



**DIFICULDADES PARA CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS: UM ESTUDO COM
MULHERES EMPREENDEDORAS NO SETOR DO VESTUÁRIO**

**DIFFICULTIES IN THE PROCESS OF FIRM CREATION: A STUDY WITH WOMEN
ENTREPRENEURSHIP IN THE CLOTHING INDUSTRY**

**DIFICULTADES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS:
UN ESTUDIO CON MUJERES EMPREENDEDORAS EN EL SECTOR DE VESTIMENTAS**

Joiceli Santos Fabrício

Universidade Estadual de Maringá/Brazil
jsfabricio@jcorreiodopovo.com.br

Hilka Vier Machado, Dra.

Universidade Estadual de Maringá/Brazil
hilkavier@yahoo.com

RESUMO

Um número crescente de novos negócios tem sido criado por mulheres. No entanto, poucos estudos têm abordado as dificuldades de empreendedoras para a criação destes negócios. Com isso, o objetivo deste estudo consistiu em identificar dificuldades encontradas para a criação de negócios por mulheres e analisar a relação destas com a época de criação e com o valor do capital inicial. O campo de estudos foi o setor do vestuário das cidades de Maringá e Cianorte, no Paraná. Foi realizada uma pesquisa exploratória, de natureza quantitativa, sendo os dados coletados por meio de questionário estruturado e respostas obtidas com 102 empreendedoras. As maiores dificuldades foram: falta de funcionários qualificados e a falta de experiência gerencial. Dificuldades específicas para a criação das empresas em função da época de criação e do valor do capital inicial também foram identificadas.

Palavras-chave: Mulheres Empreendedoras; Empreendedorismo; Criação de empresas.

ABSTRACT

A crescent number of new businesses have been created by women. However, few studies have addressed the difficulties of entrepreneurs to create these businesses. Therefore, the objective of this study was to identify the difficulties encountered in the process of firm creation by women and to analyze the influence of initial capital and year of creation in the referred difficulties. The field of study was the clothing sector of the cities of Cianorte and Maringá, in Paraná. There was performed an exploratory, quantitative research and data collected through a questionnaire structured with 102 entrepreneurs. The greatest difficulties were lack of qualified staff and lack of managerial experience. Specifically difficulties related to the initial capital and time of creation were also identified.

Keywords: Women Entrepreneurs; Entrepreneurship; Process of firm creation.

RESUMEN

Un número creciente de empresas han sido creadas por mujeres. Sin embargo, pocos estudios han abordado las dificultades de estas empresarias para crear empresas. Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue identificar las dificultades para la creación de empresas por mujeres y analizar su relación con la época de creación y con la cantidad de capital inicial. El estudio de campo fue desarrollado en el sector de vestimenta y las ciudades fueran Cianorte y Maringá, Paraná. Se realizó un estudio exploratorio, cuantitativo, y los datos fueron obtenidos a través de cuestionarios estructurados y las respuestas obtenidas con 102 mujeres empresarias. Las mayores

dificultades fueran la falta de personal calificado y la falta de experiencia de gestión. Dificultades particulares para la creación de empresas en función del momento de la creación y del valor del capital inicial también se identificaron.

Palabras clave: Mujeres emprendedoras; Emprendedorismo; La creación de empresas

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos amplia-se cada vez mais o número de empresas criadas por mulheres. Elas representavam cerca de 30% dos empreendedores novos no Brasil em 2001 e chegaram a 49% em 2010 (GEM, 2010). Porém, essa participação da mulher na Economia nem sempre está vinculada a uma ação profissional formalizada e ela ainda recebe pouca ou nenhuma orientação de gestão, minimizando possibilidades de empoderamento (NATIVIDADE, 2009).

A criação de negócios é um processo complexo e recursivo entre o empreendedor e o ambiente. (SARASVATHY, 2001). Essa complexidade exige pensamento criativo e decorre da combinação e da expansão de conceitos (BARON; SHANE, 2008). A criação e até algumas reestruturações de uma empresa passam por pelo menos cinco estágios: iniciação, maturação, comprometimento, lançamento e consolidação (JULIEN, 2010). Sarasvathy (2004) considera que a decisão do empreendedor em “mergulhar” no empreendimento não é meramente econômica, mas implica em possíveis renúncias pessoais e sociais. Para ela, a definição do empreendimento vai sendo construída pelo empreendedor ao longo do tempo, sendo a criação de um negócio derivada da resposta à pergunta: “conhecendo quem eu sou, o que eu sei e quem eu conheço, o que posso fazer?” (SARASVATHY, 2004, p. 712).

Analisando artigos sobre o empreendedorismo por mulheres, publicados entre 1982 e 2000, Ahl (2006) concluiu que o discurso estaria reproduzindo a ideia de que mulheres empreendedoras seriam inferiores aos homens e que suas empresas seriam de menor importância. Essa situação, segundo a autora, requer um novo direcionamento nas pesquisas, as quais encontram-se ainda na fase de complementação e aprofundamento e precisam ser ampliadas a fim de constituírem um conjunto representativo para a produção científica (DE BRUIN; BRUSH; WELTER, 2006).

Um dos setores em que mulheres mais criam empresas no Brasil é o vestuário, que faz parte da cadeia produtiva de tecidos e confecções. A produção mundial desta cadeia pode ser medida pelo consumo industrial de fibras e filamentos, que passou de 59,7 milhões de toneladas, em 2000, para 71,7 milhões de toneladas, em 2006 (COSTA; ROCHA, 2009). Em 2008 este setor gerou um milhão e quarenta e cinco mil postos de trabalho.

No Estado do Paraná, o setor é representativo para a economia. Conforme Campos, Trintin e Vidigal (2009), em 2006 o Paraná concentrava 9,1% dos estabelecimentos da atividade brasileira, com um total de 3.666 empresas. O Estado representa o segundo maior pólo industrial de vestuário e confecção do Brasil, sendo superado apenas por São Paulo, com uma produção da ordem de 150 milhões de peças e faturamento de cerca de R\$ 2,8 bilhões, em 2009 (SINDIVESTUÁRIO, 2010).

Em média, 37% das empreendedoras brasileiras trabalham em atividades de moda e vestuário no comércio varejista, 27% delas na indústria em ramos como o de vestuário e confecções, e 14% em atividades

associadas à alimentação (GEM, 2007). No setor de moda as mulheres são maioria tanto na produção e confecção, quanto na compra das peças.

Estudos anteriores apontaram dificuldades específicas vividas por mulheres na criação de seus negócios (CARTER, 2002). Essas dificuldades vão desde barreiras associadas ao gênero ou de ordem financeira, até conflitos pessoais e dificuldade em conciliar trabalho e família (MARLOW, 1997; MOORE; BUTTNER, 1997; RODRÍGUEZ; SANTOS, 2009). Assim, é preciso ampliar o escopo de pesquisas sobre criação de negócios por mulheres, uma vez que algumas condições de criação, como o reduzido capital inicial com que mulheres começam seus negócios, podem acarretar dificuldades para essas empresas (CARTER; ALLEN, 1997).

Com isso, o objetivo deste artigo é identificar dificuldades encontradas para a criação de negócios por mulheres, bem como analisar a relação dessas dificuldades com a época da criação e com o montante do capital inicial. Ele está dividido em quatro partes restantes, sendo a primeira uma abordagem sobre a criação de empresas por mulheres e as dificuldades decorrentes desse processo. Em seguida são apresentados os procedimentos metodológicos, seguidos de resultados e conclusões.

2 CONSIDERAÇÕES SOBRE CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR MULHERES

A chave para a criação de empresas é a capacidade que indivíduos têm em identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócios (BIRLEY; MUZYKA, 2001). Para Sarasvathy (2004), ao analisar a criação de negócios, o foco principal é o indivíduo, pois a ação dele direciona todas as outras decisões. Nesse sentido, a criação de empresas é um processo complexo, que é abordado no campo do Empreendedorismo sob diferentes óticas, como assinalam Davidsson e Gordon (2011). A compreensão da criação de empresas depende também do contexto em que elas são geradas. Por exemplo, para a criação de *spin-offs* o processo pode ser derivado das seguintes etapas: pesquisa, enquadramento de oportunidade, pré-organização, reorientação e retornos sustentáveis (FREITAS ET AL., 2011) ou das fases: comercialização da pesquisa e avaliação de oportunidades, organização em formação, análise da viabilidade e maturidade (VANAELST et al., 2006). Para Santos e Teixeira (2012) as fases que explicaram a criação de *spin offs* foram: ideação, elaboração do plano de negócios, lançamento do *spin off* e criação de valor.

Mas, a criação de pequenos negócios, em geral segue as etapas de iniciação, maturação ou preparação, lançamento e consolidação (BORGES; FILION; SIMARD, 2008; JULIEN, 2010). A iniciação abrange as atividades ligadas à identificação da oportunidade de negócio, o desenvolvimento da idéia e as razões que conduzem à decisão de criar a empresa. Para Julien (2010) a iniciação pode ser curta ou longa e nesta fase o empreendedor busca informações e apoio da família. Após esta etapa vem a fase de maturação, quando os objetivos evoluem a partir de rupturas ou de necessidades do mercado. Em seguida, na fase de preparação, o empreendedor ou a empreendedora redige um plano de negócios e procura recursos financeiros e humanos para a concretização do projeto ou da idéia e o empreendedor forma suas redes iniciais (BORGES JR., FILION, SIMARD, 2010; JULIEN, 2010).

Durante as fases de lançamento e consolidação ocorre de fato a criação do negócio, com a contratação de pessoal, realização das primeiras vendas e das atividades de promoção e marketing, juntamente com a

comercialização dos produtos ou serviços (BORGES; FILION; SIMARD, 2008; BORGES JR.; FILION; SIMARD, 2010). As primeiras vendas serão dependentes do setor, do ambiente, do mercado e do porte da empresa e a consolidação da empresa é dependente do empreendedor, que também ditará o ritmo de crescimento (JULIEN, 2010).

Quanto à criação de empresas por mulheres, alguns estudos apontam principalmente as motivações ou razões iniciais. Aspectos como a busca de flexibilidade de horário para conciliar trabalho e família, busca por independência e autonomia, busca por reconhecimento e valorização foram identificados como motivadores da criação de empresas por mulheres (LJUNGGREN; KOLVEREID, 1996; GREENE ET AL, 2003; SCOTT, 1986). Além destes, outros fatores como a realização pessoal, visão de oportunidade de mercado, bem como a insatisfação no trabalho anterior e a busca por segurança incentivaram a abertura de empresas por mulheres (MACHADO et al., 2003; SHABBIR; GREGORIO, 1996).

Entre estudos comparativos que procuram compreender razões para empreender para homens e para mulheres foram encontrados diferentes resultados. Por exemplo, enquanto Shane, Kolvereid, Westhead (1991) não encontraram diferenças, sendo que para os dois grupos a principal razão foi a possibilidade de desenvolver suas próprias estratégias no trabalho, Carter (2002) identificou diferenças quanto ao desejo de sucesso financeiro e de inovação, razões mais enfatizadas por homens do que por mulheres. Vázquez- Carrasco et al (2012) consideram que existem algumas diferenças entre as motivações para empreender por homens e por mulheres, sendo que algumas peculiaridades podem ser observadas, como o fato das mulheres serem menos motivadas à ganhar dinheiro e mais preocupadas com a qualidade do produto que ofereceriam no mercado. Ademais, o fenômeno do “teto de vidro”, ou a barreira invisível que impede a ascensão delas em outras organizações, é um motivo pelo qual mulheres criam os próprios empreendimentos (SCOTT, 1986; VÁZQUEZ-CARRASCO et al., 2012).

2.1. Dificuldades para criação de empresas

Em geral, dificuldades de financiamento e decorrentes da incerteza e da assimetria de informações são relevantes na criação de novos negócios (BARON; SHANE, 2008; BORGES; FILION; SIMARD, 2008; JULIEN, 2010). Para Johnson (2001) quem está à frente de um novo negócio pode encontrar como dificuldades: obter credibilidade de mercado e dificuldades para constituir uma boa equipe.

Entre as dificuldades que estão associadas à criação negócios por mulheres encontra-se a de conciliação entre trabalho e família (MACHADO, 2001; UFUK; OZGEN, 2001; VÁZQUEZ-CARRASCO et al., 2012). Esta dificuldade está associada não apenas ao tempo necessário para o envolvimento em uma ou outra atividade, mas também à natureza diferenciada dos papéis, dificultando a conciliação entre ambos (RODRÍGUEZ; SANTOS, 2009).

Outra dificuldade identificada foi a de obtenção de crédito e de capital inicial (DU REITZ; HENREKSON, 2000; FASCI; VALDEZ, 1998; GREENE et al., 2003; UFUK; OZGEN, 2001; VÁZQUEZ-CARRASCO et al., 2012). Há evidências que a concessão de financiamento para mulheres é inferior e mais difícil do que para homens (CARTER; WILLIAMS; REYNOLDS, 1997; ROPER; SCOTT, 2010; VERHEUL;

THURIK, 2001).

O capital social dos empreendedores exerce um papel importante para a consolidação de novos negócios (BORGES, 2011). Nesse sentido, empreendedoras encontram dificuldades, pois apresentam reduzida ou nenhuma experiência em gestão empresarial (GREENE ET AL, 2003; MACHADO; BARROS; PALHANO; 2003a; RODRÍGUEZ; SANTOS, 2009). No entanto, uma das maneiras para minimizar essa dificuldade consiste na escolha de sócios com experiência (DAVIDSSON; HONIG, 2003). A participação em redes sociais apresenta-se como uma das dificuldades para mulheres na criação e no desenvolvimento de empresas (MARLOW, 1997). Esta participação pode contribuir para a legitimação de novos empreendimentos (BORGES, 2011). A fase de planejamento e criação de uma empresa é marcada pela incerteza e pela necessidade de obtenção de conhecimentos e recursos, o que pode ser facilitado pela participação em redes sociais (GREVE; SALAFF, 2003; LERNER; BRUSH; HISRICH, 1997). No entanto, as redes de empreendedoras são mais informais e trazem para elas menos benefícios do que para os empreendedores (HILL et al., 2010).

Por fim, dificuldades associadas a barreiras culturais relativas à aceitação de mulheres no papel de empreendedoras foram mencionadas em estudos anteriores, dificultando a criação das empresas (AHWIRENG-OBENG, 1993; MACHADO, 2001; RODRÍGUEZ, SANTOS, 2009). Com efeito, nesses contextos a auto-percepção negativa e a baixa auto estima também dificultam a criação de novos negócios por mulheres (SHRAG, YACUK, GLASS, 1992). O Quadro 1 apresenta uma distribuição das dificuldades por autor, que deu origem ao instrumento de coleta de dados desta pesquisa.

Quadro 1 - Dificuldades para criação de empresas por mulheres

Dificuldades	Autor
Obtenção de financiamentos e falta de informações	Baron, Shane (2008); Borges, Filion, Simard (2008), Julien (2010).
Obtenção de credibilidade no mercado e constituição da equipe de funcionários	Johnson (2001)
Conciliação entre trabalho e família	Machado (2001), Ufuk, Ozgen (2001), Vázquez-Carrasco et al. (2012); Rodriguez, Santos (2009).
Obtenção de crédito e capital inicial	Du Reitz, Henrekson (2000), Fasci, Valdez (1998), Guerra et al. (2003), Ufuk, Ozgen (2001). Vázquez-Carrasco et al. (2012), Carter, Williams, Reynolds (1997), Roper, Scott (2010), Verheul, Thurik (2001), Haynes, Helms (2000).;
Reduzida ou nenhuma experiência em gestão empresarial	Greene et al. (2003), Machado, Barros, Palhano (2003 ^a), Rodríguez, Santos (2009).
Escolha dos sócios	Davidsson, Honig (2003).
Participação em redes sociais	Marlow (1997), Hill et al (2010).
Barreiras culturais no papel e baixa auto estima	Ahwireng, Obeng (1993), Machado (2001), Rodriguez, Santos (2009), Shrag, Yacuk, Glass (1992).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é exploratória e quantitativa. O corte da pesquisa foi transversal, pois os dados foram coletados uma vez e em um período de tempo específico (RICHARDSON, 2008), nos meses de abril a julho de 2011. Como campo de pesquisa foi definido o setor do vestuário e como local, as cidades de Maringá e Cianorte, no Estado do Paraná, pois nessas localidades há grande número de empresas criadas e dirigidas por mulheres

nesse ramo.

Convém salientar que nesta pesquisa, dificuldades para a criação das empresas foram consideradas como os obstáculos que surgiram ao longo do processo de criação, extraídos da revisão da literatura e que podem ser visualizadas na tabela 1, na apresentação dos resultados.

A população foi constituída por empresas do setor do vestuário vinculadas aos sindicatos da categoria das cidades de Maringá e Cianorte – PR. Ao todo são 253 associados (157 SINDVEST- Maringá e 96 SINVESTE- Cianorte). A amostra foi constituída pela totalidade das mulheres associadas aos sindicatos, na medida em que 60% das empresas associadas foram criadas e são dirigidas por mulheres. Desta forma, a amostra foi constituída por 151 organizações. Foram enviados 151 questionários às dirigentes das empresas por mala-direta dos sindicatos e por entrega pessoal. Obteve-se uma taxa de devolução de 75%, com o retorno de 114 questionários, porém, 12 foram descartados por lacunas no preenchimento dos dados. A amostra final corresponde a 102 empreendedoras.

O instrumento para a coleta de dados foi o questionário com perguntas fechadas. O questionário foi composto por um bloco de questões que buscavam identificar dados gerais do perfil das empreendedoras e das empresas, tais como: idade, estado civil, número de filhos, época da criação da empresa e capital inicial. Outro bloco específico versava sobre dificuldades para a criação das empresas, que foram apresentadas sob a forma de escala tipo Likert, com 10 níveis, sendo 1 o menos importante e 10 o mais importante.

Os dados foram analisados por meio da estatística descritiva. Para as variáveis contínuas foram calculadas as médias ponderadas. A média ponderada foi usada para identificar, dentre uma coleção de atributos, os mais expressivos. Para cada atributo foi associado um peso (ponderação) assinalado pelas respondentes, numa escala de 1 a 10 (HAIR et al., 2005). Para as variáveis discretas o tratamento foi por meio de análise percentual.

Por meio de tabelas de contingência foram elaborados cruzamentos de variáveis. Foram cruzadas as respostas sobre dificuldades de criação em relação ao período em que a empresa foi aberta e dificuldades em relação ao capital inicial das empresas.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Sobre o perfil das participantes da pesquisa, a maior parte das empreendedoras (54,9%) criou suas empresas com idade entre 25 e 35 anos. Mas, as jovens empreendedoras, com idade até 24 anos representaram 26,5% das participantes. Pesquisas anteriores mostraram que jovens empreendedores começam com capital social mais baixo e geralmente criam empresas em equipes (BORGES, FILION, SIMARD, 2008). Nesta pesquisa a maioria das mulheres criou as empresas em sociedade com o marido.

Quanto ao estado civil, 75,5% das empreendedoras estavam casadas no momento da criação da empresa, sendo que 2% mantinham uma união estável. As solteiras representaram 20,6% e somente 2% estavam divorciadas quando criaram empresas. Outros estudos também encontraram predominância de mulheres casadas entre empreendedoras (MACHADO et al., 2003a; SHELTON, 2006).

Um conjunto de 34,3% não tinha filhos quando criou a empresa. Um total de 53% das respondentes tinha um ou dois filhos e 11,8% tinha três. Somente 1% das participantes da pesquisa tinha quatro filhos. Quanto

à idade dos filhos, 32,03% tinha entre alguns meses e sete anos quando a mãe criou a empresa. Cerca de 27,28% tinha entre 8 e 18 anos e 13,28% tinha 18 anos ou mais. Conforme Shelton (2006) mulheres com filhos enfrentarão mais dificuldades para criar empresas, pois quando ocorrem conflitos, a alternativa mais comum é reduzir a carga horária dedicada ao trabalho, porém, de acordo com o resultado desta pesquisa a maioria tinha filhos e para 32% os filhos eram crianças.

Sobre o nível de escolaridade, 49% das mulheres tinha o segundo grau completo quando criou a empresa, 30,04% tinham nível superior, 3,9% pós-graduação e 16,7% tinha apenas o primeiro grau. Segundo o GEM (2010), 78,6% dos empreendedores brasileiros têm acima de cinco anos de estudo. As empreendedoras do setor do vestuário apresentaram neste estudo um nível escolar superior à média dos empreendedores brasileiros, mas inferior ao encontrado em Machado et al. (2003 b).

4.1 Dificuldades para criação de empresas

As dificuldades para criação de empresas pelas mulheres são apresentadas na tabela 1.

Tabela 1 - Dificuldades para criação das empresas

DIFICULDADES	Média
Dificuldade para encontrar funcionários qualificados	5,93
Não tinha experiência gerencial	5,31
Não tinha formação específica	4,85
Teve dificuldades para conseguir o dinheiro para o capital inicial	4,75
Não tinha dinheiro	4,72
Tinha falta de experiência no ramo	4,49
Não tinha dinheiro para a divulgação do negócio	4,49
Tinha dificuldades para viajar	4,19
Não conhecia um plano de negócios	3,77
Não tinha muito tempo para decidir e criar a empresa	3,70
Teve dificuldades para escolher o ponto	3,60
Não tinha acesso a informações, tais como internet, viagens, revistas especializadas	3,46
Tinha dificuldades, pois os filhos eram pequenos	3,42
Não tinha acesso a informações do setor	3,39
Não encontrou nenhum curso para ajuda-la	3,36
Não tinha conhecimento das leis	3,25
As pessoas não acreditavam no seu potencial	3,12
Nunca tinha tido contato com outras empresas	3,10
Não acreditava no seu potencial	2,91
Sentiu falta de apoio da família	2,88
Não tinha tempo para participar de redes	2,75
Tinha medo de deixar o emprego	2,36
Encontrou preconceito por ser mulher	2,12
Encontrou dificuldades para encontrar um sócio	1,74

Fonte: Pesquisa de campo (2011)

A dificuldade para encontrar funcionários qualificados foi a principal (5,93), seguida da falta de experiência gerencial (5,31) bem como a falta de formação específica (4,86). A dificuldade de capital inicial aparece em quarto lugar. A menor dificuldade foi a escolha do sócio (1,74). Isso pode ser explicado pelo fato de que a maioria das empreendedoras era casada, sendo que o principal sócio escolhido foi o marido. A escolha do

DIFICULDADES PARA CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS: UM ESTUDO COM MULHERES EMPREENDEDORAS NO SETOR DO VESTUÁRIO

sócio é difícil, mas é importante para o desenvolvimento do empreendimento (BARON, SHANE, 2008).

O preconceito por ser mulher foi a segunda dificuldade menos importante e a falta de crença no próprio potencial também não foi assinalada entre as mais importantes, contrário ao resultado obtido em outros estudos (MARLOW, 1997; GREEVE; SALAFF, 2003; MACHADO, 2001).

A tabela 2 mostra os resultados da análise das dificuldades em relação ao valor do capital inicial

Tabela 2 – Dificuldades para criar a empresa em relação ao valor do capital inicial

DIFICULDADES	Até 10.000	Entre 10.001 e 20.000	Entre 20.001 e 30.000	Entre 30.001 e 40.000	Acima de 40.000	Total
Sentiu falta de apoio da família	3,36	2,24	3,57	3,67	2,41	2,88
Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos	3,52	3,82	3,57	1,83	2,94	3,42
Tinha falta de experiência no ramo	4,27	5,24	4,86	3,17	5,18	4,49
Não tinha experiência gerencial	5,79	5,59	5,14	5,00	6,29	5,31
Não tinha formação específica	5,09	4,76	5,14	4,00	5,94	4,86
Não encontrou nenhum curso para ajudá-la	3,45	2,18	2,29	4,50	2,88	3,36
Não acreditava no seu potencial	3,12	3,06	1,00	2,50	3,35	2,91
Não tinha tempo para participar de redes	2,52	3,06	2,57	2,83	2,59	2,75
Não tinha acesso a informações, tais como internet, viagens, revistas especializadas	3,24	3,76	3,57	5,00	3,59	3,46
Nunca tinha tido contato com outras empresas	3,52	2,41	2,00	3,17	2,88	3,10
Não tinha acesso a informações do setor	3,58	3,35	1,71	2,83	3,65	3,39
Não tinha muito tempo para decidir e criar a empresa	4,09	4,59	2,71	1,00	3,71	3,70
Não tinha conhecimento de leis	3,73	1,65	3,29	2,17	4,71	3,25
Encontrou preconceito por ser mulher	2,73	1,53	2,14	2,83	2,12	2,12
As pessoas não acreditavam no seu potencial	3,15	2,94	1,29	4,00	3,59	3,12
Tinha medo de deixar o emprego	2,64	2,47	2,29	3,50	2,24	2,36
Não tinha dinheiro	4,94	5,59	4,57	5,00	3,47	4,72
Não conhecia um plano de negócios	3,76	3,82	5,86	3,67	4,06	3,77
Teve dificuldades para conseguir o dinheiro para o capital inicial	5,12	5,47	3,86	5,50	3,12	4,75
Teve dificuldades para escolher o ponto	3,73	3,82	5,43	5,33	2,24	3,60
Encontrou dificuldades para escolher um sócio	1,79	1,65	1,00	3,83	1,24	1,74
Tinha dificuldades para viajar	4,36	5,00	4,57	4,83	2,94	4,19
Dificuldade para encontrar funcionários qualificados	6,15	6,59	6,29	6,33	6,88	5,93
Não tinha dinheiro para divulgação do negócio	5,24	4,53	5,29	4,17	3,12	4,49

Fonte: Pesquisa de campo (2011)

Para todos os níveis de capital as principais dificuldades foram: encontrar funcionários qualificados e não ter experiência gerencial. O valor do capital inicial esteve principalmente associado à dificuldade de

DIFICULDADES PARA CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS: UM ESTUDO COM MULHERES EMPREENDEDORAS NO SETOR DO VESTUÁRIO

encontrar funcionários qualificados e à falta de formação gerencial e específica, principalmente na maior faixa do capital. Quanto ao dinheiro para a divulgação do negócio, as empresas com menor capital inicial apresentaram maior dificuldade (5,24) do que aquelas iniciadas com capital mais elevado (3,12). Também a dificuldade para viajar foi maior para empresas com capital inicial reduzido.

Observa-se ainda que nesta pesquisa as empresas criadas com menos de R\$ 10 mil reais e as empresas criadas com capital inicial acima de R\$ 40 mil apresentaram maiores dificuldades em relação ao conhecimento de leis e acesso a informações do setor. Por outro lado, a falta de experiência no ramo afetou mais as empresas com capital inicial maior.

Finalmente, a pesquisa procurou identificar a relação entre dificuldades de criação das empresas e a época da criação, como está apresentada na tabela 3.

Tabela 3 – Dificuldades para criar a empresa em relação ao período de criação

Dificuldades	1977 a 1988	1989 a 1995	1996 a 2002	2003 a 2009	Total
Sentiu falta de apoio da família	3,27	2,50	2,04	3,48	2,88
Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos	5,45	3,90	3,19	2,84	3,42
Tinha falta de experiência no ramo	4,45	3,45	5,63	4,27	4,49
Não tinha experiência gerencial	6,82	5,35	5,37	4,89	5,31
Não tinha formação específica	4,36	4,25	5,00	5,18	4,86
Não encontrou nenhum curso para ajudá-la	1,91	3,25	4,19	3,27	3,36
Não acreditava no seu potencial	2,64	2,60	3,22	2,93	2,91
Não tinha tempo para participar de redes	2,73	2,25	3,52	2,50	2,75
Não tinha acesso a informações, tais como internet, viagens, revistas especializadas	3,00	3,10	3,67	3,61	3,46
Nunca tinha tido contato com outras empresas	2,82	3,00	3,63	2,89	3,10
Não tinha acesso a informações do setor	4,64	3,60	3,52	2,91	3,39
Não tinha muito tempo para decidir e criar a empresa	3,00	3,45	4,59	3,45	3,70
Não tinha conhecimento de leis	3,73	2,25	4,07	3,07	3,25
Encontrou preconceito por ser mulher	2,55	1,60	2,48	2,02	2,12
As pessoas não acreditavam no seu potencial	2,64	3,05	3,19	3,23	3,12
Tinha medo de deixar o emprego	1,64	1,70	2,30	2,89	2,36
Não tinha dinheiro	5,00	4,10	4,26	5,20	4,72
Não conhecia um plano de negócios	4,55	3,40	3,44	3,95	3,77
Teve dificuldades para conseguir o dinheiro para o capital inicial	5,09	3,90	4,74	5,07	4,75
Teve dificuldades para escolher o ponto	2,73	3,30	3,63	3,93	3,60
Encontrou dificuldades para escolher um sócio	1,09	2,30	1,33	1,89	1,74
Tinha dificuldades para viajar	6,18	3,90	4,52	3,61	4,19
Dificuldade para encontrar funcionários qualificados	5,45	5,60	6,55	5,95	5,93
Não tinha dinheiro para divulgação do negócio	4,27	3,25	5,11	4,73	4,49

Para as empresas mais antigas (criadas entre os anos de 1977 e 1988) a maior dificuldade foi não ter tido experiência gerencial (6,82), a segunda foi para viajar (6,18) e a terceira dificuldade foi o fato de terem filhos pequenos (5,45). A maior dificuldade das empreendedoras que criaram suas empresas no período entre 1989 e 1995 foi não encontrar funcionários qualificados (5,60), em seguida foi a falta de experiência gerencial (5,37), a falta de formação específica (4,25) e a falta de dinheiro (4,10). Shragg, Yacuk e Glass (1992) também encontraram como dificuldades a falta de treinamento e experiência de gestão, bem como o acesso ao apoio financeiro. O terceiro período foi das empresas abertas entre 1996 e 2002. A falta de funcionários qualificados foi novamente a principal dificuldade (6,33), em segundo lugar foi a falta de experiência no ramo (5,63) e em seguida a falta de experiência gerencial (5,37). Neste período aparece em quarto lugar a falta de dinheiro para divulgação do negócio.

Quanto ao último período em análise, englobando as empresas abertas entre 2003 e 2009, percebe-se que as maiores dificuldades foram a falta de funcionários qualificados (5,95), a falta de dinheiro (5,20) e a falta de formação específica (5,18).

Analisando a tabela 3, percebe-se que a dificuldade acesso à informações decaiu ao longo do tempo. Por outro lado, o medo de deixar o emprego aumentou. A dificuldade para obtenção de financiamento inicial coincide com os resultados encontrados por Greene et al. (2003). O quadro 2 traz um resumo das principais dificuldades encontradas em cada período:

Quadro 2 – Principais dificuldades encontradas pelas mulheres empreendedoras

Período	Principais dificuldades
Entre os anos de 1977 a 1988	Falta de experiência gerencial
	Dificuldades para viajar
	Ter filhos pequenos
	Encontrar funcionários qualificados
	Falta de capital inicial
Entre os anos de 1989 a 1995	Encontrar funcionários qualificados
	Falta de experiência gerencial
	Falta de formação específica
Entre os anos de 1996 a 2002	Falta de dinheiro
	Encontrar funcionários qualificados
	Falta de experiência no ramo
Entre os anos de 2003 a 2009	Falta de experiência gerencial
	Falta de dinheiro para divulgar o negócio
	Encontrar funcionários qualificados
Entre os anos de 2003 a 2009	Falta de dinheiro
	Falta de formação específica
	Falta de capital inicial

Fonte: Pesquisa de campo (2011)

De acordo com o quadro 2 nota-se que a dificuldade para viajar e a dificuldade por ter os filhos pequenos foram as principais apenas para o primeiro período. A falta de experiência gerencial apareceu como

uma das mais importantes nos três primeiros períodos, mas não apareceu mais para as que criaram as empresas a partir de 2003. Mas, a falta de capital inicial foi uma das principais dificuldades no primeiro e no último período. Acredita-se que no último período esse resultado pode ter alguma relação com o aumento do número de empresas e com o nível de profissionalização e de tecnologia, requerendo investimentos iniciais maiores do que anteriormente.

Diante das dificuldades encontradas para a criação das empresas, nesta pesquisa procurou-se saber se a empreendedora em algum momento pensou em desistir, sendo que 61,8% afirmaram que não e 38,2% que sim. Entre as que pensaram em desistir 53,8% pensaram em fazê-lo nos dois primeiros anos, 28,2% nos cinco primeiros anos e 12,8% após dez anos de atividade. Esses dados mostram que os cinco primeiros anos foram os mais difíceis para aproximadamente 40% delas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os resultados desta pesquisa, as principais dificuldades que mulheres encontraram para criar empresas no setor de confecções foram: dificuldade para encontrar funcionários qualificados, falta de formação gerencial e de formação específica. A primeira delas pode também estar associada ao fato da região concentrar um número grande de empresas no setor, cuja produção é bastante dependente de mão de obra. Mas, as dificuldades: falta de formação gerencial e de formação específica reforçam resultados encontrados em outros estudos (GREENE et al., 2003, RODRIGUEZ, SANTOS, 2009). No entanto, quando se estabeleceu recortes por períodos de análise, constatou-se que a falta de experiência gerencial não apareceu entre as principais dificuldades para aquelas que criaram empresas a partir de 2003.

Nesse sentido, a pesquisa mostrou que algumas dificuldades sofreram alteração ao longo do tempo. No primeiro grupo, as proprietárias de negócios abertos entre 1970 e 1980 salientaram que a falta de experiência gerencial foi a maior dificuldade. Elas apontaram também problemas para viajar e dificuldades advindas do fato de terem filhos pequenos. A partir do segundo período, a falta de funcionários foi a maior dificuldade, mas empreendedoras que criaram suas empresas entre 1989 e 1995 destacaram a falta de experiência gerencial, a falta de formação específica e a falta de dinheiro. Para as empresas abertas entre 1996 e 2002 dificuldades como: a falta de experiência no ramo e a falta de dinheiro para divulgação do negócio foram importantes. Os negócios iniciados entre 2003 e 2009 apresentaram como dificuldades a falta de dinheiro para capital inicial e a falta de formação específica, em consonância com os resultados encontrados por Carter (2002).

As dificuldades menos importantes foram: a escolha dos sócios e o preconceito por ser mulher. Sob este aspecto esta pesquisa mostrou menor influência de barreiras culturais no papel, sendo esses resultados diferentes dos encontrados por Rodriguez, Santos (2009), Machado (2001) e Shrag, Yacuk, Glass (1992).

Por fim, as dificuldades de criação apresentaram diferenças não apenas em relação à época em que as empresas foram criadas, mas também em relação ao montante do capital inicial. Por exemplo, as empresas que começaram com maior capital inicial sentiram mais a falta de experiência no ramo e aquelas que começaram com menor capital sentiram mais a dificuldade para realizar viagens.

Convém salientar que este estudo apresenta a limitação de ter analisado apenas um setor de atividades,

sugerindo-se que estudos futuros abordem as dificuldades de criação de empresas em outros setores, principalmente aqueles nos quais as mulheres possuem ainda pouca inserção. É interessante ainda estudar comparativamente dificuldades mencionadas por homens empreendedores no mesmo setor de atividades.

Artigo submetido para avaliação em 18/09/2011 e aceito para publicação em 30/12/2012

REFERÊNCIAS

- AHL, H. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, p. 595-621, 2006.
- AHWIRENG-OBENG, F. Gender, entrepreneurship and socioeconomic repatriation in South Africa. **Review of Black Political Economy**, v. 22, n. 2, p.151-165, 1993.
- BARON, R.; SHANE, S. **Empreendedorismo** – uma visão do processo. São Paulo: Thomson, 2008.
- BIRLEY, S., MUZYKA, D.F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.
- BORGES, C. FILION, L. J. SIMARD, G. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, .9, .8, Edição Especial, nov. dez, 2008.
- BORGES, C.V., FILION, L.J., SIMARD, G. Estudo Comparativo entre o Processo de criação de empresas tecnológicas e o de empresas tradicionais. **Revista de Administração e Inovação**. v. 7, n. 2, p. 3-21, jun 2010.
- BORGES, C. O papel do capital social do empreendedor na criação de empresas tecnológicas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 8, n. 2, p. 162-181, 2011.
- CARTER. The Role of Risk Orientation on financing Expectations in New Venture Creation: Does Sex Matter? **Frontiers of Entrepreneurial Research**. Babson College, Wellesley, MA, 2002.
- _____. WILLIAMS, M., REYNOLDS P.D. Discontinuance among new firms in retail: The influence of initial resources, strategy and gender. **Journal of Business Venturing**, v. 12, n. 2, p. 125-145, 1997.
- CAMPOS, A. C. TRINTIN, J. G., VIDIGAL, V. G. Estrutura de Governança: o caso do arranjo produtivo local (APL) do setor de confecção de Maringá (PR). **Textos de Economia**, Florianópolis, v.12, n.1, p.134-155, jan./jun.2009.
- CARTER, N. M.; ALLEN, K. R., Size determinants of women-owned business: choice or barriers to resources? **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 9, n. 3, p. 211 – 220, jul.1997.
- COSTA, A. C. R. ROCHA, É. R. P. Panorama da cadeia produtiva têxtil e de confecções e a questão da inovação. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 29, p. 159-202, mar. 2009.
- DAVIDSSON, P. HONIG, B. The Role of Social Capital among Nascent Entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**. n. 18, p.301-31, 2003.
- DAVIDSSON, P., GORDON, C.R. Panel studies of new venture creation: a methods-focused review and suggestions for future research. **Small Business Economics**. Apr. 2011, p. 1-24. Springer.
- DE BRUIN, A., BRUSH, C.G. AND WELTER, F. Introduction to the special issue: towards cumulative knowledge on women's entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30 ,n. 5, p. 585-593, 2006.

DU REITZ, A., HENREKSON, M. Testing the female underperformance hypothesis. **Small Business Economics**, v. 14, p. 1-10, 2000.

FASCI, M. A., VALDEZ, J. A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices. **Journal of Small Business Management**, v. 36,n. 3, p. 1-7, 1998.

FREITAS, J. S., GONÇALVES, C.A., CHENG, L.C., MUNIZ, R.M. O fenômeno das spin-offs acadêmicas: estruturando um novo campo de pesquisa no Brasil. **Revista de Administração e Inovação**, v.8, n.4, p. 67-87, 2011.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor, 2007. Report on women and entrepreneurship. Babson College,. Disponível em <<http://www.gemconsortium.org>>. Acesso em: 3.dez.2010.

_____. **Global Entrepreneurship Monitor**. Empreendedorismo no Brasil – Sumário Executivo. IBPQ, SEBRAE, IEL, PUC-RJ. Curitiba: 2010.

GREENE, P. G., HART, M. M., GATEWOOD, E. J., BRUSH, C. G., CARTER, N. M., Women entrepreneurs: moving front and center: An overview of research and theory. **Coleman White Paper Series**, 2003. Disponível em: <<http://usasbe.org/knowledge/whitepapers/greene2003.pdf>>. Acesso em: 23 dez. 2009.

GREVE, A.; SALAFF, J. W. Social Networks and Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, n. 1, p. 1-22, Fall 2003.

HAIR, J.; ET AL. **Análise Multivariada de Dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HILL, F.M., LEITCH, C.M, HARRISON, R.T. Growing a high-tech business: gender, perceptions and experiences in Northern Ireland. P. 206-224. In: BRUSH, C.A, BRUIN, A., GATEWOOD, E. HENRY, C. **Women Entrepreneurs and the global Environment for growth a research perspective**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited. 2010.

JOHANNISSON, B. Networking and entrepreneurial growth. In: SEXTON, D.; LANDSTRON, H. (Ed.). **Handbook of entrepreneurship**. London: Blackwell. 2000.

JOHNSON. R. M. Superando os obstáculos de uma empresa iniciante. IN: BIRLEY, S.; MUZYKA, D.F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo Regional e Economia do Conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

LERNER, M.; BRUSH, C.; HISRICH, R. Israeli Women Entrepreneurs: an examination of factors affecting performance. **Journal of Business Venturing**, v.12, p. 315-339, 1997.

LJUNGGREN, E. ; KOLVEREID, L. New business formation: Does gender make a difference? **Women in Management Review**, v.11 ,n. 4,p. 3-12, 1996.

MACHADO. H.V. Empreendedorismo, gênero e políticas públicas. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2., 2001, Londrina. **Anais...** Maringá: Universidade Estadual de Maringá/Universidade Estadual de Londrina, 2001. 1 CD-ROM.

_____. BARROS, G.V.; PALHANO, D.Y.M. Conhecendo a Empreendedora Norte Paranaense: Perfil, Porte das Empresas e Dificuldades de Gerenciamento. III Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, EGEPE. **Anais...**, 2003a, Brasília.

_____. St-Cyr, L, Mione, A., Alves, M. . O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. **Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo, RAE** Eletrônica. São Paulo, v. 2, n.2, p.06-20, Jul/Dez. 2003b.

MARLOW, S. Self employed women: New opportunities, old challenges. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 9,n. 3,p. 199-210, 1997.

MOORE, D.P., BUTTNER, E.H. **Women entrepreneurs moving beyond the glass ceiling**. London: Sage, 1997.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Rev. Adm. Pública** vol. 43 n.p.231-256 .1 Rio de Janeiro Jan./Feb. 2009.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2008.

RODRIGUEZ, M.J., SANTOS, F.J. Women nascent entrepreneurs and social capital in the process of firm creation. **International Entrepreneurship Management Journal**, 5, p. 45-64, 2009.

ROPER, S. SCOTT, J. M. Perceived Financial Barriers and the Start-up Decision: An Econometric Analysis of Gender Differences Using GEM Data . **International Small Business Journal**. 2010.

SINDIVESTUÁRIO. Disponível em <http://www.sindicatosp.com.br/content/news/pagina_Item.asp> Acesso em 12.mai.2010.SANTOS, D. A., TEIXEIRA, R.M. O processo de spin-off acadêmico: estudo de casos múltiplos de empresas incubadas da UFS. **Revista de Administração e Inovação**. v. 9, n.1, p. 31-50, 2012.

SARASVATHY, S. Causation and Effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, 26, p. 243-263, 2001.

_____. The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research. **Journal of business Venturing**. Elsevier, v.19, n.5, p.707-717, sep. 2004.

SCOTT, C. E. Why more women are becoming entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, 24, 4, p.37-44, 1986.

SHABBIR, A., GREGORIO, S.D. An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decisions to start a business: The case of Pakistan. **Journal of Business Venturing**, v. 11, p. 507-529, 1996.

SHANE, S. A., KOLVEREID, L., WESTHEAD, P. An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. **Journal of Business Venturing**, v. 6, n. 6, p. 431-446, 1991.

SHELTON, L. M. Female entrepreneurs, work-family conflict, and venture performance: new insights into the work-family interface. **Journal of Small Business Management**, v. 44, n. 2, p. 285-297, 2006.

SHRAGG, P., YACUK, L., GLASS, A. Study of barriers facing Albertan women in business. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, v. 9 ,n. 4, 40-49, 1992.

UFUK, H., OZGEN, O. Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey. **Journal of Business Ethics**, v. 31, n. 2, p.95-106, 2001.

VANAELST, I, CLARYSSE, B. WRIGHT, M., LOCETT, A., MORAY, N., S JEGERS, R. Entrepreneurial team development in academic spinouts: an examination of team heterogeneity. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 2, p. 249-271, 2006.

VÁZQUEZ-CARRASCO, R.; LÓPEZ-PÉREZ, M.E.; CENTENO, E. A qualitative approach to the challenges for women in management: are they really starting in the 21st century? **Qual Quant**, v. 46, p. 1337-1357, 2012.

VERHEUL, I. THURIK, R. Start-up capital: Does gender matter? **Small Business Economics** v. 16, p. 329-345, 2001.