

O CONTRIBUTO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO EMPODERAMENTO SOCIOECONÓMICO DA MULHER

Estudo de caso (pemba, moçambique)

Lino Samuel

samuellino2003@yahoo.com.br

Universidade Católica de Moçambique

Resumo

A pesquisa tem como tema de estudo “O Contributo do Empreendedorismo Feminino no Empoderamento socioeconómico da mulher. Para este tema foi formulado o seguinte problema “Como um grupo de mulheres empreendedoras dão sentido às suas práticas de empoderamento social e económico?” Assim, para responder ao problema foram traçados os seguintes objectivos: objectivo geral: compreender, interpretar e analisar o sentido que as mulheres empreendedoras atribuem às práticas de empoderamento social e económico e como objectivos específicos: identificar as concepções de empreendedorismo de um grupo de mulheres; compreender o sentido que um grupo de mulheres atribui às suas práticas de empoderamento social e económico; identificar alguns elementos sócio-económico que relacionam com às práticas empreendedoras destas mulheres. Este estudo adoptou o método de estudo de caso que é classificado como pesquisa qualitativa interpretativa. Após a realização do estudo chegou as seguintes conclusões: o aumento do rendimento económico trouxe também vantagens sociais para as empreendedoras porque ganharam mais autonomia, consideração dentro da família assim na sociedade, adquiriram o direito de participar nos assuntos familiares, nos fóruns sociais e governamentais.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino, Empoderamento social e económico, poder de tomada de decisão.

Abstract

The theme of the research study was to discover the contribution of women’s entrepreneurship to the socio-economic empowerment of women. The research sought to answer the question, ‘How do a group of female entrepreneurs give meaning to their practices of social and economic empowerment?’ The research aimed to understand, interpret and analyze the meaning that female entrepreneurs attributed to the practice of social and economic empowerment; specifically to identify the concepts of entrepreneurship held by a group of women and to identify some of the socio-economic aspects which relate to the entrepreneurial practices of these women. The research used the case study method which is classified as interpretative qualitative research. Results of the research concluded that besides an increased income the women gained the social advantages of more autonomy, respect from their families and society and acquired the right to participate in family issues within social and governmental forums.

Keywords: women entrepreneurs; social and economic empowerment.

Introdução

As mulheres empreendedoras escrevem actualmente um novo capítulo na história do empreendedorismo mundial. Foi este o grande motivo que impulsionou este trabalho que tem como título “O Contributo do Empreendedorismo feminino no Empoderamento socioeconómico da mulher” (Estudo de Caso das Empreendedoras da Associação das Empresárias de Cabo Delgado).

O tema insere-se na área de Empreendedorismo. O trabalho procura responder ao seguinte problema de pesquisa: Como é que o negócio pode ajudar a mulher a alcançar o empoderamento social e económico? Este problema surge da observação de que o número de empresárias na cidade de Pemba está a aumentar significativamente nos últimos tempos. Mas também surge da necessidade de verificar se o número crescente de empreendedoras é proporcional ao desenvolvimento económico e social das empreendedoras.

Sendo assim, a pesquisa tem como objectivo “Analisar como o empreendedorismo pode ajudar a mulher a alcançar o empoderamento social e económico”. Para responder ao objectivo geral foram traçados os seguintes objectivos específicos: identificar os diferentes tipos de negócios realizados pelas empreendedoras da Associação das empresárias de Cabo Delgado; descrever o contributo dos negócios realizados pelas empreendedoras na melhoria das condições de vida da família; explicar o contributo dos negócios realizados pelas empreendedoras da Associação das empresárias de Cabo Delgado no empoderamento social e económico.

Conceito de empreendedorismo

Os primeiros conceitos sobre o empreendedorismo tiveram bases económicas, isto é, foi a partir das discussões económicas que começou a aparecer a palavra empreendedorismo como forma de tornar o comércio mais liberal, ou seja, tornar o mercado livre e concorrente.

Por outro lado, Gartner (1985, cit. em Strobino, 2009) apresenta o empreendedorismo como uma forma de criação de novas organizações. Associando com a perspectiva anterior em que o empreendedorismo é considerado como o meio de transformação social através da mudança para o comércio liberal. Porém, Sarkar (2010) considera que empreendedorismo é tendência de reacção as alterações económicas da sociedade, levando os empreendedores a agirem como verdadeiros agentes de transformação da procura em oferta.

Porém, o conceito empreendedorismo foi sofrendo alterações constantes. Hoje, empreendedorismo, segundo a definição apresentada por Sarkar (2010, p. 30) é “prossecução de uma oportunidade sem olhar para quem controla os recursos”. Por outras palavras, o empreendedor identifica uma oportunidade e procura realizá-la, mesmo sabendo que não dispõe de recursos suficientes. (Sarkar,

2010). Assim, o indivíduo que continua a buscar possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões que objectivam a inovação continuará a desempenhar um papel empreendedor.

Porém, o Centro de Empreendedorismo da Universidade de Miami, em Ohio (cit. em Sarkar, 2010) considera empreendedorismo como sendo:

O processo de identificação, desenvolvimento e captação de uma ideia para a vida. A Visão pode ser uma ideia inovadora, uma oportunidade ou simplesmente uma forma melhor de fazer algo. O resultado final deste processo é a criação de uma nova empresa, formada em condições de risco e de incerteza considerável. (p. 31)

Nesta linha de pensamento, o empreendedorismo envolve não só a prossecução de uma ideia ou oportunidade para a sobrevivência mas também a questão de inovação, isto é, a capacidade de criar algo novo na sociedade, como também a capacidade de a partir de uma oportunidade criar uma empresa, mesmo correndo sempre os riscos próprios de quem quer empreender.

Características do empreendedor

O empreendedorismo é actividade com características próprias que muitas vezes quem segue por este caminho deve aceitar sair da vida normal das pessoas. A actividade empreendedora exige certas características que marcam a pessoa no seu dia-a-dia tais como: os empreendedores em geral manifestam a necessidades de realização; os empreendedores são pessoas dispostas a assumir riscos; e o empreendedor é uma pessoa auto-confiante.

Portanto, ser empreendedor significa ter o desejo de realização na vida, necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias construídos e amadurecidas com o tempo, características de personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de encontrar.

Para Chiavenato (2007):

As pessoas apresentam diferenças individuais quando à necessidade de realização. Existem aquelas com pouca necessidade de realização e que se contentam com o nível de vida actual. Contudo, as pessoas com alta necessidade de realização gostam de competir com certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas objectivos que atribuíram a si próprias. (p. 8)

Nesta perspectiva ser empreendedor requer vontade de atingir um nível de vida acima daquele em que a pessoa se encontra. Nesta perspectiva, existe uma relação entre a necessidade de realização e a actividade empreendedora.

O empreendedor é uma pessoa que não se conforma com o *status quo* das coisas em que ela se encontra, portanto sente a grande necessidade de realizar-se.

Por outro lado, para Chiavenato (2007, p. 9), “o empreendedor assume variados riscos ao iniciar seu próprio negócio: riscos financeiros do investimento do próprio dinheiro e do abandono de empregos seguros e de carreiras definidas; riscos familiares ao envolver a família no negócio; riscos psicológicos pela possibilidade de fracassar em negócios arriscados”.

O empreendedor antes de empreender, muitas vezes, vive um dilema interno entre arriscar num empreendimento assumindo o risco de não poder ter de volta o valor que investiu e a vontade de empreender. As vezes ficam sem saber se vale a pena abandonar o trabalho que está a fazer e a necessidade de auto-realizar-se. Portanto, os riscos que ele pode enfrentar são muitos que até podem experimentar o risco de contrair problemas psicológicos no caso de não ter o sucesso que esperava.

Segundo Dengen (1989, cit. em Chiavenato, 2010, p. 9) “o empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles”; portanto, os riscos fazem parte de qualquer actividade, e é preciso aprender a administrá-los. O empreendedor não é mal sucedido nos seus negócios porque sofre revezes, mas porque não sabe superá-los. O plano de negócio e a planificação constante permitem ao empreendedor identificar os possíveis riscos de seu empreendimento, proporcionando uma prévia solução.

Por fim para Chiavenato (2007), a auto confiança é um dos grandes segredos do empreendedorismo pois,

Quem possui autoconfiança sente que pode enfrentar os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta. As pesquisas mostram que os empreendedores de sucesso são pessoas independentes que encontram os problemas inerentes a um novo negócio, mas acreditam em suas habilidades pessoais para superar tais problemas. (p. 39)

Geralmente o empreendedor com auto-confiança, tem consciência do seu valor e sente-se seguro em relação a si mesmo, o que lhe leva a agir com firmeza e tranquilidade. É um ser independente que busca autonomia em relação a normas e controle dos outros. A autonomia constitui-se em objectivo permanente do empreendedor, que necessita ser dono de sua própria vida, dirigindo-se para os objectivos definidos.

Empoderamento da mulher

Segundo Casimiro (2010, p. 15) “as mulheres relacionam-se com o poder de múltiplas maneiras e a sua experiência revela que o poder pode ser uma fonte de opressão no seu abuso e uma fonte de emancipação no seu uso”. Neste caso, a perspectiva feminista da palavra “poder” é a da emancipação,

isto é, a luta da mulher era alcançar o poder de decidir ou participar na tomada de decisões na sociedade.

Portanto, para empoderar-se a mulher precisa reconhecer-se neste direito. Sua auto-estima é a base de tudo. Luta por seus direitos quem os reconhece, mas acima de tudo quem se reconhece como digno deles. O empoderamento da mulher, por outras palavras passa por uma transformação no conceito que tem dela mesma, em sua auto-estima.

Assim, numa situação em que mulher tem baixa auto-estima, espera pouco de si e dos outros. Ela pensa que primeiro deve servir ao outro, e se coloca por último na busca de satisfação de suas necessidades.

Ademais, é preciso lembrar que a ela ainda é associada ao trabalho doméstico e é perceptível que as mulheres continuam a desempenhar a maior parte desse trabalho, em particular as tarefas tidas como “tipicamente femininas”.

Enquanto o homem, continua a guardar para si o primado das responsabilidades profissionais e continuam a ser socialmente autorizados a afastar-se de tarefas legitimadas como femininas. Esta situação de reprodução da dominação masculina coloca as mulheres numa posição desfavorável do ponto de vista do seu reconhecimento social, além de contribuir para a divisão injusta de tarefas, tanto no trabalho como dentro de casa (Strobino, 2009).

Por outro lado, temos a situação da “feminização da pobreza” que se baseia na premissa de que as mulheres são mais pobres do que os homens, a incidência de pobreza entre as mulheres está a aumentar em relação à dos homens, e a crescente pobreza entre as mulheres está ligada à feminização da chefia do agregado familiar.

Assim sendo, para uma mulher, empoderar-se é uma maneira de resgatar a sua auto estima e satisfação. Tendo seus próprios negócios elas sentem-se motivada para tomar decisões seja no âmbito económico, social ou cultural, pois Casimiro (2010) justifica que a mulher:

Ao realizar actividades fora do agregado familiar, as mulheres podem ir adquirindo margens de autonomia que lhes permitam dar sentido as suas condutas e as relações sociais em que se inserem. A sua incorporação no mercado de trabalho, estruturado ou não, permite estabelecer uma nova relação com o social, oferecendo-lhes uma base para a sua valorização individual e social, a possibilidade de maior protagonismo nas instâncias de tomada de decisão o que não acontece, a maior parte das vezes, com o trabalho doméstico. (p. 6)

A mulher sendo doméstica não lhe dá a possibilidade de auto realizar-se pois os homens não consideram o trabalho doméstico como um trabalho mas sim como um dever da mulher. Devido a este tipo de pensamento a mulher vê como meio de sobrevivência e de auto realização a criação de seu próprio negócio, assim para Rufino (2002, cit. em Damasceno, 2010):

O empoderamento efectivo das mulheres deriva de uma reformulação e desconstrução dos actuais esquemas políticos e sociais, através da participação activa em movimentos, conscientização na sociedade, actuação nas instâncias governamentais e também com a criação de organizações da sociedade civil (associações). Tais aspectos correspondem às alternativas de sobrevivência de várias empreendedoras e suas famílias, sobretudo, as de baixa renda, pois levam demandas do âmbito privado para os espaços públicos, influenciando nos processos de tomadas de decisões. (p. 15)

A participação efectiva da mulher nas actividades de rendimento não só é um contributo dela na economia da família como também constitui uma forma dela de alcançar o poder na tomada de decisões. Percebe-se que as mulheres vêm assumindo um papel de empreendedoras e de chefes de família, sobretudo por deterem em suas mãos o poder aquisitivo e contribuir efectivamente para o orçamento doméstico.

Numa perspectiva mais ampla empoderamento das empreendedoras pode transpor o âmbito doméstico e se consolidar em esferas públicas, na medida em que a participação das empreendedoras torna-se fundamental ao processo de desenvolvimento de uma determinada região.

Metodologia

Nesta secção apresentam-se os procedimentos metodológicos adoptados neste artigo. Inicialmente são expostas as questões de pesquisa, o paradigma adoptado, a classificação, o delineamento e os métodos de recolha de dados. São explicitados os critérios da escolha das categorias e os elementos de análise, como será feita a análise dos dados e, por fim, as limitações do estudo.

A pesquisa qualitativa é aquela que busca entender um fenómeno específico em profundidade e abrange várias formas de pesquisa para compreender e explicar o fenómeno social com o menor afastamento possível do ambiente natural (Yin 2001).

Segundo Lessard-Hérbet (2010, cit. em Canastra, 2012, p. 8) “o facto de uma investigação poder ser classificada de ‘interpretativo ou qualitativa provém mais da sua orientação fundamental, do que dos procedimentos que ela utiliza’”. Portanto, a pesquisa é qualitativa interpretativa porque a pesquisa pretende compreender, interpretar e analisar o sentido que as mulheres empreendedoras atribuem às práticas de empoderamento social e económico.

Este estudo adoptou o método de estudo de caso. O estudo de caso é classificado como pesquisa qualitativa interpretativa. Conceitua-se aqui o estudo de caso como “a investigação empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos”(Yin, 2001, p. 5) .

Porém, durante a pesquisa houve necessidade de recorrer a técnicas de recolha de dados quantitativos, usando deste modo, a triangulação de instrumentos que, na perspectiva de Minayo (2005, cit. em Gurgel, 2007), pode-se usar por dois motivos:

A primeira dimensão decorre de uma necessidade prática do pesquisador quando na análise dos dados produzidos pelos vários instrumentos, em várias perspectivas. Pois, o trabalho solitário do antigo pesquisador cede lugar ao trabalho em equipe, no qual a interdisciplinaridade oferece mais oportunidades de compreensão que a análise unidisciplinar. A segunda dimensão decorre do desejo de superar as dicotomias entre o que foi atribuído ao “qualitativo” e ao “quantitativo”. Essa dupla natureza compõe uma única e mesma realidade, a da pesquisa científica, que, no entendimento de Samaja (1995), é dialética, e como tal, opera por “triangulação de métodos”. (p.47)

Portanto, foi nesta ordem de ideia que neste artigo, nos instrumentos de recolha de dados e na análise e interpretação de dados aparecem as duas abordagens, qualitativa e quantitativa.

A pesquisa tem como universo as empreendedoras membros da Associação das Mulheres Empresárias de Cabo Delgado.

E amostra do estudo é do tipo **não-probabilística intencional**: escolhidos casos para a amostra que representem o “bom julgamento” da população/universo. Assim, a pesquisa envolveu 75 empreendedoras membros da Associação das Mulheres Empresárias de Cabo Delgado.

A escolha deste número é pelo facto de existirem muitas empreendedoras que investem em algum negócio, pois os dados da Associação das Mulheres Empresárias de Cabo Delgado mostram que o número de mulheres a investirem nos negócios em Cabo Delgado está a crescer cada dia que passa, e, por outro lado, a necessidade de verificar se as mulheres que estão a investir nos negócios estão a ter alguma mudança na vida social e económica, tal foi o principal objectivo desta investigação.

A pesquisa tem como questão principal o “como” uma vez que o objectivo principal da pesquisa é perceber como o empreendedorismo pode ajudar as empreendedoras a alcançarem o empoderamento sócio-económico. Portanto, o pesquisador espera que colocando a questão “como” poderá alcançar o objectivo pretendido na pesquisa.

Desta forma, os instrumentos para a recolha de dados foram os seguintes: questionário, entrevista e análise documental, porque estes instrumentos vão ajudar a recolher os dados desejados para a materialização dos objectivos da pesquisa.

Um questionário é um instrumento de investigação que visa recolher informações baseando-se, geralmente, no questionamento de um grupo representativo da população em estudo. Para tal, coloca-se uma série de questões que abrangem um tema de interesse para os investigadores. Para Gil (2007, p. 128):

O questionário é uma técnica de investigação composta por em número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objectivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc..

A pesquisa teve como principal técnica de colecta de dados o questionário porque permite com maior facilidade ao pesquisador interrogar um elevado número de pessoas, num espaço de tempo relativamente curto mesmo que estas pessoas estejam em áreas dispersas geograficamente; implica menores gastos com pessoal uma vez que não precisa treinar este pessoal; salvaguarda a questão do anonimato das inqueridas e facilita a pessoa responder no momento que achar oportuno para si (Gil, 2007, p. 129).

Sendo assim, o pesquisador usou questionário do tipo misto, que tal como o nome indica são questionários que apresentam questões de diferentes tipos: resposta aberta e resposta fechada.

Segundo Gil (2007, p. 117), “a entrevista é a técnica em que o investigador apresenta-se frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objectivo de obtenção dos dados que interessam à investigação”.

Neste sentido, o facto de entrevistador estar a colher os dados frente a frente com o entrevistado traz algumas vantagens entre elas, Gil (2007) destaca as seguintes: a entrevista permite também obter dados mesmo com pessoas que não sabem ler e escrever; possibilita recolher muita informação uma vez que as pessoas podem recusar-se preencher um questionário mas aceitarem serem entrevistadas; é mais flexível em termos de processo de condução da mesma, uma vez que caso haja dúvida o entrevistador pode explicar e finalmente a entrevista ajuda a perceber o comportamento corporal do entrevistado. Gil (2007, p. 118)

Apresentação, análise e interpretação dos resultados

Em pesquisas qualitativas, na análise e interpretação dos dados convém fazer uma redução de dados, porque permite ter os dados mais simplificados, centrados no fenómeno ou problema em estudo e ao mesmo tempo facilita a sua interpretação, pois segundo Miles e Huberman (1984, cit. em Lessard-Hébert, 2005, p. 109), a redução dos dados na investigação qualitativa é definida “como o processo de selecção, de centração, de simplificação, de abstracção e de transformação do material compilado, que vai do momento em que é determinado um campo de observação até a fase em que se decide aplicar um sistema de codificação e proceder a resumos”.

Por outro lado, para garantir a questão do rigor e validade interna dos dados obtidos usou-se os protocolos de triangulação como aconselha Stake (1995, cit. em Coutinho & Chaves, 2002) que,

A “arte” do estudo de caso, considera Stake (1995), está em o investigador obter as confirmações necessárias para aumentar a credibilidade das interpretações que faz, e, para isso, deverá

recorrer a um (ou vários) “protocolos de triangulação” (triangulation protocols) que existem para o efeito:

— Triangulação das fontes de dados, em que se confrontam os dados provenientes de diferentes fontes;

— Triangulação do investigador, em que entrevistadores/observadores diferentes procuram detectar desvios derivados da influência do factor “investigador”;

— Triangulação da teoria, em que se abordam os dados partindo de perspectivas teóricas e hipóteses diferentes;

— Triangulação metodológica, em que para aumentar a confiança nas suas interpretações o investigador faz novas observações directas com base em registos antigos, ou ainda procedendo a múltiplas combinações “inter metodológicas” (aplicação de um questionário e de uma entrevista semi estruturada, etc, etc). (p. 23)

Perfil das pesquisadas

A pesquisa pretende com o perfil saber a faixa etária, o estado civil, a profissão e a formação académica das entrevistadas. O que se pretende de facto é relacionar o perfil das pesquisadas com a vontade empreendedora das mulheres envolvidas na pesquisa. Mas para este artigo destacaremos dois elementos que são a faixa etária, o estado civil e profissão das mulheres envolvidas na pesquisa.

Faixa Etária

A pesquisa tem como objectivo saber dentro do perfil das pesquisadas qual é a faixa etária mais propensa ao empreendedorismo e relacionar entre a idade e a inclinação ao negócio.

Os resultados mostraram que das 75 pesquisadas que corresponde à 100%, a faixa etária mais inclinação ao negócio situa-se entre os 31 a 35 anos de idade com 30 pesquisadas numa percentagem de 40% e a faixa etária a seguir é a que varia entre os 36 a 40 anos de idade com 25 pesquisadas perfazendo a percentagem de 33.3%, depois é a faixa etária que varia de 26 a 30 anos de idade com 16 pesquisadas numa percentagem de 21.3% e por último temos as faixas etárias que variam de 20 a 25 anos de idade e 41 a 46 anos de idade com 2 pesquisadas numa percentagem de 2.7% respectivamente.

Portanto, a idade que se apresenta com grande motivação para desenvolver negócio, nesta pesquisa, são as mulheres que estão na faixa etária de 31 a 35 anos de idade. A inclinação para o negócio tem relação com a percepção das necessidades que elas estão a passar nas suas casas. A faixa etária em destaque são as mulheres que atingiram maturidade pessoal e estão mais preocupadas com o bem-estar dos seus filhos e por outro lado, já estão separadas dos maridos e passaram assumir o governo da casa.

Estado civil

A pesquisa pretendeu saber dentro do perfil das pesquisadas qual é o estado civil que tem maior inclinação para o empreendedorismo e estabelecer uma ligação entre o estado civil e a tendência para o negócio.

Os resultados ilustram que das 75 empreendedoras seleccionadas para a pesquisa 39 empreendedoras correspondente à 52% vivem com um companheiro, ou seja, são casadas maritalmente, 24 empreendedoras equivalente a 32% estão separadas ou divorciadas dos seus maridos, 11 empreendedoras com a percentagem de 14.7% são casadas oficialmente e 1 mulher é solteira.

Portanto, fazendo uma ligação com os dados sobre a faixa etária vê-se que a faixa etária das empreendedoras que estão a desenvolver algum negócio situa-se entre os 31 a 35 anos e logo a seguir vem a faixa de 36 a 40 anos de idade que em termos de estado civil são casadas maritalmente e divorciadas ou separadas, respectivamente. Estes dois dados interligam-se no sentido de maior responsabilidade em relação ao cuidado do lar e mais percepção das necessidades da casa.

Profissão

Em relação a profissão a pesquisa tinha como objectivo verificar a profissão em que as empreendedoras se sentem mais insatisfeitas com o rendimento que ganham e procuram alternativas no negócio.

Em relação à profissão que as empreendedoras em estudo desenvolviam antes de entrar no mundo do negócio destacou-se a profissão de assistente administrativo com 25 empreendedoras correspondente a 33.3%, ligando com o nível de formação, estas fazem parte das que fizeram o ensino secundário que hoje estão a desempenhar a função de assistente administrativo nos diversos sectores de trabalho, sejam eles na função pública ou no sector privado.

Situação social e económica antes de iniciar negócio

Após ter-se pesquisado no grupo alvo o perfil das mesmas, a seguir procurou-se saber a situação socioeconómica das pesquisadas antes de iniciarem o negócio. Para esta parte focalizou-se mais o rendimento mensal da família, as dificuldades que elas encontraram dentro da família, a sustentabilidade económica da família.

Rendimento mensal

A renda mensal que a pesquisa pretendeu saber não foi o salário mensal das pesquisadas mas sim o intervalo em que a pesquisada se situa em termos de salário. Porém, salienta-se que, existem na pesquisa, empreendedoras que não têm trabalho formal ou seja são domésticas.

Os resultados mostraram que no total das 75 empreendedoras pesquisadas 37 empreendedoras que corresponde à 49.3% ganhavam entre 10000 a 15000 meticais por mês, sendo que este salário correspondia ao que ganham os bacharéis ou licenciados em Moçambique; porém a maior parte das pesquisadas tem a formação técnico profissional numa média de 27 empreendedoras e só 17 é que são bacharéis. Contudo os resultados, explicam-se pelo facto de a maior parte delas não ter trabalhado no sector privado em que os salários não são iguais aos do sector público.

Os dados também mostram que 23 empreendedoras pesquisadas, que equivalem a 30.7% ganhavam um salário que variava entre 3000 a 10000 meticais, isto é, situavam-se entre o salário mínimo em vigor no país e o salário de um técnico profissional. Enquanto 15 empreendedoras pesquisadas, correspondente à 20% ganhava abaixo ou até 3000 meticais. Este salário corresponde, muitas vezes, o que ganha um empregado doméstico, portanto, supõe-se que muitas empreendedoras se encontravam neste escalão eram empregadas domésticas e fazendo uma ligação com o número de empreendedoras que disseram que não trabalhavam, provavelmente os dados estejam de acordo com este escalão de salário.

Na vida social e económica teve muitas dificuldades antes de abrir o negócio

Os dados demonstram que das 75 empreendedoras pesquisadas somente 8 empreendedoras que correspondem à 10.7% não tiveram dificuldades económicas e sociais antes de abrirem o seu negócio. Estabelecendo uma ligação com o perfil das pesquisadas pode-se assumir que estas não tiveram dificuldades antes de abrirem o seu negócio podendo estarem no grupo das empreendedoras que já são bacharéis e licenciadas, pois, encontram-se no escalão salarial de 10000 a 15000 meticais e podem estar casadas, o que lhes diminui as dificuldades sócio-económicas e lhes conferia respeito e consideração na família.

Porém, 67 empreendedoras, correspondente à 89.3% afirmou que teve muitas dificuldades económicas e sociais antes de abrirem o negócio.

No conjunto das dificuldades económicas destacam-se a falta de dinheiro para pagar o hospital dos filhos e delas próprias, dificuldades em mandar os filhos à escola com as mínimas condições requeridas, dificuldade de dar aos filhos uma alimentação condigna, dificuldades de encontrar um abrigo seguro para os filhos.

As dificuldades sociais mais destacadas pelas 67 empreendedoras encontram-se a falta de consideração e respeito pelos maridos e outros familiares, o abuso de poder que os maridos tinham sobre as empreendedoras, ou seja, a prepotência dos maridos, violência verbal e física, discriminação social principalmente as empreendedoras solteiras.

Situação familiar depois de abrir o negócio.

Nesta parte a pesquisa pretendia fazer uma comparação da vida económica e social das empreendedoras pesquisadas depois de abrir o negócio com os dados antes apresentados que dizem respeito a vida económica e social das mesmas antes de abrirem o negócio.

Os motivos que levaram a abrir o negócio

Os resultados trouxeram uma diversidade de motivos que ditaram as empreendedoras para que enveredassem para o negócio. Das 75 empreendedoras pesquisadas, 39 empreendedoras equivalente a 52% dizem que entraram pelo mundo de negócios porque querem ganhar mais experiência e ao mesmo tempo adquirir a liberdade de gerir seu próprio negócio.

Porém, 24 empreendedoras correspondentes à 32% dizem que a grande motivação que lhes levou para o mundo do negócio é o facto do salário que ganham não ser suficiente para cobrir as despesas familiares.

E 6 empreendedoras que correspondem à 8% dividem-se entre o desemprego e outras pelo facto de terem perdido o emprego onde trabalhavam, respectivamente. A pesquisa diferencia entre o desemprego e o perder emprego porque acha que uma coisa é estar desempregada ou seja, não estar a encontrar oportunidades de trabalhar e outra é ter experimentado trabalhar mas vir a perder o emprego posteriormente.

Portanto, como podemos ver os resultados mostram que no conjunto das motivações que levaram as empreendedoras a entrar no mundo do negócio é de facto a necessidade de ganhar dinheiro para garantir o auto sustento familiar.

Principais factores a considerar como importante na decisão de investir num negócio na cidade de Pemba

Os factores que influenciaram as empreendedoras da Cidade de Pemba a entrarem pelo mundo de negócio foram: a necessidade ou desejo de ganhar independência financeira, para esta motivação temos 38 empreendedoras, equivalente à 50.7% num total de 75 pesquisadas, isto é, mais da metade de empreendedoras pesquisadas; o facto do salário no serviço ser mau e ao mesmo tempo não ter a perspectiva de subida, também foi outra razão que influenciou para as empreendedoras abrirem negócio em Pemba, nesta motivação encontramos 24 empreendedoras, que corresponde à 32%; e por últimos temos a necessidade de ganhar lucro como outra motivação que pesou para a abertura de um empreendimento para algumas empreendedoras, nesta temos 13 empreendedoras que corresponde à 17.3%.

Os dados dos questionários são confirmados pelos dados obtidos das entrevistas em que as entrevistadas afirmam que foi por uma necessidade familiar que abriram um negócio dado que estavam a passar mal na casa, faltava quase tudo mas o com negócio a situação melhorou.

As organizações de micro crédito que existem também incentivaram a abrir o negócio avaliando as necessidades que a minha casa estava a passar.

Assim, a maior parte das empreendedoras pesquisadas tenha dito que a necessidade de ganhar independência financeira foi a grande motivação para o empreendedorismo, visto elas quererem atingir um certo padrão de excelência de vida social. Mas também o desemprego constituiu um dos maiores factores para abertura de negócio.

A renda familiar depois de começar com negócio

Os dados mostram que o maior número de empreendedoras que entrou no mundo do negócio o rendimento familiar subiu significativamente, portanto, 68 empreendedoras que corresponde à 90.7% de empreendedoras afirmou que o rendimento familiar subiu e somente 7 empreendedoras que equivalente à 9.3% dizem que o rendimento mantém-se na mesma, ou seja, não houve nenhuma alteração.

Aplicação do dinheiro que se adquire no negócio

A gestão do dinheiro que provém do negócio depende das necessidades de cada uma das empreendedoras. Assim, 32 empreendedoras que correspondem à 42.7% dizem que com dinheiro que ganham pagam as diversas despesas da casa; 27 empreendedoras, equivalente a 36% disseram que preferem comprar roupa e somente 16 empreendedoras, equivalente a 21.3% depositam no banco o dinheiro que ganham.

Na entrevista, as mulheres afirmam que o negócio ajudou-lhes muito a ter uma educação de qualidade para os filhos, e para elas mesmas, têm a possibilidade de fazer alguns cursos para aumentar o nível em termos de gestão do negócio. O negócio para elas é tudo. Com o que ganha no seu negócio não tem preocupação em como levar os filhos ao hospital e até levam a clínica. E não só como também com o negócio conseguem ter dinheiro par cuidar da saúde da família, comprar medicamentos quando são precisos.

Se por um lado as mulheres reconhecem que com o negócio elas conseguem cobrir as despesas da casa em termos de educação e saúde dos filhos; por outro lado algumas destas empreendedoras queixam-se que não conseguem fazer alguma poupança possivelmente porque não só devem custear as despesas de casa, como também devem fazer o reembolso do crédito concedido.

As vantagens que a mulher ganhou no seu contributo na renda familiar

As empreendedoras com que o pesquisador entrou em contacto para saber o sentimento delas em relação ao respeito dos direitos da mulher, destacaram a consideração e respeito dos seus direitos como mulher. Assim, 38 empreendedoras que corresponde à 50.7% consideram que depois de entrar no mundo dos negócios ganharam mais consideração na família e assim como na sociedade onde vivem. Portanto, estas empreendedoras consideram-se felizes porque elas já ganharam um certo *status* social fruto do empoderamento económico que conquistaram.

Outra parte de empreendedoras (16 empreendedoras que corresponde à 21.3%) diz que a nível familiar e social ganharam os direitos de serem respeitadas como empreendedoras, esposas, mães e donas de casa. Este direito segundo elas, era pouco considerado nas suas famílias uma vez que eram dependentes da pessoa que tinha mais poderes económicos na casa, mas quando passaram a contribuir nas despesas da casa a situação mudou.

No conjunto dos direitos que as empreendedoras ganharam estão também os direitos de participar nas reuniões familiares assim como o direito de serem ouvidas nessas mesmas reuniões. Para estes direitos temos 21 empreendedoras que corresponde à 28.0%.

Os dados obtidos a partir da entrevista mostram que as empreendedoras entrevistadas reconhecem que o negócio mudou a vida delas porque segundo o depoimento de algumas, o negócio dá-lhes a possibilidade de auto gerirem-se, serem autónomas, e dispensa-lhes o ter que pedir favores a ninguém para terem o dinheiro, dá-lhes a possibilidade de ter o que querem sem terem que incomodar ninguém e por outro lado a partir do negócio tem a possibilidade de ser dona de si mesma, fazer o que querem e irem para onde querem.

No entanto, o que as nossas empreendedoras querem ultrapassar é o estar simplesmente confinadas às actividades domésticas da casa sem ter quase nenhum direito; Elas pretendem estar em pé de igualdade com o homem; pretendem trabalhar com o homem como parceiro de desenvolvimento e progresso social e económico.

Portanto, as empreendedoras demonstram que adquiriram autonomia, consideração, respeito e demais direitos que lhes confere algum *status* social e protagonismo nos fóruns de tomada de decisão seja a nível familiar como na sociedade em geral.

Por outro lado é de salientar que o negócio também ajudou a criar a capacidade da mulher definir o seu próprio caminho, tomar as suas próprias decisões reconhecendo e respeitando os direitos dos outros, num processo de procura de melhores condições de vida. Para as empreendedoras, os homens, as famílias e as comunidades referem-se à dinamiza de uma série de processos, como por exemplo, de individualização, identidade e empoderamento, ou seja processo de tensão de liberdade e responsabilidade, entre o grupo, a comunidade família e o indivíduo.

Conclusões

A pesquisa tinha como objectivo analisar como o empreendedorismo pode ajudar a mulher a alcançar o empoderamento social e económico. Os resultados mostraram que isso é possível uma vez que, a maior parte das empreendedoras pesquisadas afirmaram que encontram uma grande satisfação ao desenvolver o seu negócio.

Assim, acredita-se que, o incentivo às iniciativas do cooperativismo, que integrem o trabalho de mulheres pobres, com o apoio da sociedade civil organizada e a promoção de iniciativas empreendedoras para as mulheres, pode ajudar a criar e desenvolver actividades geradoras de renda e emprego decente e sustentável, aumentar poupanças e investimentos familiar, melhorar o bem-estar social e económico levando em consideração a necessidade de eliminar todas as formas de discriminação e contribuir para um desenvolvimento humano sustentável.

Uma das conclusões que a pesquisa chegou é que o aumento do rendimento económico trouxe também vantagens sociais para as empreendedoras pesquisadas porque segundo elas ganharam mais autonomia, mais consideração dentro da família como na sociedade, adquiriram o direito de participar plenamente nas reuniões familiares, nos fóruns sociais e governamentais, isto é, o direito de participar e de expressar a sua opinião nessas reuniões.

Referências bibliográficas

Canastra, F., Haanstra, F. & Vilanculos, M. (2013). *Manual de investigação científica da UCM*. Beira: Edições UCM.

Casimiro, I. M. & Souto, A. N. (2010). *Empoderamento Económico da Mulher*, Maputo: Editora Centro de Estudo Africanos da Universidade Eduardo Mondlane. Recuperado a 15 de Dezembro de 2011 em http://www.iid.org.mz/relacoes_de_genero_na_familia_e_na_comunidade_nampula.pdf

Chiavenato, A. (2007). *Empreendedorismo. Dando asas ao espírito empreendedor* (2ª ed.). São Paulo: Editora Saraiva.

Coutinho, C. Pereira & Chaves, J. H. (2002). O estudo de caso na investigação em Tecnologia Educativa em Portugal. *Revista Portuguesa de Educação*, 15 (1), pp. 221-243. CIED - Universidade do Minho. Recuperado a 10 de Fevereiro de 2012 em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/492/1/ClaraCoutinho.pdf>

Damasceno, J. D. L. (2010). *Empreendedorismo Feminino - Um Estudo das Mulheres Empreendedoras com Modelo Proposto por Dornelas*, Fortaleza. Recuperado a 13 de Fevereiro, 2012, de:

http://www.fa7.com.br/recursos/imagens/File/administracao/ic/vi_encontro/LUIZA_DEBORA_JUCA_DA_MASCENO_EMPREENDEDORISMO_FEMININO.pdf

Dengen, R. J. (2009). *Empreendedor-empendedor como opção de carreira*. São Paulo: Person Prentice.

Dornelas, José Carlos Assis. (2001). *Empreendedorismo. Transformando Ideias em Negócios*. Rio de Janeiro: Campus.

Gurgel, Wildoberto Batista. (2007). *A TRIANGULAÇÃO EM DEBATE: considerações sobre o modelo minayano de avaliação por triangulação de métodos*. Ciências Humanas em Revista - São Luís, V. 5, n.1, Julho 2007. Recuperado em 14 de Novembro de 2013, em <http://www.scielo.br/pdf/cp/n114/a08n114.pdf>

Gil, A.C. (2010). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas.

Plimentel, A. (2001). *O Método da Análise Documental: seu uso numa Pesquisa Historiográfica*. Departamento de Psicologia Social e Institucional da Universidade Estadual de Londrina. PR. Recuperado a 18 de Fevereiro de 2012 em <http://www.scielo.br/pdf/cp/n114/a08n114.pdf>

Richardson, R. (1999). *Pesquisa social – métodos e técnicas* (3.ª ed.). São Paulo: Atlas.

Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e Inovação* (2ª ed.) Lisboa: Escolar Editora.

Strobino, M. R. C. (2009). *O Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Sector da Construção Civil da Cidade de Curitiba*. Dissertação de Mestrado não publicada. Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

UNIFEM (2005). *Empoderamento das mulheres – Avaliação das disparidades globais do género*. Genova: Fórum Económico Mundial.

Yin, R. (2001) *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2ª Ed. Porto Alegre: Bookman.

Jonathan, E. (Set. /Dez. 2005). Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382. Recuperado a 18 de Janeiro de 2012 em <http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>

Barbosa, F. C; Carvalho. C. F., V. & Simões, G. M. M. (Mai. /Ago. 2011) Empreendedoras: Estilo Gerencial e Desempenho das Empresas. *Revista de Micro e Pequenas Empresas*.v.5 n.2 p 124-141. Faculdade Campo Limpo Paulista. Recuperado a 12 de Fevereiro de 2012 em www.faccamp.br/ojs/index.php/RMPE/article/download/199/162

Machado, H.P.V.; St-Cyr, L.; Mione, A. & Alves, M.C.M. (Jul./Dez.2003). O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. *Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo, RAE*

Electrónica. São Paulo, v. 2, n.2, p.06-20. Recuperado a 01 de Fevereiro de 2012 em <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v2n2/v2n2a07.pdf>