

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

Luciana Schuchter Soares

**Empreendedorismo Feminino: Uma análise sob a ótica do Objetivo de
Desenvolvimento Sustentável 4 da ONU**

JUIZ DE FORA

2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

Luciana Schuchter Soares

**Empreendedorismo Feminino: Uma análise sob a ótica do Objetivo de
Desenvolvimento Sustentável 4 da ONU**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Administração. Área de concentração: Gestão, Tecnologias e Processos Organizacionais.

Orientador: Prof. Dr. Danilo de Oliveira Sampaio

JUIZ DE FORA

2024

Luciana Schuchter Soares

**Empreendedorismo Feminino: Uma análise sob a ótica do Objetivo de
Desenvolvimento Sustentável 4 da ONU**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Administração. Área de concentração: Gestão, Tecnologias e Processos Organizacionais.

Aprovada em 19 de março de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Danilo de Oliveira Sampaio - Orientador
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dra. Caissa Veloso e Sousa
Centro Universitário Unihorizontes - MG

Prof. Dra. Cintia Loos Pinto
Universidade Federal de Juiz de Fora

Dedico este trabalho à minha família, principalmente aos meus filhos, Lucas e Heitor, ao meu Pai e à minha Mãe (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus, pela força em todos os momentos.

À CAPES, por proporcionar condições financeiras através da bolsa de estudos.

Agradeço ao coordenador do curso, Professor Dr. Victor Paradela, pelo carinho e atenção, e a todos os professores do PPGA, que sempre foram acessíveis e presentes.

Agradeço aos meus colegas do mestrado pela colaboração e amizade.

Agradeço ao meu marido, por ajudar com as crianças, e à minha irmã Mariana, à minha sobrinha Isabela, pela ajuda nas transcrições e correções em português e inglês.

Agradeço de forma especial ao meu orientador Dr. Danilo de Oliveira Sampaio, pela paciência, atenção e comprometimento com o estudo. Direciono a ele a seguinte frase: “O bom professor explica. O professor superior demonstra. O grande professor inspira.” (William Arthur Ward). Obrigada pela inspiração, professor!

RESUMO

A trajetória feminina tem sido marcada por transformações sociais, econômicas e políticas, em direção à igualdade de participação. A busca pela igualdade e conhecimento não pertence só às mulheres, mas envolve a todos, ao promover uma sociedade inclusiva, equitativa e justa. O objetivo dessa dissertação é analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica das métricas do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), visando mostrar o impacto do conhecimento e da formação para os negócios. A pesquisa foi realizada na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais. O tema mostra-se relevante e atual, sendo pauta nas agendas políticas e de mercado. A metodologia de pesquisa é do tipo descritiva, de natureza qualitativa, com base em um roteiro semiestruturado, aplicado via entrevistas individuais e presenciais com 25 mulheres registradas no cadastro de microempreendedor individual (MEI). O referencial teórico está estruturado em quatro partes: 1) empreendedorismo no Brasil e empreendedorismo feminino; 2) formação e cultura para empreender; 3) desenvolvimento sustentável e 4) Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4. Como resultado identificaram-se, com base na percepção das entrevistadas que a vontade de empreender e melhorar a qualidade de vida da família faz o resultado buscado ser otimizado e incentiva a busca por todos os outros conhecimentos envolvidos na ODS-4, a busca pela inovação, a busca pela formação adequada, a busca por meios através de créditos e a busca por desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; ODS-4; educação de qualidade, desenvolvimento sustentável; microempreendedor individual (MEI)

ABSTRACT

The female trajectory has been marked by social, economic, and political transformations, towards equal participation. The search for equality and knowledge does not belong only to women, but involves everyone, by promoting an inclusive, equitable and fair society. The objective of this dissertation is to analyze female entrepreneurship from the perspective of the metrics of Sustainable Development Goal 4 of the United Nations (UN) 2030 Agenda, aiming to show the impact of knowledge and training for business. The research was carried out in the city of Juiz de Fora, in Minas Gerais. The topic appears to be relevant and current, being on political and market agendas. The research methodology is descriptive, qualitative in nature, based on a semi-structured script, applied via individual and face-to-face interviews with 25 women registered in the individual microentrepreneur register (MEI). The theoretical framework is structured into four parts: 1) entrepreneurship in Brazil and female entrepreneurship; 2) training and culture to undertake; 3) sustainable development and 4) Sustainable Development Goal 4. As a result, based on the interviewees' perception, they identified that the desire to undertake and improve the family's quality of life makes the sought result optimized and encourages the search for all other knowledge involved in SDG-4, the search for innovation, the search for adequate training, the search for means through credits and the search for sustainable development.

Keywords: Female entrepreneurship; SDG 4; quality education, sustainable development; individual microentrepreneur (MEI)

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Número de Microempreendedores Individuais (MEIs) em Juiz de Fora (MG)	25
Gráfico 2. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.....	35
Gráfico 3. Etapas para a tabulação do discurso do sujeito	46
Gráfico 4. Categorias de Análise conforme Atlas.Ti.....	51
Gráfico 5. Ocorrência dos motivos que levaram as entrevistadas a empreenderem	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo (Brasil, 2023).....	22
Quadro 2. Dimensões do modelo Triple Bottom Line	32
Quadro 3. Eventos realizados na década de 90 para estudos de ações para preservação	34
Quadro 4. Metas do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 (ODS 4)	37
Quadro 5. Indicadores do ODS 4	39
Quadro 6. Estrutura das entrevistas.....	43
Quadro 7. Participantes.....	45
Quadro 8. Síntese teórica	49

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ONU	Organização das Nações Unidas
ODS	Objetivo de Desenvolvimento Sustentável
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
JUCEMG	Junta Comercial do Estado de Minas Gerais
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	15
1.2	OBJETIVO DA PESQUISA	15
1.2.1	Objetivos específicos	15
1.3	JUSTIFICATIVA	16
2	REFERÊNCIAL TEÓRICO	18
2.1	EMPREENDEDORISMO	18
2.1.1	Políticas e programas de apoio ao empreendedorismo no Brasil	20
2.1.2	Empreendedorismo feminino	21
2.1.3	Empreendedorismo feminino na cidade de Juiz de Fora	23
2.1.4	A legislação do Microempreendedor Individual (MEI)	25
2.2.	TEORIA DE MCCLELLAND: NECESSIDADES ADQUIRIDAS	27
2.3	DISCUSSÕES SOBRE GÊNERO	28
2.4	TEORIA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	30
2.4.1	Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável	33
2.4.2	ODS 4: Educação de qualidade	36
2.5	FORMAÇÃO E CULTURA PARA EMPREENDER	41
3	PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS	42
3.1	PARTICIPANTES	43
3.2	PROCEDIMENTOS DE COLETAS DE DADOS	46
4	ANÁLISE DE DADOS	49
4.1	CATEGORIAS DE ANÁLISE	50
4.1.1	Dados sociodemográficos	52
4.1.2	Motivos para empreender	53
4.1.3	Formação acadêmica e desenvolvimento profissional	56
4.1.4	Planejamento Estratégico e Marketing	59
4.1.5	Discusões sobre gênero	61
4.1.6	Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável	63
4.2	DISCUSSÕES	65
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA	72
	APÊNDICES	80
	APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	80
	APÊNDICE B	82

ROTEIRO SEMIESTRUTURADO PARA ENTREVISTA INDIVIDUAL82

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo no Brasil é um campo fértil e vem como alternativa econômica para a saída da informalidade e obtenção de novas perspectivas. Considerado uma opção viável e promissora para amenizar o desemprego, conforme Gomes, Sanabio e Santos (2006) pois, para os autores, os negócios divergem conforme as vivências e oportunidades da vida de cada indivíduo, dos valores compartilhados, das crenças e algumas variáveis que diferenciam a trajetória profissional de cada um. Discute-se neste estudo que nem sempre os empreendedores têm acesso ao conhecimento gerencial em relação aos negócios. No Brasil, o estudo e a educação sobre as práticas do empreendedorismo são quase uma exclusividade das universidades e de cursos específicos de formação gerencial e profissionalizantes (Casagrande *et al.*, 2022), como aqueles ministrados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Com o intuito de popularizar e difundir o empreendedorismo no país constata-se a necessidade de maior investimento na educação da temática, proporcionando uma integração de metodologias e práticas pedagógicas no ensino empreendedor (Aulet, 2013). Isso pode auxiliar no desenvolvimento das habilidades dos futuros donos de pequenos e médios negócios no Brasil e no fortalecimento da gestão nessas organizações.

Neste cenário de crescente necessidade de conhecimento empreendedor, foram implementados diversos programas com o intuito de promover o empreendedorismo e estimular novos indivíduos a explorarem essa alternativa. Um exemplo é o projeto Escola de Negócios do SEBRAE, iniciado em 2011 em colaboração com o Ministério da Indústria, Desenvolvimento e Comércio Exterior (MDIC), visando à educação corporativa. Paralelamente, o Ministério da Ciência e Tecnologia também lançou um programa de inovação, complementando os esforços de fomento ao empreendedorismo.

Além da importância de promover o ensino do empreendedorismo no Brasil, destacam-se características fundamentais para aspirantes a empreendedores, como o envolvimento empresarial, o reconhecimento das próprias habilidades, a busca pelo aprendizado, o desenvolvimento pessoal e as motivações para iniciar empreendimentos (McClelland, 1961). Para fomentar o desenvolvimento dessas competências, é recomendado um aumento nos investimentos e a implementação de programas

educacionais direcionados ao setor empresarial. Nesse contexto, observa-se um crescente número de organizações fundadas e administradas por mulheres, evidenciando o papel significativo das mulheres como empreendedoras (Scott, 2013).

A história das mulheres e suas conquistas profissionais são reveladoras de importantes transformações sociais e culturais e influenciam a abertura de novos mercados e empregos no Brasil e no mundo. Scott (2013) chama o século XX de “século das mulheres” e menciona a luta pela igualdade entre os sexos, a entrada das mulheres no mercado de trabalho e os direitos por elas conquistados como demonstrações da inserção de valores que envolvem toda a sociedade em um prisma mais democrático entre homens e mulheres, especialmente no campo de trabalho (Scott, 2013; McClelland, 1961).

O Século XXI representa uma era de avanço nos direitos, oportunidades e na qualidade de vida das mulheres. Embora muitas das questões levantadas pelas primeiras vozes do feminismo ainda estejam presentes nas reivindicações contemporâneas, há uma notável distância entre a condição das mulheres em séculos passados e a realidade atual, mesmo em sociedades mais conservadoras.

No contexto brasileiro, a promulgação da Lei N. 14.611/2023 marcou um importante passo em direção à igualdade de gênero. Esta lei visa equiparar os salários de homens e mulheres em cargos dentro das empresas, alinhando-se com um princípio fundamental reconhecido globalmente: a necessidade de considerar homens e mulheres como fontes iguais em termos econômicos e de oportunidades. Embora a igualdade salarial já fosse uma expectativa em muitos lugares, esta lei trouxe consigo uma regulamentação mais clara e rigorosa para garantir essa igualdade, preenchendo lacunas e combatendo discrepâncias salariais injustas que ainda persistiam em alguns setores.

Esta lei tem relevância para o meu trabalho, pois está intrinsecamente ligada à promoção da igualdade de gênero, um tema que está no cerne de muitas discussões sociais e políticas contemporâneas. Como parte de uma sociedade que valoriza a justiça e a equidade, é importante reconhecer e apoiar iniciativas que buscam eliminar disparidades de gênero, tanto no âmbito econômico quanto em outros aspectos da vida social e profissional.

Neste estudo, explorou-se três temas cruciais que emergem das teorias e da pesquisa de campo: o empreendedorismo feminino, o papel das microempreendedoras

individuais e o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável número 4 (ODS 4) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU). Além disso, examinou-se como a educação está integrada a esses aspectos, considerando sua importância para o avanço dessas áreas e para o alcance dos objetivos de desenvolvimento sustentável. As teorias que contribuirão para este trabalho são a de McClelland (1961) - psicólogo que estudou as necessidades de se tornar um empreendedor e o processo evolutivo correspondente, conhecido também pela “Teoria das Necessidades Adquiridas”, e a “Teoria da Sustentabilidade”. Esse trabalho de pesquisa também baseado na obra a *Triple Bottom Line* (TBL) elaborada pelo consultor britânico John Elkington (1994). A este recorte teórico soma-se a percepção dos negócios implementados por mulheres legalmente registradas como microempreendedoras individuais (MEIs). Segundo o SEBRAE (2019), as mulheres movimentam milhões de reais na economia brasileira e com isso geram melhor qualidade de vida nas famílias, fato que justifica a abordagem escolhida.

As fases do empreendedorismo como política pública no Brasil estão relacionadas com a implementação de políticas públicas e mudanças nos processos burocráticos. A Lei Complementar 123/2006¹, conhecida como Lei do Simples Nacional, trouxe benefícios e simplificações para as pequenas empresas, possibilitando maior número de formalizações. Segundo relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2023) - um programa de pesquisa mundial que analisa o nível nacional de atividades empreendedoras e considerado o maior estudo contínuo sobre a dinâmica empreendedora internacional - no Brasil existem 45 milhões de pessoas envolvidas com algum tipo de atividade empreendedora. Neste contexto, as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) se destacam representando mais de 93% dos casos (GEM, 2023).

A representatividade das pequenas empresas e iniciativas empreendedoras para o país e o mundo também fazem parte dos compromissos assumidos internacionalmente pela ONU. O organismo destaca a importância do tema por meio do ODS 4, um dos 17 ODS estabelecidos para se alcançar as metas da denominada Agenda 2030. O fator “educação empreendedora” está presente no quarto objetivo e pode ser útil para pensar a

¹ Instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm

relação entre negócios femininos, ações empreendedoras e desenvolvimento sustentável. Dada a relevância e a atualidade do tema e considerando a importância da ONU, que tem o Brasil como um de seus países-membros, optou-se nesta pesquisa em tratar o tema da educação empreendedora voltada para o empreendedorismo feminino, usando como referência as Microempreendedoras Individuais.

A referência geográfica da pesquisa é a cidade de Juiz de Fora, localizada na região da Zona da Mata de Minas Gerais, com uma população estimada em cerca de 570.000 habitantes. Fundada em 31 de maio de 1850, a cidade tornou-se um importante polo comercial e industrial da região, sendo considerada a quarta maior cidade do estado (Portal PJJ, 2023). No mais, Juiz de Fora apresenta diversas iniciativas que incentivam a criação e o fortalecimento de novos negócios, como a incubadora de empresas do Parque Tecnológico, a Associação Comercial e Industrial, o Centro Regional de Inovação e Transferência de Tecnologia (CRITT) da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), que oferece uma ampla gama de treinamentos para as microempresas, e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Conforme a contextualização do estudo e a proposta desta pesquisa, tem-se o seguinte problema: Como as microempreendedoras individuais percebem a questão do empreendedorismo feminino no contexto da educação adulta com base no ODS 4 da ONU?

1.2 OBJETIVO DA PESQUISA

Para responder ao problema proposto, o objetivo desta dissertação é analisar a percepção das microempreendedoras individuais sobre o empreendedorismo feminino no contexto da educação adulta usando como referência o ODS 4 da ONU.

1.2.1 Objetivos específicos

- Analisar características semelhantes e divergentes no perfil das mulheres empreendedoras, perpassando pela evolução da inserção no mercado como microempreendedoras individuais e os motivos para empreender.

- Verificar o desenvolvimento de cada meta e submeta do ODS-4 em relação à educação adulta, fazendo a análise de 7 categorias de dados levantados na bibliografia e nas entrevistas de 25 participantes enquadradas como MEIs.

1.3 JUSTIFICATIVA

A motivação por trás deste estudo reside na exploração de conceitos e fatores essenciais para a sustentabilidade de pequenos negócios, bem como na análise das perspectivas de diversos autores que se dedicam a esses estudos. Ao fazer uso de uma ampla gama de bibliografia disponível em bases acadêmicas brasileiras e referências internacionais, nosso objetivo é enriquecer o entendimento sobre as práticas e estratégias adotadas globalmente em prol do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável número 4 (ODS 4), com um foco específico em como essas aplicações se relacionam ao contexto do empreendedorismo.

Na justificativa acadêmica, é importante destacar o valor agregado desta pesquisa em relação aos estudos existentes. Isso inclui demonstrar como nosso trabalho oferece uma contribuição única, seja pela abordagem inovadora adotada, pela análise de casos específicos ainda pouco explorados ou pela identificação de lacunas na literatura existente que nossa pesquisa busca preencher. Ao apresentar esses aspectos, destacamos a relevância e a originalidade de nossa investigação dentro do campo acadêmico e prático do empreendedorismo sustentável.

Tendo como referência o Eco Debate² de 2021, evento que levantou as dificuldades para o Brasil atingir as métricas dos ODS (ECODEBATE, 2020), este estudo enfatiza a importância das mulheres e suas microempresas para o desenvolvimento do ODS 4. Por fim, espera-se que os resultados desta pesquisa fomentem discussões a respeito da posição da mulher no Brasil em suas diferentes dimensões.

Do ponto de vista gerencial, o estudo pode ser útil como ferramenta para as empreendedoras e futuras empreendedoras da cidade de Juiz de Fora -MG que desejam iniciar ou adequar seus negócios aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, ao mostrar a clareza sobre a importância do conhecimento técnico e das reciclagens

² Realizado em 31 de julho de 2021 (ECODEBATE, 2020).

periódicas para o negócio. De acordo com Freire (2019), o principal objetivo do conhecimento é alcançar a educação que liberta seres humanos e os inserem na sociedade como forças transformadoras, críticas, politizadas e responsáveis por todas as pessoas que a integram.

Dentre os benefícios sociais da pesquisa está a verificação da aplicação do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4. Nesse aspecto, as métricas selecionadas para o monitoramento do cumprimento do ODS 4 foram: (a) verificar se todas as empreendedoras conseguiram cumprir o Ensino Médio; (b) verificar quantas possuem o Ensino Superior e se seus negócios são compatíveis com a formação; (c) descrever a percepção das empreendedoras sobre a sustentabilidade nos negócios; (d) verificar se essas mulheres desenvolveram as competências técnicas para a atividade empreendedora e se atualizam periodicamente; (e) verificar como é o acesso à educação para elas e seus familiares e; (f) sinalizar se há ou não alguma questão sensível a gênero que impactou a atividade empreendedora. Ademais, a contribuição social deste trabalho está na análise da relação entre o desenvolvimento educacional e o ODS 4 e como isso incide sobre a amostra entrevistada na Cidade de Juiz de Fora - MG.

Como justificativa acadêmica, este estudo utiliza o tripé da sustentabilidade (TBL) como referência para as análises, tratando os aspectos ambiental, social e econômico (Almada e Borges, 2018; Hristov e Chirico, 2019), a busca do bem-estar dos indivíduos independente das diferenças e demais contribuições trazidas pelo autor Jonh Elkington (1994) nos conceitos de TBL, a fim de estimular estudos futuros sobre as temáticas.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

Este capítulo introduz as questões teóricas relevantes para o entendimento da proposta e para a análise dos dados obtidos por meio das entrevistas.

2.1 EMPREENDEDORISMO

As pequenas empresas hoje são sinônimo de crescimento econômico e inovação. Com a capacidade de identificar novas oportunidades, os empreendedores estão sempre buscando lacunas no mercado e maneiras de preenchê-las (SEBRAE, s/d). Empreendedorismo, segundo Schumpeter (1988), é um processo de “destruição criativa” através do qual produtos ou métodos de produção existentes são desfeitos e substituídos por novos. Já para Dolabela (2006), o termo corresponde a um processo de transformar sonhos em realidade e riqueza. Para Drucker (1987), o trabalho específico do empreendedor numa empresa é fazer dos negócios de hoje uma previsão para o futuro, transformando-os em uma oportunidade diferente. David McClelland (1961), por sua vez, aponta que o empreendedorismo está associado à necessidade de cada pessoa e a constante busca por realização.

A palavra empreendedorismo é caracterizada como uma qualidade ou característica de quem realiza empreendimento e provém do francês “*entrepreneur*”, termo associado à época a características de aventura e desbravamento de Marco Polo - primeiro europeu a chegar na China (Cardozo e Barbosa, 2005). O empreendedor é um agente reflexivo engajado em uma ação proposital na qual ele desenvolve e descobre a oportunidade (Neil *et al.*, 2020). Dessa forma, ele organiza e reorganiza mecanismos socioeconômicos com o objetivo de transformar situações e recursos para proveito prático, influenciando voluntária e involuntariamente o contexto (Silva *et al.*, 2018).

Sampaio (2016), ao abordar a aprendizagem empreendedora na incubadora de base tecnológica do CRITT/UFJF, mostra a importância do empreendedorismo e da inovação garantida por meio da oferta de atividades de ensino, pesquisa e extensão gratuitos, em sua maioria, para as empresas da cidade de Juiz de Fora. Segundo a ONU (2023) o efeito catalisador do empreendedor pode ser visto como uma forma de ação envolvendo gerenciamento de riscos, com a percepção voltada para mudanças ambientais cada vez mais dinâmicas, que utilizam, através da análise de oportunidades, os recursos

disponíveis para a busca de uma posição competitiva favorável para se atingir objetivos almejados previamente definidos (ONU, 2023; Sampaio, 2016).

No Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4, selecionado para o direcionamento dessa pesquisa, o conceito de empreendedorismo é entendido como a disposição ou capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços, negócios. Essa definição engloba ainda a implementação de novos serviços e produtos buscando inovação com riscos calculados (ONU, 2003). Considerando estas definições, pode-se dizer que o empreendedorismo em pequenas empresas também apresenta desafios únicos. Muitas vezes os recursos financeiros deste tipo de empreendimento são limitados, tornando difícil o acesso a capital e aos investimentos necessários para o crescimento. Além disso, a competição no mercado pode ser intensa, exigindo que os empreendedores sejam criativos na diferenciação de seus produtos e serviços (McClelland, 1961).

Dados recentes mostram que o empreendedorismo cresce proporcionalmente em resposta ao índice de falta de trabalho em regime celetista. Conforme o jornal local, Estado de Minas³ (2023), a taxa de empreendedorismo potencial, composta por cidadãos que não têm um negócio, mas pretendem abrir uma empresa em até três anos, teve um incremento de 75%, passando de 30%, em 2019, para 53%, em 2020 - ano que o mundo enfrentou a pandemia do COVID-19. Segundo a GEM (2023), abrir um negócio não só leva o indivíduo a obter recursos para suprir suas necessidades, mas impulsiona sua reintegração à sociedade.

A instabilidade político-econômica junto ao índice de desemprego gera, para grande parcela da população, um incentivo na busca pelo empreendimento e formalização próprios. Deste modo, a criação da categoria de Microempreendedores Individuais (MEI), complementada por um regime fiscal diferenciado, incentiva e favorece os pequenos negócios⁴. O empreendedorismo, então, é parte imprescindível no processo de criação inovadora. Mas para que isso ocorra plenamente é preciso haver disponibilidade financeira, esforço, dedicação e coragem de assumir riscos para que no final o

³ Estado de Minas é um jornal brasileiro pertencente aos Diários Associados que começou a circular em 1928. É um dos mais importantes jornais impressos do estado de Minas Gerais.

⁴ Estes dados podem ser aprofundados no GEM 2023 (*Global Entrepreneurship Monitor*) fornecido pela *London Business School*, da Inglaterra, e no *Babson College*, dos Estados Unidos, que publicam um estudo contínuo global sobre a dinâmica empreendedora em mais de 80 países.

empreendedor obtenha satisfação e êxito nos negócios (McClelland, 1961; Schumpeter, 1985; Sampaio, 2016).

No caso da MEI, a questão da disponibilidade financeira é certamente algo à qual cabe uma reflexão aqui. Aquele trabalhador informal que abre a sua MEI não possui essa disponibilidade financeira. Os autores clássicos do empreendedorismo aqui mencionados estão dialogando sobre o empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento econômico por meio da inovação, enquanto que na realidade brasileira, fala-se, muitas das vezes, do empreendedorismo como MEI para sobrevivência diante do desemprego.

2.1.1 Políticas e programas de apoio ao empreendedorismo no Brasil

Grande parte das mulheres brasileiras busca diversificar os meios para garantir o seu sustento e o de suas famílias. Para isso, elas colocam em prática seus conhecimentos empreendedendo com base em três pilares: familiar, cultural e regional (Rede Mulher Empreendedora, 2019). Muitas destas mulheres, porém, permanecem na informalidade. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no Brasil existem cerca de 24 milhões de mulheres empreendendo, com mais de 2/3 trabalhando informalmente, o que constitui a sétima maior proporção de mulheres entre empreendedoras iniciais no mundo (IBGE, 2022).

Para muitas mulheres que estão fora dos sistemas econômico e produtivo formais, o empreendedorismo por necessidade pode viabilizar um momento difícil. Esta forma de enxergar o empreendedorismo e o que representa em uma das faces de poder e dominação, conforme exposto no XLVI Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD)⁵. O evento mostrou que, em muitos casos, as mulheres mobilizam recursos institucionais e influências familiares, sociais e financeiras para constituir novas atividades empreendedoras.

Assim, as hipóteses deste estudo indicam, ainda, o empreendedorismo como estratégias para a falta de oportunidades de emprego, a discriminação por gênero em determinadas áreas de atuação e variações geográficas em regiões do país como fatores que impactam a atividade empreendedora das mulheres. Como dificuldades e fatores que incidem sobre as empreendedoras estão: a dificuldade em conseguir crédito em instituições financeiras, conciliação entre trabalho e família, a necessidade de se

⁵ Realizado entre 21 e 23 de setembro de 2022.

formalizar diante de um sistema (INSS) que garanta o mínimo no caso de uma doença ou gestação, a necessidade de renda adicional e complemento de orçamento e as crises econômicas que surgem trazendo instabilidades, como, por exemplo, a pandemia do COVID-19. Enfim, é possível dizer que a necessidade gera a resiliência e a busca por novos sonhos e oportunidades.

2.1.2 Empreendedorismo feminino

As mulheres assumem papéis múltiplos, tentando compor a vida familiar, social e de trabalho. No que tange às oportunidades de trabalho, o esforço das mulheres no Brasil está associado ao fator renda e à independência financeira (Maia, 2022). Os papéis atribuídos às mulheres pela sociedade, ao longo da história, se transformaram na medida em que mudanças na conjuntura sociopolítica aconteceram. Dolabela (2006) escreve que o meio ambiente social interfere no valor empreendedor. Para o autor, o empreendedor é um produto do meio em que vive.

Esta movimentação foi vista inicialmente após a Revolução Industrial, que desencadeou o aumento da quantidade de mulheres empregadas no trabalho fabril – embora houvesse grande distinção entre homens e mulheres em relação ao tempo da jornada de trabalho e, especialmente, à remuneração (Amorim e Batista, 2012). Nos Estados Unidos, durante a Primeira e, principalmente, a Segunda Guerra Mundial, houve escassez de força de trabalho masculina devido à sua participação nos conflitos bélicos. Assim, foi necessária a implementação de mão de obra feminina no mercado de trabalho (Diemer e Moraes, 2020).

Nesse período, o número de mulheres empregadas foi ampliado em larga escala. Contudo, quando a guerra chegou ao fim no ano de 1945, a predominância masculina no mercado de trabalho retornou, o que resultou no desprezo de grande parcela da mão de obra feminina, levando muitas mulheres a regressar para o trabalho doméstico não remunerado – que sequer é reconhecido como trabalho. Esta cultura se espalhou pelo mundo e, com isso, os movimentos feministas ganharam força reivindicando a equidade de direitos entre mulheres e homens, tanto em âmbito trabalhista, quanto político e social (Diemer e Moraes, 2020; Federici e Valio, 2020). Ao mesmo tempo, esses movimentos buscavam desconstruir a ideia disseminada no tecido social acerca da existência de papéis sociais que deveriam ser desempenhados de acordo com o gênero do ser humano. À vista

disso, as portas para o empreendedorismo feminino começaram a se abrir (Federici e Valio, 2020).

No Brasil, as mulheres ingressaram de modo mais significativo no mercado de trabalho ao longo da década de 1970. Já na década de 1980, a visibilidade feminina foi ampliada dentro do movimento sindical através do nascimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora da Central Única dos Trabalhadores (CUT) (Amorim e Batista, 2012). Uma pesquisa do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) mostrou que, em 2007, as mulheres empreendedoras atuavam mais no comércio varejista, que representava 37% do total, seguido pela indústria de transformação, com 27% e, por fim, na indústria da atividade de alojamento e alimentação, com 14% (Amorim e Batista, 2012).

Já no ano de 2009, segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), entre 18,8 milhões de empreendedores com menos de 42 meses de existência, 53% eram mulheres (GEM, 2012). Em 2019, o SEBRAE apontou que aproximadamente 24 milhões de brasileiras desempenhavam alguma atividade empreendedora (SEBRAE, 2019).

O estudo e a especialização são ferramentas de desenvolvimento profissional que, na maioria das vezes, estão acopladas à dupla jornada enfrentada pelas mulheres (Maia, 2022). Segundo o SEBRAE, em 2018, o Brasil alcançou a sétima posição entre os países com maior proporção da participação feminina no empreendedorismo, à frente de países como Espanha, Canadá e Estados Unidos. Porém, no mesmo ano, a estimativa brasileira era de que havia 28 milhões de homens empreendedores contra 24 milhões de mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2019). Relatório publicado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) mostra a taxa de empreendedorismo total (TTE) da população empreendedora e a distribuição de atividades, conforme o CNAE.

Quadro 1. Distribuição percentual das atividades dos empreendedores segundo o sexo (Brasil, 2023)

ATIVIDADES DOS EMPREENDEDORES			
Masculino	%	Feminino	%
Serviços especializados para construção	11,0	Serviços domésticos (diaristas, cuidadores de crianças e idosos, jardineiros, camareiros, caseiros, cozinheiros etc.)	13,7

Restaurante e outros estabelecimentos de serviço de alimentação e bebidas	8,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	10,7
Manutenção e reparação de veículos automotores	7,7	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	10,1
Obras de acabamento	3,7	Serviços de catering, buffet e outros serviços de comida preparada	8,5
Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	3,4	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	7,5
Transporte rodoviário de taxi	3,2		
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2,9		
Serviços de catering, buffet e outros serviços de comida preparada	2,7		
Transporte rodoviário de carga	2,6		
Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns	2,5		
Serviços ambulantes de alimentação	2,4		
Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2,2		
Outras atividades	47,8	Outras atividades	49,5

Fonte: Adaptado de GEM (2023). Elaboração da autora.

Os dados são de 2023, último relatório publicado pelo GEM mostram que, dentre as mulheres brasileiras, entre 2019 e 2022, aproximadamente 50% exerciam trabalhos voltados para as áreas de cuidado e atividades domésticas. Com isso, verifica-se uma baixa representatividade feminina na política, na engenharia, na ciência, na tecnologia, nos próprios negócios e em cargos públicos, tais como juízas, por exemplo.

2.1.3 Empreendedorismo feminino na cidade de Juiz de Fora

Atualmente estima-se que há cerca de 20 milhões de mulheres em alguma atividade empreendedora no Brasil. No entanto, elas geralmente iniciam seus negócios

com atividades de pequeno porte, fator que gera uma proporção menor de mulheres empregadoras. Das pequenas empreendedoras, apenas 19% possuem sócios (SEBRAE, 2019).

A cidade de Juiz de Fora foi batizada como Caminho Novo pela coroa portuguesa para facilitar o escoamento do ouro (Portal PJJ, 2023). O ouro extraído era levado até o Porto do Rio de Janeiro o que tornou essa atividade fundamental para o desenvolvimento de Juiz de Fora, devido à proximidade com a capital. Na cidade mineira foi construída a primeira hidroelétrica de grande porte da América do Sul, fato que tornou Juiz de Fora um pólo industrial e, desde então, uma região de destaque nos empreendimentos (Portal PJJ, 2023)

Em Juiz de Fora, pode-se citar a grande participação das mulheres nas empresas, sobretudo na indústria têxtil, motivada pelas mudanças trazidas para a melhoria de vida, como aconteceu na maior parte do país após a Revolução Industrial (Diemer e Morais, 2020). Porém, as mulheres suportavam à precariedade nas relações de trabalho, como jornadas excessivas, terceirizações, atenção dividida com a família, principalmente quando tinham mais filhos. Esses fatores trouxeram as mulheres para o empreendimento individual (Biasoli, 2016). Hoje, as novas relações de trabalho, cada vez mais sofisticadas, exigem competências flexíveis, criatividade e inovação. Por isso, faz-se necessário o estímulo a novos estilos de liderança e comunicação com o cliente e o desenvolvimento de valores de engajamento pessoal e sustentável (SAMPALIO, 2016).

A escolha da cidade de Juiz de Fora, localizada no interior de Minas Gerais, como foco de análise se justifica pela relevância populacional da cidade, dado que ela é a 36ª mais populosa do país e é parte do eixo industrial estatal e nacional. Domingues e Marques (2019)⁶, ao analisarem a Cidade de Juiz de Fora – MG, revelaram a existência de mulheres que empreenderam sonho, por continuidade de negócios na família, mas a maioria alegou a necessidade de prover sustento da família (Domingues e Marques, 2019).

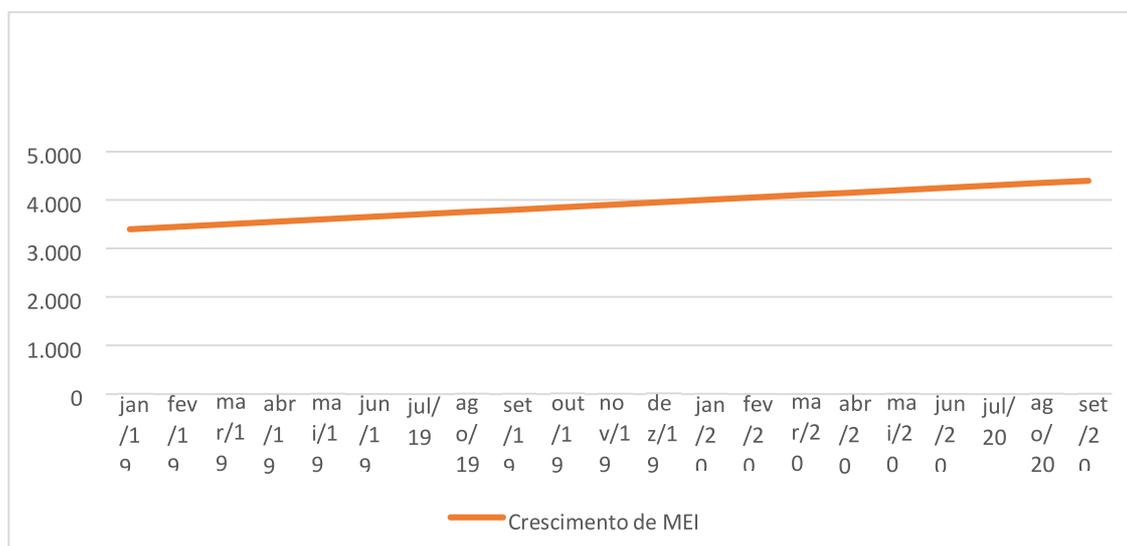
⁶ Neste trabalho, os autores destacam, ainda, que a maioria das entrevistadas possuem união estável ou estado civil casada e possuem ensino superior. As entrevistas foram aplicadas na região central da cidade.

2.1.4 A legislação do Microempreendedor Individual (MEI)

O MEI (Microempreendedor Individual) é uma classificação de empreendedorismo formalizado com faturamento de até R\$81.000,00 (2022)⁷. Em 2023, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) mensurou cerca de 15,4 milhões de MEIs registrados no país. Se aprovada a nova proposta de faturamento, mais 470 mil empresas poderão ser enquadradas nesse regime que confere maior facilidade aos empresários, devido à redução de impostos, o que pode gerar, consequentemente, um maior número de empregos.

A formalização do MEI é simples e pode ser realizada pelo Portal do Empreendedor. Com o Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) é possível fazer o registro que garante o acesso a benefícios previdenciários. Conforme relatório da JUCEMG (Junta Comercial do Estado de Minas Gerais), em 21 de fevereiro de 2023, a formalização das atividades de MEI cresceu 22% de 2021 para 2022 em Juiz de Fora (Gráfico 1).

Gráfico 1. Número de Microempreendedores Individuais (MEIs) em Juiz de Fora (MG)



Fonte: adaptado de JUCEMG (2023)

O Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte foi publicado em dezembro de 2006 por meio da Lei Complementar N.123 e da sua

⁷ Em agosto de 2023, o Ministério de Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) apresentou uma proposta para a ampliação do limite anual de faturamento dos MEIs para R\$144.900,00. O texto ainda precisa de aprovação do Congresso Nacional. Esta proposta inclui ainda uma adaptação do MEI às mudanças tributárias e operacionais para transitar ao novo porte empresarial (Agência Brasil, 2023).

sucessora, a Lei Complementar N. 128⁸ de dezembro de 2008, que passou a ser conhecida como Lei do Microempreendedor Individual – Lei do MEI (Campanha *et al.*, 2017). Este projeto de lei foi reformulado novamente em 2021, por meio da Lei Complementar N.188, promulgada durante a pandemia de COVID-19, para oferecer condições para os trabalhadores informais abrirem um CNPJ e se tornarem MEIs.

Esse processo facilitou transações, permitiu a abertura de linhas de créditos para MEIs, a emissão de notas fiscais e a isenção de imposto de renda (IR). A modificação também concedeu a participação no Programa de Integração Social – PIS, a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS, a cobrança do Imposto Sobre Produtos Industrializados – IPI e a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido – CSLL. Os valores vigentes para o exercício de 2024 são: R\$ 70,60 para o MEI em geral (5% do salário mínimo), e de R\$ 158,40 para R\$ 169,44 para o MEI caminhoneiro (12% do salário mínimo). Estes valores são destinados à Previdência Social e ao Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS ou ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISS.

No mais, os Microempreendedores Individuais (MEIs) podem contratar, em regime celetista, uma pessoa para colaborar em suas atividades com o acréscimo de 11% de taxas sobre a folha de pagamento. Os valores citados são atualizados anualmente conforme o aumento do salário-mínimo. Assim, com o pagamento em dia, o microempreendedor tem acesso a benefícios como auxílio-maternidade, auxílio-doença, aposentadoria, entre outros.

Estes pequenos negócios movimentam uma grande parcela da economia do país. Segundo o SEBRAE (s/d), as micro e pequenas empresas são as principais geradoras de riqueza no comércio no Brasil, respondendo por 53,4% do PIB do setor. No PIB da indústria, a participação das micro e pequenas empresas (22,5%) se aproxima ao das médias empresas (24,5%).

⁸ Lei Complementar Altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte), para modificar a composição e o funcionamento do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) e ampliar o âmbito de aplicação de seu regime tributário. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp188.htm

2.2. TEORIA DE MCCLELLAND: NECESSIDADES ADQUIRIDAS

A teoria desenvolvida por David McClelland é do tipo motivacional e se concentra, sobretudo, nas necessidades psicológicas e no comportamento do indivíduo. Os três pilares dessa teoria são: realização, afiliação e de poder (McClelland, 1961). O autor argumenta que estas necessidades podem variar de acordo com as personalidades e a importância relativa dada a cada uma para motivar cada pessoa. Ele explica ainda que o meio em que cada indivíduo vive pode encorajar cada necessidade pela educação e pela experiência.

A vontade de obter êxito e crescer nos negócios segundo o autor, é impulsionadora da vida dos empreendedores, levando-os a lutarem por sucesso e novos desafios para satisfazer e completar seus negócios com excelência (Winter, 2000). Estes empreendedores são motivados por desafios, assumem riscos calculados para atingir seus objetivos, gostam de receber *feedbacks* sobre suas conquistas e preferem trabalhar sozinhos devido ao nível de concentração. As forças sociais que levam à sua realização estão relacionadas com a necessidade de ser aprovado, *status*, conhecimentos e habilidades.

A necessidade de poder diz respeito ao desejo de impactar, influenciar e controlar (Kothler e Keller, 2018). Nesse aspecto, o carisma é um fator central para o convencimento, pois ele determina o alcance do poder pessoal que leva outras pessoas a se comportarem da maneira como se deseja (Winter, 2000). Já a necessidade de afiliação corresponde ao desejo de ser amado e aceito pelos outros. Este comportamento traduz o desejo de se estar próximo das outras pessoas, compartilhar das suas alegrias, construir sólidas amizades e obter um bom relacionamento interpessoal (Winter, 2000).

Quando o empresário percebe esta necessidade, ele passa a cooperar ao invés de competir, passando a ter mais empatia pelos demais empresários e a criar redes de apoio. Segundo McClelland (1961), com isso ele busca pertencer a grupos de afeto, cultivar a cordialidade e incentivar os trabalhos em equipe. Em um cenário idealizado, quando aliadas às competências necessárias, essas necessidades permitem que o profissional concretize seus sonhos e construa negócios de sucesso.

McClelland (1961) identifica nos empreendedores outras duas competências: a persuasão e o *networking*. A persuasão é essencial num cenário de vendas, na busca do

convencimento do cliente e em tornar o desejo em necessidade (Kothler e Keller, 2018). A necessidade de *networking* corresponde à atuação de cada empreendedor nas redes sociais, por meio do *WhatsApp* e demais conexões com os clientes de forma *online* ou presencial. Os encontros pessoais, como eventos, palestras, *workshops*, cursos e trocas com outros participantes são formas de *networking* presenciais que mantêm o *network* aquecido.

As características comportamentais do empreendedor geralmente estão conectadas a múltiplos fatores, tais como o ambiente educacional, a personalidade do indivíduo, o ambiente familiar na infância, a educação/formação, os valores pessoais, o histórico profissional, as vivências passadas, a idade, a experiência profissional, a situação profissional atual, as perspectivas de mudança e a situação familiar (McClelland, 1953). Contudo, quando olhamos a realidade brasileira, vemos que o empreendedorismo surge como estratégia contra a pobreza e a informalidade do trabalho e, portanto, as características do empreendedor surgem na necessidade.

Com o aumento do número de microempreendedores individuais no Brasil e o surgimento de novos desafios no mercado, é crucial compreender o perfil de cada empreendedora. Isso inclui entender suas competências, motivações e os obstáculos que enfrentam ao administrar seus negócios. Além disso, é importante explorar estratégias de gestão personalizadas e adequadas ao mercado consumidor, visando a garantir o sucesso e a sustentabilidade de seus empreendimentos

2.3 DISCUSSÕES SOBRE GÊNERO

As mulheres ainda enfrentam diferenças em muitas áreas, incluindo o acesso à educação, emprego, saúde e justiça (Negri, 2021). Problemas estruturais antigos e novos ainda estão presentes no cotidiano feminino. Além disso, a violência contra este grupo é uma questão preocupante em todo o mundo e seu combate é um dos pontos que integram os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas. A busca da educação pela igualdade é um processo contínuo e envolve a participação coletiva. Por essa razão, é necessário que haja um compromisso sério e efetivo das autoridades e da sociedade para garantir as mesmas oportunidades e direitos aos cidadãos em suas diferentes esferas da vida (Paulon, *et al*, 2005).

As diferenças entre os gêneros provêm do modelo patriarcal de sociedade, que se caracteriza pela imposição da autoridade do homem perante a mulher e filhos (Castella, 2012). No Brasil, durante a década de 90, os movimentos feministas alcançaram conquistas importantes como, por exemplo, a redução da violência contra a mulher (Paulon, *et al*, 2005). De acordo com o Instituto de Política Econômica Aplicada (IPEA), a 1ª Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, realizada no início dos anos 2000, marcou uma mudança considerável na área dos direitos e proteção das mulheres (Paulon, *et al*, 2005).

Com o tema: "Políticas para as Mulheres: um desafio para a igualdade numa perspectiva de gênero", a Conferência se debruçou sobre os seguintes eixos temáticos: I - Análise da realidade brasileira: social, econômica, política, cultural e os desafios para a construção da igualdade; II - Avaliação das ações e políticas públicas desenvolvidas para as mulheres nas três instâncias de governo: municipal, estadual e federal frente aos compromissos internacionais - acordos, tratados e convenções e; III - Proposição de diretrizes da Política Nacional para as mulheres numa perspectiva de gênero, apontando as prioridades (Paulon, *et al*, 2005).

Em 2007, o 2º Plano Nacional de Políticas para as Mulheres contou com a participação de quase todos os estados do país e de mais de 200 mil brasileiras e elaborou políticas públicas a favor da mulher, incluindo uma maior participação das mulheres nas decisões governamentais. O Plano teve como área prioritária o desenvolvimento sustentável nas cidades, na floresta, nas áreas rurais, com garantia de inclusão para todos e todas. Discutiu ainda a segurança alimentar, que hoje é o primeiro e mais importante ODS da ONU, o direito à moradia e à cultura e a comunicação através de mídias não-discriminatórias. O sexismo, o racismo, a lesbofobia e as desigualdades geracionais também foram abordados (Paulon, *et al*, 2005).

A 3ª Conferência Nacional para as Mulheres, realizada em 2011, aprovou 91 resoluções a partir das propostas advindas dos grupos de trabalho e votadas em plenária, que posteriormente se tornaram diretrizes para a Política Nacional para as Mulheres (ENAP, 2022). Nesta Conferência, aconteceu a maior discussão temática sobre gênero em diferentes frentes do governo.

Durante a pandemia de COVID-19 (2020-2022), a garantia de auxílio para as mulheres, as ofertas de microcrédito e as reformas tributárias, facilitaram a criação do negócio próprio e a busca de uma estrutura financeira estável como alternativa ao mercado de trabalho que se encontrava paralisado, bem como as creches e escolas (IPEA, 2017).

Segundo uma análise do Banco Mundial (2023) verificou-se que, dentre 190 países pesquisados, em apenas 12 deles as mulheres tinham os mesmos direitos a crédito, em contrapartida, segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2019)⁹, em 2019, esta diferença de gêneros custava um valor próximo a 6 trilhões de dólares para a economia mundial. Esses dados indicam a importância de aumentar a participação feminina em posições de liderança, assim como a sua rentabilidade e seu desempenho para, com isso, diminuir as disparidades atreladas a gêneros (Banco Central do Brasil, 2023). Corrigir estas lacunas e aplicar novas perspectivas, supervisionando e melhorando as políticas de cada país com foco, principalmente, na educação de base onde se iniciam essas divergências, é de extrema importância.

Futuramente, espera-se que a maior flexibilidade em questões sensíveis a gênero resulte em maior crescimento econômico, menos desigualdade de renda e resiliência econômica e se torne uma forma de alcançar o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 (ODS 4) garantindo benefícios a toda população mundial.

2.4 TEORIA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O conceito de desenvolvimento sustentável é interdisciplinar e sua definição engloba a ideia de conservação dos recursos disponíveis para a humanidade, ressaltando que eles são finitos, como ativos naturais, tecnológicos, econômicos, culturais, de energia, alimentares, transporte e infraestrutura e de informação (Maciel *et al.*, 2021). Segundo Romeiro (2012, p.73), “do ponto de vista da *economia ambiental* [...] os recursos naturais (como fonte de insumos e como fonte de serviços ecossistêmicos) não representam, no longo prazo, um limite absoluto à expansão da economia.”

⁹ O Relatório SIGI identifica e analisa leis, práticas e normas sociais formais e informais que discriminam com base no gênero e ajuda governos e profissionais de desenvolvimento a identificar políticas e programas para combater este tipo de divergência social.

Partindo desta perspectiva, a Teoria da Sustentabilidade Ambiental Ecológica é uma abordagem que visa promover o equilíbrio entre as atividades humanas e o ambiente natural, garantindo a preservação e a regeneração dos recursos naturais. Ela serve como base para o desenvolvimento de estratégias e políticas direcionadas para questões ambientais e a promoção da resiliência dos ecossistemas orientada pela harmonia entre a sociedade e a natureza, conforme explicitado na “pegada ecológica” da sustentabilidade ambiental (Rohan, Branco e Soares, 2018).

Os autores citam 15 questões, abordando: dieta, produção de lixo, moradia, transporte, consumo de recursos energéticos, dentre outras. Ainda, enfatizam a necessidade de empresas contabilizarem as entradas e saídas dos fluxos de matéria e energia dos sistemas econômicos utilizados, traduzindo-os como elementos de custo-benefício para a produção ou prestação de serviço. A gestão de resíduos também está incluída nesta cadeia sustentável, assim como a necessidade de conhecimento do indicador do impacto ambiental para a atividade produtiva (Rohan, Branco e Soares, 2018).

A Teoria da Sustentabilidade Empresarial se concentra na forma como as empresas podem operar garantindo a viabilidade a longo prazo dos recursos finitos, ao mesmo tempo em que minimizam impactos negativos no meio ambiente, na sociedade e na economia. Ela se baseia em uma série de princípios e práticas destinadas a promover a responsabilidade social corporativa e a gestão responsável dos recursos naturais. A sustentabilidade social, como conceito mais amplo de sustentabilidade, visa promover o equilíbrio entre os aspectos econômicos, sociais e ambientais do desenvolvimento. Além disso, verifica as ações políticas de desenvolvimento, como a qualidade de vida das pessoas, tanto no presente quanto nas gerações futuras (ONU, 2003).

Outra teoria sobre desenvolvimento sustentável que complementa esses pilares, conforme aponta Loviscek (2020), é o modelo *Triple Bottom Line*, que segue rumo a uma estrutura holística para a sustentabilidade e uma revisão sistêmica. Apesar de ser um modelo antigo, criado por Elkington (1994), ele vem sendo discutido e aprimorado, principalmente após a elaboração dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. De acordo com a teoria, os 3Ps da sustentabilidade “*People, Planet, Profit*”. O conceito implica que pessoas, planeta e lucro precisam ser trabalhados de forma igualitária nas empresas e sua interação deve ocorrer de maneira holística para gerar a verdadeira cultura

sustentável (Loviscek, 2020). Os desdobramentos do modelo TBL (*Triple Bottom Line*) podem ser visualizados abaixo:

Quadro 2. Dimensões do modelo *Triple Bottom Line*

DIMENSÃO ECONÔMICA	DIMENSÃO AMBIENTAL	DIMENSÃO SOCIAL
Impactos da atividade da empresa no país	Materiais (consumo, reutilização e reciclagem)	Perfil dos colaboradores
Impactos da atividade da empresa nos <i>stakeholders</i>	Energia	Práticas laborais
	Água	Empregabilidade
	Emissões de GEE (Gases de Efeito Estufa)	Segurança e saúde no trabalho
	Resíduos	Empregabilidade
	Transporte	Formação
	Produtos e serviços	Diversidade e respeito
	Cumprimento	Direitos humanos
	Biodiversidade	Responsabilidade nos produtos
	Investimento	Investimento
	Avaliação ambiental de fornecedores	Comunicação e marketing
		Informações sobre produtos e serviços
		Privacidade e segurança dos clientes
		Desenvolvimento e envolvimento com a comunidade

Fonte: adaptado de Delai e Takahashi (2008). Elaborado pela autora.

Além dos elementos expostos acima, mais dois desdobramentos são identificados no modelo TBL e destacados pelo seu grau de importância social: a responsabilização e diversidade. De acordo com Almada (2018), cada um deles ocupa um lugar crítico em um mundo sustentável. Com isso, as organizações se adaptam de diferentes formas para mensurar a sustentabilidade empresarial elaborando relatórios e índices para melhorar este quesito, tais como relatórios de sustentabilidade ou relatórios de responsabilidade social corporativa (RSC), com o objetivo de mostrar seu desempenho em relação às dimensões do TBL (Eccles, 2012).

Os índices de sustentabilidade também permitem que a empresa avalie o cenário. Como exemplo, pode-se citar o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) e o *FTSE4Good*. No Brasil, são realizados encontros anuais para tratar desses índices e incentivar as empresas na adoção de tais medidas. Conforme o site *SPGlobal* (2023), o tema de 2023

foi “Utilizando estratégias baseadas em índices para se beneficiar das oportunidades e mitigar os riscos”.

Conforme Eccles (2012), as certificações e os padrões também validam o compromisso das empresas com a sustentabilidade. A certificação ISO 14001 para a gestão ambiental e a certificação *B Corporation*, que avalia o impacto social e ambiental das empresas, são exemplos disso. Eccles (2012) também discorre sobre os Indicadores de Desenvolvimento Sustentável para governos e organizações internacionais, com destaque para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU que estabelecem metas para um mundo mais sustentável.

Segundo Delai e Takahashi (2022) existem também os relatórios integrados que adotam uma abordagem combinatória de dados financeiros e sustentáveis em um único documento para demonstrar a interconexão das dimensões do TBL. A Gestão da Cadeia de Suprimento Sustentável, incentiva os *stakeholders* a adotarem práticas responsáveis sociais e ambientais. Por fim, existem os investimentos responsáveis em amplitude ambiental, social e de governança (ESG) que pressionam as empresas a se tornarem mais sustentáveis.

O modelo TBL e seus desdobramentos conferem uma nova amplitude de envolvimento empresarial na promoção do desenvolvimento sustentável. Esse modelo pode ser utilizado em governos, organizações sem fins lucrativos e empresas que buscam alcançar uma crescente movimentação responsável e melhorar seus índices e, com isso, atingir uma maior parcela de mercado, seguidores e consumidores.

2.4.1 Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável

Em meio a tantas crises ecológicas, os estudos ligados à sustentabilidade buscaram soluções para amenizar os efeitos maléficos das ações humanas sobre o meio ambiente por vários anos. Em 1869, Ernst Haeckel apresentou um estudo sobre ecologia, relacionando as espécies e seu ambiente. Em 1972, nos Estados Unidos, foi inaugurado o primeiro parque natural do mundo, nomeado *Yellowstone* e, no Brasil, em 1939, o Parque Nacional do Iguaçu (Castella, 2012). No entanto, o mundo só começa a falar sobre desenvolvimento sustentável em 1973, ano em que Maurice Strong utilizou pela primeira vez o conceito de ecodesenvolvimento para caracterizar uma concepção alternativa de política de desenvolvimento (Brusecke, 1996).

A partir deste estudo buscaram-se formas de iniciar sua aplicabilidade, através de mudanças políticas e sociais que surtiram efeito. Primeiramente, se pensou numa nova consciência da população e depois nos projetos que seriam implementados. Dividiu-se, então, o tema em cinco princípios, direcionados por Ignacy Sachs (1993): a sustentabilidade social, a sustentabilidade econômica, a sustentabilidade ecológica, a sustentabilidade espacial e a sustentabilidade cultural. Esses princípios introduziram um grau elevado de complexidade à questão – que estava alinhada com as teorias de autodeterminação defendidas pelos países não-alinhados desde a década de 60.

Em 1972, acontece a Conferência das Nações Unidas de Estocolmo, que é um marco da preocupação internacional com o meio ambiente e a elevação de uma consciência ambiental global. Em 1981, o Brasil institui a Política Nacional do Meio Ambiente, por meio da Lei nº 6.938/81¹⁰, e institui o Sistema Nacional do Meio Ambiente. Após a promulgação da Constituição Federal de 1988, esta lei se tornou o pilar na elaboração da sistemática das políticas públicas brasileiras para o meio ambiente (Castella, 2012). Os vinte e seis princípios da Declaração de Estocolmo (1972) foram, na sua totalidade, encampados pelo art. 225 da Constituição Federal. Esses princípios têm por escopo dar efetividade ao meio ambiente ecologicamente equilibrado e à sadia qualidade de vida do homem (Castella, 2012).

Em 1980, pode-se destacar alguns acordos feitos na busca pela preservação do meio ambiente à nível internacional. Dentre eles: a Convenção das Nações Unidas sobre o Direito do Mar (CNUDM) (1982), o Protocolo de Montreal com foco na destruição na Camada de Ozônio (1987)¹¹ e, em 1989, a Convenção da Basileia para o Controle de Movimentos Transfronteiriços de Resíduos Perigosos e sua Eliminação (Castella, 2012). Já na década de 1990, na esteira desse movimento, partidos políticos “verdes” surgiram para complementar o entendimento dos conceitos ligados ao meio ambiente, como a sustentabilidade associada à globalização. As ações realizadas durante os anos 1990 estão sistematizadas abaixo (Quadro 3):

Quadro 3. Eventos realizados na década de 90 para estudos de ações para preservação

¹⁰ A lei dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm. Acesso em 13 de nov. 2023.

¹¹ Praticando a Convenção de Viena para a Proteção da Camada de Ozônio (1985).

ANO	EVENTO
1993	Conferência Mundial dos Direitos Humanos, realizada em Viena
1994	Conferência Internacional sobre População e Desenvolvimento, no Cairo
1994	Conferência Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável dos Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento, Bridgetown, Barbados
1995	Cúpula Mundial para o Desenvolvimento Social, Copenhague
1995	Quarta Conferência Mundial sobre a Mulher, Beijing
1996	Conferência Mundial das Nações Unidas sobre os Assentamentos Humanos (HABITAT II), realizada em Istambul.
1996	Cúpula Mundial da Alimentação, Roma.

Fonte: Elaborada pela autora com base em Castella (2012).

Na década de 2000, o Rio de Janeiro sediou a Rio+20, a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, em 2012. No evento foi estabelecida a agenda da ONU para 2030 com metas mais ambiciosas, específicas e bem definidas para alguns dos principais problemas ambientais de ordem global. A Agenda 2030 estabelece uma série de metas com os países e o compromisso de cumpri-las, buscando alcançar a melhoria mundial dos problemas ligados à sustentabilidade, agravados pelas más gestões e a falta de conhecimento.

Dentre as metas estabelecidas estão: a erradicação da pobreza, o combate à desigualdade social; a fome zero e a agricultura sustentável. Além disso¹², a Agenda engloba questões relacionadas à saúde e ao bem-estar, a luta pela educação de qualidade e a igualdade de gêneros, incluindo iniciativas para que a mulher possa assumir uma posição igualitária aos homens na sociedade (IPEA, 2019; Menezes, 2021).

Gráfico 2. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas

¹² Outras questões abordadas são: o direito à água potável e saneamento básico, à energia limpa e acessível para todos, ao trabalho decente e ao desenvolvimento.



Fonte: Nações Unidas no Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 01 set. 2022.

Os países presentes na Conferência aprovaram a Agenda com dezessete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas. Foram 193 Estados-membros que assinaram este compromisso com a ONU para o desenvolvimento sustentável. Essa agenda, iniciada em 2016, é um plano de ação que parte da erradicação da pobreza, em todas as suas formas e dimensões (IPEA, 2019).

A publicação do relatório “Resiliência às mudanças climáticas: uma oportunidade para reduzir desigualdades” (ONU, 2016) deixou clara a vulnerabilidade dos mais pobres, sobretudo mulheres e crianças, frente a este problema. Por isso, a educação de qualidade foi enfatizada na Agenda 2030, pois, entende-se que sem os investimentos em educação, não existiria evolução da humanidade. Portanto, a inclusão desse objetivo – ODS 4 - atende a proposta de “não deixar ninguém para trás” (IPEA, 2017), principalmente as mulheres que são o foco dessa pesquisa. Esse tema será abordado em sua totalidade na próxima seção.

2.4.2 ODS 4: Educação de qualidade

O ODS 4 reafirma a preocupação dos países e organismos internacionais com a educação inclusiva. O objetivo foi formulado nos seguintes termos: “Garantir uma educação inclusiva, equitativa e de qualidade e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos” (IPEA, s/d). A coordenação deste ODS é de responsabilidade

da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) no Brasil.

Este ODS busca atender a populações mais vulneráveis, que incluem pessoas com deficiências, indígenas, zonas rurais e crianças refugiadas. Para Boeren (2019) alcançar o ODS 4 é um compromisso com todas as outras metas da Agenda 2030 no longo prazo, pois a educação é a “chave” para o desenvolvimento. Atualmente, o ODS 4 se subdivide em sete metas, com adequações para a realidade brasileira¹³:

Quadro 4. Metas do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 (ODS 4)

OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL 4
1 - Até 2030, garantir que todas as meninas e meninos completem o ensino fundamental e médio, equitativo e de qualidade, na idade adequada, assegurando a oferta gratuita na rede pública e que conduza a resultados de aprendizagem satisfatórios e relevantes.
2 - Até 2030, assegurar a todas as meninas e meninos o desenvolvimento integral na primeira infância, acesso a cuidados e à educação infantil de qualidade, de modo que estejam preparados para o ensino fundamental.
3 - Até 2030, assegurar a equidade (gênero, raça, renda, território e outros) de acesso e permanência à educação profissional e à educação superior de qualidade, de forma gratuita ou a preços acessíveis.
4 - Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham as competências necessárias, sobretudo técnicas e profissionais, para o emprego, trabalho decente e empreendedorismo.
5 - Até 2030, eliminar as desigualdades de gênero e raça na educação e garantir a equidade de acesso, permanência e êxito em todos os níveis, etapas e modalidades de ensino para os grupos em situação de vulnerabilidade, sobretudo as pessoas com deficiência, populações do campo, populações itinerantes, comunidades indígenas e tradicionais, adolescentes e jovens em cumprimento de medidas socioeducativas e população em situação de rua ou em privação de liberdade
6 - Até 2030, garantir que todos os jovens e adultos estejam alfabetizados, tendo adquirido os conhecimentos básicos em leitura, escrita e matemática.
7 - Até 2030, garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, promoção de uma cultura de paz e não violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável.

Fonte: Adaptado de Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 (IPEA, s/d).

No caso do Brasil, levou-se em consideração a obrigatoriedade¹⁴ do ensino na faixa etária de 4 a 17 anos, como determina a Constituição Federal – Emenda

¹³ Algumas alterações foram aplicadas à escrita original para adequar o ODS a realidade brasileira.

¹⁴ Esta obrigatoriedade não foi cumprida ainda, conforme último relatório de monitoramento PNE 2014-2024.

Constitucional (EC) N.59 de 11 de novembro de 2009. Cabe ressaltar que a EC buscou definir a idade adequada para cada ano e assegurar a oferta gratuita da rede pública de ensino.

O ODS-4 também aborda o ensino técnico e superior público. No Brasil, apesar de parte da educação técnica e superior ser ofertada pela rede privada, ela é constantemente fiscalizada e parametrizada pelo poder público. Ainda, o ensino público profissionalizante e superior é oferecido de forma gratuita, embora sua oferta não dê conta de toda a demanda, especialmente quando utiliza critérios que privilegiam aqueles que concluíram a educação básica no educação privada e conseguem passar nos vestibulares. Sobre isso, afirma Neves (2007, p.16).

O Brasil enfrenta, neste campo, graves problemas que precisam de soluções inteligentes e viáveis. Os grandes desafios da educação superior estão relacionados a inúmeras questões, tais como: a ampliação do acesso e maior equidade nas condições do acesso; formação com qualidade; diversificação da oferta de cursos e níveis de formação; qualificação dos profissionais docentes; garantia de financiamento, especialmente para o setor público; empregabilidade dos formandos e egressos; relevância social dos programas oferecidos; e estímulo à pesquisa científica e tecnológica.

O Boletim da UNESCO (2015), ao analisar a rede pública de ensino no Brasil com base no ODS-4, recomenda melhorias na educação. Neste documento, utiliza-se como parâmetro a relação entre recursos materiais e humanos para mensurar este resultado, com ênfase nas relações em sala de aula que envolvem o processo de aprendizagem, as disciplinas e as expectativas dos alunos, que geram um resultado de desempenho individual. Portanto, nota-se a importância deste ODS para o desenvolvimento da rede pública do país.

Outra alteração pode ser observada na ampliação do conceito de “habilidades relevantes” presente na grafia original do item 4 do ODS 4. Passou-se a verificar a competência necessária para realizar determinada atividade. Englobou-se nesta meta a capacidade adquirida com cursos, novas técnicas, estudos e graduações, voltados para o emprego, o trabalho decente e o empreendedorismo – que é o tema pontual desta pesquisa.

Nota-se nas métricas da ODS uma preocupação com os valores humanos e as expectativas com relação ao trabalho digno, não só em produtividade e remuneração, mas, principalmente, com questões relacionadas a qualidade de vida no trabalho, como

segurança, boa alimentação, atendimento médico e odontológico, benefícios para a família, desenvolvimento pessoal e social, igualdade de oportunidades entre gêneros e participação nas decisões da empresa.

Outra mudança nas métricas da ODS para o caso brasileiro está na inclusão de considerações atinentes às desigualdades educacionais sob o recorte racial, considerando que elas são mais acentuadas do que aquelas relacionadas ao gênero, segundo o IPEA (s/d). Essa diferença aparece ainda mais quando inserimos o recorte social como parâmetro de análise, uma vez que há uma grande desigualdade no acesso à educação de qualidade entre as classes sociais, mesmo com a oferta de ensino público, que apesar de importante, ainda oferece baixo número de vagas (IPEA, s/d).

As pessoas em situação de vulnerabilidade citadas nas metas fazem parte de grupos que sofrem violações ou restrições a seus direitos, sobretudo em razão de raça, idade, deficiência, orientação sexual, religião, cultura, nacionalidade, pessoas com privação de liberdade e situação econômica, dentre outras (IPEA, s/d). Por estarem nessas condições, essa parcela da população, muitas vezes, apresenta dificuldades para adquirir conhecimentos básicos, imprescindíveis ao desenvolvimento humano (IPEA, s/d). As alterações no conteúdo do ODS também se aplicam aos indicadores específicos¹⁵, como vemos a seguir:

Quadro 5. Indicadores do ODS 4

INDICADORES DO ODS 4	
META 4.2	Proporção de crianças com menos de 5 anos que estão com desenvolvimento adequado da saúde, aprendizagem e bem-estar psicossocial, por sexo;
META 4.2	Taxa de participação no ensino organizado (um ano antes da idade oficial de ingresso no ensino fundamental), por sexo.
META 4.3	Taxa de participação de jovens e adultos na educação formal e não formal, nos últimos 12 meses, por sexo.
META 4.4	Proporção de jovens e adultos com habilidades em tecnologias de informação e comunicação (TIC), por tipo de habilidade.
META 4.5	Índices de paridade (mulher/homem, rural/urbano, 1º/5º quintis de renda e outros como população com deficiência, populações indígenas e populações afetadas por conflitos, à medida que os dados estejam disponíveis) para todos os indicadores nesta lista que possam ser desagregados.
META 4.6	Percentual da população de determinado grupo etário que atingiu pelo menos o nível mínimo de proficiência em leitura e escrita e matemática, por sexo.
META 4.7	Políticas nacionais de educação;

¹⁵ Estes indicadores mostram como a meta pode ser mensurada. Serve também para orientar políticas, práticas e investimentos na direção certa, visando melhoria para todos. Eles desempenham um papel crítico na promoção de uma visão holística voltada para os ODS e ao progresso humano e proteção do planeta.

META 4.7	Currículos escolares
META 4.7	Formação dos professores
META 4.7	Avaliação dos estudantes
META 4.A	Eletricidade
META 4.A	Internet para fins pedagógicos;
META 4.A	Computadores para fins pedagógicos
META 4.A	Infraestrutura e materiais adaptados para estudantes com deficiência
META 4.A	Água potável
META 4.A	Instalações sanitárias separadas por sexo
META 4.A	Instalações básicas para lavagem das mãos (de acordo com as definições dos indicadores WASH).
META 4.B	Volume dos fluxos de ajuda oficial ao desenvolvimento para bolsas de estudo por área e tipo de estudo.
META 4.C	Proporção de professores na Educação Básica que receberam pelo menos a formação mínima (por exemplo: formação pedagógica), antes ou durante o exercício da profissão, requerida para lecionar em um determinado nível de ensino em um dado país.

Fonte: Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 (IPEA, s/d).

O item 4.6, por exemplo, trabalha a ideia de alfabetização que abrange o conhecimento básico em matemática, leitura e escrita. No caso da escrita, segundo a ANA (Avaliação Nacional da Alfabetização), o conhecimento exigido passa pela habilidade em grafar palavras com correspondências regulares contextuais entre letras ou grupos de letras e seu valor sonoro ou, ainda, produzir um texto a partir de uma situação dada (IPEA, s/d).

O tópico 4.a, por sua vez, amplia a infraestrutura escolar e está subclassificado em duas categorias: a primeira, física, que verifica as condições das salas escolares, fornecimento de água, manutenção e limpeza da escola, banheiros, cozinha, áreas de convivência, biblioteca e fornecimento de energia elétrica, dentre outros. Já a segunda avalia os equipamentos e materiais didáticos-pedagógicos disponibilizados na rede de ensino, como acesso a internet, computadores e outros (IPEA, 2019)

Outro ponto de destaque é o indicador 4.b, que discorre sobre o acesso de estudantes estrangeiros a rede de ensino. No texto, a expressão “bolsas de estudo disponíveis”, presente na meta das Nações Unidas, foi substituída por “número de bolsas efetivamente preenchidas” para facilitar o mapeamento do volume de recursos disponibilizados para a concessão de bolsas de cooperação internacional. Isso se faz necessário devido a constatação de que a quantidade de estudantes estrangeiros matriculados é menor que o total de vagas ofertadas na rede pública. Na maioria das vezes, tais vagas não são preenchidas por insuficiência de proficiência da língua portuguesa

ou por falta de recursos para a manutenção do estudante no Brasil – e é isso que o indicador busca avaliar (IPEA, s/d).

Por fim, a métrica 4.c incluiu a expressão “regime de colaboração” para atender à legislação brasileira. Essa ação reitera o que estabelece a meta 15 do PNE 2014-2024:

Garantir, em regime de colaboração entre a União, os estados, o Distrito Federal e os municípios, no prazo de 1 (um) ano de vigência deste PNE, Política Nacional de Formação dos Profissionais da Educação [...] assegurado que todos os professores e as professoras da educação básica possuam formação específica de nível superior, obtida em curso de licenciatura na área de conhecimento em que atuam (IPEA, 2024).

Para cumprir o objetivo desta pesquisa, será avaliado o cumprimento do ODS 4 voltado para o caso da educação empreendedora feminina no contexto de pessoas adultas.

2.5 FORMAÇÃO E CULTURA PARA EMPREENDER

Como exposto nas seções anteriores, o empreendedorismo é uma parte da administração de empresas bem desafiadora, dinâmica e é considerada essencial para o desenvolvimento econômico de um país (Da Silva e Patrus, 2017). Essa área é associada ao uso de métodos e estratégias adequadas para o desenvolvimento de um negócio. Para isso, desenvolver habilidades como liderança, autonomia, gestão, finanças, marketing, inovação, criatividade, oportunidades e gestão de riscos faz parte das aptidões necessárias para um bom empreendedor (Aulet, 2013).

A educação empreendedora é central no desenvolvimento da cultura contemporânea de gestão e inovação. A questão, porém, é como preparar indivíduos com as habilidades e conhecimentos necessários para desenvolver um papel tão fundamental e vital para o Brasil. Nesse cenário, o professor possui um papel essencial no processo de ensino e desenvolvimento, ao atuar como líder na preparação de outras lideranças e gestores que promoverão a mudança de perspectiva de mercado e cultural (Michels *et al.* 2019).

O indicador 4.c do ODS 4 dialoga com a legislação brasileira que normatiza a formação mínima de professores que trabalham com a educação básica. Como mencionado anteriormente, esse indicador busca garantir uma colaboração entre União, Estados, Distrito Federal e os municípios para a formação dos professores de forma homogênea no país através da implementação da “Política Nacional de Formação dos

Profissionais da Educação”, que garante a licenciatura na área de conhecimento que lecionam (IPEA, s/d). Nesse caso, dois conceitos importantes abordados pelo ODS 4, a “educação continuada” e o “regime de colaboração”, merecem atenção.

A busca pela reciclagem e aperfeiçoamento do corpo docente das instituições de Ensino promovem a incorporação de novas práticas pedagógicas ao cotidiano. Já o regime de colaboração é uma busca pelo corporativismo entre os profissionais, evitando ações competitivas de gestão escolar, visando o bem estar, a harmonia e o equilíbrio dos profissionais atuantes na área.

No Brasil, o primeiro estudo sobre o tema foi publicado em 1981 na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em São Paulo, através do professor Ronald Degen que buscou a ensinar a formação para empreendedores e criação de novos negócios (Da Silva e Patrus, 2017). Segundo Degen, a universidade é o momento de máxima criatividade, pois o indivíduo está mais preparado para inovar, buscando a aprendizagem e se reunindo em grupos que proporcionam a prática inovadora. Em entrevista a Revista Exame, ele propôs a criação de um centro aberto de empreendedorismo, em que não importasse a formação e especialidade, mas, sim a união de profissionais para criar negócios (Zuini, 2010). Este assunto vem sendo discutido neste estudo, com base na ODS-4, que busca um olhar homogêneo para as pessoas que desejam empreender, independente da área de atuação.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia, conforme descrita por Bardin (2016), orienta o processo de pesquisa, fornecendo as técnicas e diretrizes adequadas para a coleta e análise e interpretação dos dados. Ela estabelece também, as etapas, trabalhando a estruturação da pesquisa, define os métodos e as técnicas para a coleta de dados. Este estudo atende a dinâmica de fenômenos sociais como eventos inter-relacionados, com algumas lacunas que se abram à novas pesquisas. De acordo com Creswell (2010), esse é um meio para explorar e entender grupos sociais frente a uma questão ou problema “social ou humano”. Desta forma, as respostas encontradas podem ser variadas e múltiplas. Essa abordagem também explora a complexidade dos pontos de vista, tornando-os mais explícitos e ajuda o pesquisador a construir novas premissas (Gil, 1999). Quanto a abordagem, o estudo caracteriza-se como descritivo de abordagem qualitativa.

Esta pesquisa parte de um estudo bibliográfico e de entrevistas semiestruturadas realizadas com 25 mulheres¹⁶ registradas como microempreendedoras individuais e residentes na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais. Conforme os procedimentos metodológicos utilizados, foi necessário orientar a questão central de acordo com a metodologia qualitativa e promover a descrição do fenômeno investigado, de forma a compreendê-lo como um todo, embasando-se na percepção da fala dos sujeitos investigados sobre as questões estudadas (Yin, 2010). Durante a elaboração da pesquisa, percebeu-se a importância do universo em que as entrevistadas estão inseridas, permeados de valores, crenças, atitudes, motivos, visões de futuro, dificuldades, que correspondem a um espaço mais complexo das relações, diferenciando-as das variáveis (Bardin, 2016).

A estruturação das entrevistas (Quadro 6) começou com a seleção da participante em ambiente adequado, quando em caráter presencial, e pela plataforma *Zoom Meet*, quando *on-line*, utilizando-se entrevista semiestruturada e observação direta (Yin, 2010).

Quadro 6. Estrutura das entrevistas

ETAPAS DA ENTREVISTA	DESCRIÇÃO
Marcação das entrevistas presenciais ou on-line	Conferência das questões a serem abordadas nas entrevistas.
Quebra-gelo	Levantamento de dados sociodemográficos da entrevistada.
Trajetória empreendedora	Falar da vida, formação e carreira.
Perguntas relacionadas com as métricas do ODS- 4	Acesso a capacitação para abrir o negócio, aos financiamentos e às estratégias de estruturação do negócio.
Transcrição das respostas coletadas	Ouvir a entrevista e transformar em textos, algumas vezes com auxílio do programa de transcrição.
Análise da entrevista	Verificar as melhores análises

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

O Quadro 6 mostra as etapas das entrevistas e suas respectivas descrições, que contribuíram para o planejamento adequado da pesquisa de campo.

3.1 PARTICIPANTES

A escolha das participantes teve como objetivo atender aos critérios pré-definidos como: gênero, ser empreendedora, diversidade de áreas de atuação, idade entre 18 e 60

¹⁶ O nome das entrevistadas foi mantido em sigilo conforme a legislação que protege a identificação e a privacidade das pessoas, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018¹⁶. Essa lei foi aprovada em agosto de 2018 e entrou em vigor em setembro de 2020.

anos, bem como aceitar participar da pesquisa. Cada entrevistada trouxe consigo uma história particular de lutas, família, conquistas, desafios, estudos, formação e outros dados investigados. Destaca-se a importância e a sensibilidade no tratamento desses dados e a busca pela compreensão da interseccionalidade existente no grupo e seus desdobramentos (Falquet, 2009).

Para iniciar o processo de abordagens foi adotado o método bola de neve, buscando desenvolver três pilares: melhorar a compreensão sobre o tema, testar a viabilidade de realização de um estudo mais amplo e desenvolver os métodos a serem empregados em todos os estudos ou fases subsequentes (Vinuto, 2014). Esta técnica é utilizada para recrutar participantes que conhecem outras pessoas que possuem características semelhantes e que também podem ser interessantes para a pesquisa (Vinuto, 2014; Bardin, 2016).

O processo de coleta de dados foi feito nos meses de agosto e setembro de 2023. No mês de outubro, as entrevistas foram transcritas e colocadas no sistema de análise *ATLAS.ti*¹⁷. Em novembro de 2023 foi iniciado o processo de análise dos dados. Por meio de um roteiro semiestruturado, foram realizadas 25 entrevistas, sendo que 14 entrevistas com gravação de áudio, presenciais e 11 entrevistas conduzidas à distância, pela plataforma *Google Meet*[®], que permite a gravação por 40 minutos. As entrevistas tiveram a duração de 15 minutos a 45 minutos, conforme a fala e tempo de cada entrevistada.

A opção pelas entrevistas semiestruturadas se deu mediante a possibilidade de obter flexibilidade nas respostas e a continuidade dos assuntos abordados. Mesmo assim, ocorreram duas reformulações durante a pesquisa e foram realizados ajustes para a obtenção do melhor seguimento dos itens abordados (Gil, 1999). Com relação a estrutura social, cita-se a busca de características regionais e interação de seus componentes, em um mesmo município (Gil, 1999). Desta forma, consegue-se apresentar os dados demográficos das entrevistadas, como sexo, idade, estado civil, escolaridade, renda, dentre outros (Creswell, 2010).

¹⁷ ATLAS.ti é um software de análise de dados qualitativos que facilita a análise de dados para pesquisa qualitativa, quantitativa e de métodos mistos. Ele suporta recursos de localização, codificação/etiquetagem e anotação em corpos de dados não estruturados e oferece funções de visualização. Disponível em: <https://atlasti.com/>

Quanto à finalidade, o tipo de pesquisa escolhido para a realização do estudo foi o exploratório. De modo complementar foi realizada uma análise descritiva, ou seja, uma análise objetiva da descrição das características do fenômeno analisado e suas relações (Gil, 1999). Com isso, conforme Azevedo, Conejero e Pereira (2021) foi possível extrair dados discursivos que facilitaram a compreensão das representações sobre temas e domínios do discurso. No mais, os resultados generalizados emergiram naturalmente como uma opinião em escala coletiva, ou seja, o testemunho das mulheres deste estudo se fez na forma de discurso.

As duas abordagens básicas para analisar dados de entrevistas são: resumos qualitativos ou etnográficos e codificação sistemática por meio de Análise de Conteúdo. Essas formas de análise são complementares enquanto valorizam referências diretas nas discussões das mulheres empreendedoras (Azevedo, Conejero e Pereira, 2021). A nuvem de palavras com ideias básicas, a partir de âncoras, nas quais se identificam as representações sociais sobre o objeto a ser compreendido, foi também utilizada. Nesse caso, a ancoragem deve ser sempre uma declaração com palavras positivas (Sampaio, 2012; Azevedo, Conejero e Pereira, 2021). Por fim, foi feita uma análise textual que permitiu identificar as palavras mais relevantes ou frequentes em um conjunto de textos e demais gráficos disponíveis no Atlas.ti® (Quadro 7)

Quadro 7. Participantes

Participação nas entrevistas							
Identificação - sigla		Entrevista On-line	Entrevista presencial	Idade	Estado Civil	Número de filhos	Negócio
1	Participante 1-P1		X	42	casada	1	Manutenção de telhados
2	Participante 2-P2		X	45	casada	1	Acessórios de cabelo para meninas
3	Participante 3-P3		X	35	casada	2	Roupas Infantis
4	Participante 4-P4	X		42	Divorciada	2	Fotografia e Marketing digital
5	Participante 5-P5		X	41	casada	1	Bolsas e Acessórios
6	Participante 6-P6		X	41	casada	2	Mentora de Empreendedoras
7	Participante 7-P7	X		33	solteira	0	Fotografia
8	Participante 8-P8	X		41	Viúva	2	Psicologia e fotografia

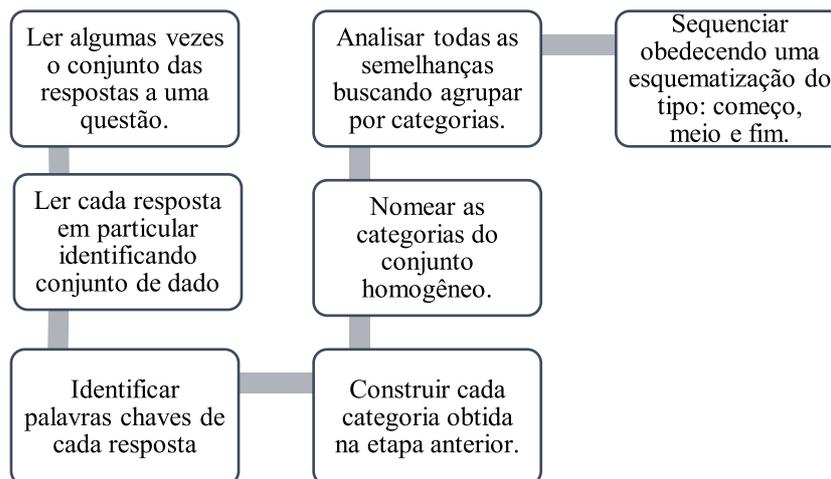
9	Participante 9-P9		X	34	solteira	0	Atelier de costura
10	Participante 10-P10		X	55	casada	1	Acompanhamento de alfabetização
11	Participante 11-P11		X	31	casada	1	Estúdio de Beleza
12	Participante 12-P12		X	38	casada	2	Sala de estética e sobrancelha
13	Participante 13-P13		X	38	casada	3	Proprietária de Cafeteria
14	Participante 14-P14		X	45	casada	2	Faz e vende Geleias pães e artesanais e atende podologia
15	Participante 15-P15	X		47	divorciada	1	Prestadora de serviço em empresa de Engenharia
16	Participante 16-P16	X		42	casada	1	Terceirizada da Petrobrás
17	Participante 17-P17	X		35	solteira	0	Influencer digital
18	Participante 18-P18	X		44	casada	2	Sala de ensino de Inglês
19	Participante 19-P19	X		26	solteira	0	Recreação Infantil
20	Participante 20-P20	X		46	casada	2	Designer digital
21	Participante 21-P21		X	60	casada	2	Cooperativa de alimentos orgânico
22	Participante 22-P22		X	48	Divorciada	3	Mentoria Financeira
23	Participante 23-P23	X		44	casada	1	Papelaria Personalizada
24	Participante 24-P24		X	32	solteira	0	Esteticista
25	Participante 25-P25		X	56	casada	2	Venda de Jóias e Semijóias

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETAS DE DADOS

Etapas para a tabulação dos dados (Gráfico 3).

Gráfico 3. Etapas para a tabulação do discurso do sujeito



Fonte: adaptado de Azevedo, Conejero e Pereira (2021)

Este esquema mostra as etapas práticas das análises de conteúdo. Porém, a autora fez uso também do sistema Atlas.ti[®]. Das reflexões geradas a partir da pesquisa sobre empreendedorismo feminino e sustentabilidade, observa-se uma contribuição para o aprimoramento de pesquisas futuras com perspectiva multidisciplinar. A aplicação combinada desses métodos pode levar a novos caminhos investigativos que podem avançar na pesquisa qualitativa no campo administrativo, ou seja, na riqueza dos estudos de campo como técnica para capturar representação de partes como componentes de um todo maior (Backes *et al.*, 2011).

Segundo Creswell (2010), a pesquisa qualitativa busca transformar o mundo visível em dados representativos. Assim, este estudo buscou entender as práticas empreendedoras de uma determinada amostragem de mulheres em seu contexto empreendedor, em meio às dificuldades com os negócios que em sua maioria parte do acúmulo de funções.

Conforme a técnica bola de neve, que visa ampliar a rede de entrevistadas através de indicações, as primeiras mulheres empreendedoras foram contatadas via WhatsApp[®]. Inicialmente realizou-se contato com 12 mulheres que foram indicando outras participantes conhecidas que se enquadravam no perfil buscado pela pesquisadora. Foram buscadas inicialmente 45 mulheres, com a intenção de entrevistar presencialmente 30 empreendedoras, cumprindo com a proposta inicial.

Foram marcadas 12 entrevistas presenciais e dessas 12, cinco foram realizadas efetivamente. Verificou-se a dificuldade de marcações de horários e dias compatíveis, além da distância, o que dificultou a realização da pesquisa em termos de oneração e

agilidade. Depois, foram feitos 45 contatos e desses contatos só foram possíveis 15 entrevistas presenciais, fazendo-se necessária a modalidade *on-line* para busca de melhores resultados. Desta forma, das 30 mulheres contatadas e não entrevistadas por motivos diversos, embora 10 delas tenha aceitado a entrevista via *Zoom Meet*, facilitando o processo. O Apêndice B mostra o conteúdo do roteiro utilizado para as entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas para realização das análises. Todas as entrevistadas assinaram o “Termo de Livre Consentimento Esclarecido”, conforme Apêndice A.

4 ANÁLISE DE DADOS

A Análise de Conteúdo, segundo Yin (2015), é uma abordagem qualitativa que permite explorar o significado e a compreensão do conteúdo de documentos escritos e analisar o estudo de campo conforme este estudo bibliográfico. Para Bardin (2016), a Análise de Conteúdo é uma técnica de pesquisa que visa extrair significados e padrões de um conjunto de dados, que necessita das seguintes etapas: (i) pré-análise – definindo os objetivos; (ii) descrição analítica - identificar características básicas, como dados sociodemográficos, expressões, temas específicos; (iii) a inferência – os pesquisadores interpretam o significado do conteúdo, buscando por padrões, conexões, tendências e outros dados que possam ajudar; (iv) redação do resultado – comunicar a análise de conteúdo de forma clara e estruturada em um relatório de pesquisa.

Para a elaboração deste estudo alguns tópicos importantes foram selecionados, com base no referencial teórico mobilizado. De acordo com os estudos abordados, determinou-se 7 (sete) categorias que serviram de base na estruturação das entrevistas e posteriormente para a efetivação de uma análise de conteúdo coesa. Verifica-se a estrutura da pesquisa através da matriz amarração, pois conforme Mazzon (1978), é possível analisar a estrutura matricial, comparando as decisões e definições de pesquisa (Quadro 8).

Quadro 8. Síntese teórica

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DIMENSÕES DO ODS 4 PARA 2030	CATEGORIA	FONTES	TÉCNICA DE COLETA	TÉCNICA DE ANÁLISE
Analisar a percepção de microempreendedoras, tendo em vista o empreendedorismo feminino no contexto da educação adulta, envolvendo o ODS 4 da ONU.	Verificar características em comum ao perfil de mulheres empreendedoras entrevistadas perpassando por dificuldades e êxitos, identificando dados percentuais relevantes.		Dados sociodemográficos Motivos para empreender	McClelland, 1961 Schumpeter, 1942 Nicolletti, et al., 2020 Drucker, 1987 Scott, 2013	Análise Teórica e Entrevistas semiestruturadas	Análise de Conteúdo Categorização das variáveis Identificar pontos de convergência e divergência dos discursos e analisar as dificuldades
	Verificar o desenvolvimento de cada meta e submeta do ODS 4 relacionadas a educação adulta,	Assegurar a equidade (gênero, raça, renda, território e outros) de		Elkington, 1994 Georgieva et al, 2022		

	que estão ligadas ao negócio das entrevistadas.	acesso e permanência à educação profissional e à educação superior de qualidade, de forma gratuita ou a preços acessíveis.	Formação acadêmica	Castella, 2012		
		Aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham as competências necessárias, sobretudo técnicas e profissionais, para o emprego, trabalho decente e empreendedorismo	Desenvolvimento Profissional 1	Sebrae, 2023 Paulo Freire, 2016		
		Eliminar as desigualdades de gênero e raça na educação e garantir a equidade de acesso, permanência e êxito em todos os níveis, etapas e modalidades de ensino	Discussões sobre gênero	Castella, 2012 Sampaio, 2016		
		Conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável.	Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável			

Fonte: elaborado pela autora (2023).

4.1 CATEGORIAS DE ANÁLISE

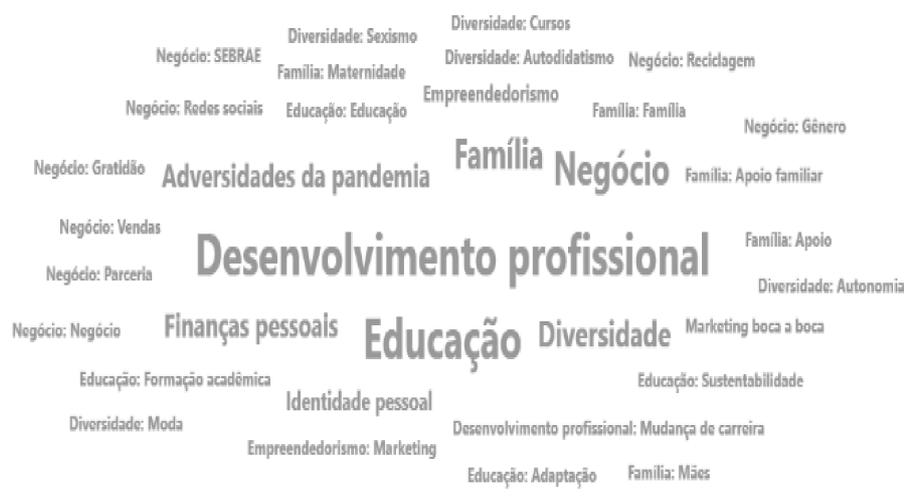
As categorias de análise têm como objetivo apresentar os resultados obtidos durante a fase de coleta de dados por meio das entrevistas semiestruturadas e posteriormente, discutir esses resultados à luz do referencial teórico. Estas categorias foram identificadas por meio de ferramenta de análise escolhida, o Atlas.ti. Conforme

Bardin (2016), segue-se as etapas da Análise de Conteúdo: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

As entrevistas gravadas foram transcritas e passadas para a ferramenta de análise qualitativa Atlas.ti[®]. O software, após a delimitação “Codificação A1”, identifica as categorias importantes conforme a inteligência de análise artificial. Foram identificadas as seguintes categorias e subcategorias conforme a nuvem de palavras (Gráfico 4):

Gráfico 4. Categorias de Análise conforme Atlas.Ti

:



Fonte: elaboração da autora com base na codificação feita pelo Atlas.ti.

Conforme apontado pelo *software*, e como opção nesta pesquisa, foram criadas 20 categorias com 502 subcategorias, as quais 7 categorias fizeram mais sentido em relação à teoria abordada na pesquisa. As categorias de análise escolhidas foram: (1) Dados sociodemográficos (família, identidade pessoal, maternidade); (2) motivos para empreender (negócio, finanças, mudança de carreira, parcerias, oportunidades); (3) formação acadêmica; (4) desenvolvimento profissional (processo de aprendizagem empreendedora); (5) planejamento estratégico e marketing; (6) discussões sobre gênero (diversidade) e; (7) conhecimento sobre desenvolvimento sustentável.

Após esta etapa de definições foi realizada, no dia 3 de setembro de 2023, a primeira entrevista como uma espécie de “estudo piloto”. A duração total foi de 27 minutos, conforme pode ser observado na gravação, e sua realização teve como objetivo aprimorar o roteiro de entrevista, previamente elaborado com base no objetivo geral e nos objetivos específicos da pesquisa. Esta vivência possibilitou a validação do instrumento

de estudo e seu aprimoramento, feito por meio da troca do ordenamento de perguntas e com o acréscimo de outra, com relação ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4. Desta forma, ocorreu a primeira experiência prática do formulário (Apêndice B).

4.1.1 Dados sociodemográficos

A análise sociodemográfica teve a finalidade de compreender as características sociais e demográficas da amostra escolhida. Conforme McClelland (1985), estas características podem estar associadas ao desenvolvimento de competências e habilidades, especialmente na área empreendedora. Esta abordagem tem cunho investigativo, entendendo a busca por oportunidades pessoais, profissionais e empresariais para cada indivíduo.

Após um breve momento introdutório e de descontração das pessoas, passou-se à apresentação do objetivo do estudo, buscando trazer questões pessoais para o levantamento demográfico, como: idade, estado civil, se as entrevistadas possuíam filhos e quantos e o ramo de atuação como MEI. No que tange à idade, as microempreendedoras individuais entrevistadas possuem de 26 a 60 anos. Quanto ao estado civil, a maioria das participantes são casadas.

Foi citado a importância dos filhos para as tomadas de decisões. O perfil das participantes quanto aos filhos, foram os seguintes: Treze participantes relataram ter de 2 a 3 filhos, oito participantes relataram ter 1 filho e 4 participantes não possuíam filhos até a data da entrevista.

Quanto às classificações de MEI verificaram-se as seguintes atividades: proprietária de empresa que faz manutenção em telhados, artesã de acessórios para cabelo, vendedora de roupas infantis, 5 dessas mulheres trabalham com fotografia e *design* digital, vendedora de bolsas e acessórios femininos, mentora de empreendedoras, proprietária de consultório para atendimentos psicológicos, proprietária de ateliê de costura, proprietária de estúdio de beleza, 2 são proprietárias de sala de estética, proprietária de cafeteria, proprietária de ateliê de produção de geleias e pães artesanais, prestadora de serviços administrativos em empresa de engenharia, prestadora de serviços de comunicação social em subsidiária da Petrobrás, *influencer* digital, proprietária de sala de ensino da língua inglesa, recreadora infantil, mentora financeira, proprietária de

cooperativa de compra e venda de alimentos não perecíveis orgânicos, artesã de papelaria personalizada e vendedora de joias e semi-joias.

4.1.2 Motivos para empreender

Segundo dados do Estado de Minas (2023), a quantidade de Microempreendedores Individuais em Minas Gerais aumentou de forma considerável, sobretudo nos últimos 3 anos, em que sobressai a pandemia causada pelo vírus COVID-19. Segundo o Sebrae (2023), o empreendedorismo feminino provoca impactos econômicos, devido a geração de empregos e aumento de renda para as famílias, provoca impactos sociais, devido ao equilíbrio entre trabalho e família, e impactos políticos, aumentando a independência e autonomia das mulheres.

Como subcategorias identificadas nas entrevistas, foram abordados os seguintes tópicos: (A) necessidade financeira durante a pandemia do COVID-19; (B) continuidade aos negócios da família; (C) crescimento econômico / mudança de vida ou realização pessoal e; (D) após a maternidade / nova realidade. Os motivos selecionados para análise correlacionam-se com a motivação como ponto de partida, a Teoria de McClelland (1987), como probabilidade de sucesso. Pode-se definir a motivação como um processo psicológico, que pode ser ativado por necessidades, afetos, valores, metas e expectativas que levam um indivíduo à ação. As necessidades fazem com que as pessoas busquem adquirir conhecimento para empreender (Loiola, Gondim, Pereira, & Ferreira, 2016).

Assim, foi perguntado às mulheres entrevistadas sobre o porquê de empreender e como surgiu essa vontade/necessidade. Conforme a subcategoria (A) presente nas entrevistas, algumas responderam levando em consideração o período pandêmico:

(...) eu tive minha segunda filha durante a pandemia e precisei voltar a trabalhar. As despesas estavam muito altas, e eu deveria colocar as meninas na creche para voltar ao trabalho. Portanto, eu optei por abrir meu próprio negócio, no qual eu pude ficar em casa para cuidar das meninas, não tendo despesas com creche, e pude também trabalhar e ter uma renda extra (P3, 2023).

Então, no final de 2020, após o retorno das férias, realizei um acordo com meu chefe e fui demitida da empresa para investir na educação do meu filho. No início de 2021, eu decidi abrir a minha empresa de acessórios. A pandemia também contribuiu muito para isso, mas a razão principal foi meu filho (P5, 2023).

(...) a empresa foi lançada em março de 2021, devido, principalmente, ao desemprego gerado pela pandemia (P20, 2023).

Algumas argumentaram de acordo com a subcategoria (B), ou seja, que continuaram a trabalhar num ramo desenvolvido pela família. Nesses casos, a convivência e o aprendizado facilitaram a permanência na mesma atividade:

(...) tô na área da beleza há 17 anos, comecei entre meus 13 e 14 anos fazendo unha. Minha mãe era cabeleireira, então fui criada em salão. Saí do ensino médio e tinha outros objetivos, mas como estava dentro de um salão, acabei ficando. Quando eu fiz 18 anos, resolvi me especializar na área de cabelo e vi que no meu mercado de trabalho tinha uma deficiência muito grande na parte técnica, de coloração, mechas e colorimetria. Então eu me especializei nessa área e hoje sou uma especialista na área de colorimetria (P11, 2023).

(...) minha mãe já tem experiência de mais de 30 anos em costura, sempre trabalhou em empresas privadas. Minha formação é outra, sou professora, mas sempre tive jeito para costura, sempre gostei. Então, nós começamos a costurar em casa, compramos as máquinas na época da pandemia e começamos a pegar algumas encomendas. Nesse meio tempo, foi crescendo e surgiu a oportunidade de abrimos nosso espaço no Centro Comercial de São Pedro e já estamos aqui há quase dois anos (P9, 2023).

Outras entrevistadas indicaram também a movimentação empreendedora (C) ligada ao crescimento econômico, mudança de vida e até mesmo realização pessoal.

(...) em 2008 inicialmente trabalhávamos na área de alvenaria. Com o tempo fomos ampliando até chegar no meio que estamos hoje. Levaram 15 anos para esse desenvolvimento e expansão da empresa (P1, 2023).

(...) decidi resgatar minha paixão pela produção de design gráfico. Então, eu saí da empresa e fundei minha própria empresa (P4, 2023).

(...) iniciei em 2020, optei por gostar desta área, poder fazer meus horários (P12, 2023).

Eu comecei na minha cidade, Sete Lagoas, em 2009, atendendo em uma clínica compartilhada. Mas com a mudança para Juiz de Fora, montei minha própria clínica. Mas, não deixo de compartilhar minha clínica com profissionais da área (P10, 2023).

Faz mais ou menos uns 6 anos que eu dei início, eu comecei produzindo geleias e antepastos. Então, há três anos atrás, eu comecei a produzir pães também, de fermentação natural. Fui ampliando os produtos para poder oferecer algo mais completo para o cliente, já compra o pão, a geleia e já tem o antepasto (P14, 2023).

(...) em 1996, na época que eu tinha 20 anos, eu já trabalhava no SEBRAE com a parte de orientação e contabilidade, mas eu queria ter

uma flexibilidade de horários, então fui buscar o empreendedorismo (P22, 2023).

Ao analisar o critério (D) maternidade, percebeu-se a necessidade financeira e busca por formas de obter recursos, sobretudo as mães que possuem mais de um filho. Existe a necessidade de arcar com escolas e creches ou até mesmo com uma babá, dificultando o crescimento econômico, mudança de vida e até mesmo realização pessoal por meio dos negócios.

Segundo a GEM (2023), em 2022, os motivos mais comuns para as mulheres saírem de um emprego era a renda baixa (24,2%), motivos relacionados a pandemia (16,4%) e questões pessoais e relacionadas a família (18%) no Brasil. E, essas mulheres, sem renda fixa, optaram por empreender de alguma forma. Uma pesquisa feita pela Rede Mulher Empreendedora mostra que 75% das mulheres mães empreendedoras iniciaram suas atividades após ter seu primeiro filho (RME, 2022). E, a maioria, sustenta a família inteira com o lucro de seu negócio. Desta forma, elas precisam de redes de apoio, para tenham mais oportunidade de seguir empreendendo, evitando enxergar a maternidade como um problema (SOUZA, 2018). Seguem alguns comentários das entrevistadas:

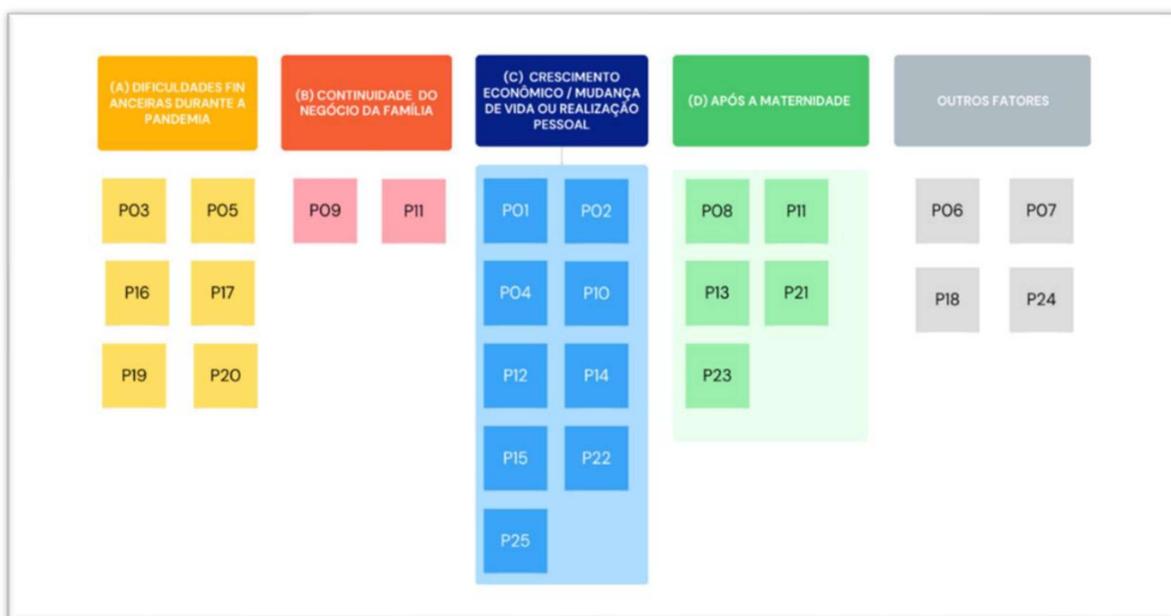
Iniciei após minha segunda gravidez, pois eu queria ficar em casa com a minha filha e não estava dando conta de trabalhar, cuidar da casa e da minha filha. Então eu abri uma empresa de fotografia. Tem 8 anos (P11, 2023).

Trabalhava com confeitaria, de carteira assinada, mas com três filhos eu fui vendo a demanda de ter que ficar em casa. Ai eu pedi demissão de onde eu trabalhava e comecei a trabalhar em casa. Meu esposo começou a vender no trabalho dele, eu vendia os doces pelo Instagram e pelo WhatsApp. Meu marido resolveu trabalhar junto comigo, pedi um acordo na empresa dele e nós montamos essa cafeteria. Mas é tudo muito recente, tem por volta de um ano que a gente tá trabalhando só com os doces. Mas é mais pela demanda de ficar em casa com as crianças (P13, 2023).

(...) eu realizava projetos de arquitetura. Devido a demanda da minha filha, precisei passar mais tempo em casa. Então, comecei a trabalhar com artesanatos, pois a arquitetura me tomava muito tempo e o trabalho exigia que eu passasse um longo período fora de casa. Portanto, comecei a fazer artesanatos e vendê-los online. Há cerca de um ano, resolvi abrir um CNPJ (P08, 2023).

Com as respostas das mulheres entrevistadas foi elaborado um gráfico de análise de ocorrência dos motivos que levam as entrevistadas a empreenderem (Gráfico 5).

Gráfico 5. Ocorrência dos motivos que levaram as entrevistadas a empreenderem



Fonte: elaborado pela autora no Canva (2024), baseado nas entrevistas.

Destaca-se que 36% das entrevistadas apontaram como motivo para abrir seu negócio a mudança de vida, realização de um sonho ou até mesmo a ascensão financeira. Já 24% das entrevistadas, alegaram dificuldades financeiras causadas durante a pandemia do COVID-19, enquanto 20% disseram ter buscado o empreendedorismo após a maternidade. 16% foram classificadas em “Outros fatores”, incluindo neste aspecto, mudança de cidade e oportunidades, conforme o desenvolvimento da vida profissional. E por fim, apenas 8% alegaram que estão dando continuidade ao negócio da família. Importante observar a empreendedora P11, com a resposta enquadrada em dois motivos, após a maternidade e continuando os negócios da família.

4.1.3 Formação acadêmica e desenvolvimento profissional

De acordo com a amostra de 25 mulheres empreendedoras da cidade de Juiz de Fora, a análise foi delimitada por quatro métricas do ODS-4 como subcategorias:

- Verificar o grau de escolaridade das entrevistadas;
- Verificar a formação técnica e atualizações para empreender;
- Analisar se formação acadêmica é compatível com a área de empreendimento;
- Questionar sobre o acesso à educação para as entrevistadas e familiares.

Na primeira subcategoria, ligada a verificação da escolaridade da amostra escolhida, observou-se o seguinte: 7 entrevistadas concluíram o Ensino Médio, 13 terminaram o Ensino Superior, 2 alegaram ter Especialização, 2 Mestrado e 1 com o Doutorado. Nesse quesito, verificou-se a métrica sobre a formação técnica e devidas atualizações, direcionando as falas das entrevistadas para cursos e buscas de conhecimento sobre o negócio que possuem. Foi perguntado também nessa questão se houve algum incentivo para procura de cursos e reciclagens. Seguem algumas respostas:

(...) dei uma olhadinha no curso, conversei muito com algumas pessoas, que me mostraram alguns cursos online sobre empreendedorismo. Até mesmo os cursos mais básicos (P20, 2023).

(...) quem me mostrou que eu conseguia foi a minha ex-patroa, que é a “Delícias da (...)”, ela me mostrou que todo mundo é capaz de aprender e de trabalhar naquilo que quer, com esforço, dedicação e coragem (P13, 2023).

Meu ex-chefe me apoiou bastante, apesar de eu trabalhar para ele, ele admirava meu trabalho. Quando nós tomamos a decisão sobre o desligamento da empresa, ele me deu muito apoio e me ofereceu muita ajuda. Pois quando a pandemia veio, todos ficamos muito assustados e as coisas ficaram difíceis financeiramente, ainda mais desempregada (P21, 2023).

(...) eu tenho o ensino médio completo e o curso técnico de podologia, eu sou podóloga. E, em relação à gastronomia, eu faço muitos cursos, até hoje. Eu fiz cursos de geleias artesanais e antepastos e fiz um de panificação também (P14, 2023).

A maioria das mulheres entrevistadas mostrou preocupação com a atualização e com a busca de conhecimento para aplicar em seus negócios. É importante destacar que as mulheres que relataram trabalhar o dia todo e que à noite precisam cuidar dos filhos/famílias e de afazeres domésticos, apresentaram maior dificuldade para continuar os estudos e buscar mais conhecimento na área de atuação, devido, principalmente, à falta de tempo e por alegações de cansaço e indisposição, devido à sobrecarga de responsabilidades.

Ao analisar se a formação técnica está compatível com o negócio, observou-se que poucas mulheres têm escolaridade e formação ligadas com a gestão do negócio. Das entrevistadas, 84% não atuam na área de formação acadêmica, mas 36% delas alegam que a formação ajudou muito para tomadas de decisão e empreendedorismo. Já 16% das mulheres entrevistadas continuaram a atuar em sua área de formação. Seguem alguns relatos sobre esta questão:

(...) eu não atuo na área. Eu sou formada em psicologia, fiz a pós-graduação em gestão de pessoas e desde então, atuar diretamente, não aconteceu. Eu trabalhei em algumas empresas na área de recursos humanos. Mas, um pouco antes da pandemia eu comecei a atuar na área administrativa e continuo atualmente. Com a criação do MEI, ficou mais complicado atuar na minha formação, pois não tem função compatível no cadastro de Microempreendedores Individuais (P15, 2023).

(...) formei em pedagogia em 2017. Então veio a pandemia e como eu não era efetiva, os contratos ficaram um pouco parados e eu tive que me reinventar e dar um jeito de ter uma renda dentro de casa, sem precisar sair tanto, realizamos algumas vendas online (P09, 2023).

(...) acho que me direcionou e fiquei mais confiante, por ter uma faculdade de administração (P23, 2023).

Minha formação é ciências sociais, me ajudou nessa concepção da associação, de estar inserida nela, mas na parte administrativa, não ajudou exatamente, isso eu estou aprendendo mais com a vida (P21, 2023).

A minha formação foi fundamental, não só na abertura da empresa como também na minha vida, a universidade foi um divisor de águas na minha vida. Eu não tenho a menor dúvida disso. Agora, para a parte técnica, projetar e desenhar, não tem a ver com a minha formação original (P20, 2023).

Sou formada em psicologia. Atualmente eu atuo como fotografa (MEI) e como psicóloga autônoma (P08, 2023).

Minha formação acadêmica é em comunicação social, minha pós-graduação é em comunicação empresarial e ambiental. Na verdade, eu acho que eu sempre atuei mais na área empresarial, sempre trabalhei em empresas terceirizadas da Petrobrás e com o tempo fui percebendo que as empresas reduziram os investimentos na área de comunicação e passaram a fazer só o que era uma lei ambiental, como lidar com as comunidades e de projetos de educação ambiental (P16, 2023).

Verificou-se que a maioria das pessoas entrevistadas se preocupam com cursos de atualização seja na área do negócio ou estudos voltados para empreendedorismo, marketing ou melhorias nas redes sociais. Apenas 2 das entrevistadas alegaram não se interessar por cursos de atualizações e 6 alegaram não ter tempo e nem vontade para buscar esse tipo de curso, mesmo em modalidade on-line. Foi recorrente a resposta sobre não achar necessário atualizar conteúdos, devido a venda “boca-a-boca” presente no cotidiano.

A próxima submeta determinada sobre o tema na ODS 4 foi verificar o acesso à educação para as participantes e para seus familiares, seria a meta 4.3:

Até 2030, assegurar a equidade (gênero, raça, renda, território e outros) de acesso e permanência à educação profissional e à educação superior de qualidade, de forma gratuita ou a preços acessíveis (IPEA, s/d).

Feita a seguinte pergunta as participantes: “Você ou as pessoas de sua família conseguiram acesso ao ensino adequado para iniciar o negócio? E cursos em geral para melhorar o desempenho e trazer novos conhecimentos/atitudes para a empresa?” Seguem algumas respostas relevantes para ilustrar o que a maioria respondeu:

(...) minhas duas meninas estudam em escola pública, fora isso não temos acesso a nenhum estudo gratuito, até gostaria muito que tivesse, para ocupar o tempo delas e tirar do celular. Mas, devido a essa demanda financeira, eu não tenho condições de colocar elas em um curso pago. Da minha parte também não, por conta de tempo mesmo, me dedico muito ao meu trabalho e participo de alguns cursos da minha igreja, então, atualmente eu estou sem tempo para dedicar a alguma outra formação (P-15, 2023).

Eu pago, tudo eu pago. Estou pensando em fazer umas matérias isoladas na área de psicologia na universidade. Até chegar a formação da faculdade, eu fiz faculdade, após, a formação em psicopedagogia, eu tive que pagar. Até a formação do meu marido também, não tinha bolsa, era em faculdade particular. Nós custeamos tudo até chegar no doutorado (P10, 2023).

Todos os cursos que eu faço são gratuitos online das editoras. Eu tentei fazer um curso online no Senac, não tenho desejo de fazer um PhD, mas eu queria fazer um outro mestrado (...)(P18, 2023).

A maioria alega ter dificuldades em adquirir cursos voltados para o negócio de forma gratuita. Algumas responderam que conseguem se atualizar através do SENAC, da Universidade Federal de Juiz de Fora e algumas ações governamentais que oferecem oportunidades de aprendizagem à preços mais acessíveis, como o Empretec (seminário que proporciona ao participante o despertar das atitudes empreendedoras), criado pela ONU, e a FIEMG (Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais).

4.1.4 Planejamento Estratégico e Marketing

Embora pequenas empresas não tenham recursos para investir tanto em marketing, elas podem utilizar algumas estratégias inteligentes e adaptáveis ao mercado que as façam ter maior visibilidade e ascensão (KOTHLER,2012) e que são gratuitas. Algumas estratégias citadas pelo autor são: Conhecer os clientes potenciais, ter presença on-line, marketing de conteúdo, marketing boca-a-boca, parcerias estratégicas, mídias sociais, marketing de guerrilha através da inovação, avaliações e ajustes. As redes sociais proporcionam estratégias de marketing gratuitas e que podem ser muito bem-sucedidas.

Para esta etapa elaborou-se as questões: Como você oferece os produtos e serviços? Você visita seus clientes para oferecer produtos e serviços ou suas vendas são feitas mais on-line? Você utiliza as mídias sociais para divulgar e vender produtos, como Instagram, Facebook ou WhatsApp?

Buscando as estratégias utilizadas na prática em pequenas empresas em uma Cidade de médio, foram levantadas as seguintes respostas:

A Empresa tem Instagram e cada uma das funcionárias tem seu Instagram pessoal. Vai no boca-a-boca também (P10, 2023).

Criamos um Instagram, fizemos a panfletagem na região e utilizamos do recurso boca-a-boca, pedindo indicação aos nossos clientes (P14, 2023).

Nossa divulgação é feita pelas redes sociais, temos uma conta no Instagram, no Facebook, e disponibilizamos o WhatsApp da loja também. Ademais, a empresa está registrada no Google e, quando o cliente sai satisfeito com nossos serviços, ele compartilha sua experiência e indica a firma, atraindo mais clientes para nós (P22, 2023).

Não, eu não faço propaganda nenhuma. Uso WhatsApp, tô criando um WhatsApp Business, mas tô muito devagar, não uso Instagram, Facebook, nem nada (P06, 2023).

Sim, eu tenho redes sociais, as quais eu divulgo meu trabalho. Outrossim, meus clientes ajudam na divulgação falando para seus conhecidos sobre o empreendimento e trazendo novos clientes. Além disso, ofereço meus produtos em grupos de WhatsApp também (P08, 2023).

Eu tenho uma loja na Elo 7 e uma loja na Shopee, tenho essas duas lojinhas. E, vendo através do meu Instagram também. (P25, 2023).

(...)eu sou extremamente proativa em oferecer meus serviços e buscar clientes. Hoje, a agência de publicidade que trabalha comigo tem como maior função prospectar novos clientes. Alguns clientes me procuram direto. São clientes que eu tenho uma relação, que já estão fidelizados de alguma forma. Então a função da agência é expandir, trazer mais clientes para mim (P17, 2023).

Dentre todas as participantes, ficou claro o uso das redes sociais, sobretudo o Instagram para divulgação de produtos e serviços. Faz-se ainda um paralelo entre participantes que indicaram não gostar de fazer uso das tecnologias para expandir seus negócios, preferem por meio de indicações. Outras, utilizam todas as redes disponíveis, criam lojas on-line e contratam agência para melhores resultados, sobretudo quem trabalha na área de marketing digital.

4.1.5 Discussões sobre gênero

Esta seção analisa a questão referente à gênero, partindo da métrica do ODS-4, enfatizando se ela afetou em algum momento a atividade empreendedora e pedindo às entrevistadas para sinalizarem a situação, caso tenha ocorrido. Verifica-se ainda a ODS-5 como totalmente voltada para igualdade de gênero e base para questões sensíveis a busca por esta igualdade, trazendo ainda mais força para levantar estas discussões.

A maioria das entrevistadas apontam que a principal dificuldade para empreender é conciliar as responsabilidades domésticas e de cuidado com as demandas profissionais. 36% das empreendedoras afirmaram ainda que outra dificuldade substancial são as questões culturais do Brasil, que enxergam homens como mais capacitados a ocupar posições de poder. Percebe-se que mesmo entre as mulheres que conquistaram maior autonomia ainda prevalece o pensamento social brasileiro, que atribui determinadas funções ao gênero.

Foi identificado nas falas a dupla jornada de trabalho, mostrando o comprometimento das entrevistadas com as atividades não remuneradas e remuneradas. Além disso, elas disseram que passam todo o tempo do dia em prol da execução de suas atribuições (profissionais e domésticas) enquanto os homens, em grande medida, ocupam-se apenas das atividades profissionais, como afirmado pelas entrevistadas casadas. As respostas também indicaram que a divisão financeira das despesas da família é essencial e por isso a mulher empreendedora “precisa” aguentar a sobrecarga se quiser obter o êxito em seus negócios. Seguem algumas respostas relacionadas a esta questão:

(...) acho que a diferença é a responsabilidade, pois muitas vezes não consigo me dedicar ao meu trabalho tanto quanto gostaria, devido às outras demandas. Eu só consigo trabalhar durante a tarde, enquanto meus filhos estão na escola (P06, 2023).

Não tenho muito tempo para dedicar ao negócio. Durante a semana cuido da casa e da minha filha sozinha, pois meu marido sai cedo para trabalhar e volta só à noite (P02, 2023).

Hoje é dividido, ele paga uma coisa e eu pago outra, é tudo dividido, não dividido meio a meio porque a renda dele é maior, mas quando os meninos eram pequenininhos, era praticamente meio a meio, porque gastava muito mais (...) (P25, 2023).

Isso é a parte mais chata do negócio, eu produzo na minha casa e após a produção fica aquele monte de serviço para fazer e eu não tenho

ninguém para me ajudar, para lavar aquele monte de vasilha, limpar a cozinha. Também é difícil conciliar com as outras tarefas diárias, levar as crianças na escola, limpar a casa, fazer almoço e entre outras (P14, 2023).

Uma das entrevistadas citou a estigmatização social, ponto que não foi explorado a princípio, mas que surgiu conforme a liberdade de fala da participante. Essa narrativa mostra que houve uma necessidade de adaptação através da assunção de comportamentos de outros grupos, na busca de camuflagem e reconhecimento do próprio trabalho como se houvesse alguém com conhecimento superior e sendo o responsável.

Quando eu comecei a empresa, eu tinha 20 anos, eu era magrinha e pequenininha, então quando eu comecei a visitar os advogados, eu tive uma certa dificuldade, porque me perguntavam quem era a pessoa responsável, não apenas pela minha idade, mas também por eu ser mulher. Aí eu falava o nome do meu marido, eles não queriam nem saber quem era ele, só queriam saber se tinha alguém por trás, mas era eu mesma. Ele era meu sócio na empresa, mas ele não fazia nada, ele não sabia nada, nem trabalhava na empresa, mas era meu sócio. Eu que executava todo o trabalho (P22, 2023).

Nesse mesmo tópico, as empreendedoras relataram que por vezes são questionadas quanto ao conhecimento trazido por um negócio tido como masculino. Por exemplo, a fala abaixo é de uma proprietária de uma empresa de reparos em telhados (enquadrada como MEI):

(...) eu fiz orçamento para uma obra, executando medições e cálculos. As pessoas ficam surpresas, por eu ser mulher e trabalhar com isso. Quando visito obras grandes de condomínios fechados da cidade e trabalho com grandes engenheiros, os quais se mostram assustados pelo conhecimento que consigo passar para eles (P01, 2023).

Duas entrevistadas prestam serviço para grandes empresas voltadas para construção civil, petróleo e gás. A primeira, atua nos escritórios e vai ao campo, realizando contato com os funcionários do setor operacional responsável pelas obras dos gasodutos. A segunda, atua no setor administrativo. A primeira destaca a importância da postura feminina ao atuar em ambientes comumente considerados como masculinos. Seguem trechos dos relatos:

(...) eu sempre trabalhei em um universo muito masculino, em construção civil, então às vezes a gente tem que ter uma postura diferenciada, para se impor mesmo, porque a gente fica muito vulnerável, tanto a nível de liderança, quanto a nível de empresas que você às vezes fiscaliza. Então, em uma obra, são muito mais homens do que mulheres, é importante que você se imponha para desenvolver seu trabalho (P16, 2023).

(...) acho que isso é indiferente. O que conta lá é a criatividade e a sua capacidade de mostrar resultados. O acesso é livre para ambos os sexos (P15, 2023).

Verificou-se também uma situação delicada quando as entrevistadas foram perguntadas sobre a remuneração e gênero.

(...) eu era a única mulher da equipe, meus equipamentos eram melhores que os dos colegas e eu recebia menos que eles. Então eu fui conversar com o responsável e ele aumentou a minha “pauta”, mas depois ele aumentou a de todo mundo menos a minha, no final acabei continuando ganhando menos. Eu cobria festas que os homens não queriam, principalmente à noite. Eu produzia mais e com qualidade e ganhava menos (P07, 2023).

As respostas indicam que, em muitos casos, as mulheres são obrigadas a mudar seu comportamento para serem respeitadas e que diferenças salariais sutis ainda estão presentes no cotidiano. As demais entrevistadas afirmaram que o fato de serem mulheres contribuía de alguma forma para a prestação do serviço/venda, como, por exemplo, as proprietárias de serviços de beleza e artigos para crianças, as donas de estabelecimentos de ensino e atendimento infantil, de Inglês, psicopedagogia e psicologia – uma vez que elas lidam em sua maioria com mulheres, especialmente as mães. A proprietária de loja de bolsas trabalha exclusivamente com o público feminino, e por isso afirmou que nunca passou por constrangimentos com suas clientes pelo fato de ser mulher.

4.1.6 Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável

Segundo Maciel *et al.* (2021), o conceito de desenvolvimento sustentável é interdisciplinar e sua definição engloba a ideia de conservação dos recursos disponíveis para a humanidade, ressaltando que eles podem ser finitos, como ativos naturais, tecnológicos, econômicos, culturais, de energia, alimentares, transporte e infraestrutura e de informação. Neste contexto, buscou-se investigar junto às participantes se elas sabiam o que era desenvolvimento sustentável e se elas buscavam adotar alguma prática que pudesse tornar suas empresas mais sustentáveis.

Conforme a métrica (c) do ODS-4 “Descrever a percepção das empreendedoras sobre a sustentabilidade nos negócios”, a maioria se mostrou bem consciente:

Sim, vamos tentando ser mais sustentáveis. Na escola a gente não usa mais toalha de papel, não usamos copos de plástico, separamos o lixo e na parte social, eu ofereço bolsas de estudo. Nessa ocasião, eu tenho três bolsistas, eles vão se formando e eu vou colocando outros. Como

eu trabalho sozinha, não consigo ter muitos bolsistas, mas à medida que alguns vão saindo, outros vão entrando. (P18, 2023).

As nossas aplicações sustentáveis são muito na recreação. A gente tem uma parceria com a Escola Integra por exemplo, e na Escola Integra, a gente não faz muita coisa, a gente fez agora colônia de férias e super toparam a ideia da gente não trabalhar com E.V.A, fizemos uma atividade de pintura no papel, fizemos em tecido também. Todas as nossas oficinas são presenteadas, então, a criança tem aquilo para levar para casa, então aquilo vira um objeto de decoração ou ela continua brincando com aquilo. Mas, algumas coisas a gente acaba esbarrando um pouco com a estrutura do cliente, que é por exemplo, os balões (P19, 2023).

Minha atitude sustentável na área de vendas é escolher as embalagens voltadas para esta premissa e na prática, vou em todas as clientes de moto. O custo benefício da moto é menor e manter ela não é caro, a gasolina é menor e economiza tempo também (P25, 2023).

(...) faço o reaproveitamento de papel, uma impressão que não deu certo, eu guardo pra servir de rascunho pra colocar dentro da caixa da cliente pra não amassar e esse tipo de coisa (P23, 2023).

Incentivo a devolução dos vidros de geleia e antepastos, porque eu consigo reutilizar. A outra forma que eu ajudo é em relação às cascas das frutas, que eu costumo jogar no meu quintal, para fazer adubo na horta (P14, 2023).

(...) compro algumas coisas de móveis de alguém que tá vendendo, e comprar um novo às vezes você paga mais caro e o produto tá ótimo, tudo a gente tenta olhar antes pra comprar de alguém vendendo. Eu só uso roupa de brechó. (...) a cabeleireira não usa mais papel alumínio pra fazer mechas, ela usa um outro papel que é biodegradável, ele tem a opção de limpar e reutilizar. (...) comprar coisa pela Internet, vem dentro do plástico e de uma caixa, ou seja, três, quatro embalagens sendo que não precisava, se colocasse dentro de uma só já tava ótimo. A gente usa energia solar também, que acaba que barateia a energia e é uma energia sustentável. Acho que é só isso, separamos lixo de cozinha dos outros. (P11, 2023).

Outras empreendedoras não se mostraram alinhadas com os conceitos e práticas sustentáveis. Na oportunidade a entrevistadora aproveitou para conversar sobre o tema e sugerir algumas ações.

(...) nós temos a consciência de sustentabilidade, mas algo focado em práticas, não teria aqui dentro desse escritório, mas acredito que nas obras, tenha sim (P15,2023).

Eu não entendo disso. Você pode me explicar? (P12, 2023)

Foi citado por uma prestadora de serviços (MEI) que a empresa para a qual ela trabalha já está valendo-se da premissa para nortear seus trabalhos futuros:

Eu fiz um curso recente do Banco Internacional de Desenvolvimento, pela Petrobrás, que ficou claro que só vamos investir em projetos que tenham uma visão diferenciada sobre a mulher. Então, em qualquer lugar que está chegando esse projeto, não se pode de forma alguma, tratar o homem e a mulher da mesma forma, tem que ter sempre uma linha diferenciada para a mulher, pois ela que cuida dos filhos, às vezes é mãe solo, tem que trabalhar e não pode sair de casa com facilidade, então eles adotaram agora, uma regra específica, que só aceita investir se tiver um regramento diferente para a mulher (P16, 2023).

A pergunta sobre desenvolvimento sustentável mostrou que há uma nova amplitude de envolvimento empresarial na promoção de ações ligadas ao desenvolvimento sustentável, mesmo que ações simples. Elas servem para demonstrar, através de uma pequena amostra, as mudanças de consciência da população que estão em curso. Percebe-se as dimensões do *Triple Bottom Line* (TBL) na prática em pequenos negócios que buscam alcançar uma crescente movimentação responsável e melhorar seus resultados e, com isso, atingir uma maior parcela de mercado, seguidores e consumidores.

Contudo, é fundamental avaliar que o empreendedorismo ambientalmente correto demanda recursos e conhecimentos técnicos que nem sempre a microempreendedora individual consegue possuir. Lembramos que essas mulheres, no Brasil, em geral se colocam como empreendedoras diante de uma situação de demanda urgente de renda e que comumente têm dois ou três turnos de trabalho. Assim, a sustentabilidade pode não ser prioridade diante da pobreza e das dificuldades impostas pela sociedade patriarcal.

4.2 DISCUSSÕES

Esta seção empreende a análise das entrevistas mediada pela amarração teórica. O cruzamento de dados favorece o conjunto dos achados da pesquisa e as comparações entre os autores.

Inicialmente, interessa citar que as teorias usadas como base para esta pesquisa foram as que oferecem abordagem sobre o desenvolvimento sustentável, através das metas da Organização das Nações Unidas, unindo-as ao empreendedorismo feminino e como inicia-lo, seja através da busca do conhecimento e também através da busca pela aquisição de qualidades de um empreendedor, tema de afinidade da autora. As teorias de McClelland e de Schumpeter foram mobilizadas com o intuito de estabelecer uma aproximação entre os pequenos negócios e trazê-los para a análise junto ao Objetivo de

Desenvolvimento Sustentável 4, que visa a educação de qualidade, analisando-os a fim de criar um paralelo entre os temas.

Como mostrado no Capítulo 2 (Referencial Teórico), as MEIs participantes estão ligeiramente ligadas ao movimento da educação e elas se beneficiam de trocas sociais para expandirem seus negócios. Percebe-se entre as participantes, a busca pela educação empreendedora com o objetivo de combinar as práticas da empresa com melhorias, gerando inovação, criatividade, uma melhor gestão e o desenvolvimento sustentável.

No que tange à abordagem de ensino para o empreendedorismo, a perspectiva percebida nas entrevistas se alinha às atividades mais práticas, com a adoção de métodos de ensino mais dinâmicos, que possam despertar habilidades, competências e estímulo ao empreendedorismo. Como alternativas, destacam-se as aulas expositivas, palestras e seminários. Percebe-se também a falta de embasamento para elaborar de um bom plano de Marketing, falta de visitas a empresas para benchmarking, a atuação em Empresa Júnior e incentivos à pesquisa e extensão. A educação empreendedora apresenta papel fundamental para o surgimento de novos negócios e desenvolvimento econômico.

Foi citada a liberdade geográfica como incentivo para empreender. Este fator permite a busca de oportunidades, experiências culturais e a construção de uma vida de acordo com as preferências individuais, principalmente para quem vende on-line. Partindo desta premissa, nesta modalidade de trabalho, as pessoas buscam a qualidade de vida, clima, cultura e fatores de preferências pessoais. Por outro lado, a questão da “pejotização” foi citada por duas participantes. Elas foram contratadas e orientadas a abrir um registro de MEI para oferecer seus serviços. É importante destacar que esta prática tem sido utilizada para reduzir encargos trabalhistas e custos associados a benefícios e direitos do trabalhador. Por outro lado, ela pode oferecer mais liberdade de escolha de horários, permitindo ao trabalhador/a exercer sua função de forma híbrida, em *home office* ou presencialmente. Contudo, importante enfatizar que essa liberdade potencial da MEI é restrita quando a mulher microempreendedora exerce seu trabalho em situação de pobreza e fome e precisa trabalhar horas sem fim para conseguir sua renda a custo da sua própria saúde. O empreendedorismo como forma de renda mínima não dá essa liberdade típica aos empresários, porque ele apenas mascara o trabalho informal (Antunes, 2020)

Quanto à Agenda 2030, especialmente em relação à Educação de qualidade (ODS 4), verificou-se cada métrica voltada à educação adulta, sobretudo a educação empreendedora, conforme as respostas das participantes. As respostas à esta pesquisa indicam que algumas das metas traçadas pelo ODS-4 não coincidem com a percepção das MEIs entrevistadas. A questão da educação inclusiva e de qualidade é deixada de lado ou sequer procurada, mediante afirmações de falta de tempo e falta de conhecimento, mesmo que a cidade de Juiz de Fora ofereça oportunidades. Por sua vez, é necessário entender que mulheres, no contexto social em que está sendo discutido, são constantemente submetidas a uma lógica pesada, na qual nem sempre conseguem matricular-se em um curso ou permanecer nele, uma vez matriculada. As expectativas sobre as mulheres, do cuidado da casa, crianças, idosos e doentes, deixa pouco espaço para o estudo. Por fim, nota-se a importância dos empreendedores e dos pequenos negócios para o desenvolvimento regional e o empenho das mulheres para que seus negócios prosperem e que sejam fontes de renda almejada, melhorando assim suas vidas e de suas famílias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa partiu da seguinte questão-problema: “Como as Microempreendedoras Individuais percebem a questão do empreendedorismo feminino no contexto da educação adulta com base no ODS 4 da ONU?”. Para respondê-la foram selecionados e levantados os perfis de empreendedoras residentes na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, posteriormente submetidas a entrevistas de caráter semiestruturado, pelas quais se obtiveram os dados sociodemográficos e demais informações, advindas da elaboração das categorias inscritas no método de Análise de Conteúdo.

Na revisão da literatura, as teorias clássicas, em forma de artigos, livros, dissertações e teses, permitiram um estudo sobre o empreendedorismo e sua difusão no Brasil. A questão do desenvolvimento sustentável ligado à Agenda 2030 da ONU e, especialmente ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4, que enfatiza a educação adulta, mostraram-se suficientes para fornecer conteúdo para analisar os dados das entrevistas. Logo, o referencial possibilitou a base da dialética que permitiu o desenvolvimento deste trabalho.

A partir das entrevistas, confirmou-se o que vem sendo amplamente discutido, ou seja, a ampliação do papel das mulheres fora do ambiente doméstico, aliado à produtividade no trabalho, que se associa ao exercício de múltiplas tarefas, como o casamento, com o cuidado com a casa (tarefas domésticas) e com os filhos, além de outras dificuldades, ligadas ao gênero, como a falta de reconhecimento no ambiente profissional, falta de oportunidade de crescimento, falta de tempo para se aperfeiçoar, tornam empreender um grande desafio. Sob esta perspectiva, empreender para as mulheres, é também um aspecto que gera reflexões e destaque nos aspectos do *triple bottom line*: político, econômico e social.

Atendendo aos objetivos da pesquisa, foi constatado que a maioria das entrevistadas concluiu o Ensino Superior, dentre as quais duas estudaram até a pós-graduação, duas concluíram o mestrado e uma fez doutorado. Assim, é possível dizer que as 25 participantes possuem um nível de instrução adequado para o desempenho de suas atividades e estão no mercado há algum tempo. A maioria dos negócios “nasceu” na pandemia do COVID-19 como forma de sobrevivência familiar diante de uma situação de caos. Foi observado, porém que, entre as entrevistadas, poucas tem compatibilidade

entre a formação acadêmica e o negócio estruturado. Isso indica, possivelmente, que as entrevistadas se esforçam para além das suas possibilidades de instrução e formação para exercer atividades que as permitam empreender e ter independência financeira. Elas buscaram algo de afinidade para iniciar numa situação de dificuldade e seguiram em frente.

Conforme destacado pelos textos buscados dos autores: Scott, 2013, McClelland, 1961, Freitas, 2006, Menezes, 2021, Maia, 2022 e SEBRAE, 2019 buscou-se analisar as categorias de dados demográficos e motivos para empreender. Os dados permitiram identificar a faixa etária de 23 a 60 anos, o estado civil, o nível de escolaridade, a idade e os filhos. Sobre os motivos para empreender, a conclusão é que elas precisam ter vontade para trocar de área ou desenvolver novo produto/serviço, alinhando à condição econômica para investir nas necessidades do negócio.

Precisou-se verificar o desenvolvimento de cada meta e submeta do ODS 4 em relação à educação adulta, fazendo a análise mais 5 categorias de dados levantados nas entrevistas de 25 participantes enquadradas como MEIs. Buscou-se embasamento teórico nos seguintes autores e fontes: ONU, 2023, Paulo Freire, 2016, Elkington, 1994, GEM, 2023 e Amorin e Batista, 2012. As categorias foram conforme metas e submetas da ODS 4: Formação acadêmica, planejamento e marketing gênero e desenvolvimento sustentável. Sobre a formação acadêmica foi citado a busca por mais estudos e a formação de cada uma, conforme citado acima. Sobre o planejamento, conclui-se que apenas 3 participantes fizeram algum tipo de planejamento para abrir seu negócio, necessitando de melhorias no início dos negócios e uma visão holística mais real de tudo que envolve o ramo escolhido. Sobre gênero, penas 3 participantes citaram fatos que dificultaram seus negócios devido a questões sensíveis à gêneros, as demais acham que o gênero feminino ajuda na hora do trabalho com o público alvo. Em relação à aplicação de desenvolvimento sustentável nas empresas das entrevistadas, percebe-se uma pequena evolução conceitual e de vontade fazer diferente para proteção do meio ambiente, para os próximos que estão por vir e mesmo para uma melhor qualidade de vida dos envolvidos no negócio. As pessoas “escutam falar “da Agenda 2030 da ONU e percebe-se nas falas das entrevistadas, que as atitudes em prol da Agenda 2030 estão crescendo.

Como o objetivo geral da pesquisa, que norteou o estudo foi: Analisar a percepção das MEIs sobre o empreendedorismo feminino no contexto da educação adulta usando

como referência o ODS 4 da ONU, vale destacar que as metas 4.1 e 4.2 não se enquadraram, pois ressaltam a importância da educação infantil e especificidades do atendimento à primeira infância no Brasil. A meta 4.3 foi tida como importante para este estudo, pois abrange a educação de qualidade entendida como fenômeno complexo. Mostra que a educação se torna de qualidade de acordo com os recursos materiais e humanos disponíveis somados a dinâmica que ocorre dentro da escola e da sala de aula. Esta dinâmica escola inclui os processos de ensino-aprendizagem, aos currículos adotados, as expectativas de aprendizagem em relação a cada estudante. Os resultados vêm nas avaliações e testes e no caso estudado nos negócios e análises mercadológicas de desenvolvimento, feita de forma holística. As participantes desta pesquisa apresentaram um bom nível de formação e apresentaram cultura para empreender, sendo adquirida com a experiência ou através de cursos complementares de formação continuada. Percebeu-se com esta pesquisa que a Cidade de Juiz de Fora- MG oferece oportunidades de estudo gratuitos ou pagos, com 169 faculdades, oportunizando aprendizagem para as empreendedoras e familiares.

A meta 4.4 que cita que até 2023, deve-se aumentar de forma considerável o número de jovens e adultos que tenham competências necessárias (técnicas e profissionais) para trabalho descente ou empreendedorismo. Esta meta foi abordada com as análises de categoria: motivos para empreender e planejamento de marketing. Conforme o conceito da própria meta, o empreendedorismo abrange:

Disposição ou capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços, negócios; iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, geralmente com alterações que envolvem inovação e riscos (IPEA, 2024).

Verificou-se que a vontade para empreender é a essência para atingir esta meta. As iniciativas devem ser apoiadas de alguma forma, seja através de financiamentos, apoio à empresas júniores, projetos governamentais, relacionamentos de aluno com faculdades e outros incentivos possíveis. Para as mulheres participantes desta pesquisa, foi essencial o apoio da família, a rede de aparato, como creches e escolas e os recursos financeiros como incentivos aos seus negócios.

A meta 4.6, discorre sobre a alfabetização de jovens e adultos, não sendo foco deste estudo.

A meta 4.7 abrange todo o desenvolvimento sustentável que pode ser ampliado pelo conhecimento e habilidade necessários para promover a prática. Busca-se estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gêneros, promoção de uma cultura de

paz e não violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural. Este ponto mostrou o nível de facilidade/dificuldade vivenciados pelas participantes nas ligações que fortalecem as metas do ODS-4. Algumas não sabiam o que é desenvolvimento sustentável, outras já praticavam sem denominar como tal e outras se mostraram bem alinhadas com os conceitos e aplicabilidade nas empresas. Percebeu-se algumas estratégias e iniciativas positivas como investir em energias renováveis, uso de motos ao invés de carro para atendimento a clientes, políticas de conservação gerando a redução de lixo, uso de materiais reutilizáveis, compra de produtos reutilizados como roupas, móveis, eletrodomésticos e compra em empresas que visam a proteção do meio ambiente. Ao adotar uma abordagem integrada e colaborativa, a cidade pode se desenvolver em práticas de sustentabilidade na região.

A pesquisa se limitou a três submetas do ODS-4 e a 25 participantes da pesquisa, amostra pequena, frente a quantidade de MEIs na Cidade de Juiz de Fora- MG. Esta limitação se dá devido ao tempo, acesso e recursos para ampliar o estudo.

Como sugestões a pesquisas futuras, sugere-se fazer um paralelo entre empreendimentos geridos por mulheres versus os geridos por homens. Pode-se ainda, abordar outros ODS afim de enriquecer ainda mais o estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA

ANTUNES, Ricardo (org.) **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. 1. ed. São Paulo: Boitempo. 333 pp, 2020.

ALMADA, L., e BORGES, R. Sustainable competitive advantage needs green human resource practices: A framework for environmental management. **Revista de Administração Contemporânea**, 22, 424-442, 2018.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino**: razão do empreendimento. Núcleo de Pesquisa da FINAN, v. 3, n. 3, p. 1-14, 2012. Disponível em: https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 20 out. 2023.

AULET, B. **Disciplined Entrepreneurship**: 24 steps to a successful Startup. John Wiley & Sons, 2013.

AZEVEDO, A. C.; CONEJERO, M. C.; PEREIRA, R. M. **Aplicação do discurso do sujeito coletivo para análise de focus group**: opções metodológicas nas pesquisas em administração. *Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCE)*, v. 19, n. 3, p. 23-43, 2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Focus – **Relatório de Mercado**, 2023. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/publicacoes/focus/24112023>. Acesso em: 24 nov. 2023.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016. 279 p.

BACKES, D. S., *et all*, 2011. **Grupo focal como técnica de coleta e análise de dados em pesquisas qualitativas**. *O Mundo da Saúde*, São Paulo: 2011;35(4):438-442.

BIASOLI, P. K. **Mulheres em cargos de gestão**: dificuldades vinculadas ao gênero. *Indicadores econômicos FEE*, v. 43, n. 3, p. 125-140, 2016.

BOEREN, E. Understanding Sustainable Development Goal (SDG) 4E on “**quality education**” from micro, meso and macro perspectives. *International Review of Education*, v. 65, p. 277-294, 2019. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11159-019-09772-7>. Acesso em: 19 ago. 2023.

BRASIL. Governo Federal. **Mapa das Empresas**, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/mapa-de-empresas>. Acesso em: 24 nov. 2023.

BRÜSEKE, Franz Josef. **Desestruturação e desenvolvimento**. In: L. da C. Ferreira e E. Viola (org.) Incertezas de sustentabilidade na globalização. Campinas: Ed. da Unicamp, 1996

CASAGRANDE, E. E. et al. **Empreendedorismo na prática: conexões entre ciência, mercado e sociedade**, 2022. Editora Iberoamericana de Educação.

CASTELLA, P. R. Secretaria do Estado do Meio Ambiente e Recursos Hídricos. **Cronologia Histórica do Meio Ambiente**. 2012. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/educacao_ambiental/evolucao_historica_ambiental.pdf. Acesso em: 6 set. 2021.

CAMPANHA, L. J. et al. **Formulação e implementação, convergências e desvios: facetas da política pública do MicroEmpreendedor Individual (MEI) no plano local**. Gestão & Produção, v. 24, p. 582-594, 2017.

CARDOZO, T. R.; BARBOSA, M. L. **Políticas informacionais e práticas pedagógicas para a formação do bibliotecário empreendedor**. Disponível em: <http://www.cinform.ufba.br/v.anais>. Acesso em: 26 set. 2023.

CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto; tradução Magda Lopes. 3 eds. Porto Alegre: ARTMED, 296 páginas, 2010. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 205–208, 2012. DOI: 10.26512/les.v13i1.11610. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/les/article/view/11610>. Acesso em: 13 fev. 2024.

DA SILVA, J. F; PATRUS, R. **O "bê-á-bá" do ensino em empreendedorismo: uma revisão da literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.

DE FREITAS, M. E. **O século das mulheres**. GV-Executivo, v. 5, n. 2, p. 53-57, 2006.

DELAI, I.; TAKAHASHI, S. **Uma proposta de modelo de referência para mensuração da sustentabilidade corporativa**. RGSA: Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 2, p. 19–40, 2008.

DIEMER, C. K.; MORAIS, C. S. **Força Feminina: O papel das mulheres na Segunda Guerra Mundial e a redefinição da mulher na sociedade**. Salão do Conhecimento, v. 6, n. 6, 2020. Disponível em:

<https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/18314>. Acesso em: 20 nov. 2023.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. São Paulo: De Cultura, 2006.

DOMINGUES, R. A.; MARQUES, D. **Empreendedorismo feminino**: uma análise das empreendedoras de Juiz de Fora-MG. *Gestão-Revista Científica*, v. 2, n. 2, 2020.

Disponível em:

<https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/gestao/article/viewFile/2663/1741>. Acesso em: 28 out. 2023.

DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor**: Entrepreneurship. São Paulo: Editora Pioneira, 1987.

ECCLES R.G. **The Impact of a Corporate Culture of Sustainability on Corporate Behavior and Performance**. Harvard Business School, 2012.

ECODEBATE. **Relatório mostra Brasil mais longe do desenvolvimento sustentável**. 2020. Disponível em: <https://www.ecodebate.com.br/2020/08/04/relatorio-mostra-brasil-mais-longo-do-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 6 set. 2022.

ENAP. Escola Nacional de Administração Pública. “**3ª Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres**”. Curadoria Enap, 2022. Disponível em: <https://exposicao.enap.gov.br/items/show/183>. Acesso em: 27 nov. 2023.

ELKINGTON, J. Towards the sustainable corporation: **Win-win-win business strategies for sustainable development**. *California Management Review*, v.36, n.2, p.90-100, 1994.

FALQUET, J. La règle du jeu. **Repenser la co-formation des rapports sociaux de sexe, de classe et de «race» dans la mondialisation néolibérale**. *Sexe, race, classe: Pour une épistémologie de la domination*, p. 71-90, 2009.

FEDERICI, S; VALIO, L. B. M. **In Struggle to Change the World**: Women, Reproduction, and Resistance in Latin America. *Estudos Feministas*, v. 28, n. 2, 2020.

FREIRE, P. **Educação como prática de liberdade**. São Paulo: Paz e Terra, 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo**, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2023.

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

GOMES, B. M. A; SANABIO, M. T.; DOS SANTOS, A. C. Empreendedorismo no Agronegócio: O caso da produção da cachaça de qualidade-TIRA MÁGOA. **III SEGeT– Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, p. 01-13, 2006.

MAZZON, José A. **Formulação de um modelo de avaliação e comparação de modelos em marketing**. 1978. Dissertação (Mestrado) Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo.

LOIOLA, E., Gondim, S. M. G., Pereira, A. C., & Ferreira, A. S. (2016). **Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: Analisando preditores e mediadores**. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho, 16(1), jan-mar 2016, pp. 22-35 ISSN 1984-6657

HRISTOY, I. e CHIRICO, A. 2019 The Role of Sustainability Key Performance Indicators (KPIs) in Implementing Sustainable Strategies. Disponível em: https://econpapers.repec.org/article/gamjsusta/v_3a11_3ay_3a2019_3ai_3a20_3ap_3a5742-3ad_3a277392.htm. Acesso em 25 de nov.2023.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico, 2022**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9662-censo-demografico-2010.html>. Acesso em: 2 jul. 2023.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4**. S/d. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/ods4.html>. Acesso em: 2 nov. 2023.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Estudo mostra desigualdades de gênero e raça em 20 anos**. 6 de março de 2017. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29526. Acesso em: 16 set. 2021.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Cadernos ODS – Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 6**. 2019. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9329/1/Cadernos_ODS_Objetoivo_6_Ass_egurar%20a%20disponibilidade%20e%20gest%20c3%a3o%20sustent%20c3%a1vel%20da%20c3%a1gua%20e%20saneamento%20para%20todas%20e%20todos.pdf . Acesso em 11 fev. 2022.

JUCEMG. **Junta Comercial do Estado de Minas Gerais**, 2019. Disponível em: <https://jucemg.mg.gov.br/>. Acesso em: 20 abr.2021.

KOTLER, Philip. **Marketing para Pequenas Empresas**. São Paulo: Atlas, 2012.

KOTHLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. Tradução Sonia Midori Yamamoto. Revisão Técnica de Iná Futino Barreto e Edson Crescitelli. 15. ed. -- São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C. **Pesquisa de representação social: um enfoque quali-quantitativo**. Brasília: Liber Livro, 2012.

LOVISCEK, V. *Triple Bottom Line* em direção a um quadro holístico para a sustentabilidade: uma revisão sistemática. **Revista de Administração Contemporânea**, 25, n.3, 2020.

MACIEL, J. G. S; LUCAS, J. I. P; GULLO, M. C (Orgs). **Trabalho, consumo e desenvolvimento sustentável**. 1. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2021. Disponível em: <https://www.ucs.br/educs/livro/trabalho-consumo-e-desenvolvimento-sustentavel/> . Acesso em: 03 nov. 2023.

MAIA, M. M. Trabalho emocional e significados do feminino no empreendedorismo contemporâneo. **Cadernos Pagu**, v. 64, 2022. <https://doi.org/10.1590/18094449202200640003>

McCLELLAND, D; ATKINSON, J; CLARK, R; LOWELL, E. **The achievement motive**. NY, Appleton-Century-Crofts, 1953.

McCLELLAND, D. **The Achieving Society**. New York: Free Press, 1961

McCLELLAND, D. **La sociedad ambiciosa**. Vol. I e II. Madrid: Ediciones Guadarrama, 1968.

McCLELLAND, D; STEELE, R. **Human motivation**. NJ: General Learning Press, 1987.

MENEZES, I. A. **Dos coronéis pela educação! Ideologia da família e ultraconservadorismo no sistema educacional brasileiro**. 2021. 109 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. <http://doi.org/10/14393/ufu.di.2020.737>

MICHAELS M. H. et al. **Educação e Inclusão: equidade e aprendizagem como estratégias do capital**, 20190. <https://doi.org/10.1590/2175-6236116974>

NEIL, A. T, KAREN, V; WILLIAN, B. G. Entrepreneurship-as-practice: Grounding contemporary theories of practice into entrepreneurship studies. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 32, n. 3-4, p. 247-256, 2020.

NEGRI, Fernanda de. **Retomada das Políticas Industrial e de Inovação no Brasil**, 2021. Disponível em: fernanda.denegri@ipea.gov.br. Acesso em 01/10/2023.

NEVES, C. E. B. Desafios da educação superior. **Sociologias**, n. 17, p. 14–21, jan. 2007.

OCDE. Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico. SIGI 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/wLS65R85wxcrkhrpLqJf4qC/#ModalHowcite>. Acesso em: 21 fev.2024.

Global Report: Transforming Challenges into Opportunities, Social Institutions and Gender Index. Paris: OECD Publishing, 2019. <https://doi.org/10.1787/bc56d212-en>.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Agenda 21. Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio de Janeiro, 1992)**. 3. Ed. Brasília: Senado Federal, 2003.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Agenda 21. Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio de Janeiro, 1992)**. 3. Ed. Brasília: Senado Federal, 2016.

PAULON, S. M.; FREITAS, L. B. L; PINHO, G. S. P. **Documento subsidiário à política de inclusão**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Especial, 2005. 48 p.

PORTAL PJF. Prefeitura de Juiz de Fora. **Institucional - Cidade**, 2023. Disponível em: <https://www.pjf.mg.gov.br/institucional/cidade/index.php>. Acesso em 12 set. 2023.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Situação de Mulheres Empreendedoras no Brasil**. Pequenas Empresas e Grandes Negócios, 20 set. 2019. Disponível em: <https://rme.net.br/>

RIBEIRO, D. **Lugar de fala**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

ROMEIRO, A. R. Desenvolvimento sustentável: uma perspectiva econômico-ecológica. **Estudos avançados**, v. 26, p. 65-92, 2012. <https://doi.org/10.1590/S0103-40142012000100006>

- ROHAN, U; BRANCO, R. R; SOARES, C. A. P. Potencialidades e limitações dos instrumentos de mensuração da sustentabilidade. **Engenharia Sanitária e Ambiental**, Rio de Janeiro, V. 23, N. 5, P. 857-869, 2018.
- SAMPAIO, D. O.; PLACIDO, E. C. R. **A consciência da definição e utilização de estratégias de desenvolvimento sustentável de acordo com os gestores de organizações públicas no Brasil**. *Marketing & Tourism Review*, v. 1, p. 1-22, 2016.
- SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia** (S. G. de Paula, Trad.). Rio de Janeiro: Zahar, 1985 (1942).
- SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultura, 1988.
- SCOTT, S.A. **Nova história das mulheres no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Relatório Especial: Empreendedorismo Feminino no Brasil**, março, 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 10 fev. 2022.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**, [online], s/d. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 12 fev. 2022.
- SILVA, A. S. da. A Ação Pública: um outro olhar sobre Estado, Sociedade e Políticas Públicas. **Revista Gestão & Políticas Públicas**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 194-204, 2018. DOI: 10.11606/issn.2237-1095.v8p194-204. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rgpp/article/view/175154>. Acesso em: 5 fev. 2024.
- SILVA, et al. 2018. **Empreendedorismo feminino**: perfil no segmento da beleza e da estética. *Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista*, v.12, n.2 p. 68-71, 2018 ISSN 1982-2537
- SOUZA, A. M. S., *et al*, 2018. **Maternidade e educação – desafios e possibilidades de acesso e permanência na UFPI campus Ministro Reis Velloso**. Disponível em:

https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/join/2017/TRABALHO_EV081_MD1_SA70_ID1074_15092017210703.pdf. Acesso em 10/01/2024.

UNESCO. **Relatório de Monitoramento Global de EPT**. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232565_por. Acesso em 10/01/2024, 2015.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014.

WINTER, D. G. David C. McClelland (1917–1998): Obituary. **American Psychologist**, 55(5), 540–541, 2000. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.540>

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. [S. l.]: Bookman editora, 2015.

ZUINI, P. **Universitário é o melhor empreendedor?** Revista Exame [Online], 10 de outubro de 2010. Disponível em: [https://exame.com/pme/universitario-melhor-empresenedos-557278/](https://exame.com/pme/universitario-melhor-empresendedos-557278/). Acesso em: 8 out. 2023.

APÊNDICES

Nos apêndices apresenta-se textos que complementar a argumentação do autor. Já os anexos são documentos adicionados, elaborados pelo autor que servem para comprovação como mapas, leis, estatutos, ilustrações, questionários (Sampaio, 2006). A seguir, os apêndices e anexos necessários a este estudo.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Gostaríamos de convidar você a participar como voluntária da pesquisa Empreendedorismo Feminino sob a ótica do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 4 da ONU. O motivo que nos leva a realizar esta pesquisa é contribuir academicamente para o campo do empreendedorismo e socialmente visando incentivar o desenvolvimento de pequenos negócios e crescimento da economia local. Nesta pesquisa pretendemos identificar e compreender quais são os fatores que impactam os MEIs a buscar uma formação como estratégia de negócio pela perspectiva destes indivíduos.

Caso você concorde em participar, vamos fazer as seguintes atividades com você: Entrevista Individual sobre empreendedorismo e seu segmento ativo de MEI, com foco na educação de qualidade. Esta pesquisa tem alguns riscos, que são riscos mínimos, uma vez que as discussões serão gravadas em vídeo e áudio, mas, para diminuir a chance desses riscos acontecerem, todas as gravações serão mantidas sob sigilo e os nomes e identificações irão ser modificados. A pesquisa pode ajudar no desenvolvimento dos pequenos negócios na cidade de Juiz de Fora, bem como ajudar na melhoria de políticas públicas para pequenos negócios.

Para participar deste estudo você não vai ter nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Apesar disso, se você tiver algum dano por causadas atividades que fizermos com você nesta pesquisa, você tem direito a buscar indenização. Você terá todas as informações que quiser sobre esta pesquisa e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Mesmo que você queira participar agora, você pode voltar atrás ou parar de participar a qualquer momento. A sua participação é voluntária e o fato de não querer participar não vai trazer qualquer penalidade ou mudança na forma em que você é atendido (a). O pesquisador não vai divulgar seu nome. Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada. Seu nome ou o material que indique sua participação

não será liberado sem a sua permissão. Você não será identificado (a) em nenhuma publicação que possa resultar.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a você. Os dados coletados na pesquisa ficarão arquivados com o pesquisador responsável por um período de 5 (cinco) anos. Decorrido este tempo, o pesquisador avaliará os documentos para a sua destinação final, de acordo com a legislação vigente. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo, atendendo a legislação brasileira (Resolução Nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde), utilizando as informações somente para os fins acadêmicos e científicos.

Declaro que concordo em participar da pesquisa e que me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Juiz de Fora, _____ de _____ de 2023.

Assinatura do Participante: _____

Assinatura da Pesquisadora: _____

Nome da Pesquisadora Responsável: Luciana Schuchter Soares
Campus Universitário da UFJF
Faculdade/Departamento/Instituto: Faculdade de Administração e Ciências
Contábeis
CEP: 36036-900
Fone: 32 98801-9142
E-mail: Luciana-jf@bol.com.br

APÊNDICE B

ROTEIRO SEMIESTRUTURADO PARA ENTREVISTA INDIVIDUAL

A trajetória feminina tem sido marcada por transformações sociais, econômicas e políticas, em direção a igualdade de gênero e posições hierárquicas nas organizações. A busca pela igualdade de oportunidades e formação de qualidade e inclusiva tem sido um desafio que envolve toda a sociedade, trazendo benefícios a todos e promovendo uma sociedade inclusiva, equitativa e justa. Este projeto como objetivo central analisar o empreendedorismo feminino sob a ótica do objetivo de desenvolvimento sustentável 4 da ONU, com foco sobretudo nas submetas 4.3 e 4.4. O local de pesquisa será na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. O tema mostra-se relevante e atual, sendo pauta nas agendas políticas e de mercado. Quanto a metodologia a pesquisa, será do tipo descritiva, de natureza qualitativa, utilizando-se de roteiro semiestruturado, via entrevistas individuais presenciais com mulheres, as quais possuem registros no cadastro de microempreendedor individual (MEI). Verificar os dados com as participantes:

- (1) Dados sociodemográficos (família, identidade pessoal, maternidade);
- (2) motivos para empreender (negócio, finanças, mudança de carreira, parcerias, oportunidades);
- (3) formação acadêmica e acesso as universidades;
- (4) desenvolvimento profissional (processo de aprendizagem empreendedora);
- (5) planejamento estratégico e marketing;
- (6) discussões sobre gênero (diversidade) e;
- (7) conhecimento sobre desenvolvimento sustentável.

Conhecimento (quebra-gelo)

- Nome completo:
- Idade:
- Sexo:
- Número de filhos:
- Estado Civil:
- Negócio:
- CNPJ:
- Produto ou serviço oferecido:

Atitude

- Quando você deu início a atitude de empreendedora?
- Por que você optou pela empresa própria?

- Você já ouviu falar sobre o planejamento estratégico? Se sim, como foi essa experiência.
- Se não, tem interesse em conhecer o que é planejamento estratégico?
- Caso você já tenha realizado o planejamento estratégico, quais foram as etapas que realizou?
- Sua formação acadêmica/estudo, ajudou a decidir por ser empreendedora?
- Quem você pode destacar como a pessoa que mais lhe apoiou ao empreender, caso tenha alguém em mente?

Comportamento

- Como é o sustento de sua família hoje?
- O lucro do negócio ajuda a você pagar as despesas familiares?
- Como é a dinâmica de pagamentos de despesas em sua casa? Você divide, paga sozinha ou não participa? E de seus filhos?
- Você tem conta corrente pessoa física?
- Tem conta corrente pessoa jurídica?
- Você mistura os valores que fatura na empresa nas contas de pessoa física e pessoa jurídica?

Com relação a divisão de tarefas do lar:

- Você recebe ajuda de alguém?
- Como é feita a divisão de tarefas em sua casa?

Acesso à educação

- Você ou as pessoas de sua família conseguiram acesso ao ensino adequado para iniciar o negócio?
- E cursos em geral para melhorar desempenho e trazer novos conhecimentos/attitudes para a empresa?

Canais de vendas

- Como você oferece os produtos e serviços?
- Você visita seus clientes para oferecer produtos e serviços ou suas vendas são feitas mais on-line?
- Você utiliza as mídias sociais para divulgar e vender produtos, como Instagram, Facebook ou WhatsApp?
- Você sente alguma dificuldade em inserir seus produtos/serviços no mercado pelo fato de ser mulher?

Desenvolvimento Sustentável

- Você escuta falar hoje em jornais e revistas sobre desenvolvimento sustentável, Certo?
- Vocês adotam alguma prática para ajudar a empresa ser mais sustentável?

Agradecimentos e despedida.

Terminamos! Sua entrevista ajudará a verificar os impactos econômicos, sociais, políticos e culturais causados pelo acesso à educação antes de empreender e as diferenças que ainda são percebidas no mercado com os empreendimentos das mulheres. Agradecemos sua participação e enviaremos os resultados da pesquisa assim que possível. Por favor, forneça seu e-mail para receber resultados da pesquisa, caso assim deseje!