

EMPREENDEDORISMO FEMININO NA AGRICULTURA FAMILIAR NA ÁREA RURAL DE CASCAVEL E SANTA TEREZA DO OESTE, PARANÁ

CORRÊA MARINA, Jéssica¹

KARVAT, Luane²

SONEGO, Maria Vandete³

RESUMO

Ser empreendedor significa estar em constante alerta ao mercado em busca de soluções, a partir de planos antecipados e sua realização. Com a crescente participação da mulher especialmente nos negócios, as empreendedoras vêm atraindo grande atenção na economia. Na agricultura familiar, várias mulheres vêm abrindo seus próprios negócios e garantindo ou colaborando com o sustento da família. Assim, este trabalho objetiva analisar o perfil empreendedor da mulher do campo, na agricultura familiar das cidades de Cascavel e Santa Tereza do Oeste, no estado do Paraná. Adicionalmente, identificar o perfil e as características empreendedoras destas mulheres. O trabalho constitui-se como uma pesquisa exploratória de abordagem qualitativa e quantitativa. Para responder aos objetivos propostos, foi aplicado um questionário às mulheres da feira do pequeno produtor das duas cidades. Verificou-se ao final que as mulheres empreendedoras do campo, em ambas as cidades comercializam, em suas barracas, produtos vindos da agricultura familiar, como vegetais, compotas, massas, carnes e queijos, artesanato, entre outros. Iniciaram seu próprio negócio pela oportunidade de aumentar a renda e colaborar com a da família. Suas principais dificuldades são a falta de recursos e incentivos, as diversas atribuições que a mulher precisa desempenhar, o medo de arriscar e a resistência por conta do gênero. Como resultados positivos, afirmaram ter adquirido maior independência, segurança, autorrealização e desenvolvimento pessoal.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendimento. Empreender. Mulher. Pequena produtora. Perfil empreendedor.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE FAMILIAR AGRICULTURE AT THE RURAL AREA OF CASCAVEL AND SANTA TEREZA DO OESTE MUNICIPALITIES, PARANÁ STATE

ABSTRACT

Being an entrepreneur means being on constant alert to market in search of solutions, from the anticipated plans and their accomplishment. With the increasing participation of women especially in business, female entrepreneurs have been attracting great attention in the economy. In the familiar agriculture, several women have been opening their own businesses and ensuring or contributing to the family's livelihood. Thus, this study aims to analyze the entrepreneurial profile of rural women in familiar agriculture in the cities of Cascavel and Santa Tereza do Oeste in the State of Paraná. To identify additionally the profile and entrepreneurial characteristics of these women. Work constitutes an exploratory research of qualitative and quantitative

¹Acadêmica do curso de Administração do Centro Universitário FAG. Email: jessicacorreamarina@hotmail.com

²Acadêmica do curso de Administração do Centro Universitário FAG. E-mail: luanekarvat@hotmail.com

³Professora do Curso de Administração do Centro Universitário FAG. Email: vandete@gmail.com

approach. A questionnaire was applied to the women of the small producer's fair from the two cities to answer the proposed objectives. Finally the women entrepreneurs of countryside from the both cities market products from their familiar agriculture, such as vegetables, jams, pasta, meats and cheeses, handicrafts, among others. They started their own business for the opportunity to increase the income and collaborate with the family. Its main difficulties are the lack of resources and incentives, the various roles women have to play, the fear of risk and the resistance to gender. As positive results, they affirm that they have acquired greater independence, security, self-realization and personal development.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Undertake. Familiar agriculture. Entrepreneurial profile.

1 INTRODUÇÃO

Ser empreendedor é uma atividade de ambos os sexos, independente de sua profissão ou classe social. Antes de tudo, trata-se de uma pessoa com iniciativa e coragem. É um indivíduo em constante alerta ao mercado e em busca de soluções, a partir de planos antecipados e sua realização. Um empreendedor consegue visualizar oportunidades escondidas, conhece cada cliente, concorrente, produto, serviço e fornecedor detalhadamente, o qual irá destacá-lo em meio à acirrada competição do mercado.

O avanço da participação das mulheres em ambientes fora do lar e da família e, ainda, com suas características peculiares as do sexo oposto, tem garantido cada vez mais seu lugar no mercado de trabalho. Com a crescente participação da mulher no mercado de trabalho e nos negócios, não poderia ser diferente o destaque destas mulheres como empreendedoras.

No quadro da agricultura familiar, o panorama não tem sido diferente. Várias mulheres estão abrindo seus próprios negócios e garantindo ou colaborando com o sustento da família. Desta forma, o empreendedorismo feminino na agricultura familiar consiste, em grande parte, numa tática de sustentação social e econômica no Brasil. As agricultoras têm aglomerado novas atividades nas propriedades, possibilitando o emprego de vários membros da família, entrada de rendas diversificadas, autonomia de produção e relacionamento com o mercado. Surgem assim, novos negócios liderados por mulheres, tanto na cidade, como no campo.

Este trabalho objetiva analisar o perfil empreendedor da mulher do campo na agricultura familiar na área rural das cidades de Cascavel e Santa Tereza do Oeste, no estado do Paraná. Adicionalmente, identificar se estas mulheres são empreendedoras por oportunidade ou necessidade e, ainda, quais suas principais características empreendedoras. Por este motivo, partiu-se da seguinte pergunta: Qual o perfil da mulher empreendedora na agricultura familiar, da área rural dos municípios de Santa Tereza do Oeste e Cascavel, localizadas no Oeste do Paraná?

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 PRIMÓRDIOS E CONCEITUAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo apareceu, de forma mais concreta, na Idade Média, para definir coordenadores de extensos projetos de produção, os quais utilizavam recursos geralmente disponibilizados pelo governo. Desta maneira, estes não estavam à mercê de grandes riscos, porque somente cuidavam da coordenação de tais projetos. Exemplificando este quadro, um empreendedor comumente nestes tempos era o clérigo, o qual coordenava a arquitetura das construções como castelos, prédios públicos e catedrais (DORNELAS, 2005).

Contudo, o termo “*entrepreneur*” (empreendedor) consta, pela primeira vez, em francês, no início do século XVI, o qual foi utilizado para nomear os homens que coordenavam as atividades militares. Todavia, o crédito ao termo é geralmente dado a Richard Cantilon, o qual foi o primeiro que diferenciou o empreendedor (quem enfrentava os riscos) do capitalista (quem fornecia o capital) (DORNELAS, 2001). Por meio da observação do mercado e dos trabalhadores, Cantilon descreveu o empreendedor como aqueles que “compram a um preço certo e vendem a um preço incerto, portanto operam com risco” (HISRICH e PETERS, 2004, p.28).

Dornelas (2005), ainda apresenta que, no século XVII, o empreendedor de fato assumia o risco, quando realizava um acordo com o governo para prover produtos ou serviços e a geração de lucro ou prejuízo era de total responsabilidade do primeiro. O principal empreendedor neste tempo foi John Law, com a criação de um banco que cresceu e se transformou em uma franquia. Contudo, a monopolização do mercado da França culminou na falência da empresa (HISRICH e PETERS, 2004). Somente no século XVII, os termos foram bem definidos, quando o processo de industrialização estava em andamento. Dornelas (2005) aponta que, ainda no limite dos séculos XIX e XX, o empreendedor fora constantemente confundido como administrador ou gerente, a serviço do capitalista, prolongando-se tal entendimento de caráter econômico até os dias atuais.

De acordo com Dolabela (1999, p.43), o termo empreendedorismo pode ser finalmente designado como “uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship* que designa uma área de grande abrangência e trata de outros temas além da criação de empresas”; ou seja, os estudos associados ao empreendedor, seu perfil, origens, sistema de atividades e seu universo

de atuação. Adicionalmente, ocorre a concepção de Stoner (1985, p.114) do empreendedorismo, como o "processo aparentemente descontínuo de combinar recursos para produzir novos bens e serviços".

Já o termo empreendedor definido por Schumpeter (1949), como “aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. Portanto, o empreendedor pode ser compreendido como a pessoa que identifica oportunidade, constrói a equipe, propõe, inova, cria, atém-se ao negócio e ao resultado.

2.2 O EMPREENDEDORISMO NA ATUALIDADE DO BRASIL

Atualmente, são muitas as pesquisas no campo do empreendedorismo, principalmente voltadas às pequenas empresas e sua relevância para a economia do mundo. Ao discorrer sobre o empreendedorismo, Dolabela (1999, p.37) afirma que:

Esse ramo de conhecimento está ainda em fase pré-paradigmática, já que não existem padrões definidos, princípios gerais ou fundamentos que possam assegurar de maneira cabal o conhecimento.

A despeito disso, é imprescindível o papel do empreendedor à sociedade no mundo atual, conforme Dolabela (1999, p.28), o “motor da economia”. A busca por pesquisas que englobem os mais diversos aspectos do empreendedorismo torna-se essencial.

Segundo Dolabela (1999), nos Estados Unidos (EUA), os cursos de empreendedorismo saltaram de 50 para mais de 1000 entre os anos de 1975 e 1999. No Brasil, o primeiro curso de empreendedorismo foi criado pelo Professor Ronald Degen, em uma disciplina do Curso de CEAG (Especialização em Administração para Graduados), intitulada “Novos Negócios”. O curso foi sediado na antiga Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo-SP. O curso tornou-se graduação em 1984 e fora intitulado “Criação de Novos Negócios - Formação de empreendedores”.

Contudo, conforme Dolabela (2006), no ano de 1990 o empreendedorismo se fortificou no Brasil, através da empresa privada SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e da SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Diante disso, se destaca:

Na formação de empreendedores, o fundamental é preparar as pessoas para agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado de trabalho, transformando esse ato também em prazer e emoção (Dolabela, 1999, p.12).

Por sua vez, a SEBRAE apoia e incentiva o empreendedor de fato, promovendo a capacitação e o desenvolvimento para dar suporte ao empreendedor iniciante de todo o Brasil (SEBRAE, 2016); ao passo que a SOFTEX objetivava exportar os serviços de *software* das empresas nacionais com o intuito de capacitar os empresários em gestão e tecnologia. Ao contrário dos cenários político e social do país, que não dispunham de informações acerca desta área (DORNELAS, 2001). De acordo com Degen e Mello (1989, p.9):

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por este motivo, acreditamos que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços.

Ainda, como reforça Dolabela (1999, p.30): "o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, empreendedores nascem por influência do meio em que vivem". Somente após os anos 2000, a mentalidade do brasileiro se estabeleceu em relação ao empreendedorismo, em razão da necessidade da população pela falta de empregos, ao contrário da visão de uma oportunidade de negócio (BRITTO e WEVER, 2003). Segundo Baron e Shane (2007, p.81),

As oportunidades surgem de um padrão complexo de condições de mudança – mudanças no conhecimento, na tecnologia e nas condições econômicas, políticas, sociais e demográficas [...] o reconhecimento das oportunidades origina-se, em grau bastante importante, do maior acesso à informação e da maior capacidade de utilizá-la.

Entretanto, empreender ainda consiste mais em uma necessidade do que em uma oportunidade no Brasil. Apesar de possuir um elevado grau de atividade empreendedora, no Brasil são carentes as políticas de longa duração focadas no empreendedorismo e o Estado ainda é muito burocrático. Ainda, apesar da ampliação da disponibilidade de capital no Brasil, a maior parte dos empreendedores não tem credibilidade na sua obtenção (BRITTO e WEVER, 2003). Relatórios produzidos pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), de

2005 a 2007, apontaram que os empreendedores brasileiros atuam em grande parte por necessidade, chegando a constituir entre 43-48,5% de empreendedores, quando o ideal seria a criação de algo novo por potencial. Dornelas (2016, p. 15) citou algumas ações importantes para o aumento da importância do empreendedorismo no Brasil (Quadro 1).

Quadro 1 - Ações de crescimento do empreendedorismo no Brasil a partir do ano 2000.

Programa GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços)	Incentivo do ensino da matéria em universidades e criação de empresas de software
Programa Jovem Empreendedor do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)	Capacitação de empreendedores
Programa Brasil Empreendedor do Governo Federal	Capacitação de empreendedores
Cursos e programas nas universidades e aumento do número de profissionais (mestres e doutores) na área	Consolidação do empreendedorismo universitário e capacitação de novos profissionais
Lei da Inovação, Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e Instituição do Simples, Programa Empreendedor Individual	Evolução da legislação
Instituto <i>e-cobra</i>	Apoio a jovens empreendedores de empresas da internet
Programas específicos de MBA (<i>Master of Business Administration</i>) e EAD (Educação à Distância)	Cursos de formação em escolas de administração de empresas e de tecnologia para formação de empreendedores
ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores), ENDEAVOR, ONGs	Entidades privadas e não-governamentais incubadoras de apoio ao empreendedorismo
Criação de Ministério ou Secretaria própria no Governo Federal	Apoio às micro e pequenas empresas
Programas com recursos de subvenção econômica, bolsas, investimentos de entidades governamentais de apoio (como o Finep, CNPq, BNDES)	Apoio à inovação e ao empreendedorismo
Maior interesse na BOVESPA (bolsa de valores do Brasil)	Aumento do número de ofertas públicas iniciais (IPO) e do número de investidores individuais.
Aumento do número de franquias no país	R\$ 76 bilhões de faturamento consolidado do setor em 2010
Copa do Mundo e Olimpíadas no Brasil	Criação de novos negócios

Fonte: Dados adaptados de Dornelas (2016).

Por conseguinte, em sua pesquisa referente ao índice de criação de novos negócios, o GEM apontou a TEA (*Total Entrepreneurship Activity*, Atividade Empreendedora Total) do Brasil, em 2010, em 17,5%, a maior taxa desde que a pesquisa tem sido realizada no país, atrás apenas da China. Este percentual significa que 21,1 milhões de brasileiros produziram atividades empreendedoras em 2010 (DORNELAS, 2016).

A importância devida ao empreendedorismo tem sido finalmente dada no Brasil, visto que o empreendedorismo aqui seguiu o modelo de países desenvolvidos como os EUA, “onde empreendedores são os grandes propulsores da economia” (DORNELAS, 2016). Assim, o empreendedorismo se consolidou na última década no Brasil, caracterizando uma nova fase para o país. Dois eventos marcantes ainda merecem destaque nesta nova fase brasileira (ou seja, nesta década): a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016, os quais proporcionaram a criação de novos negócios no país (DORNELAS, 2016). Desta maneira, conforme concluiu este mesmo autor, “o empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico” (DORNELAS, 2008, p. 9).

2.3 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Nos primórdios da civilização, a função da mulher pode ser descrita como igual a do homem; elas caçavam, pescavam e até mesmo iam para a guerra. Após abandonada a vida nômade, a função da mulher mudou; ela passou a ser vista somente para procriação, ao mesmo tempo em que o homem era responsável pela sobrevivência da família. Com a invenção de instrumentos para a agricultura e fundição de metais, o trabalho ficou por conta do homem, sendo ele o dono e senhor da terra, tendo um novo valor além do social, o econômico (KÜHNER, 1977).

Com a Revolução Industrial, a mulher foi procurada para trabalhar fora do lar, consistindo numa fase de inovação e transformação organizacional da sociedade (KÜHNER, 1977; MOTTA, 1999). No entanto, a mulher foi desvalorizada e explorada, em razão da elevada procura por mão-de-obra e muitas vagas em aberto, muitas das quais foram preenchidas pelas mulheres (BAHIA, 2002).

Kühner (1977) destacou a contradição que a mulher encara ao entrar no mercado de trabalho, a dupla jornada, o trabalho na empresa e o trabalho doméstico, além da assistência a

sua família. Em vários momentos, surgem dificuldades para conciliar os dois: a vida pessoal com a profissional.

Desta maneira, o papel da mulher na sociedade e a quantidade de mulheres trabalhando fora de casa, em diversos setores, transformaram o cenário anterior à época da industrialização - quando as tarefas exercidas pelas mulheres não exigiam tanta qualificação e estavam relacionadas ao casamento e à maternidade (BAHIA, 2002).

Várias empresas reconhecem que as trabalhadoras do sexo feminino são mais flexíveis, sensíveis, intuitivas, apresentam maior capacidade de trabalho em equipe e administram de uma forma mais otimista e positiva a diversidade (GOMES, 2005). Entretanto, estas mulheres ainda encontram dificuldades das empresas oferecerem programas de incentivos para que consigam conciliar a dupla jornada (POWERS, 2004). É provável que estas mulheres optassem pelo autoemprego, como forma de estratégia para conciliar os dois papéis importante de suas vidas. Isto porque ter um próprio negócio proporciona mais controle do seu tempo e de seu destino, facilitando a administração de sua vida profissional e pessoal (LINDO *et al.*, 2007).

Por conseguinte, é fundamental importância conhecer as necessidades e causas que levaram a participação e a inserção cada vez maior da mulher no mercado de trabalho.

2.4 A EVOLUÇÃO DA MULHER NO EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é importante, especialmente para as mulheres com negócios próprios, no sentido de auxiliá-las na busca de sua realização profissional. Com as suas características próprias, a mulher atua naturalmente em relação aos processos multifuncionais no mercado de negócios, ao ser capaz de administrar diferentes atividades ao mesmo tempo (SCHINAIDER, 2013).

De acordo com Lindo *et al.* (2007), a partir da década de 90, houve um aumento linear acerca da presença feminina no mercado de trabalho brasileiro, especialmente daquelas casadas e com filhos. E de acordo com Guedes (2009), as mulheres têm buscado atingir um maior grau de escolaridade em relação aos homens, o qual reflete sua participação cada vez maior como provedora da renda familiar e assumindo tal posição.

Elas acabaram conquistando o ramo do empreendedorismo e, conseqüentemente, mais respeito no mercado de trabalho. Muitas delas estão à frente de cooperativas, participando de

todos os processos e, apesar do machismo, é possível o homem e a mulher trabalharem harmoniosamente. Apesar da desigualdade acentuada que ainda se verifica entre os gêneros, a mulher tem conseguido seu espaço esperado (AMORIM e BATISTA, 2012). No Brasil, até o ano de 2015, foi constatada a presença de sete milhões e 350 mil empreendedoras (PORTAL BRASIL, 2015).

O funcionamento da atividade empreendedora é mais desafiante para as mulheres do que para os homens, o qual faz com que a mulher procure ficar mais focada no que ela quer. Isso contribuiu para o aumento de mulheres empreendedoras nos últimos 10 anos, superando, atualmente, a marca do sexo oposto. Foi em 2009 que as mulheres conseguiram, pela primeira vez, ultrapassar o número de homens, como empreendedoras por oportunidade (GEM, 2007; 2009).

As mulheres vêm, por meio do empreendedorismo, complementar a renda da família ou até mesmo estar à frente de negócios ao lado de seus maridos, além de atingir sua independência pessoal. Todavia, a necessidade ainda é o principal motivo para as mulheres empreenderem (GEM, 2007).

De acordo com Machado *et al.* (2003), a mulher é levada a empreender por dois motivos principais, a oportunidade - quando a mulher utiliza o *hobby* como um negócio, pelo conhecimento da atividade e a inserção no mercado, ou até mesmo, por dificuldades nas finanças; e o desejo pessoal de abrir seu próprio negócio, pela vontade de inovar, e a motivação de ter sucesso no negócio. Esta mesma pesquisa apontou que as empreendedoras se concentraram principalmente em negócios relacionados ao mundo feminino, como educação, comércio, vestuário, perfumaria e cosméticos, comércio de produtos farmacêuticos e produção de comidas prontas.

Assim, as mulheres avançaram em relação à conquista de espaço no mercado de trabalho, crescendo em várias áreas e se adaptando às tarefas profissionais e familiares (RAPOSO e ASTONI, 2007).

Ademais, apesar desta elevada participação que as mulheres têm conquistado, o caminho não foi harmonioso, ao enfrentar e continuar enfrentando, diversas barreiras no mercado. As mulheres têm tido dificuldades para progredir, salários menores, falta de políticas sociais voltadas a elas e, ainda, a falta de voz nas camadas superiores de liderança. Estas falhas no tratamento da mulher pela sociedade as motivaram a trocar seus empregos e abrirem seu próprio negócio (MUNHOZ, 2000).

2.5 AGRICULTURA FAMILIAR

A agricultura representa as atividades ligadas ao uso da terra para cultivo de alimentos, reservas florestais e pecuária, voltadas a fornecer alimentos de qualidade às necessidades humanas (CREPALDI, 2006).

Por sua vez, Carmo (1999), ao abordar o perfil da agricultura brasileira, se referiu à agricultura familiar como um meio de produção que não se restringe à exploração agrícola somente no âmbito produtivo ligado ao lucro econômico. Porém, considerando as necessidades e objetivos dos componentes familiares, os quais estão intimamente interligados, diferente do modelo de gestão patronal com trabalhadores subordinados. Já para Wanderley (1996, p.2), a agricultura familiar pode ser definida “como aquela em que a família, ao mesmo tempo em que é proprietária dos meios de produção, assume o trabalho no estabelecimento produtivo”.

Desta maneira, o processo produtivo é realizado pela mão de obra da própria família, ou seja, por pequenos proprietários, em escala menor aos grandes agronegócios. Em muitas regiões brasileiras, consiste na atividade econômica principal, com profunda importância na geração de empregos e renda no ambiente rural (SARTIN, 2012).

A agricultura familiar fornece 60% dos alimentos consumidos no Brasil, é responsável por 77% dos empregos no meio rural e abrange 85% das propriedades nacionais (MACEDO, 2014). De acordo com dados compilados por Toscano (2003), foi responsável por 40% do valor bruto da produção agropecuária nacional e foi o segmento que mais cresceu durante a década de 1990, quase 3,8% ao ano.

Oliveira (2000 *apud* TINOCO, 2006, p.9) argumentou como a produção familiar pode ser vantajosa ao proporcionar um espaço ideal à agricultura sustentável:

A lógica de funcionamento das explorações familiares, baseada na associação dos objetivos de produção, consumo e acumulação patrimonial, resulta num espaço de reprodução social cujas características de diversidade e integração de atividades produtivas vegetais e animais, ocupação de força de trabalho dos membros da família e controle decisório sobre todo o processo produtivo são sensivelmente mais vantajosos ao desenvolvimento de uma agricultura ambientalmente sustentável que as explorações capitalistas patronais.

A renda para sustentar a família do campo pode provir da própria diversificação de atividades, porque o agricultor familiar, além da venda dos produtos e serviços, supre o consumo de sua própria família (ALBA, 2009). Em geral, os empreendimentos da agricultura

familiar surgem em regiões em que há a diversificação da produção e ao mesmo tempo uma agricultura familiar consolidada. Isto se dá a partir do conhecimento adquirido na transformação de alimentos, apoiado na prática história, agregada à tradição e cultura passando de geração em geração (PREZOTTO *et al.*, 2005).

Desde o ano 2000, a empresa EMATER do Estado do Paraná tem sido responsável pela formação de grupos de agricultores familiares na região oeste. A empresa fornece assistência técnica para as atividades do campo e assessoria a 44 grupos (220 agricultores familiares) de empreendedores rurais. Os produtos oriundos da agricultura familiar do Paraná alcançaram as grandes redes de supermercados. Entidades oficiais como o Ministério do Desenvolvimento Agrário, o governo do Estado e a Associação de Supermercados realizaram parcerias com os pequenos produtores. Estas Forneceram incentivos e colaboração para a comercialização dos produtos, fatos que consistem numa das maiores dificuldades do agricultor familiar (NAZZARI *et al.*, 2007).

Censo Agropecuário (1995-1996) mostrou [que o] Paraná tem 369.875 propriedades rurais que ocupam uma área de 15,9 milhões de hectares. Destes, 6,5 milhões de hectares são ocupados por propriedades familiares que totalizam 321.380 unidades. O Valor Bruto da Produção (VBP) referente ao período do Censo, era de R\$ 5,5 bilhões, dos quais R\$ 2,7 bilhões representavam o VBP da produção da agricultura familiar [...] Na região Oeste do Paraná, área de abrangência da Emater, que envolve 30 municípios, o número total de propriedades é de 29.166 que ocupam uma área de 1.090.018 hectares, das quais 25.678 são propriedades familiares ocupando uma área de 514.506 hectares. O Valor Bruto de Produção (VBP) das 29.166 propriedades é de R\$ 583,9 milhões, sendo as propriedades familiares responsáveis por R\$ 334 milhões do VBP total (TASCETTO e WALKOWICZ, 2007, p.25).

Em relação à ascensão e expansão das atividades agrícolas na região oeste do Estado do Paraná, Tavares (2005 *apud* NAZZARI *et al.*, 2007), discorre sobre a dificuldade do estabelecimento da agricultura familiar frente aos grandes negócios. O agronegócio em larga escala tem tomado espaço e várias famílias abandonam o campo e a agricultura familiar; desestimulando o pequeno agricultor e a lavoura, como dissertou o autor sobre as cidades de Campo Bonito e Pranchita na década passada:

No município de Campo Bonito, região oeste do Paraná, mais de 70% das suas propriedades rurais estão nas mãos de apenas 20 famílias. Destas 20, apenas uma tem residência fixada no município. A riqueza gerada na atividade agrícola das outras 19 famílias não contribui para incrementar a economia local ou regional, mas acompanha a mesma trajetória de êxodo dos agricultores familiares que não encontram condições de continuar na lavoura. Pranchita, no sudoeste do Paraná, perdeu metade de sua população em pouco mais de duas décadas. Com uma das terras mais valorizadas do Estado, o município está se transformando em uma

grande monocultura de soja, pois inúmeras famílias têm vendido suas terras e migrado para outros estados. A administração local começa a sentir os reflexos do modelo excludente na perda de sua população. Pranchita, como outras tantas cidades no interior do Brasil, está esvaziando! (TAVARES, 2005 *apud* NAZZARI *et al.*, 2007, p. 50).

Frente a estes cenários, Nazzari *et al.* (2007) realçaram que as pesquisas e atividades de extensão destacam a importância e a capacidade da agricultura familiar promover nestas regiões o crescimento econômico. Tais projetos podem incrementar o conhecimento científico dos pequenos agricultores, auxiliando em uma maior inclusão social e aperfeiçoando a produção e sua comercialização no cenário econômico.

2.6 CARACTERÍSTICAS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Segundo Dornelas (2011), as características do empreendedor ultrapassam àquelas de um administrador. Empreendedores são visionários, sabem tomar decisões, transformam ideias abstratas em algo concreto, sabem explorar amplamente as oportunidades, são determinados e dinâmicos, dedicados, seguros e têm prazer pelo que fazem. Além dessas características, procuram estar sempre à frente das mudanças, são independentes e constroem o próprio destino, são líderes natos e formadores de equipes, organizados e bem relacionados; adicionalmente, são estrategistas, planejadores incessantes e que assumem riscos calculados.

Neste sentido, o papel que as mulheres desempenham nas micro e pequenas empresas vêm gerando interesse do mercado em entender a ascensão do empreendedorismo feminino. Isto porque é visível o quanto a presença feminina nos pequenos negócios tem favorecido a economia e o meio social. Promovendo discussões sobre as razões e fatores que influenciam as mulheres serem donas de seu próprio negócio, consistem numa forma divergente dos empreendedores masculinos (SOUZA *et al.*, 2010; GOMES, 2004).

De acordo com Sina (2005), as mulheres são semelhantes aos homens, todavia, demonstram algumas qualidades inerentes como: versatilidade, sensibilidade, flexibilidade, cooperação, ser detalhista e intuição. Conforme Hisrich e Peters (2004, p.90):

O crescimento significativo no número de mulheres trabalhando fora criou um novo campo de pesquisa interessado em verificar se mulheres trabalhadoras, administradoras e empreendedoras são diferentes dos seus colegas do sexo masculino. Está claro que empreendedores e empreendedoras têm muito em comum.

Porém, apesar de algumas características de histórico e de personalidade serem muito semelhantes, há diferenças notáveis entre os sexos em termos de motivação, ponto de partida e habilidades para negócios levadas para o empreendimento.

Gomes (2004) salientou, como características da mulher empreendedora, a maneira como ela lida com o poder e a informação, subdividindo-as entre todos, ao estimular a participação dos demais, valorizando e motivando todos para o trabalho. Há uma grande valorização dos colaboradores do grupo, especialmente se estes são membros da família. Já para Machado (2002), quando uma mulher é empreendedora, esta se posiciona no centro, enquanto que os objetivos ficam mais claros e são amplamente divulgados para que todos se envolvam ao seu redor. Desta forma, o poder é visto e aplicado de forma diferenciada, entre a mulher e o homem: para os homens, o poder é uma habilidade direcionada como controle; enquanto que, para as mulheres, trata-se de uma habilidade voltada a toda a comunidade, sendo menos individualista e mais relacional, descentralizada.

De acordo com Stolcke (1980), as mulheres apresentam uma habilidade para encontrar soluções criativas para situações imprevisíveis e para lidar com as tarefas domésticas e a família ao mesmo tempo. Conforme apontou Machado (2002), a preocupação da mulher empreendedora está na qualidade dos serviços e na orientação dos resultados em longo prazo. Ocorre uma minimização do formalismo, há uma busca de integração e de boa comunicação além de atenção às individualidades.

Adicionalmente, as mulheres assumem menos riscos e empenham menos crédito que os homens no ambiente de negócios. A razão para esta discrepância pode estar na dificuldade de acesso ao crédito, bem como na utilização do capital de terceiros como fonte de investimento, ou seja, empréstimos de família e amigos (MACHADO, 2002). A experiência com a iniciativa empreendedora é ainda maior partindo do gênero masculino, o qual contribui com a diferença entre os gêneros no momento de empreender (MACHADO, 2010).

No geral, a mulher empreendedora vem conquistando espaço no mercado de trabalho e chamando a atenção, não apenas pelas obrigações de trabalho, mas principalmente pelo desempenho e resultados alcançados no ambiente de trabalho (NASSIF *et al.*, 2011). Sendo assim, essas características possibilitam às mulheres de assumirem um estilo peculiar e próprio. Isto se torna um diferencial em relação ao sexo oposto, além da contribuição à economia em relação à sociedade em geral (HISRICH e PETERS, 2004; AMORIM e BATISTA, 2012). Apesar disso, seu papel como empreendedoras não supera ou substitui

o modelo masculino, porém, é complementar, pelo qual ambos contribuem com suas habilidades naturais ao sucesso da organização (GOMES, 2004).

Conforme concluíram Machado *et al.* (2010), busca-se uma nova visão ao estudo das mulheres empreendedoras, não no sentido de se separar as abordagens das características do empreendedorismo pelo homem e pela mulher; mas que se aborde mais pesquisas comparativas, mais fatores aleatórios influenciando o empreendedorismo feminino, produzindo conhecimento acerca da influência do meio social sobre os gêneros.

3. METODOLOGIA

Para Barros e Lehfeld (2003), a pesquisa científica consiste no ato de explorar, inferir e seguir uma metodologia com o objetivo de desvendar, explicar e entender os fatos de uma determinada situação real. A presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, uma vez que procura descobrir idéias e percepções; gerar hipóteses ou explicações prováveis sobre o empreendedorismo feminino; e identificar e analisar o perfil das mulheres empreendedoras (CHURCHILL e PETER, 2005).

A pesquisa exploratória fornece a metodologia e critérios necessários à elaboração de uma pesquisa, oferece informações acerca do objeto de estudo e orienta a formulação de hipóteses (CERVO *et al.*, 2006). A justificativa da presente pesquisa é de familiarizar-se com o tema, o qual não é abordado de forma tão ampla, além de demonstrar conceitos envolvendo pesquisas mais aprofundadas. É um estudo que necessitou de referências bibliográficas e pesquisas com pessoas que enfrentaram situações semelhantes, o que pode entusiasmar a percepção das pessoas (GIL, 2008).

A pesquisa exploratória, para Collis e Hussey (2005, p.24), “é realizada sobre problema ou questão de pesquisa quando há pouco ou nenhum estudo anterior em que se possa buscar informações sobre a questão ou problema”. Sendo assim, foram levantadas e identificadas algumas informações sobre o perfil empreendedor de mulheres nas cidades de Cascavel e Santa Tereza do Oeste, Paraná.

Por sua vez, Marconi e Lakatos (2010), detalham a pesquisa qualitativa, como aquela que tem como objetivo avaliar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo e fornecendo análises mais detalhadas sobre as investigações. Portanto, o foco da pesquisa qualitativa é nos processos e nos significados. Ou seja, é uma pesquisa analítica, que provoca

os questionados a cogitar livremente sobre o assunto, motivo ou conceito, e ainda, indica fatos que promovem a motivação.

Conforme explicita Fonseca (2002, p. 20), a pesquisa quantitativa:

Se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. [...] A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente.

Desta forma, a presente pesquisa define-se de natureza quali-quantitativa e exploratória. A pesquisa de campo foi realizada nas cidades de Cascavel e Santa Tereza do Oeste, no oeste do Paraná, em junho de 2016, nos seguintes locais:

- a) A feira do pequeno produtor de Cascavel, localizada na Praça Wilson Joffre, centro da cidade, a qual funciona as terças e quintas-feiras e aos domingos, nos horários das 15h às 22h (terças e quintas-feiras) e das 8h às 12h (domingos). Aos sábados, a feira é realizada ao lado da sede da Prefeitura de Cascavel, das 8h às 12h. São comercializados, principalmente, verduras e legumes, mas também massas, pães, bolachas, flores, artesanatos, lanches diversos, entre outros produtos.
- b) A feira do pequeno produtor de Santa Tereza do Oeste, localizada na praça central, realizada as terças e sextas-feiras, horário a partir das 16:00 horas. São comercializados especialmente produtos provenientes da agricultura familiar. Os principais produtos comercializados são verduras e legumes, bem como massas, pães e bolachas.

Após uma pré-avaliação, a qual consistiu de pergunta via comunicação oral, 16 mulheres (10 da cidade de Cascavel e seis da cidade de Santa Tereza do Oeste) concordaram em cooperar e então fizeram parte da presente pesquisa.

Para se alcançar os objetivos propostos da pesquisa, os dados foram colhidos das pesquisadas através de questionário (Anexo I), com questões fechadas de múltipla escolha, perfazendo um total de 16 questões pré-elaboradas. Os questionários foram aplicados com mulheres trabalhadoras rurais que possuem seu próprio empreendimento na área rural, ou que têm participação em agroindústrias familiares. Os questionários foram distribuídos durante a realização das feiras, em ambas as cidades, enquanto as mulheres feirantes expunham seus produtos à comercialização em suas barracas.

4 ANÁLISES E DISCUSSÕES

Após a realização da pesquisa no município de Cascavel e Santa Tereza do Oeste, verificou-se que:

Cidade de Cascavel	Cidade de Santa Tereza do Oeste
10 mulheres entrevistadas	06 mulheres entrevistadas
Idade: 20-30 anos: 30% 30-40 anos: 30% 40-50 anos: 20% Mais de 50 anos: 20%	Idade: 30-40 anos: 16,7% 40-50 anos: 66,6% Mais de 50 anos: 16,7%
Estado civil: Solteiras: 20% Casadas: 60% Divorciadas: 20%	Estado civil: Solteiras: 16,7% Casadas: 66,7% Divorciadas: 16,7%
Todas possuem entre 1 a 3 filhos	Todas possuem entre 1 a 3 filhos
Escolaridade: Ensino fundamental completo: 30% Ensino médio: 70%	Escolaridade: Ensino fundamental completo: 50% Ensino médio: 50%
Renda mensal: R\$ 1.000,00 -1.200,00: 20% R\$ 1.200,00-1.400,00: 40% R\$ 1.400,00-1.600,00: 20% Mais de R\$ 1.600,00: 20%	Renda mensal: R\$ 1.000,00 -1.200,00: 16,7% R\$ 1.200,00-1.400,00: 83,3%
Motivos que abriram seu próprio negócio: Surgimento da oportunidade: 50% Sustentar a família: 30% Colaborar com a renda familiar: 20%	Motivos que abriram seu próprio negócio: Surgimento da oportunidade: 16,7% Sustentar a família: 41,6 % Colaborar com a renda familiar: 41,6%
Produtos comercializados: Verduras, legumes e frutas: 30% Massas, bolos, bolachas, pães: 30% Carnes e queijos: 20% Artesanatos: 20%	Produtos comercializados: Verduras, legumes e frutas: 33,3% Massas, bolos, bolachas, pães: 33,3% Carnes, queijos e derivados: 33,3%
Tempo que trabalham nessa atividade: 2-5 anos: 40% 5-10 anos: 40% Mais de 10 anos: 20%	Tempo que trabalham nessa atividade: 2-5 anos: 66,7% 5-10 anos: 33,3% Mais de 10 anos: 33,3%
Dificuldades enfrentadas: Discriminação do gênero: 30% Falta de recurso: 30% Diversas atribuições da mulher: 40%	Dificuldades enfrentadas: Todas responderam que a principal dificuldade encontrada é a falta de recursos
Valor inicial gasto no empreendimento: Até R\$ 10.000,00: 50% R\$ 10.000,00-15.000,00: 40% R\$ 15.000,00-20.000,00: 10%	Valor inicial gasto no empreendimento: Até R\$ 10.000,00: 33,3% R\$ 10.000,00-15.000,00: 66,7%
O que julgam mais importante em uma	O que julgam mais importante em uma

empresa familiar: Trabalho em equipe: 60% Flexibilidade: 40%	empresa familiar: Planejamento: 33,3% Trabalho em equipe: 66,7%
Características empreendedoras: Autoconfiante, comprometida com o negócio, persistente e independente: 80% Tomam a iniciativa: 70% Possuem liderança: 40% Assumem riscos, mas pensam muito antes de tomar decisões: 30% Sabem fixar metas e alcançá-las: 20%	Características empreendedoras: Autoconfiante, comprometida com o negócio, persistente e independente: 80% Tomam a iniciativa e são independentes: 66,7% São líderes, mas pensam muito antes de tomar decisões: 33,3% Sabem fixar metas e alcançá-las: 16,7%
Em relação ao empreendimento: Trabalham sozinhas: 50% Têm ajuda de filhos e maridos: 20% Possuem funcionários: 10%	Em relação ao empreendimento: Todas trabalham sozinhas
Produtos vendidos na feira, origem: Produzidos na propriedade da família: 80% Compram e revendem: 20%	Produtos vendidos na feira, origem: Produzidos na propriedade da família: 100%
Plantio e produção dos produtos: Pela família: 60% Pelas próprias feirantes: 30% Contam com ajuda de funcionários esporadicamente: 10%	Plantio e produção dos produtos: Pela família: 66,7% Pelas próprias feirantes: 33,3%
O sustento da família: Todas responderam que é oriundo das vendas dos produtos comercializados	O sustento da família: Todas responderam que é oriundo das vendas dos produtos comercializados

Avaliando tais dados, concluiu-se que as mulheres empreendedoras do campo em ambas as cidades, apresentam o seguinte perfil:

- Tem idade entre 30 a 50 anos;
- São casadas; possuem de 1 a 3 filhos;
- Fizeram até o ensino médio;
- Possuem uma renda mensal entre R\$1.200,00 a 1.400,00;
- Comercializam, em suas barracas, produtos vindos da agricultura familiar como verduras, legumes, frutas, compotas, massas em geral, artesanato entre outros produtos; tudo produzidos por elas com apoio da família;
- Decidiram abrir seu próprio negócio pela necessidade do sustento da família;
- Grande parte possui sua barraca na feira há mais de cinco anos;
- O investimento foi direcionado para a construção da barraca e um lugar na propriedade, próprio para produção e industrialização dos produtos, de R\$10.000,00 a 15.000,00;

- As dificuldades encontradas por essas mulheres são a falta de recursos e incentivos e as diversas atribuições da mulher;
- As principais características destas mulheres são: comprometimento no negócio, persistência, autoconfiança, independência e iniciativa;
- A maioria trabalha na feira sozinha;
- Os produtos comercializados são produzidos, na maior parte, na propriedade familiar;
- A grande parte de quem planta e colhe, ou produz a mercadoria comercializada é a família;

Constatou-se que as necessidades que as mulheres pesquisadas tiveram para empreender são adquirir independência, segurança, autorrealização e desenvolvimento pessoal. Adquirir novos conhecimentos, como vivência em situações novas, conhecimento na área; habilidades, como aquisição de informações, motivação; decisões, como valorização de oportunidades; e pensamento criativo. Todas essas características demonstram o potencial das empreendedoras no campo dos negócios.

Prosseguindo, as características empreendedoras identificadas em consideração pelas pesquisadas são: ser comprometidas, persistentes, autoconfiante, independentes e a iniciativa. Além disso, se identificou a falta de experiência como empreendedoras na questão da insegurança quanto aos riscos financeiros (contrair dívidas).

Todas as pesquisadas responderam que a agricultura familiar é a única fonte de sustento para a família. Diante disso, constatou-se que as mulheres abordadas no presente estudo empreendem por necessidade, ante a oportunidade de fato. A maioria das pesquisadas não tomam decisões rapidamente e pensaram muito antes de implementar o empreendimento. Contudo, com o aumento do nível de escolaridade, as mulheres conseguem o incremento da renda familiar e secundariamente a melhoria de vida de seus familiares.

Também, até pouco tempo, havia muito preconceito por conta do gênero, mas elas sentem que hoje essas barreiras têm sido quebradas. As mulheres pesquisadas afirmam sentir-se em um panorama melhor atualmente; o empreendedorismo feminino nunca esteve tão avançado às mulheres que resolvem empreender. Hoje, elas conseguem conquistar seu espaço e ainda podem contar com ajuda de seus companheiros ou outro familiar para dar início aos seus projetos. Elas acreditam mais em si mesmas, e o dar conta da dupla jornada, as tem deixado mais satisfeitas.

5 CONCLUSÃO

Cascavel é um município localizado no Oeste do estado do Paraná, o quinto município mais populoso do Estado, com 316.226 habitantes, conforme estimativa do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) para 2016. O agronegócio é o principal setor econômico de Cascavel, com mais de 4.000 estabelecimentos agropecuários, além de mais de 14.000 estabelecimentos comerciais, industriais e de serviços. Santa Tereza do Oeste, também está localizada no Oeste do Paraná, com uma população de aproximadamente 10.489 habitantes, segundo estimativas do IBGE em 2016. Semelhante a Cascavel, também consiste num forte polo produtor de grãos, principalmente milho e soja, seguido pela atividade pecuária, destacando-se a criação de suínos e aves (IBGE, 2016). Desta maneira, a presente pesquisa foi voltada às mulheres empreendedoras do campo destas duas cidades.

A mulher, por ser multitarefa, tem ganhado cada vez mais lugar no mundo do empreendedorismo, pois consegue se colocar no lugar do outro e contribuir para melhores relacionamentos. Apesar das características empreendedoras identificadas (comprometimento no negócio, persistência, autoconfiança, independência e iniciativa) nas mulheres do campo destas cidades, a característica preponderante de um empreendedor de assumir riscos não foi observada em maior grau. De acordo com Chiavenato (2007), esta é uma das principais características que torna um empreendedor bem sucedido: a coragem para assumir riscos. Isto significa que estas mulheres empreendem por necessidade e não por oportunidade.

Conclui-se, portanto, que o empreendedorismo feminino é notório no Oeste do estado do Paraná, e espera-se que o Estado preste mais atenção a este segmento, crie políticas de apoio e incentivos específicas para estes pequenos negócios.

REFERÊNCIAS

ALBA, R. L. **Crédito rural para a agricultura familiar: o perfil dos associados/as da CRESOL Francisco Beltrão PR**. 2009. Monografia (Pós-graduação em Gestão do cooperativismo de crédito solidário), Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Francisco Beltrão.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da Finan**, v. 3, n. 3, 2012.

BAHIA, M. C. A. **Mulheres no comando das organizações**: um caso de polícia. Dissertação (Mestrado em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

BARON, R. J.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: Uma visão do Processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BARROS, A. J. P.; LEHFELD, N. A. S. **Projeto de pesquisa**: propostas metodológicas. Petrópolis: Vozes, 2003.

BRITTO, F; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CARMO, R. B. A. A. **Questão Agrária e o Perfil da Agricultura Brasileira**. 1999. Disponível em: <<http://www.cria.org.br/gip/gipaf/itens/pub/sober>>. Acesso em: 2 jul. 2016.

CERVO, A. L.; SILVA, R. da; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHURCHILL, Jr.; G., PETER, P. **Marketing**: criando valor para os clientes. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração** . 2a. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CREPALDI, S. A. **Contabilidade Rural**: uma abordagem decisória. 4a. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

DEGEN, R. J.; MELLO, A. A. A. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

_____. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Idéias em Negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

_____, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Idéias em Negócios. 2a. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

_____, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Idéias em Negócios. 3a. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando Idéias em Negócios. 6a. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2007**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2007.pdf>> . Acesso em: 15 mar. 2016.

_____. **Empreendedorismo no Brasil 2009**. Disponível em: <<http://www.comicro.org.br/imgs/estudos/10-Pesquisa%20GEM.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de vitória da Conquista, Bahia. **Revista Alcance - UNIVALI**, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

_____. O outro no trabalho: mulher e gestão. **Revista de Gestão USP**, v. 12, p. 1-9, 2005.

GUEDES, S. A. **A Carreira do Empreendedor**. 2009. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

HISRIC, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br>>. Acesso em 1 out. 2016.

KÜHNER, M.H. **O desafio atual da mulher**. Rio de Janeiro: F. Alves, 1977.

LINDO, M. R; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. Vida pessoal e vida profissional: os desafios do equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **RAC-Eletrônica**, v.1, n.1, p.1-15, 2007.

MACEDO, A. **Embrapa marca presença em solenidade de comemoração ao Ano Internacional da Agricultura Familiar**. 2014. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/web/mobile/noticias/-/noticia/1781486/embrapa-marca-presenca-em-solenidade-de-comemoracao-ao-ano-internacional-da-agricultura-familiar>>. Acesso em: 15 mar. 2016.

MACHADO, H. V. **Identidade de Mulheres Empreendedoras no Paraná**. Florianópolis: UFSC, 2002.

_____; LEAL, L. E. B. B.; GUEDES, A. M.; FABRICIO, J. dos S. Mulheres empreendedoras: Retrospectiva e Perspectivas de Estudos. In: **Anais do ENANPAD - Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração**, 2010, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010. p. 1-17.

_____; BARROS, G.; PALHANO, D. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. In: **Anais do EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 2003, Brasília. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003. p. 171-197.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MOTTA, P. R. **Transformação Organizacional: a teoria e a prática de inovar**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? In: **Anais do Encontro Nacional de Empreendedorismo**, 2000, Maringá. Maringá, 2000.

NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; TONELLI, M. J., FLEURY, M. T. L. Mulheres Empreendedoras: Uma Discussão sobre suas Competências. In: **Anais do III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho/EnGPR**, 2011, João Pessoa. João Pessoa, 2011.

NAZZARI, R. K.; BRANDALISE, L.; BERTOLINI, G. R. F. Gestão das unidades artesanais como estratégia para emancipação da agricultura familiar. In: NAZZARI, R. K.; BRANDALISE, L.; BERTOLINI, G. R. F. (Orgs.). **Gestão das unidades artesanais na agricultura familiar: uma experiência no Oeste do Paraná**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2007. p. 35-54.

PORTAL BRASIL. **Brasileiras apostam no empreendedorismo para vencer no mundo dos negócios**. 2015. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e->

justica/2015/03/brasileiras-apostam-no-empreendedorismo-para-vencer-no-mundo-dos-negocios>. Acesso em: 15 mar. 2016.

POWERS, V. Manter o trabalho e a vida em equilíbrio. **Alexandria (USA)**, v. 58, p. 32-35, 2004.

PREZOTTO, L. L.; BAVARESCO, P. A.; SILVA, J. B. **Manual de orientações para concepção de projetos agroindustriais da agricultura familiar**. Brasília, 2005. Disponível em: <[http:// portal.mda.gov.br/o/912420](http://portal.mda.gov.br/o/912420)>. Acesso em: 15 mar. 2016.

RAPOSO, K. C. S.; ASTONI, S. A. F.. A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade. **Revista do Centro Universitário São Camilo**, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

SARTIN, K. R. Papel das instituições de apoio à economia solidária junto a agricultura familiar: Caso dos produtores agroecológicos do município de Cacoal-RO. In: **Anais do XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, Bento Gonçalves, 2012. Bento Gonçalves, 2012.

SCHINAIDER, Anelise D.; SCHINAIDER, Alessandra A.; MATTJE, F. D.; MOISEICHYK, A. E. A mulher empreendedora e o mercado de trabalho em palmeira das Missões – RS. **Convibra**, p. 1-7, 2013. Disponível em: <http://www.convibra.org/upload/paper/2013/32/2013_32_7548.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2016.

SCHUMPETER, J.A. A resposta criativa na história econômica. **Journal of Economic History**, v. 7, n. 2, p.149-159, 1947.

SEBRAE. **O que é o Sebrae?**. 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos>. Acesso em: 15 mar. 2016.

SINA, A. **Mulher e Trabalho**: O desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

SOUZA, R. M. B. C. de; MELO, M. C. de O. L.; OLIVEIRA, M. C. de S. M. de. Empreendedorismo na perspectiva das relações de gênero: perfil, características, desafios e satisfação de empreendedores de empresas de base tecnológica de Belo Horizonte. In: **Anais do XI SEMEAD - Seminários em Administração**, São Paulo, 2010. São Paulo, 2010.

STOLCKE, V. Mulheres e Trabalho. In: LOPES, J. R. B. (Org.). **Trabalho e dominação**. São Paulo: Editora Brasileira de Ciências, 1980. p. 81-118.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.

TASCHETTO, P. R; WALKOWICZ, J. A realidade da agricultura familiar no oeste do Paraná. In: NAZZARI, R. K.; BRANDALISE, L.; BERTOLINI, G. R. F. (Orgs.). **Gestão das unidades artesanais na agricultura familiar: uma experiência no Oeste do Paraná**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2007. p. 23-34.

TINOCO, S. T. J. **Análise sócio-econômica da piscicultura em unidades de produção agropecuária familiares da região de Tupã**. Tese (Doutorado em Aquicultura) - Centro de Aquicultura, Universidade Estadual Paulista, UNESP Jaboticabal, Jaboticabal, 2006.

TOSCANO, L. F. Agricultura familiar e seu grande desafio. **Diário de Votuporanga**, Ano 50, n. 12.769, 09 de Outubro de 2003, p. 2. Disponível em:
<<http://www.agr.feis.unesp.br/dv09102003.htm>>. Acesso em: 24 mai. 2005.

WANDERLEY, M. de N. B. Raízes Históricas do Campesinato Brasileiro. In: **Anais do XX Encontro Anual da ANPOCS - GT 17. Processos Sociais Agrários**, 1996, Caxambu. Caxambu, 1996.

ANEXO I

QUESTIONÁRIO DIRIGIDO ÀS EMPREENDEDORAS DA FEIRA DO PEQUENO PRODUTOR DAS CIDADES DE CASCAVEL E SANTA TEREZA DO OESTE, PR



FACULDADE ASSIS GURGACZ

A FACULDADE DA SUA VIDA

Jéssica Marina e Luane Karvat, acadêmicas do 8º período do Curso de Administração do Centro Universitário Assis Gurgacz, estamos realizando uma pesquisa sobre Empreendedorismo feminino na agricultura familiar na área rural de Cascavel e Santa Tereza do Oeste, Paraná. Solicitamos

que sejam respondidas às perguntas a seguir relacionadas, para fins acadêmicos e, desde já, agradecemos sua colaboração.

1- Qual é sua idade?

- ☐ 20 à 30 anos
- ☐ 30 à 40 anos
- ☐ 40 à 50 anos
- ☐ Mais de 50 anos

2- Qual é seu estado civil?

- ☐ Solteira
- ☐ Casada
- ☐ Divorciada
- ☐ Viúva

3- Quantos filhos a Srª têm?

- ☐ Nenhum
- ☐ 1 à 3
- ☐ 3 à 4
- ☐ 4 ou mais

4- Qual é seu grau de escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental (Alfabetização a 8ª Série) - Incompleto
- ☐ Ensino Fundamental (Alfabetização a 8ª Série) - Completo
- ☐ Ensino Médio - 1º a 3º ano ou Ensino Técnico
- ☐ Ensino Superior Incompleto
- ☐ Ensino Superior Completo

5 - Qual é sua renda mensal?

- ☐ Até R\$ 1.000,00
- ☐ R\$ 1.000,00 à 1.200,00
- ☐ R\$ 1.200,00 à 1.400,00

☐ R\$ 1.400,00 à 1.600,00

☐ R\$ 1.600,00 ou mais

6- Por qual motivo a Sr^a. abriu seu próprio negócio?

☐ Colaborar com a renda familiar

☐ Sustentar a casa

☐ Por oportunidade

☐ Independência financeira

7- Quais produtos comercializa em seu estabelecimento?

☐ Verduras, legumes e frutas

☐ Massas, bolos, bolachas, pães, entre outros

☐ Carnes, queijos e derivados

☐ Flores

☐ Artesanato

8- Há quanto tempo a Sr^a trabalha nessa atividade?

☐ Até 1 ano

☐ Acima de 1 ano até 2 anos

☐ Acima de 2 anos até 5 anos

☐ Acima de 5 anos até 10 anos

☐ Há mais de 10 anos

9- Quais são as principais dificuldades de uma empreendedora? (Pode assinalar mais de uma alternativa):

☐ Discriminação de gênero

☐ Falta de apoio dos familiares

☐ Falta de recursos

☐ As diversas atribuições das mulheres

10- Qual foi o valor inicial gasto no seu empreendimento?

☐ Menos de R\$ 10.000,00

☐ R\$ 10.000,00 à 15.000,00

☐ R\$ 15.000,00 à 20.000,00

☐ R\$ 20.000,00 à 25.000,00

☐ Mais de R\$ 25.000,00

11- O que julga mais importante em uma Empresa Familiar?

☐ Iniciativa

☐ Planejamento

☐ Comprometimento

☐ Criatividade

☐ Eficiência

☐ Trabalho em equipe

☐ Flexibilidade

12- Quais das características a seguir a Sr^a. se enquadra? (Marque apenas 5):

☐ Liderança

☐ Autoconfiança

- ☐ Iniciativa
- ☐ Comprometimento
- ☐ Persistência
- ☐ Independência
- ☐ Pensa muito antes tomar decisões
- ☐ Toma decisões rapidamente
- ☐ Gosta de correr riscos
- ☐ Sabe fixar metas e alcançá-las

13- Quem trabalha no negócio (empreendimento)?

- ☐ Sozinha
- ☐ Com os filhos
- ☐ O marido
- ☐ Funcionários

14- Onde são produzidos os produtos que vende?

- ☐ Na minha propriedade
- ☐ Compro e revendo
- ☐ Outras formas _____

15- Quem planta ou produz os produtos vendidos?

- ☐ Sozinha
- ☐ A família
- ☐ Eu e funcionários
- ☐ Outros _____

16- O sustento da família é somente da venda destes produtos?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se a resposta for não, quais as outras fontes de renda _____