ele, essa seria a fórmula ideal para

garantir a longevidade da empresa, com elevados padrões de qualidade e competitividade. Exagero à parte concorda que a proposta de Peters aponta para modelos corretos de reivindicação das organizações. As mulheres, sem dúvida, têm se adaptado mais rapidamente a essa realidade competitiva dos novos tempos (JULIO, 2002, p. 135).

De acordo com French (1992) para alguns o trabalho pode representar algo penoso ou um fardo diário, mas também pode sugerir uma conotação prazerosa, pois o mesmo contribui e dá sentido à vida, construindo a identidade pessoal. Por isso, o trabalho pode dar vários sentidos de acordo com o contexto social e o momento em que o indivíduo se encontra.

Sobre a importância do trabalho para o ser humano, Marx e Engels (1846) apontam que a essência do ser humano é trabalhar, pois o compromisso de exercer alguma função define o que eles são, o que faz e como faz. Em relação ao interesse das mulheres no mercado de trabalho Costa (2018) afirma que “o trabalho formal e assalariado representa para muitas mulheres uma realização pessoal, pois se configura em um espaço construído individualmente, no qual se sentem valorizadas como pessoas”. Com o passar dos anos a mulher vem conquistando seu espaço, com dificuldades e preconceitos, mas com sabedoria para passar por todos esses obstáculos. Nos dias atuais, de acordo com o IBGE, apresentou um crescimento significativo na taxa de atividade para mulheres em todas as faixas etárias. Entretanto, em 2021, o IBGE apresentou dados que desfavorecem as mulheres em relação aos homens no mercado de trabalho em decorrência da Pandemia da COVID-19 (Coronavírus)¹.

2.2 A mulher como empresária

Após a mulher ter conquistado seu espaço no mercado de trabalho com dificuldades, preconceito e o mais difícil à competitividade, atualmente evoluiu o reconhecimento para o campo do empreendedorismo. O que leva a mulher ter seu próprio negócio é a questão dos horários, por serem mais flexíveis, assim poderá conciliar as tarefas diárias (família) com o trabalho (GOMES; SANTANA, 2009) Segundo Jonathan (2011, p.1), “as empreendedoras também promovem inovação na cultura organizacional brasileira”, ou seja, “elas se constituem como um contraponto à exclusão do gênero feminino no processo sucessório de empresas”. A mulher está expandindo seu espaço nos negócios, mostrando suas capacidades qualidades e força empreendedora, bem como, seu potencial que é reconhecido mundialmente quando se trata de administrar e investir em novas ideias.

Da maneira que a mulher lida com a competitividade vem se tornando um grande diferencial, dessa forma optam por abrir o seu próprio negócio. Entretanto, se destacam ao serem mais cuidadosas no momento em que possuem a ideia de empreender e investir nas transações econômicas e estabilidade de mercado (GUAITOLINI, 2011). Outra questão

¹ A COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2) e tem como principais sintomas febre, cansaço e tosse seca (OPAS, 2019).

importante e característica de uma mulher empresária é a questão estética, pois a mesma se sente autoconfiante e com a autoestima elevada para enfrentar as dificuldades do dia a dia em seu trabalho. A utilização da maquiagem e vestimenta pode contribuir em uma boa imagem e autoestima sendo que “a maquiagem não precisa ser guardada apenas para o uso em ocasiões especiais ou importantes. Ela deve ser utilizada como um complemento ao seu estilo pessoal. Como algo fundamental de realce à beleza” (GUAITOLINI, 2011, s.p.).

Assim como a maquiagem, a vestimenta é uma ferramenta importante do dia a dia, trazendo conforto e elegância:

O vestuário foi criado com a principal função de proteger o Homem. Sem características estéticas ou grande variedade de materiais para a sua confecção, o homem primitivo começou a cobrir o seu corpo das ameaças exteriores. Mas ao longo do tempo, e com a evolução da espécie humana, foram agregadas novas características e funções ao vestuário, e finalmente, aliadas à moda, passou a ser procurado de forma mais cuidada e específica, o gosto pessoal de cada indivíduo começou a ser expresso através da indumentária, o que levava as pessoas a terem maiores cuidados com a imagem que apresentavam a terceiros (MENDES, 2013, p. 7).

O modo de se vestir e de agir, não precisa ser uma regra, porém pode ser considerado como um atributo que favorece na atuação de liderança no cotidiano do trabalho. Jonathan (2011) afirma que a liderança feminina vem se destacando tanto no Brasil como no mundo inteiro, ocupando o espaço nas empresas, nas faculdades e nos negócios empreendedores. Em relação aos benefícios do empreendedorismo, segundo Jonathan (2011), mulheres que possuem seu próprio negócio apresentam ter mais satisfação do que as executivas:

[...] as principais fontes desta satisfação diferenciada das empreendedoras remetem ao ritmo de trabalho, à quantidade mínima de interferência de terceiros e aos interesses pessoais satisfeitos. Pode-se argumentar, então, que a satisfação das empreendedoras se deve ao fato de poder atuar com autonomia e ter poder de decisão, fatores importantes na satisfação de mulheres que lideram e que predizem o bem-estar psicológico de mulheres casadas [...] (JONATHAN, 2011, p.68).

A especialista em empreendedorismo e pequenas empresas Kátia Simões (2013) citam na Pesquisa da Executiva Brasileira (realizada pela Caliper Estratégias Humanas do Brasil) algumas características da liderança feminina. Alguns deles são: a) sejam comunicativas para expor suas ideias; mostrar porte de liderança conquistando apoio; ágeis e com ritmo que obtenham resultados; demonstrar empatia e perceber necessidades de sua equipe; revelar flexibilidade e escutar pontos de vista diferentes buscando soluções; ter tomada de decisões, dinamismo e foco em seus objetivos; Demonstrar motivação e interagir com o outro; e gostar de liderar e ter habilidades com questões complexas no seu trabalho. A partir dessas características, além da auto realização e independência no seu próprio negócio são principais fatores que as motivam em seu empreendimento, dessa

forma, em um futuro breve a maioria dos negócios serão empreendidos por mulheres.

2.3 Barreiras históricas associadas ao crescimento profissional das mulheres

Muitas são as barreiras e desafios a serem superados pela mulher diante do crescimento profissional, e, segundo Russel, Rush e Herd (1989) há seis principais barreiras que mais impedem ou dificultam a inserção ou sustentação do emprego, tais como: as características que não se enquadram no gerenciamento; as preocupações familiares e sociais; pouca experiência ou educação; preocupações femininas; barreiras organizacionais; e por último, resistência à subordinação. Os desafios são tão enfáticos que por sua vez ficou denominado pela expressão “Teto de Vidro” (LIMA et al, 2009).

A denominação “Teto de Vidro” foi originada em 1980 nos EUA (Estados Unidos) com o objetivo de apontar uma barreira, o qual descreve que devido a sua delicadeza torna-se cristalino, porém é bastante rígido quando diz respeito em barrar a ascensão das mulheres em cargos com maior importância dentro das instituições e empresas. Dessa forma, impossibilita o progresso da mulher devido ao seu gênero. Lima (2009, p. 5) afirma que o “Teto de Vidro é utilizado como metáfora ao se referir à invisibilidade das barreiras que dificultam e impedem a ascensão das mulheres na carreira”. Em relação às barreiras sociais e culturais, essas por sua vez, afetam o desenvolvimento do seu desempenho como líderes. Ainda há muito preconceito e incredibilidade por parte de algumas pessoas acreditarem que as mulheres não possuem capacidade de tomar decisões. Outro desafio constante é a divisão de tarefas diárias que a mulher enfrenta, conciliando o trabalho com os afazeres domésticos. Em concordância Andreoli (2007) aponta as dificuldades que as mulheres empresárias encontram em relação à divisão de tarefas diárias que as mesmas enfrentam:

As dificuldades mencionadas pelas mulheres empresárias estão geralmente relacionadas com os pais, maridos ou filhos. Pode-se dizer que um dos motivos para que isso ocorra é porque as mulheres carregam consigo um peso adicional, que é a preocupação vinculada à constituição de uma família. (ANDREOLI, 2007).

Uma das barreiras que predomina é a dificuldade da mulher líder liderar em empresas ou setores pelos quais são comandados pelo sexo masculino, tendo em vista que por muito tempo as mulheres eram consideradas capazes trabalhar com setores de produtos alimentícios, cosméticos, vestimentas, entre outras, só pelo fato de serem mulheres (LONGENECKER, 2007 p.13).

Com o aumento de cargos preenchidos por mulheres em muitas áreas do mercado de trabalho, é possível notar que, elas atuam em cargos importantes, entretanto, por ainda possuir um sistema hierárquico, as mulheres devem possuir um grau de escolaridade ou experiência maior do que os homens. Por muito tempo a mulher luta para conseguir igualdade e oportunidade no mercado de trabalho, independentemente do sexo ou

gênero, bem como, a valorização e reconhecimento, para que tenham estimas dentro das organizações. Com a rotina de trabalho e com os desafios diários, no fim do expediente, por muitas vezes as mulheres enfrentam o “terceiro turno”, que ao chegar em casa precisam atender as demandas do lar.

2.4 A mulher no mercado de trabalho: uma visão a partir da Ontopsicologia

A ontopsicologia é a ciência interdisciplinar que estuda o desenvolvimento e formação humana, que se apresenta no contexto científico através da mesma, que estuda a atividade psíquica inerente ao ser humano, que buscam compreender a dinâmica de funcionamento da raça em espécie. Estuda também o homem de forma integral com seus aspectos existenciais, tais como: psicológicos, biológicos, sociais e cognitivos constituindo em uma auto realização humana e da criatividade (MENEGETTI, 2013).

As mulheres desde muito cedo aprendem, dentro do grupo social, os modelos de como devem ser quando adultas. A mulher deve compreender a si mesma e mudar. Seguindo as palavras de Meneghetti (2013) identifica-se que a primeira coisa que a mulher precisa entender “é que a mulher não é complementar ao homem e que não é feita para a família” (p. 267). Por isso, explica o autor, ela deve “*iniciar uma total independência em relação ao homem*” (p. 268, grifo do autor).

De acordo com Meneghetti, desde cedo, a mulher deve ser educada a ser pessoa, a ser ela mesma, a entender que a liberdade não está condicionada ao amor de um homem, ela deve também assumir a responsabilidade de construir a sua independência econômica e profissional. A liberdade financeira, para a mulher, é um fator de extrema relevância para o sucesso pessoal, pois possibilita fazer as próprias escolhas, trilhar o seu caminho.

E definir as suas relações de forma saudável para o seu crescimento e funcionais ao seu escopo. É impossível ter as rédeas de sua vida em mãos sem ter a liberdade das escolhas, conseqüentemente, para ter essa liberdade, é crucial ter recursos financeiros disponíveis, a fim de que ela possa assumir seus custos e principalmente com o preço de suas escolhas. Quando se tem isso definido dentro de si, é natural a relação que se estabelece com o meio, com as pessoas, com a sociedade. Somente deste modo consegue definir e estabelecer, de forma saudável, todas essas relações.

Os outros são aqueles que contam, o grupo de referência de valor, aquele grupo de pessoas que são úteis para chegar à própria liderança social. A mulher deve cultivar aquelas pessoas que conferem eficiência a ela, à sua imagem, ao seu resultado, aqueles que – direta ou indiretamente – podem ser ocasião ao seu business social profissional. (MENEGETTI, 2013, p. 284).

Além de todas as formas, a mulher líder pretender sua liberdade por meio de conquistas, considerando como títulos e trabalhos desenvolvidos por ela mesma.

A mulher líder não tem uma tipologia fisiológica, mas é um corpo com inteligência ordenada. Essa inteligência é superior e gera uma harmonia que se traduz no “modo de vestir, de impostar o corpo, de gerir a palavra, as

mãos, os olhos, os cabelos” (MENEGETTI, 2013, p.293).

Segundo o mesmo autor, “para ser líder, a mulher deve ser de classe”. Para isso, a mulher deve sentir-se superior a todos considerando ela como uma referência e segurança em toda a relação que é diretamente com ela (MENEGETTI, 2013; p. 270). A liderança envolve características de domínio das situações que o ser humano enfrenta: “O líder é um ponto de referência de valores que – como quer que sejam – têm sempre uma função humanista no contexto histórico do ambiente no qual ele escolheu viver e operar”. (MENEGETTI, 2013; p. 257).

As características apresentadas parecem transparecer certo egoísmo demonstrando realizações individuais e construções para si mesmo, porém, esse individualismo requer atender o interesse público, social e estimula a sociedade no crescimento econômico. Possibilita a criatividade no sentido de evolução e funcionalidade futura, proporcionando modelos de soluções e perspectivas (MENEGETTI, 2008). De acordo com a abordagem ontopsicológica o líder nasce com potencialidade de se tornar líder, porém o que define o indivíduo líder é a sua trajetória, escolhas e a construção diária (MENEGETTI, 2010).

Ainda o referido autor afirma que na visão da Ontopsicologia, a mulher líder tem sentido quando realizada de acordo com o projeto de natureza, tendo como critério o Em Si ôntico.² Tendo isso como regra básica é possível somar a eficiência da inteligência e a construção própria de identidade. Quando a mulher se torna líder transparece força, graça e poder, independente de faixa etária ou classe social (MENEGETTI, 2013).

3 | METODOLOGIA

De acordo com os objetivos do estudo, foi desenvolvido uma revisão bibliográfica, a qual estruturou o referencial teórico. Desse modo, Gil (2010, p. 29) afirma que “essa modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos”. Para a pesquisa será utilizado o método qualitativo e descritivo que segundo Gil (2008) é uma maneira mais simples de análise dos dados levando a uma sequência de atividades que reduz os dados em categorias, interpretação e redação. Gil (2008, p. 133) aponta que “a análise qualitativa depende de muitos fatores, tais como a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que norteiam a investigação”. Em uma interpretação mais simples, a pesquisa qualitativa busca pelo significado de um objeto, cultura ou ideologia no intuito de compreender os objetivos propostos do estudo, assim, será realizado um questionário para a coleta de dados.

2 O Em Si ôntico é entendido como o núcleo com projeto específico que identifica e distingue o homem como pessoa em âmbito biológico, psicológico e intelectual (ANTONIO MENEGETTI).

3.1 Coleta de dados

O estudo foi realizado com 12 mulheres que residem no Município de Restinga Sêca no Estado do Rio Grande do Sul (RS). Estabeleceu-se esse número de participantes para a pesquisa considerando relevante buscar compreender o que estas mulheres vivenciam no dia-a-dia os seus desafios com suas múltiplas tarefas, além disso, optou-se em seguir a constituição da amostra com o procedimento denominado bola de neve (snowball). Através deste, se identifica um indivíduo que possui as características de interesse da pesquisa, esse participante indica outro participante e assim por diante (BIERNACKI & WALDORF, 1981). Essa forma de recrutamento facilita a seleção de participantes com o mesmo perfil cultural e socioeconômico. Todas as pesquisadas residem nessa cidade. Outro critério que foi estabelecido para participar da pesquisa foi de que todas as 12 (doze) participantes fossem proprietárias de empresa, e que estas tivessem no mínimo 2 anos de atuação no ramo empresarial. Além dos dois critérios já apresentados, foi também selecionadas para a participação de empresárias que se abrange 4 setores de atuações diferentes. Dentre essas 12 mulheres selecionadas, encontram-se os seguintes setores: três empresárias do ramo alimentício, três empresárias no setor da vestimenta (moda), três empresárias no setor de horticultura, três empresárias no setor de beleza.

O questionário foi aplicado com essas mulheres selecionadas o qual contém perguntas que são importantes para o desenvolvimento deste trabalho que ajudam e possibilitam obter respostas para responder à problemática e alcançar os objetivos desse estudo. O procedimento a ser utilizado, o questionário, se define como “um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador” (MARCONI; LAKATOS, 2008, p. 86).

O questionário foi aplicado no mês de agosto de 2021 e as faixas etárias das mulheres que foram selecionadas estão entre 27 a 59 anos devido ao fato da diversidade e o entendimento que cada mulher possui de acordo com o estágio da vida em que se encontra. O instrumento utilizado foi composto com 10 (dez) perguntas abertas e 4 (quatro) perguntas fechadas no intuito que as participantes da pesquisa possam contribuir com mais entendimento, ideias e opiniões. Sobre a elaboração e aplicação do questionário foi estruturado e enviado por meio do Google Docs³ no intuito de facilitar o acesso para as mulheres responderem as perguntas propostas. Após a coleta de dados e as discussões apresentadas no referencial servem para dar suporte à pesquisa e também para ampliar o conhecimento da temática e confrontá-la com a realidade vivenciada pelas mulheres desta pesquisa durante a construção deste trabalho.

3 O Google Docs é um serviço para Web, Android e iOS que permite criar, editar e visualizar documentos de texto e compartilhá-los com amigos e contatos profissionais (Disponível em: <https://www.google.com/intl/pt-BR/docs/about/>)

4 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa buscou demonstrar o desafio da mulher no mercado de trabalho e suas múltiplas tarefas. Para isso o estudo contou com a aplicação de questionário com perguntas abertas e com perguntas fechadas. O primeiro passo foi a seleção das empresárias. Para esta seleção das participantes foi utilizado a técnica da bola de neve conforme descrita na metodologia, na qual uma participante indica a próxima e assim por diante. Todas as participantes da pesquisa residem no município de Restinga Sêca. Para demonstrar visualmente a localização do referido município apresenta-se a figura 01.

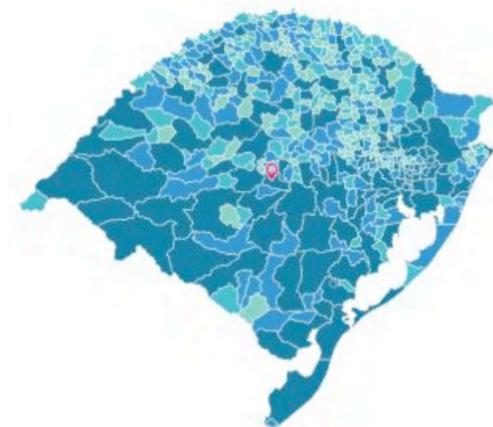


Figura 01: Mapa do Município de Restinga Sêca/RS

Fonte IBGE, 2021

Este município representado na figura 01 fica localizado na Região Central do Rio Grande do Sul, conta com aproximadamente 17 mil e 400 habitantes e com uma área de 954,76 Km², está distante 12 km da Rodovia Estadual 509 e 54 km da Rodovia Federal BR 392. Teve origem na doação de sesmarias e com a construção da estrada de ferro Porto Alegre-Uruguaiana em 1885. E devido, a sua situação geográfica, recebeu o nome de Restinga (orla de bosque ou mato em baixadas, à margem do arroio ou sangas) Seca (origina de uma sanga denominada Passo da Parteira, que em época do ano, ficava com pouca água e cortava o curso), (IBGE, 2021). A escolha deste município foi realizada pela acessibilidade, uma vez que a pesquisadora mora e tem a sua atividade empresarial no município referido.

Para dar início nas análises dos resultados encontrados na pesquisa, apresenta-se na tabela 01, na qual são colocadas as primeiras informações sobre as participantes da pesquisa, como idade; se elas têm ou não filhos. É relevante destacar que se buscou compreender esta realidade dessas empresárias para compreender em que faixa etária

de vida cada uma delas se encontram e também se ter filhos poderia ser um fator que de alguma maneira apresentou-se como uma dificuldade profissional na carreira das participantes.

Nome	Idade	Maternidade
Participante 1	35	3 filhos
Participante 2	59	Não tem filhos
Participante 3	27	Não tem filhos
Participante 4	29	Não tem filhos
Participante 5	34	1 filha
Participante 6	28	Não tem filhos
Participante 7	44	1 filho
Participante 8	37	Não tem filhos
Participante 9	40	Não tem filhos
Participante 10	57	2 filhos
Participante 11	31	2 filhos
Participante 12	41	2 filhos

Tabela 01: Algumas características das participantes da pesquisa

Fonte: elaborada pela autora a partir dos dados da pesquisa (2021).

Destaca-se que das 12 participantes do estudo, as idades variam entre 27 e 59 anos. De acordo com a tabela 01, de todas as pesquisadas, 6 possuem filhos, enquanto as outras 6 não são mães. Destaca-se que todas as participantes são empresárias, as quais estão vivendo um período em que cada vez mais as mulheres estão conquistando seu espaço no mercado de trabalho com mais relevância na sociedade atual. Foi perguntado para estas empresárias que tem em média 38,5 anos, qual foi o ano em que as mesmas abriram o seu negócio. A análise foi distribuída em discussões relacionadas às perguntas abertas e fechadas, sendo que as perguntas fechadas foram ponderadas com apresentações em gráficos, e as abertas, discutidas em categorias. Iniciando pelas categorias fechadas, incluem-se as perguntas 1, 2, 11, 12, 13 e 14 do questionário.

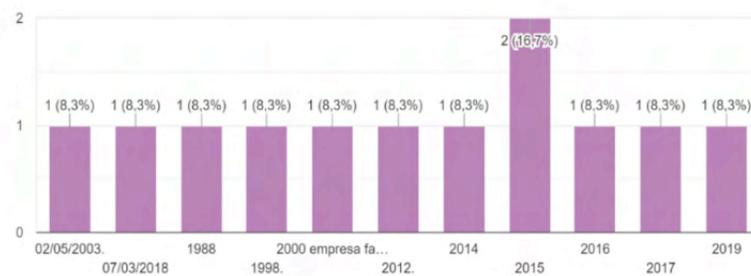


Gráfico 01: Ano de fundação das empresas

Fonte: Elabora pela autora a partir dos dados da pesquisa (2021).

De acordo com dados apresentados no gráfico 01, as participantes do estudo abriram seu próprio negócio, entre 1988 a 2019. Este dado é relevante uma vez que os dados apontam que um terço das empresas brasileiras fecham antes de completar 2 anos de atividade. Este fechamento ocorre por diversos motivos, mas alguns destes são a situação do empreendedor antes da abertura da empresa, a falta de planejamento do negócio, a gestão do mesmo e também a capacidade de gestão do empreendimento, (SEBRAE, 2021).

Por um lado observa-se que pequenos negócios tem maior taxa de mortalidade, deixando de existir antes de completar dois anos de atividade, por outro lado, observa que entre as pesquisadas tem empreendedora que abriram os seus negócios na década de 80, ou seja, há trinta anos, o que é um fator positivo, pois mostra a capacidade de gestão, passando por diversos períodos ao longo da trajetória de sua existência (SEBRAE, 2013).

Destaca-se que apesar de toda a dificuldade para manter um negócio, seja em relação a parte burocrática, seja em função das dificuldades financeira, ou próprio equilíbrio das contas, observa-se que as participantes da pesquisa estão no mercado a bastante tempo, uma delas abriu o seu empreendimento em 1988, ou seja a 33 anos atrás, mostrando que mesmo com dificuldades em diferentes períodos de tempo conseguiu superar e continuar atuando até hoje.

A partir dos dados pesquisados constatou-se que 50% das mulheres possuem filhos e os outros 50% não possuem. Olhando cada informação coletada, observou-se que a primeira participantes da pesquisa possui 3 filhos; a quinta e a sétima possuem 1 filha cada uma; a décima, a décima primeira e a décima segunda têm 2 filhos cada uma delas.

Destaca-se da pesquisa conforme as informações coletadas junto as pesquisadas, que os enfrentamentos são dobrados quando se trata de conciliar o trabalho com o lar, e principalmente quando se refere à maternidade. A mulher possui uma jornada dupla de trabalho, além disso, sofrem com a discriminação em relação ao gênero, pois pelo fato de serem mulheres são subjugadas pelo risco de falência no empreendedorismo, dessa

forma, se constitui um caso de preconceito (FIGUEIREDO; MESQUITA, 2015). De acordo com Robert Hakf Brasil (2013), muitas mulheres brasileiras, optam por não retornar ao trabalho após a licença maternidade, isso acontece também com as mulheres que são empreendedoras. Esta questão referente ao retorno ao trabalho é muito particular de cada mulher e da sua decisão de retornar ou não após a maternidade, no entanto as mulheres que participaram da pesquisa (12 empresarias), todas optaram por dar continuidade as suas atividades empresariais e manter os seus negócios. Relatam, no entanto, que não é fácil conciliar as tarefas que já são muitas com a maternidade e com o trabalho, conciliando ainda a busca pela igualdade de gênero. A questão de igualdade de gênero, foi questionados junto as mulheres, como as mesmas observavam a questão da igualdade de gênero. Se na visão delas percebem que os homens e mulheres tem os mesmos direitos na atualidade, principalmente em relação ao mercado de trabalho e no meio empresarial. Questinou-se se elas percebem que ambos deveriam ter o mesmo direito, mas além disso se de fato isso ocorre. A pesquisa apontou que, 91,7% acredita que sim, que ambos devem ter os mesmos direitos, no entanto ainda é preciso avançar na questão da igualdade de gênero no mercado de trabalho.

As mulheres consideram o empreendedorismo muito além do que só o próprio negócio, acreditam no empoderamento, potencializando suas habilidades, conquistando seu espaço e ainda impactando positivamente as relações com a sociedade (PRÁ, 2018). Os homens ainda não aceitam a possibilidade de serem comandados por mulheres no ambiente de trabalho ou serem subordinados à elas, pois acreditam que as mesmas não são capacitadas para o cargo. A mulher empreendedora busca muito mais que a renda financeira, elas acreditam que o espaço conquistado no mercado de trabalho possibilitará sua independência e mostrar a capacidade auto satisfação que possuem diante dos fatos (SCHLEMM, 2007). Com o passar dos anos é possível perceber essa evolução, com a mulher conquistando seu espaço e sendo reconhecida por todos. É importante essa evolução, considerando que a igualdade é essencial para que a sociedade reconheça os valores, os ideais e as qualidades que o ser como um todo é capaz de apresentar.

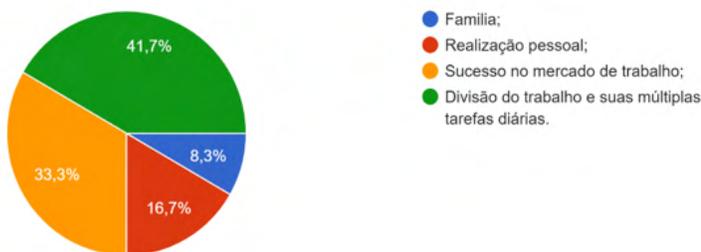


Gráfico 04: Objetivo diário

O gráfico 04, apresenta as respostas das participantes sobre a preocupação com relação ao seu dia a dia como empresárias. Dentre as respostas, 41,7% delas apresentaram que a divisão do trabalho e suas múltiplas tarefas diárias influenciam no seu dia a dia, pois são consideradas jornadas duplas. Outro ponto importante, de acordo com os dados, 33,3% das participantes consideram o sucesso no mercado de trabalho uma pressão diária a qual exige que os negócios sejam produtivos e que desenvolva a carreira e o empreendimento. Algumas participantes (16,7%) apontaram a realização pessoal como principal preocupação e o restante (8,3%) destacam a família como um objetivo de conquistar o espaço empreendedor e que isso dê retorno para a mesma. De acordo com SCHLEMM (2007), as mulheres possuem dupla ou tripla jornada de trabalho:

Diversos obstáculos ao empreendedorismo no Brasil são, reiteradamente, mencionados: Os altos custos e a burocracia para regulamentar e formalizar um empreendimento; as dificuldades para acessar créditos e serviços financeiros; os altos impostos. Para além destes obstáculos, enfatizo duas questões apontadas como dificuldades enfrentadas pelas mulheres: as barreiras impostas pela discriminação e os empecilhos associados a dupla / tripla jornada (SCHLEMM, 2007, p. 74).

Atualmente, as mulheres estão ganhando força e conquistando seu espaço, mesmo com tantos desafios e formalidades dos tempos antigos, principalmente no mercado de trabalho, ou seja, no mundo dos negócios, pois para elas, já é considerada uma satisfação pessoal só pelo fato de estar fazendo a diferença na execução de uma nova atividade com êxito, na qual mesmo que possuem uma dupla jornada devido à responsabilidade de administrar a casa e a educação dos filhos.

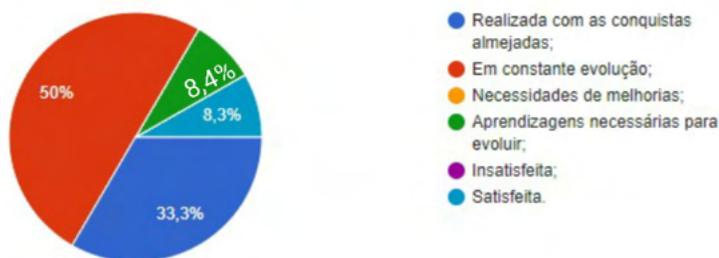


Gráfico 05: Vida profissional atualmente

Sobre o atual momento da vida profissional das participantes, 50% delas destacam que estão em constante evolução, ou seja, sempre dispostas em aprender e ter mais conhecimento sobre a área em que estão atuando. As mesmas destacam que mesmo para esta atualização de conhecimento, em alguns momentos fica prejudicada por falta de tempo, ou mesmo pela falta de um planejamento em relação ao que buscar de estudo para

ampliar o seu conhecimento para a sua área de atuação.

De acordo com Dornelas (2005) o estudo e o conhecimento sobre determinado assunto é a melhor maneira de se atualizar no ramo, sempre é bom investir no aprendizado constante, como consequência gerando experiência e novas ações que auxiliam nos enfrentamentos diários. A partir da visão de que o conhecimento é derivado da informação, para obter informação e conhecimento é pertinente buscar a qualificação contínua, pois assim vai possibilitar a obtenção de embasamento para a tomada de decisão nas empresas.



Gráfico 06: Investimento e qualificação profissional

A partir da análise das respostas apresentadas no gráfico 6, é possível observar que 75% das participantes consideram que os benefícios em investir em conhecimentos necessários para evoluir no seu desenvolvimento em relação ao seu trabalho agrega valor e com isso aumenta sua autoestima e confiança diante do empreendedorismo. Os outros 25% consideram importante para a qualificação profissional, porém não buscam investir muito nessa questão. Observa-se que 25% das entrevistadas mesmo compreendendo que buscar conhecimento e informações sendo um fator relevante, ainda assim criam as suas próprias barreiras para não buscar este conhecimento.

Além das perguntas fechadas que foram destacadas uma a uma, a pesquisa contou com perguntas abertas, nas quais as entrevistadas podiam expressar a sua opinião a respeito das temáticas apresentadas. Estas perguntas serão apresentadas e analisadas na sequência. Nas perguntas abertas, é possível observar que os conteúdos propostos e as respostas das participantes da pesquisa contribuíram para realizar uma análise através de categorias.

As perguntas abertas são referentes às perguntas 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10 do questionário disponibilizado do apêndice deste estudo. A criação de categorias facilita o processo de análise e de entendimento em relação ao estudo. Para isso foram criadas 05 categorias conforme se destaca na tabela 02.

DESAFIOS E OBSTÁCULOS NO EMPREENDEDORISMO
VANTAGENS EM ABRIR UM NEGÓCIO
TRABALHO E AS MÚLTIPLAS TAREFAS
ECONOMIA E EMPREENDEDORISMO: DIFICULDADES DIANTE A PANDEMIA DO COVID-19
AUTOCONFIANÇA E AUTOESTIMA: DESEMPENHO PROFISSIONAL

Quadro 01: Temáticas das Categorias analisadas e selecionadas.

Fonte: elabora pela autora

4.1 Desafios e obstáculos no empreendedorismo

Atualmente é significativo o número de mulheres que estão presentes no mercado de trabalho. Esse avanço ocorre desde a primeira e segunda guerra mundial, quando os homens iam para o campo de batalha, as mulheres exerciam as atividades do lar, sendo chefes de família, tendo que assumir toda a responsabilidade de prover o sustento dos filhos, bem como, a demanda dos setores fabril (NOGUEIRA, 2020).

De acordo com Prosb, (2013) mesmo que as mulheres assumiram essa demanda de atividades para suprir as responsabilidades diárias das famílias, as mesmas possuíam um salário inferior ao do que os homens recebiam. No início dos anos 70, historicamente o Brasil apresentou um maior número de mulheres ingressando no mercado de trabalho, surgindo assim, os movimentos sindicais e feministas no país (AMORIM; BATISTA, 2012).

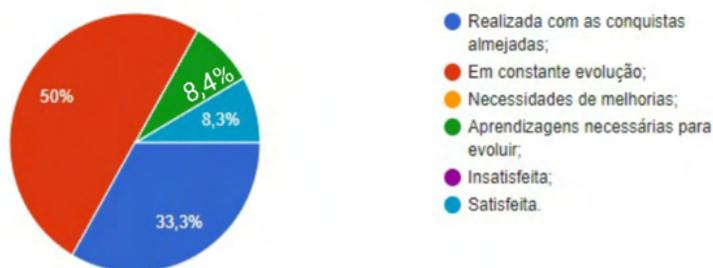
Diante do contexto apresentado, as perguntas abertas, na qual as participantes do estudo apresentaram as suas respostas referentes aos obstáculos e barreiras que enfrentaram no início ou no decorrer da carreira de trabalho. As entrevistadas 1 e 11 relacionaram seu início de trabalho como empreendedoras com dificuldades em relação à crise financeira mundial. A questão financeira da sociedade em todo o país que difundia nas pequenas cidades, e este contexto acabava refletindo nos seus negócios de uma forma negativa.

Relevante destacar que a maioria das mulheres iniciam seus negócios, praticamente sozinhas, encontrando dificuldades em relação a créditos financeiros, dessa forma, elas utilizam os lucros e a fonte própria de recursos (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016). Sobre as dificuldades encontradas no âmbito do empreendedorismo, assim, “várias são as dificuldades apresentadas pelas mulheres empreendedoras entre elas está à necessidade de desempenhar múltiplos papéis.” (BARBOSA, et al., 2011).

As mulheres dificilmente são vistas como gerenciadoras ou as que planejam os negócios, algumas vezes sofrendo discriminações de gênero, mesmo assim, conquistam seu espaço no mercado de trabalho enfrentando todas essas barreiras e preconceitos (FERNA NDES; DUARTE, 2019). Para as entrevistadas 3, 4, 5, 6, 7 e 8 destacam que a principal dificuldade que encontraram no início de seus empreendimentos foi relacionado a conquista dos clientes e confiança em seu trabalho. De acordo com a Entrevistada 8

“Os clientes compreenderem que temos custos e impostos para colocar no valor final do produto e com isso, irem para outra cidade atrás de valores menores”. Observa-se na análise da resposta da participante que a falta de confiança dos clientes em relação ao trabalho dos empreendedores, às vezes é uma barreira que pode dificultar a ampliação de um empreendimento.

Outro ponto importante é que as mulheres se negligenciam quando o assunto diz a respeito da “sobra de tempo” para dar assistência aos familiares. A Entrevistada 9 relata que as dificuldades apresentadas estavam relacionadas com a disponibilidade de tempo e a condição financeira de suas clientes. No caso das Entrevistadas 2, 10 e 12 relatam não terem dificuldades tanto no início como no momento atual de seus empreendimentos.



4.2 Vantagens em abrir um negócio

Uma das vantagens que o empreendedorismo possibilita é a melhor forma de economia com ações voltadas para a sociedade. Desse modo, o que leva as pessoas a empreender é o lucro, mas para isso o negócio deve ser planejado e leva algum tempo. De acordo com Longenecker (2011, p. 8) “O objetivo deve ser enriquecer gradativamente, a riqueza virá, desde que a empresa seja economicamente viável e que o proprietário tenha paciência e determinação suficientes para permitir que isso aconteça”. Já na concepção das entrevistadas 1, 3, 5 e 10, as vantagens em abrir um negócio estão relacionadas particularmente na necessidade de uma renda extra, além disso, como possuem o estabelecimento próprio e gostam de exercer a profissão consideram esses fatores significantes e vantajosos para o negócio.

Destaca-se que na época em que as entrevistadas 2, 4, 7 e 11 abriram o seu próprio negócio havia poucas concorrências de trabalho relacionado aos ramos em que elas exerciam. Com isso, as mesmas consideram a possibilidade de ser uma vantagem não possuir concorrência, sendo uma opção nova para o município e conseqüentemente levando benefícios aos clientes.

As entrevistadas 6, 9 e 12 consideram como vantagens em abrir um negócio por

ser a cidade natal e conhecer a sociedade, desse modo, há uma grande possibilidade de conquistar clientes. A Entrevistada 8 relata que a vantagem foi escolher e estudar um produto que tivesse um fluxo de produções e vendas.

O que se percebe nas respostas das participantes do estudo é que o lucro não é o principal foco ou vantagem para ser empreendedor, mas sim a realização de um sonho, o qual traz benefícios que fornece a transformação na vida do empreendedor e da sociedade.

Entre muitas motivações e razões objetivas para empreender encontram-se predominantemente as seguintes: necessidade de realização; implementação de ideias; independência; fuga da rotina profissional; maiores responsabilidades e riscos; prova de capacidade; auto realização; - maior ganho; status; controle da qualidade de vida. (BERNARDI, 2003, p. 66).

Geralmente, o empreendedorismo, é uma realização pessoal que por muito tempo o indivíduo sonha em realizar, mas quando conquista conhece as dificuldades e barreiras que interfere diretamente em seu trabalho.

4.3 Trabalho e as múltiplas tarefas

A mulher empreendedora, geralmente, divide seu dia em múltiplas tarefas, estas se constituem em: casa, trabalho e filhos. Desse modo, é possível analisar que as tarefas diárias divididas em trabalho e cuidados com a família é demandam tempo e esforço que contribuem para a redução de tempo diário (BERTOLAMI et al. 2018). No contexto da pesquisa a maioria das entrevistadas destaca em suas respostas que conciliar as tarefas diárias com o trabalho, não é um algo fácil, necessitando de um planejamento e de organização. Neste sentido apontamos as respostas das entrevistadas. A Entrevistada 1 relata sua experiência e como concilia o trabalho com as tarefas diárias:

“Não é muito fácil, mas aqui em casa todos colaboram com o seu pouquinho. Meus filhos, mesmo ainda muito jovens, já são peças importantíssimas em nosso trabalho, eles nos ajudam em quase tudo, afinal, eles sabem de onde sai a viagem tão esperada das férias, a roupa e o calçado novo, a guloseima de todos os dias, enfim, nada cai do céu, só o trabalho produz riqueza e do suor do nosso rosto, comeremos o pão. Certamente que nós mulheres, temos muitas tarefas extras, entre elas, cuidar dos filhos, manter a organização da casa, alimentar os animais de estimação, cuidar, apoiar e escutar sobre os negócios do marido, estudar nas madrugadas, por falta de tempo durante o dia e ainda conduzir nosso empreendimento com um largo sorriso no rosto. Isso é cansativo sim, mas muito gratificante saber que somos mulheres super poderosas, mulheres ativas e independentes, isso nos enche de orgulho de nós mesmas e nos dá uma certeza de que, talvez super homem existisse só na televisão, mas super mulher, tem uma em cada lar”.

Na concepção da entrevistada 11 além das atividades da casa, com a maternidade, acrescenta-se uma das tarefas a mais, o que muitas vezes apresenta mais dificuldades no dia a dia, principalmente para conciliar com o trabalho. Assim destaca esta entrevistada: “*O maior desafio da maternidade é ter com quem e onde deixar os filhos para poder trabalhar*”

o máximo possível”.

Esta fala descrita é relevante, principalmente pelo destaque com a preocupação em conciliar o trabalho de empresária e ao mesmo tempo ser responsável pela segurança e o bem estar de um novo ser humano. Sendo correto ou não fica a cargo da mulher, está difícil decisão de continuar trabalhando e deixando o seu filho sob a responsabilidade de outra pessoa. Muitas vezes a maternidade acaba sendo um fator de desigualdade de gênero, pois algumas empresas acabam optando por contratar homens ao invés de mulheres justamente para não precisar lidar com esta questão. O acúmulo de tarefas diárias, a maternidade e construção social de gêneros relacionados à mulher são alguns fatores que interfere na conquista do espaço no mercado de trabalho, com isso, esses fatores contribuem para a divisão injusta de tarefas e reconhecimento social (STROBINO e TEIXEIRA, 2014).

As participantes do estudo acreditam que o reconhecimento social e a desigualdade de gênero ainda são questões pertinentes, mas que atualmente, o trabalho da mulher empreendedora vem ganhado cada vez mais espaço e reconhecido por toda sociedade, principalmente, pelo gênero masculino. As Entrevistadas 4, 5, 7 e 9 acreditam que ainda existem preconceito e discriminação em relação ao empreendedorismo feminino, mas acreditam que com persistência e determinação diariamente vamos quebrando estas desigualdades, mesmo diante das dificuldades.

4.4 Economia e empreendedorismo: Dificuldades diante a Pandemia do COVID-19

A maioria das mulheres participantes do estudo acredita que é possível abrir um negócio, em meio a tanto caos, como no momento em que se encontra a economia mundial, momento este de uma pandemia de saúde. Ressaltam, no entanto, que é preciso ter cautela, afinal os obstáculos está sempre presente e devem ser analisados de maneira minuciosa e de forma planejada para que esta ação traga resultados positivos para o negócio. Além disso, as participantes mencionam que é importante acreditar, ter persistência, satisfação, determinação para serem empreendedoras. A ascensão do empreendedorismo fortalece a sociedade em suas bases, possibilitando a diminuição dos problemas relacionados ao preconceito (ALPERSTEDT, BORGES, & SERAFIM, 2014).

Sendo o empreendedorismo um dos vieses do fortalecimento, empreender em época de crise traz uma dificuldade extra, pois além de todas as questões que envolvem a abertura de um negócio, ainda temos a questão da crise. Neste sentido a entrevistada 8 acredita, que no momento em que estamos vivendo, uma crise mundial por conta da pandemia do COVID-19, a qual marca o contexto histórico da realidade, é difícil manter um empreendedorismo sem que haja organização e estratégias para ultrapassar essas barreiras. As empreendedoras vivenciam um processo contínuo de conquistas e fases aos desafios enfrentados, por isso é relevante discutir sobre empreendedorismo feminino, pois o mesmo desempenha um papel relevante para a economia do país e das regiões.

Assim a última questão trata justamente da questão da autoconfiança e da autoestima no desempenho profissional do exercício do empreendedorismo feminino.

4.5 Autoconfiança e autoestima: Desempenho profissional

As participantes do estudo concordam que a autoconfiança e a autoestima precisam andar juntas para um melhor desempenho profissional. Assim a entrevistada 3 enfatiza: *“Com certeza. São duas coisas que andam juntas... somos inspirações para a população, então se gostaríamos de atrair clientes, devemos começar por nós”*. Motta e Schmitt (2016) destacam o sentido de autoestima e autoconfiança:

“Autoconfiança e autoestima são conceitos distintos, mas correlatos. Variações positivas em uma geram consequências positivas na outra. Autoconfiança: significa uma auto avaliação positiva das próprias habilidades e competências; e autoestima é simplesmente gostar de si próprio”.

Assim o exercício do empreendedorismo, apoiado em autoconfiança e na autonomia, poderia proporcionar as mulheres o desafio de transformar as dificuldades e insatisfações na geração de satisfação. Neste sentido a Entrevistada 4 destaca que é essencial ter autoconfiança e autoestima considerando ser importante para o desempenho profissional: *“Principalmente a autoconfiança. Acredito que tendo confiança no que faz, tudo acontece”*. São considerados importantes os valores da autoestima e autoconfiança no empreendedorismo e no processo individual na gestão (REGO; CUNHA, 2011). As pessoas que possuem autoestima e confiança em seu trabalho possuem resultados melhores em suas carreiras influenciando diretamente na construção de identidade. (MACHADO, 2003).

A pesquisa demonstrou que independentes do gênero, no Brasil existem dificuldades para ser empreendedor. Muitas vezes estas dificuldades no caso das mulheres são ampliadas em função das outras atividades já mencionadas que as mesmas enfrentam no seu dia a dia. No entanto, para as entrevistas ver o resultado da sua conquista, vale todo o grau de comprometimento. Embora preocupadas com os resultados financeiros e com o desenvolver das suas empresas, sentem-se orgulhosas pelas suas realizações, pelo reconhecimento pessoal, pelo sucesso alcançado, mesmo precisando enfrentar os seus múltiplos papéis.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao passar dos anos as mulheres vem conquistando seu espaço no mundo do trabalho, evoluído ano a pós ano. Com a evolução das mulheres no mercado de trabalho ocorreram transformações, tais como, a ocupação das mesmas em cargos que eram ocupados pelo gênero masculino. Outro aspecto importante é à entrada das mulheres nas universidades. Devido à elevação do nível educacional as mulheres cada vez mais se inserem no desenvolvimento da economia e da sociedade, contribuindo no orçamento familiar.

Além disso, atualmente as mulheres estão ocupando cargos mais elevados nas empresas e no mercado de trabalho, bem como a frente de empresas, que se destacam como uma das opções mais utilizadas por elas. Porém, com todas as transformações conquistadas nos últimos anos, ainda existe a discriminação por gênero, sendo que mesmo as mulheres possuindo as mesmas funções e características profissionais que os homens, ainda em alguns casos continuam recebendo salários menores que os dos homens, mas é interessante destacar, na pesquisa com as 12 participantes, percebe-se que elas percebem estas diferenças e como ainda sendo persistentes e pertinentes, mas não entendem como um entrave para a participação da mulher no mercado de trabalho, ou como empreendedora, abrindo o seu próprio negócio.

Sobre as vantagens em abrir um negócio afirmam que é estimulante à possibilidade de liderar algo que sempre trouxe satisfação em fazer, pois a maioria das participantes considera o seu trabalho um desejo de vida e que isso se torna mais fácil para o empreendedorismo. A mulher é sobre tudo uma pessoa, uma inteligência, uma alma, por isso deve investir a si mesma em uma responsabilidade superior. Em vez disso, parece que faz bem pouco em tal sentido, investe tudo no sexo e na família e basta, essa é a constante que se vê um pouco no mundo todo, (MENEGETTI, 2013).

A relevância do presente estudo sobre o desafio da mulher no mercado de trabalho e suas múltiplas tarefas, foi compreender se ao mesmo tempo estes desafios podem ser uma fonte de inspiração para que outras mulheres possam se espelhar no resultado encontrado contribuindo com a evolução do empreendedorismo feminino.

De acordo com as categorias elencadas no estudo, as mulheres participantes apontam que encontraram dificuldade em relação ao início do empreendimento, o qual necessitava conquistar a confiança do público alvo e estabilização financeira. Outra barreira importante destacada em suas descrições é a conciliação das tarefas diárias e o trabalho, que mesmo organizando as etapas diárias de acordo com a demanda, é difícil conciliar todas as atividades. Consideram, também, importante a autoconfiança e a autoestima para o empreendimento bem sucedido.

Destaca-se a partir das percepções das 12 participantes, que as suas trajetórias nem sempre foram fáceis, principalmente a de conciliar, empresa, casa, família e estudos. As escolhas que estabeleceram de atuação como empresárias, fizeram com que as mesmas assumissem vários papéis e que realizam essas tarefas com garra, mesmo que às vezes algumas delas sentem-se sobrecarregadas, mesmo assim, buscam um planejamento para conciliar vida profissional e vida pessoal, para isso, elas estão adotando estratégias, como a organização dos horários para cada tarefa, tentando conciliar a atividade profissional com as atividades pessoais. Relatam que mesmo com planejamento às vezes as questões profissionais e as pessoais são realizadas ao mesmo tempo, mas é isso mesmo, o exercício do empreendedorismo feminino não é fácil ocorrem perdas e ganhos, mas se você acredita no seu negócio e na sua capacidade vale a pena.

Ser empreendedora pode proporcionar satisfação às mulheres e a auto realização, que pode se refletir na sua autoestima. Assim ter o seu próprio negócio proporciona a satisfação decorrente do fato de que é algo com que elas se identificam. A dedicação e a paixão possibilitam criar e afirmar seus próprios valores, desenvolvendo a sua independência financeira proporcionando o seu desenvolvimento.

Por fim, é necessário destacar que todas as informações e análises realizadas foram feitas a partir das referências bibliográficas estudadas e com a pesquisa realizada a partir de um questionário com 12 mulheres empreendedoras, que atuam em quatro setores diferentes. No entanto, é pertinente apontar as limitações do estudo. Uma das limitações é não ter a possibilidade da participação de uma quantidade maior de empresárias de outros setores, isso ocorre devido à falta de tempo, pois uma quantidade maior de participantes implica em uma disponibilidade maior para a coleta e para a análise das informações. Outro aspecto que pode ser considerado com uma limitação do estudo é não conseguir trazer as percepções dos empreendedores masculinos, o que poderia contribuir com uma visão a partir desta perspectiva.

Este estudo é relevante para a compreensão de como as mulheres estão enfrentando o desafio do mercado de trabalho e suas múltiplas tarefas, mas estas conclusões são válidas para a amostra referida, caso a amostra seja alterada ou o município de pesquisa, é possível que o resultado seja outro. Sugere-se que se ampliem os estudos para que possa explorar as contribuições do empreendedorismo feminino como fonte de inspiração para que outras mulheres possam se espelhar no resultado encontrado.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D. F., BORGES, J., SERAFIM, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, p. 221- 234.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da Finan, v. 3, n. 3, 2012.

ANDREOLI, T. P.; BORGES, W. **A. Empreendedorismo Feminino: Uma Análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de Um Pequeno Negócio**. In: ENCONTRO PARANAENSE DOS ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO (EPEAD). 11., 2007, Paraná. Anais eletrônicos...: Paraná: EPEAD, 2007. Disponível em: < <http://www.administradores.com.br/producao-academica/empreendedorismo-feminino-uma-analise-do-perfil-empreendedor-e-das-dificuldades-enfrentadas-por-mulheres-detentoras-de-um-pequeno-negocio/410/> >

BALTAR, P.; LEONE, E. T. A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro. **Revista brasileira de Estudos Populacionais**, São Paulo, v.25, n.2, p. 233-249, jul/dez. 2008. Disponível em: <https://rebep.org.br/revista/article/view/157>.

BARBOSA, F.C. et al. **Empreendedorismo feminino e o estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe**. 2011. Disponível em: Acesso em: 26 de set. de 2020.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

BERTOLAMI, M.; ARTES, R.; GONÇALVES, P. J.; HASHIMOTO, M; LAZZARINI, S. G. Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero. **Revista de Administração Contemporânea**, v.22, n.3, a.1, 2018.

BIERNACKI, P., & WALDORF, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods & Research*, 10(2), 141-163. doi:10.1177/004912418101000205.

BITTENCOURT, Lyana. Como as mulheres estão ganhando espaço nos negócios. Empoderamento feminino por iniciativas empreendedoras. 2016. Disponível em: <https://exame.com/pme/como-as-mulheres-estao-ganhando-espaco-nos-negocios/>.

COSTA, F. A. Mulher, trabalho e família: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares. **Pretextos - Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas** v. 3, n. 6, jul./dez. 2018.

DORNELAS, José Assis – **Transformando ideias em negócios**. 2ª edição, 2005.

FERNANDES, R. A. S.; DUARTE, K. A. **Empreendedorismo feminino: análise de perfil de mulheres empreendedoras no Brasil**. *Cosmopolita em Ação*. v. 6, n. 2, 2019.

FIGUEIREDO, M. D.; MESQUITA, R.F. **Empreender é coisa de mulher?** A reprodução da norma masculina do empreendedorismo. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO, 34., 2015, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte, 2015. p. 1-14.

FRENCH, M. **A guerra contras as mulheres**. São Paulo: Nova Cultural, 1992.

GIL, Antonio Carlo. **Como elaborar projetos de pesquisa/ Antonio Carlos Gil**. 5. ed.- São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo, 2008.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P. & ARAÚJO, U. P. (2009). Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte. In: **Anais do Encontro da ANPAD**. 33. São Paulo. Disponível em: http://www.anpad.org.br/eventos.php?cod_evento=1&cod_edicao_subsecao=506&cod_evento_edicao=45&cod_edicao_trabalho=10526.

GUAITOLINI, C. C. Maquiagem e sua importância para a beleza. 2011. Trabalho acadêmico (graduação). Universidade Luterana do Brasil, Espírito Santo, 2011.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-**Empreendedorismo/Trabalho**. 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/empreendedorismo/9145-estatisticas-de-empreendedorismo.html?=&t=o-que-e>.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicol. clin.** vol.23 no.1 Rio de Janeiro 2011.

JÚLIO, C. A. **Reinventando você: a dinâmica dos profissionais e a nova organização**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LIMA, G. S.; LIMA, M. S.; TANURE, B. Os Desafios da Carreira da Mulher Executiva no Brasil. **In II Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho**. Curitiba, 15 a 17 de Novembro de 2009. Anais Eletrônicos... Curitiba, 2009. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnGPR387.pdf>.

LONGENCKER, Justin G. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

LONGENECKER, Justin et al. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. Tradução de Maria Lucia G. Leite Rosa. 13. ed. São Paulo: Makron Books, 2007.

MACHADO, H.V. (2003). **A identidade e o contexto organizacional: perspectivas de análise**. RAC, Edição Especial, pp. 51-73.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARX, K. H. ENGELS, F. **A ideologia alemã – Primeiro Capítulo (1845/1846)**. Ridendo Castigat Mores. Versão para eBook eBooksBrasil.com; p.153.

MENDES, Placida. A importância da linguagem do vestuário e a influência da globalização sobre a mesma. 2013. 130 f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Design de Moda). Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2013.

MENEGHETTI, A. **A Psicologia do Líder**. Recanto Maestro: Ontopsicologica, 2008.

MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. Recanto Maestro: Ontopsicologica, 2010.

MENEGHETTI, Antonio. **A feminilidade como sexo, poder, graça**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editrice, 2013.

Motta, Paulo; Schmitt, Valentina. Valores gerenciais, carreiras profissionais e inclusão social. O aprendizado de música clássica em comunidades carentes. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, vol. 15, núm. 2, junho, 2016, pp. 4-23 ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa Lisboa, Portugal.

NOGUEIRA, N. **A participação feminina na segunda guerra mundial**. História hoje, c2020. Disponível em: < <https://historiahoje.com/a-participacao-feminina-na-segunda-guerra/> > Acesso em 12 de jan. de 2021.

OPAS, Organização Pan-Americana da Saúde (OMS). **Folha informativa sobre COVID-19**. 2019. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>.

PRÁ, J. R. Diferentes olhares sobre o empoderamento das mulheres. **Inc.Soc.**, Brasília, DF, v.11 n.2, p.1-132, jan./jun. 2018.

PROBST, E. R.; RAMOS, P. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Instituto Catarinense de Pós-Graduação v.1, n.1, p.1-8, 2013. Disponível em: https://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/artigo_jan_gen_a_evolucao_da_mulher_no_mercado_de_trabalho.pdf.

REGO, A. e CUNHA, M. (2011), **Liderança: A Virtude Está no Meio**. Actual Editora, Lisboa.

ROBERT HALF. **Maioria das brasileiras interrompe a carreira após a maternidade**. 22 de novembro, 2013.

RODRIGUES, Júlia de Arruda. **A construção histórica e cultural do gênero feminino e a valorização do trabalho da mulher**. 2012. Disponível em: www.ufpb.br/evento/ti/ocs/ Acessado em 20 set.2021.

RUSSEL, J.E.A., RUSH, M.C. e HERD, A.M. (1989) An exploration of women's expectations of effective male and female leadership, **Sex Roles**, 18 (5/6): 279-287.

SCHLEMM, M. M.(2007). **Empreendedorismo no Brasil**. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Paraná.

SEBRAE, Impacto da Covid-19 nos Pequenos Negócios. Boletins referentes ao impacto da pandemia nos pequenos negócios. Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/impacto-da-covid-19-nos-pequenos-negocios,bc9c106593cb5710VgnVCM1000004c00210aRCD> , > Acesso em jun. de 2021.

SEBRAE. Internet site: <http://www.sebrae.com.br/>. Portal Brasil, internet site: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012> IBPT – **Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário**, internet site: <https://www.ibpt.org.br/img/uploads/novelty/estudo/701/CausasDeDesaparecimentoDasMicrosEPequenasEmpresas.pdf>, 2013.

SILVA, M. S.; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. **Características do empreendedorismo feminino no Brasil**. Revista Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, v.13, n.2, p.150-167, 2016.

SIMÕES, Katia. **Mulheres empreendedoras**. O que aprender com elas. Ed. 293, 2013. Online. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI81767-17166,00-MULHERES+EMPRENDEDORAS+O+QUE+APRENDER+COM+ELAS.html>

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba. **Revista Administração da USP**, v. 49, n. 1, 2014.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de pesquisa**. 2. ed. 2011. Disponível em: http://arquivos.eadadm.ufsc.br/EaDADM/UAB3_20132/Modulo_1/Metodologia_Pesquisa/material_didatico/Livro-texto%20metodologia.PDF.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 2, 41, 43, 45, 55, 65, 68, 74, 75, 86, 87, 99, 100, 121, 122, 126, 128, 131, 133, 134, 137, 147, 148, 154, 158, 159, 180, 181, 182, 183, 184, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 203, 204, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 216, 231, 235, 236, 237, 242, 246, 247, 248, 249, 250, 252, 253, 261, 262, 263, 275, 276, 277, 278, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 295, 307

Adolescentes 213, 214, 256

Autoestima 44, 158, 159, 163, 173, 174, 178, 179, 180, 240, 246

B

Branding 1, 3, 4, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 22

Brasil 1, 2, 10, 15, 19, 21, 28, 30, 55, 62, 63, 64, 68, 73, 74, 75, 92, 93, 96, 97, 98, 99, 107, 115, 120, 121, 124, 125, 126, 131, 132, 133, 134, 138, 139, 144, 145, 148, 149, 150, 152, 153, 154, 161, 163, 171, 172, 174, 178, 181, 182, 183, 192, 210, 214, 222, 224, 231, 242, 243, 247, 249, 250, 263, 264, 265, 268, 269, 276, 277, 279, 287, 289, 290, 291, 295, 299, 300, 305, 306

C

Ciclo de vida dos produtos 88, 89, 93, 97, 99

Competência 75, 128, 142, 197, 198, 203, 205, 217, 268, 295, 300

Conhecimento 2, 15, 17, 23, 25, 28, 41, 42, 43, 49, 65, 104, 105, 106, 115, 119, 124, 125, 136, 138, 142, 144, 145, 146, 147, 160, 167, 172, 173, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 195, 197, 198, 202, 208, 214, 215, 216, 217, 219, 220, 221, 222, 223, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 233, 249, 250, 267, 281, 296

Conselho municipal 248, 249, 255, 264, 265

Cooperativa 64, 100, 102, 108, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 117, 118, 119, 120, 122

Covid-19 10, 126, 148, 162, 174, 177, 182, 183, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292

Crédito 30, 100, 101, 102, 106, 108, 109, 110, 111, 112, 119, 120, 121, 123, 125, 301, 302, 303, 304, 305

Cultura 3, 12, 13, 15, 19, 20, 21, 42, 43, 55, 65, 75, 104, 105, 106, 107, 109, 111, 115, 116, 120, 121, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 162, 166, 189, 192, 197, 198, 209, 210, 212, 249, 252, 255, 263

D

Declínio 91, 137, 139, 141, 274, 275

Descarte 88, 89, 93, 94, 96, 97

Desempenho 7, 9, 44, 75, 86, 112, 124, 125, 126, 127, 128, 132, 133, 134, 135, 136, 164, 174, 178, 198, 236, 237, 242, 269, 273, 275, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 305, 307

Desperdício 76, 78, 79, 81, 82, 83, 85, 95, 274

E

Educação 21, 75, 119, 150, 151, 159, 164, 172, 200, 206, 210, 213, 214, 215, 216, 217, 219, 220, 221, 222, 223, 226, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 248, 249, 250, 252, 255, 263, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 280, 285, 286, 302, 307

Eficiência 14, 107, 108, 133, 143, 145, 146, 165, 166, 203, 204, 238, 242, 252, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 283, 293, 294, 297, 299

Empreendedorismo 121, 134, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 158, 162, 163, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 183, 249, 255

Empresa 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 58, 59, 64, 66, 67, 68, 73, 74, 78, 79, 81, 85, 88, 90, 94, 102, 103, 104, 105, 106, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 119, 120, 125, 129, 130, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 152, 159, 161, 162, 167, 170, 175, 179, 189, 195, 197, 198, 199, 203, 208, 209, 211, 214, 241

Escola 75, 122, 161, 193, 199, 206, 207, 213, 214, 217, 219, 220, 221, 222, 228, 229, 230, 232, 233, 234, 270, 271, 280, 307

Estratégia 2, 5, 11, 15, 23, 25, 41, 43, 62, 64, 65, 66, 67, 74, 75, 102, 107, 111, 112, 117, 120, 126, 133, 134, 147, 154, 192, 217, 222, 279, 283, 307

F

Família 18, 24, 33, 34, 60, 137, 138, 154, 158, 161, 162, 164, 165, 172, 174, 176, 179, 181, 183, 217, 221, 222, 224, 233

Finanças 41, 148, 207, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 229, 230, 231, 232, 276

Franchising 125, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134

Franquias 124, 125, 126, 127, 129, 132, 134, 135

G

Gastos 147, 193, 213, 214, 219, 226, 227, 234, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277

Gestão 10, 12, 16, 18, 30, 39, 40, 42, 43, 44, 54, 55, 59, 61, 62, 64, 65, 68, 69, 71, 73, 74, 75, 86, 94, 95, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 112, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 131, 132, 134, 135, 136, 137, 138, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 158, 170, 178, 180, 181, 182, 183, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 204, 211, 212, 214, 215, 216, 218, 223, 231, 232, 237, 245, 246, 252,

254, 260, 261, 262, 266, 267, 268, 269, 270, 275, 276, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 291, 292, 296, 307

Governança 148, 264, 267, 268, 276, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 285, 287, 288, 289, 290, 291, 292

Governo Federal 236, 249, 301, 302

I

Inovação 17, 19, 36, 37, 38, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 136, 144, 147, 148, 162, 198, 199, 210, 283, 296, 298, 307

Input 266, 270, 271, 274, 290

Internet 12, 16, 18, 32, 62, 63, 64, 65, 67, 68, 69, 73, 74, 75, 107, 183, 213, 221, 222, 230, 233

L

Linha de produção 76, 77

Logística reversa 88, 89, 90, 93, 94, 97, 98, 99

M

Mercado de trabalho 149, 150, 151, 152, 153, 154, 158, 159, 160, 161, 162, 164, 165, 168, 169, 171, 172, 174, 177, 178, 179, 180, 182, 214, 255, 256, 291

Missão 19, 24, 41, 42, 49, 53, 54, 128, 130, 143, 243

Mulher 33, 151, 152, 153, 154, 158, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 171, 176, 177, 179, 180, 181, 182, 183, 303

N

Networking 62, 63, 66, 69, 70, 72, 73, 75

O

Organização 5, 6, 7, 16, 22, 29, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 53, 54, 55, 65, 66, 68, 70, 102, 104, 105, 106, 109, 110, 116, 117, 121, 127, 128, 132, 135, 137, 139, 141, 143, 144, 145, 146, 147, 149, 152, 176, 177, 179, 182, 189, 190, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 199, 203, 204, 205, 207, 208, 212, 216, 217, 238, 244, 246, 256, 285, 287, 291

Outputs 266, 270, 271, 274

P

Pandemia 10, 20, 114, 126, 162, 174, 177, 183, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 287, 288, 289, 291

Paradigma interpretativista 184, 185, 187, 188, 191

Participação 5, 22, 63, 72, 91, 116, 118, 119, 160, 167, 179, 180, 182, 189, 197, 204, 219, 220, 240, 248, 249, 250, 251, 253, 254, 255, 256, 259, 261, 262, 263, 264, 268, 279

Planejamento 6, 8, 21, 22, 30, 40, 41, 43, 55, 65, 66, 68, 69, 70, 73, 87, 102, 103, 111, 112, 114, 117, 123, 127, 128, 132, 135, 147, 148, 170, 172, 176, 179, 183, 203, 204, 209, 214, 215, 219, 221, 225, 226, 231, 242, 255, 276, 284, 288, 290, 291, 296

Processo 5, 8, 9, 10, 17, 23, 26, 31, 34, 35, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 78, 79, 81, 82, 88, 90, 96, 99, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 110, 111, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 127, 128, 132, 135, 136, 140, 142, 143, 146, 149, 153, 162, 173, 177, 178, 186, 187, 188, 189, 190, 194, 195, 196, 198, 199, 204, 206, 208, 209, 210, 212, 217, 235, 236, 242, 245, 246, 249, 250, 251, 253, 262, 263, 264, 267, 268, 270, 279, 282, 283, 288, 294, 296, 297, 298, 300

Produção enxuta 76, 77, 78, 79

Produtividade 43, 54, 76, 77, 82, 83, 85, 183, 203, 210, 235, 236, 240, 242, 246, 296, 303

Prosperidade 5, 10, 137, 302

Provedores regionais 62, 63, 64, 67, 68, 73

R

Reciclagem 88, 89, 90, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99

Relações públicas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 19, 20, 21, 22, 24, 26, 29

S

Satisfação 7, 9, 11, 17, 24, 26, 28, 39, 40, 44, 45, 46, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 59, 60, 100, 107, 109, 128, 136, 146, 158, 159, 163, 171, 172, 177, 178, 179, 180, 200, 201, 202, 203, 208, 209, 210, 211, 214, 218, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 283, 293, 299

Servidor público 235, 237, 242, 293, 294, 297, 298, 299, 300

Startup 1, 3, 4, 14, 17, 22, 23, 26, 33

T

Trabalho 1, 2, 3, 4, 14, 17, 18, 20, 24, 25, 26, 29, 31, 32, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 59, 60, 61, 62, 64, 76, 77, 78, 79, 81, 86, 90, 100, 106, 109, 110, 115, 116, 117, 120, 124, 126, 128, 131, 146, 147, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 186, 187, 194, 195, 196, 197, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 206, 208, 209, 211, 212, 214, 218, 228, 230, 231, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 252, 255, 256, 267, 291, 293, 295, 298, 301, 302, 304

Transparência 38, 68, 108, 116, 242, 264, 265, 268, 278, 281, 285, 288, 290, 292

V

Valor 1, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 29, 30, 32, 34, 38, 43, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 60, 71, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 89, 97, 99, 105, 106, 108, 112, 113, 117, 118, 119, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 147, 153, 165, 173, 175, 195, 197, 198, 217, 224, 227, 240, 264, 269, 270

Visão 5, 15, 24, 26, 41, 64, 69, 105, 110, 112, 130, 141, 143, 160, 165, 166, 171, 173, 180, 184, 185, 186, 188, 189, 190, 191, 195, 216, 219, 243, 245, 267, 292, 299



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos 2

🌐 www.atenaeditora.com.br

✉ contato@atenaeditora.com.br

📷 @atenaeditora

📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos 2

🌐 www.atenaeditora.com.br

✉ contato@atenaeditora.com.br

📷 @atenaeditora

📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br