

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

MARIANA ROMANZINI FREIRE

**SER MULHER NO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE ALFENAS-MG:
PROPRIETÁRIAS DE LOJAS DE VESTUÁRIO E AUTONOMIA ECONÔMICA**

ALFENAS/MG

2024

MARIANA ROMANZINI FREIRE

**SER MULHER NO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE ALFENAS-MG: PROPRIETÁRIAS DE
LOJAS DE VESTUÁRIO E AUTONOMIA ECONÔMICA**

Dissertação apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Alfenas. Área de concentração: Análise socioespacial e ambiental.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ana Rute do Vale.

ALFENAS/MG

2024

Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal de Alfenas
Biblioteca Central

Freire, Mariana Romanzini .

Ser mulher no comércio varejista da cidade de Alfenas-MG: proprietárias de lojas de vestuário e autonomia econômica /Mariana Romanzini Freire. - Alfenas, MG, 2024.

102 f. : il. -

Orientador(a): Ana Rute do Vale .

Dissertação (Mestrado em Ciências Ambientais) - Universidade Federal de Alfenas, Alfenas, MG, 2024.

Bibliografia.

1. Mercado de trabalho. 2. Gênero. 3. Comércio. 4. Alfenas-MG. I. Vale ,Ana Rute do, orient. II. Título.

Ficha gerada automaticamente com dados fornecidos pelo autor.

MARIANA ROMANZINI FREIRE

"SER MULHER NO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE ALFENASMG: PROPRIETÁRIAS DE LOJAS DE VESTUÁRIO E AUTONOMIA ECONÔMICA"

A Presidente da banca examinadora abaixo assina a aprovação da Dissertação apresentada como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestra em Geografia pela Universidade Federal de Alfenas. Área de concentração: Análise sócio-espacial e ambiental.

Aprovada em: 05 de fevereiro de 2024.

Profa. Dra. Ana Rute do Vale

Presidente da Banca Examinadora

Instituição: Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL-MG

Profa. Dra. Geisa Daise Gumiero Cleps

Instituição: Universidade Federal de Uberlândia - UFU-MG

Prof. Dr. Flamarion Dutra Alves

Instituição: Universidade Federal de Alfenas - UNIFAL-MG

Documento assinado eletronicamente por **Ana Rute do Vale, Professor do Magistério Superior**, em 05/02/2024, às 18:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unifal-mg.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1169987** e o código CRC **FC88DF2E**.

AGRADECIMENTOS

De princípio, gostaria de agradecer a Deus por ter me proporcionado esta experiência e colocado tantas pessoas maravilhosas no meu caminho. Sou, extremamente, grata a minha família por todo apoio e dedicação, e por terem contribuído no meu desenvolvimento pessoal, se estou conseguindo este título, é graças a vocês. A minha mãe, Sueli, minhas irmãs (Marina e Carol) e ao meu cunhado (Juninho) por terem me apoiado em cada decisão que tomei, concordando ou não com elas, por me fazerem sentir tão amada e feliz, e por não terem me deixado desistir, indiferente do momento. Ao meu pai, Sérgio, que infelizmente não está mais aqui, obrigada por todo orgulho que demonstrava sentir de mim. Se teve algo que me ajudou nesta jornada, sem dúvida, foi saber que sempre posso contar com a presença, o auxílio e o incentivo de vocês, em tudo que me for preciso. Muito obrigada, eu amo demais vocês.

Aos meus amigos, aos antigos e aos novos, que também estiveram comigo em cada passo, me ajudando quando precisei e me socorrendo em diversos momentos. As pessoas da minha turma e as amigadas que vieram em decorrência do mestrado, muito obrigada, eu não poderia ter estado em uma sala melhor. Sempre me incentivaram a buscar o meu máximo, sem rivalidade, mas, sim, com apoio e carinho. Tenho muito orgulho das minhas amigadas e tenho certeza de que todos vocês me ajudam, constantemente, a crescer e ser uma pessoa e pesquisadora melhor.

Muito obrigada, também, a minha orientadora, Ana Rute do Vale, por todos os ensinamentos e paciência, e por ter me ajudado a crescer na trajetória traçada. Obrigada, também, a todos os professores com os quais tive o prazer de aprender, foi uma honra. Meus agradecimentos a banca, por ter aceitado participar desta defesa e por todas as dicas, comentários e enriquecimentos relacionados ao trabalho. Sou imensamente grata. Por fim, a CAPES, pelo financiamento da pesquisa, possibilitando-a.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

RESUMO

Estudar relações de gênero na Geografia é sempre um grande desafio e, ao mesmo tempo, uma necessidade, pelo fato de que homens e mulheres possuem formas diferenciadas de se relacionar com o espaço e, no mesmo sentido, no que se refere ao mercado de trabalho, bastante desigual e injusto para elas. No caso das mulheres, donas do “próprio negócio”, a situação tende a ser um pouco melhor e é isso que este trabalho tentou mostrar ao buscar compreender o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho, na cidade de Alfenas/MG, a partir da atuação delas como proprietárias de lojas de vestuários, e a forma como tais atividades têm contribuído em sua autonomia econômica. Para isso, utilizou-se de levantamento e revisão bibliográfica, levantamento de dados secundários, trabalho de campo e aplicação de questionário, junto a 25 proprietárias de lojas de vestuários da cidade. Por fim, foi possível concluir que, as mulheres, que possuem o próprio negócio, passam por diversas dificuldades, como dupla jornada de trabalho, baixos salários e dificuldades para se firmarem no ramo, entretanto, elas conseguem obter sua autonomia econômica, com uma renda superior às mulheres, em geral, do município.

Palavras-chave: mercado de trabalho; gênero; comércio, Alfenas-MG.

ABSTRACT

Studying gender relations in Geography is always a great challenge and, at the same time, a necessity, because men and women have different ways of relating to space and, in the same sense, the labor market is very unequal and unfair to them. In the case of women who own their "own businesses", the situation tends to be a little better and this is what this study has tried to show by trying to understand the process of women entering the labor market in the city of Alfenas/MG, based on their work as owners of clothing stores and how these activities have contributed to their economic autonomy. To this end, a literature survey and review, secondary data research, fieldwork and a questionnaire were used with 25 female clothing store owners in the city. In the end, it was possible to conclude that women who own their own businesses go through a number of difficulties, such as double working hours, low salaries and difficulties in establishing themselves in the industry, despite this, they manage to achieve their economic autonomy, with a higher income than women in general in the municipality.

Keywords: labor market; gender; commerce.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa de localização geográfica do município de Alfenas-MG.....	19
Figura 2 - Mapa de redes de influência econômica que compõe a Região Imediata de Alfenas - MG	21
Figura 3 - Mapa de concentração de aprovações do BNDES via CNAE na Mesorregião Sul/Sudoeste de Minas, em 2022.....	22
Figura 4 – Comércio na área central da cidade de Alfenas - MG.....	72
Figura 5 – Rua João de Souza Sobrinho, localizada no bairro Jardim Nova América, na cidade de Alfenas-MG	73
Figura 6 – Avenida Jovino Fernandes Salles, localizada no Residencial Novo Horizonte, na cidade de Alfenas - MG	74
Figura 7 - Mapa de localização do trabalho e de moradia das mulheres entrevistadas em Alfenas - MG.....	83

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relação de pessoas, divididas por sexos, com ensino superior completo no Brasil, comparativo entre 2000 e 2010	35
Gráfico 2 - Comparativo anual do rendimento médio real, por sexo, no Brasil, entre 2018-2021.....	37
Gráfico 3 - Porcentagem da superioridade da renda masculina com relação à feminina no Brasil, entre 2013-2021	38
Gráfico 4 - Relação entre homens e mulheres e quem eles acreditam que devam ser os responsáveis pelas atividades domésticas em Alfenas-MG	63
Gráfico 5 – Faixa etária das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.....	75
Gráfico 6 - Nível de escolaridade das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.....	76
Gráfico 7 - Estado civil das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.....	76
Gráfico 8 - Quantidade de filhos das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.....	77
Gráfico 9 - Divisão das atividades domésticas na casa das proprietárias de lojas de confecção na cidade de Alfenas-MG	78
Gráfico 10 - Tempo de funcionamento estabelecimento comercial das proprietárias de lojas de confecções na cidade Alfenas-MG.....	80
Gráfico 11 - Renda mensal das proprietárias de lojas de confecções na cidade Alfenas-MG.....	81
Gráfico 11 – Carga horária semanal de trabalho das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas - MG	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Principal responsável pelo sustento da casa no município de Alfenas-MG, por sexo, em 2022.....	66
Tabela 2 – Classificação de escala de pobreza, por sexo, no município de Alfenas- MG, em 2022.....	69
Tabela 3 - Tipos de mercadorias vendidas pelas proprietárias de lojas de confeccões na cidade de Alfenas-MG.....	84

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES	Banco nacional de Desenvolvimento
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDS	Projeto Identidade Sul-Mineira
MEI	Microempreendedor individual
ONU	Organização das Nações Unidas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIDRA	Sistema IBGE de Recuperação Automática
UNIFAL-MG	Universidade Federal de Alfenas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	OBJETIVOS.....	17
1.1.1	Objetivo Geral.....	17
1.1.2	Objetivos Específicos.....	18
1.2	Local do Estudo	18
1.3	Caminhos Metodológicos.....	24
1.3.1	Projeto Identidade Sul-Mineira	27
2	COMPREENDENDO O PAPEL DAS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO NO BRASIL POR MEIO DA GEOGRAFIA	29
2.1	Uma Geografia do trabalho pautada no gênero.....	39
2.2	As mulheres proprietárias de estabelecimentos comerciais varejistas.....	48
3	MULHERES EM ALFENAS: A SITUAÇÃO SOCIECONÔMICA.	59
3.1	Perfil das mulheres entrevistadas.....	71
3.2	Autonomia econômica das mulheres.....	85
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	88
	REFERÊNCIAS.....	90
	APÊNDICES	
	Questionário aplicado junto às mulheres proprietárias de lojas de vestuário na cidade de Alfenas-MG.....	100
	Parecer Consubstanciado do Comitê de Ética em Pesquisa.....	102

1 INTRODUÇÃO

O estudo sobre gênero na Geografia possui grande relevância, pois, sendo essa uma ciência que busca compreender a interação da sociedade com o espaço, é necessário que se considere que existem diferenças nessa relação quando se reporta a homens e mulheres. No entanto, foi, somente, a partir de meados da década de 1980, que a Geografia passou a pesquisar a questão de gênero, com a ampliação dos referenciais teóricos e suas análises, diversificando as temáticas trabalhadas. Apesar disso, o enfoque nas problemáticas das mulheres ocorre de maneira lenta, ou seja, quando teve o início do estudo de gênero na ciência geográfica a mulher não era tratada como prioridade nos estudos, retratando as questões femininas apenas como secundárias em estudos gerais. Mas, visto que, as mulheres são parte ativa no espaço, então a Geografia passa a incorporar, aos seus estudos, as diferenças consideráveis entre homens e mulheres, como elemento estruturador da sociedade (André, 1990).

É possível observar que, o enfoque nas mulheres, no âmbito geográfico, coincidentemente, ocorreu em época semelhante a uma expansão econômica, crescente urbanização e ritmo acelerado da industrialização, que passa a ser favorável à incorporação de novos trabalhadores ao mercado de trabalho, inclusive do sexo feminino. No caso do Brasil, a participação feminina no mercado de trabalho, apesar de já existir, nem sempre sendo remunerado, teve um aumento significativo pós-Segunda Guerra Mundial, o que ocorreu também no restante do mundo. Além disso, com a possibilidade de as mulheres terem acesso ao ensino formal de maneira mais ampla, ocorreu maior possibilidade de sua inserção no mercado e o conseqüente aumento da participação delas como trabalhadoras remuneradas.

A inserção das mulheres no mercado de trabalho, também, vem ocorrendo por meio do empreendedorismo, no qual o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades e, a perfeita implementação dessas oportunidades, levam à criação de negócios de sucesso (Dornelas, 2008), ou seja, as mulheres, ao se tornarem empreendedoras, passam a, cada vez mais, assumir negócios e tomar frente em projetos e empresas. Seguindo

esse mesmo pensamento, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), propaga em seu portal, que “Ser empreendedor significa ser um realizador, que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação”¹. Ainda assim, as mulheres enfrentam diversos desafios e preconceitos ao se estabelecerem nesse tipo de atividade, como a dupla jornada de trabalho e a falta de apoio, por exemplo, o que torna válido discutir tais questões.

Neste sentido, há uma grande disparidade de gênero quando se trata as relações empreendedoras na sociedade, sendo que estas podem ser explicadas, muitas vezes, pela cultura patriarcal presente no cotidiano. Desta forma, no decorrer da pesquisa, procurou-se responder a estes questionamentos: Qual a trajetória feminina para se firmarem como donas do “próprio negócio” e a sua relação com este ramo do comércio varejista de vestuário? Por que as mulheres escolheram esta área? Quais dificuldades enfrentam e enfrentaram quanto ao empreendedorismo feminino? Qual a relação desta temática com a Geografia? Quais os avanços e retrocessos, em termos de empreendedorismo, ocorreram e quais as perspectivas de futuro das mulheres que têm o seu próprio negócio?

Estes fatores só evidenciam de maneira mais ampla a importância de se trabalhar o tema em questão, uma vez que, as mulheres, donas do próprio negócio, no ramo de comércio varejista, afetam de maneira direta o espaço ao qual estão inseridas, devendo ser, então, estudadas pela ciência geográfica, considerando não só os fatores positivos desta nova inserção, como os possíveis malefícios que esta pode vir a causar no geral, e, em específico, para o gênero feminino. Além disso, ao estudar a problemática das mulheres frente ao seu próprio negócio, traz-se à tona todas as questões atribuídas a elas, podendo, então, gerar uma contribuição para a área como um todo, facilitando, de certa forma, a caminhada das mulheres.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Compreender o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho

¹ <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/>

na cidade de Alfenas/MG, a partir da atuação delas como proprietárias de lojas de vestuários e a forma como essas atividades têm contribuído para a sua autonomia econômica.

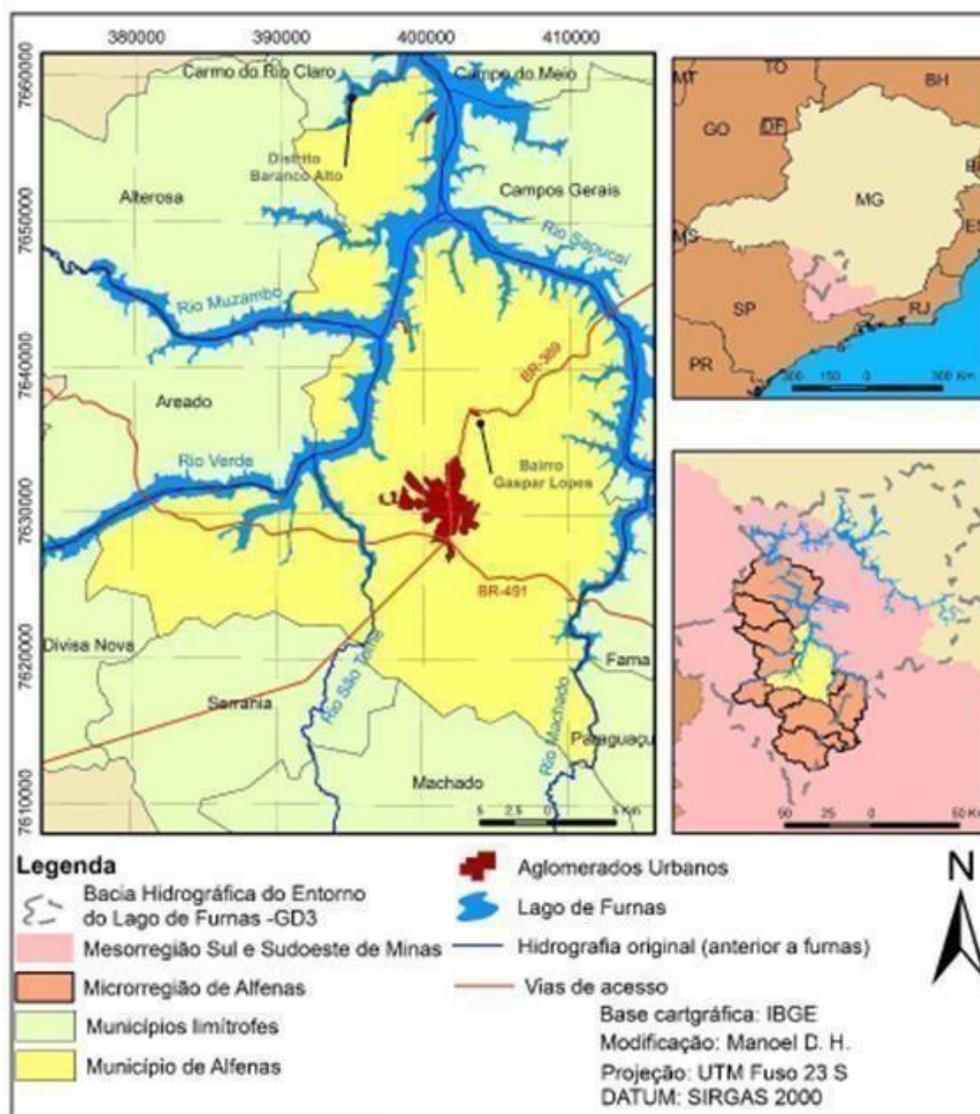
1.1.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar os aspectos socioeconômicos do município de Alfenas, no contexto da mesorregião Sul/Sudoeste de Minas, e a situação das mulheres, sobretudo, no que se refere a sua participação na vida econômica da família e no mercado de trabalho;
- b) Traçar o perfil das mulheres proprietárias de lojas de vestuário na cidade de Alfenas, com relação aos motivos pelos quais optaram por esse seguimento e os caminhos percorridos em busca de sua autonomia econômica;
- c) Apontar as perspectivas dessas mulheres quanto ao futuro, tanto do empreendimento, quanto em sua continuidade no ramo, até sua provável aposentadoria.

1.2 LOCAL DE ESTUDO

O recorte espacial escolhido para o desenvolvimento desta pesquisa é o município de Alfenas, localizado na Mesorregião Sul/Sudoeste de Minas Gerais (Figura 1), tem uma população total de 78.970 pessoas e densidade demográfica de 92,86 hab./km² (IBGE, 2022), um aumento de 7,04% com relação ao censo demográfico de 2010, quando este número era de 73.722 pessoas, onde 69.127 viviam na cidade (94%) e 4.595 no campo (6%) (IBGE, 2010). O município passou por um intenso processo de êxodo rural, sobretudo, a partir da década de 1970, quando as águas do lago gerado pela usina hidrelétrica de Furnas inundaram parte das áreas rurais de Alfenas. Esse momento marca, também, a fase de implantação e expansão da cafeicultura na região e no município.

Figura 1- Mapa de localização geográfica do município de Alfenas-MG.



Fonte: Pisani e Bellini (2021, p. 9).

O mencionado elevado nível de urbanização pode explicar a importância da prestação de serviços e do comércio de mercadorias, como indicadores de renda e emprego da População Economicamente Ativa (PEA) do município. De acordo com o Censo Demográfico do IBGE (2022), cerca de 61,4% se consideravam branca, preta 8,1%, parda 30,2% e amarela 0,3%. Com relação a faixa etária, cerca de 27,3% dos moradores do município possuíam entre 10 e 29 anos, 29,7% entre 30 e 49 anos, 12,8% entre 50 e 59 anos e 18,4% mais de 60 anos. Além disso, 94,7% da população, na época da pesquisa, era alfabetizada, o que corresponde a um índice

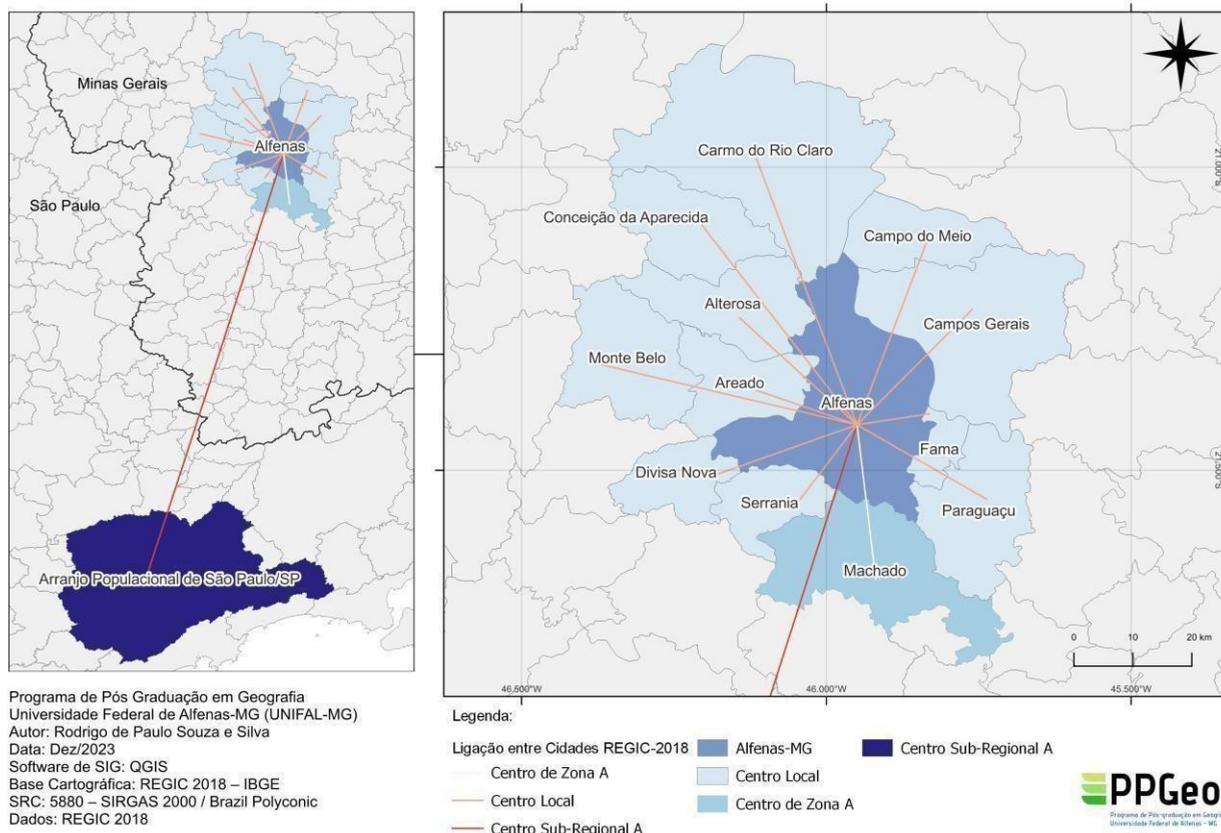
de alfabetização superior ao do país, que, em 2010, era de 91%.

O município possui PIB de cerca de R\$ 2,7 bilhões de reais, sendo que 59,1% do valor adicionado advém dos serviços, na sequência, aparecem as participações da indústria (18,1%), da administração pública (15,6%) e da agropecuária (7,1%), (IBGE, 2022). Segundo os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o número de empregados cadastrados na cidade de Alfenas em 2021 foi de 22.392, sendo o comércio varejista o setor econômico que mais reuniu trabalhadores em 2021 (3.828). Quando se considera a distribuição dos estabelecimentos ativos em 2023 por Microempresário Individual (MEI), tem-se que 19,3% é do comércio varejista (Data MPE Brasil, 2023).

Vale ressaltar que, apesar do número de habitantes, Alfenas se caracteriza como uma cidade média, uma vez que há diversos fatores que influenciam a classificação, como contingente populacional, além da polarização e as influências em outros municípios (Amorim Filho e Serra, 2001), indicadores que existem diferentes portes de cidades médias, sendo, subjetivos, os seus limites. Apesar disto, tais tipos de cidade podem conter atributos que auxiliam em sua definição e reconhecimento. O município em questão, por exemplo, exerce forte influência nas cidades ao entorno, justamente pela falta de um polo econômico perto, muitas das demandas são resolvidas na cidade. Além do que, a presença do setor terciário também pode interferir nestas questões, uma vez que as cidades médias podem ser espaços capazes de potencializar seus lucros (Pereira, 2017). Considera-se, também, que estas cidades, no âmbito do espaço intraurbano, passaram por significativas transformações (reestruturação) (Silva, 2021), o que pode vir a englobar a presença feminina mais forte neste setor, atribuindo importância a esta. Também é notável a influência econômica do município quando se considera a região (Figura 2).

Figura 2- Mapa de redes de influência econômica que compõem a região imediata de Alfenas – MG.

Ligação entre cidades para compra de vestuário e calçados – Alfenas-MG (2018)

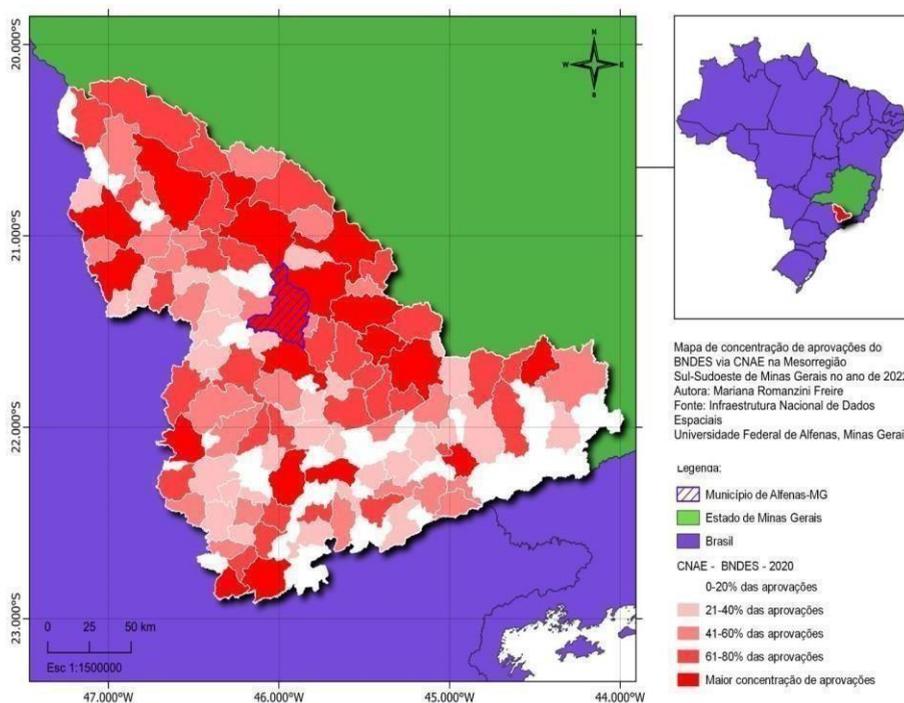


Fonte: IBGE. REGIC (2018). Elaborado por Rodrigo de Paula Souza e Silva (2023).

No mapa, é notável que o município possui uma forte rede econômica, que engloba os diversos municípios de sua região imediata. Pode-se notar que o município comercializa e exerce comunicação com diversos locais, o que torna sua economia relevante, exercendo influência sobre diversos outros municípios, alcançando tanto os municípios próximos, como Monte Belo e Guaxupé, quanto os mais distantes. Com relação a rede de consumo pode-se notar que todos os municípios que fazem fronteira com Alfenas-MG comercializam com a mesma. Além disso, também há comércio com grandes polos, como exemplo colocado no mapa, São Paulo. Isto posto, nota-se que, apesar de Alfenas ser um município de médio porte, há uma comercialização considerável, o que afeta, de maneira direta e indireta, o comércio varejista, pois, com essa aproximação e influência econômica, a comercialização é facilitada.

A população feminina do município é, ligeiramente, maior que a masculina (51%), de acordo com o Censo Demográfico do IBGE (2010), e que cerca de 45% das pessoas, com rendimento, eram mulheres, sendo elas, as principais responsáveis pelo domicílio (totalizando cerca de 52%). Apesar disso, quando se olha a relação empregatícia, têm-se que os homens são maioria como empregadores (71,3%) e como trabalhadores por conta própria (68,2%) (do IBGE, 2010). Estes dados permitem observar que o gênero feminino costumava ser desfavorecido em relação a ter o seu próprio negócio no município em questão. Não obstante, também convém analisar que Alfenas possui forte aprovação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), via Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE), em 2022 (figura 3), o que pode vir a contribuir para o aumento do número de empreendedores, dentre eles, as mulheres. Vale ressaltar que, até junho de 2023, o município contava com 10.438 empresas ativas (Empresaqui, 2023).

Figura 3- Mapa de concentração de aprovações do BNDES via CNAE na Mesorregião Sul/Sudoeste de Minas, em 2022.



Fonte: Infraestrutura Nacional de Dados Espaciais (INDE). Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

É importante destacar, no entanto, que as mulheres alfenenses representavam pouco mais de 49% das pessoas com renda, no município (IBGE, 2010). Nesse sentido, pode-se dizer que as mulheres enfrentam diversas dificuldades para conseguir garantir sua renda, como a dupla jornada de trabalho, por exemplo. Porém, estas estão explorando as questões que envolvem o mercado de trabalho e como donas do próprio negócio, sendo inseridas em áreas que antes não faziam parte, mas, apesar disso, há, ainda, diferença salarial em cargos ocupados por homens e mulheres. E, quando se trata de mulheres donas do próprio negócio, nota-se que esta já é uma realidade para muitas, o que é de grande importância, mas, diversas vezes, elas ficam responsáveis por áreas consideradas femininas, como redes de salão de beleza, cosméticos e de moda, sendo que, neste último, destaca-se o comércio varejista de vestuário, que será o tema desta pesquisa.

Sendo assim, torna-se importante estudar a situação das mulheres no mercado de trabalho e a desigualdade de gênero na cidade de Alfenas e, neste caso, focando nas trabalhadoras autônomas, donas do “próprio negócio”, no comércio de vestuário, no qual percebe-se uma forte presença delas, uma vez que esse ramo, geralmente, é considerado como “feminino”. Isso foi constatado em pesquisas prévias, que deram tal percepção, de que grande parte desse tipo de loja, nessa cidade, são comandadas por mulheres, tanto na área central, quanto em alguns outros bairros, onde se concentram. Além disso, os estudos de gênero na geografia, com enfoque nas mulheres que atuam como proprietárias de estabelecimentos comerciais, são escassos e, no caso da cidade de Alfenas, inexistem. Assim, a pesquisa poderá contribuir para ampliação de tal temática na Geografia de Gênero, inspirando novas pesquisas, bem como dando visibilidade a mulheres trabalhadoras, no sentido de eliminar preconceitos, auxiliá-las na busca por autonomia econômica e valorização feminina, neste, e em outros setores da economia, ou seja, na diminuição da desigualdade de gênero.

É importante ressaltar que, neste trabalho, optou-se pela expressão autonomia econômica ao invés de financeira, porque, conforme o caderno de formação Gênero e autonomia econômica para as mulheres da ONU Mulheres

(2016), além da independência financeira e geração de renda, ele “pressupõe, também, autonomia para realizar escolhas”, ou seja, não basta “garantir a própria renda, é preciso que as mulheres tenham liberdade e condições favoráveis para escolher sua profissão, planejar seu futuro, ter tempo para o lazer e para se qualificar.

1.3 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento do trabalho foi feito uso do método qualitativo, utilizando diferentes fatores de pesquisa, como dados primários e secundários sobre o tema em geral, de modo que, houve um compilado entre ambos os métodos para alcançar uma abordagem mais totalizante. A pesquisa qualitativa buscou explicar os fenômenos sociais por meio das experiências individuais ou de grupos, de documentos e das interações que puderam ser observadas (CORONEL *et al*, 2013).

A abordagem qualitativa realiza uma aproximação fundamental e de intimidade entre sujeito e objeto, uma vez que ambos são da mesma natureza: ela se envolve com empatia aos motivos, às intenções, aos projetos dos autores, a partir dos quais as ações, as estruturas e as relações tornam-se significativas. (Minayo e Sanches, 1993, p. 244).

A pesquisa teve como método o materialismo histórico-dialético, uma vez que não se teve a intenção de partir de uma neutralidade do assunto, e sim causar uma reflexão e uma problematização sobre o tema, indicando a luta presente nas predominâncias de gênero dentro da sociedade, buscando uma mudança nas relações sociais. Dito isso, o materialismo histórico-dialético, na sua essência, se apresenta como um “método capaz de gerar núcleos de sentido a partir da noção de contradição, que não opõe indivíduo-sociedade, mas prevê desvelar suas mediações constitutivas” (Alves, 2010, p. 11).

Na primeira etapa do trabalho foram realizadas pesquisas bibliográficas, utilizando obras de autores que contribuíram com o tema, buscadas, sobretudo, na plataforma digital ‘Google Acadêmico’ e ‘Portal de Periódico da Capes’, utilizando termos de pesquisa tais quais: geografia do trabalho, geografia do comércio, geografia feminista, mulheres no mercado de trabalho, autonomia econômica, entre

outros. Dessa forma, após a leitura dos textos, houve uma maior clareza sobre as relações do sexo feminino na economia e no espaço, possibilitando compreender melhor o tema. No caso, tratou-se das mulheres, utilizando-se a palavra gênero, relacionando-a a tudo aquilo que foi definido ao longo tempo e que a sociedade entende como o papel, função ou comportamento, esperado de alguém com base em seu sexo biológico. No entanto, o IBGE retrata a diferenciação por sexo, dessa maneira, os dados utilizados, advindos desta plataforma, vêm dessa divisão entre sexo feminino e masculino.

Na segunda etapa, contemplou-se o levantamento de dados secundários não sigilosos, sobre o município de Alfenas, a partir da plataforma SIDRA, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Prefeitura Municipal de Alfenas e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Estes dados foram tabulados e resultaram em tabelas e gráficos, que foram analisados à luz da teoria. Nesta etapa, também foram utilizados os dados sobre a mesorregião Sul/Sudoeste de Minas e de Alfenas, a partir do projeto “Identidade Sul-Mineira: diagnóstico cultural, social, político e econômico do Sul de Minas Gerais” (IDSM) que será detalhado à frente.

O trabalho de campo constituiu a terceira etapa desta pesquisa, quando foram observados os estabelecimentos comerciais da cidade de Alfenas, tanto na área central, quanto nos bairros, onde há maior concentração do comércio de vestuário. Foram entrevistadas 25 mulheres de diferentes bairros, idade e escolaridade, buscando compreender a relação delas com o comércio e como donas do próprio negócio.

Na área central, o foco foi as ruas Amélio da Silva Gomes, Francisco Mariano, Cônego José Carlos e Arthur Bernardes, os outros foram a Rua João de Souza Sobrinho, que corta os bairros Vila Betânia II e a Avenida Jovino Fernandes de Salles, que corta os bairros Boa Esperança, Novo Horizonte e Pinheirinho. As visitas tinham como objetivo verificar quais estabelecimentos de comércio de vestuário dessas localidades eram de propriedade de mulheres, uma vez que tais dados não estavam disponíveis para a consulta na Prefeitura Municipal de Alfenas. Após essa informação, chegou-se à quarta etapa do trabalho, quando elas foram convidadas a responder um questionário semiestruturado (Apêndice 1), no qual constam

perguntas que permitem traçar o perfil dessas mulheres e de seus estabelecimentos comerciais, bem como suas opiniões a respeito de sua escolha por esse tipo de empreendimento, suas dificuldades financeiras, pessoais e relacionadas à questão de gênero, além de suas perspectivas neste ramo de atividade. Ressalta-se que, após a aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UNIFAL-MG (Apêndice 2), iniciou-se a aplicação do questionário, que ocorreu no estabelecimento comercial delas, durante seu experiente de funcionamento, sendo que, antes disto, elas assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Tal questionário foi impresso, em número de acordo com a quantidade de mulheres selecionadas para a pesquisa, num total de 25 mulheres, sendo 14 na área central, 7 na Rua João de Souza Sobrinho (Vila Betânia II) e 4 na Avenida Jovino Fernandes de Salles (Boa Esperança, Novo Horizonte e Pinheirinho). Este último, foi o primeiro no qual as entrevistas foram realizadas, justamente por não ser especificado, neste tipo de comércio, sendo feita as pesquisas em todas as lojas presentes na avenida, as quais possuíam donas mulheres. A Vila Betânia foi o segundo, pois, desta forma, também foi possível realizar as entrevistas em todas as lojas que se adequavam e, posteriormente, o centro, uma vez que neste havia a quantidade de lojas suficiente para que fosse finalizada a pesquisa. Os dados foram tabulados e resultaram em tabelas e gráficos, utilizando o software Excel, sendo analisados à luz da teoria sobre a temática.

A quinta etapa correspondeu ao mapeamento dos estabelecimentos comerciais pesquisados, de modo a mostrar sua espacialização nas localidades selecionadas e compreender, como ocorre a relação dessas mulheres com o espaço urbano, utilizando o programa QGis (Quantum Gis).

Por fim, chegou-se à sexta etapa do trabalho, na qual, o embasamento teórico, dados secundários, trabalho de campo e dados primários, levaram à elaboração do texto final da dissertação, permitindo reflexões e apontamentos futuros sobre a temática desenvolvida. Vale ressaltar que o termo empreendedorismo foi utilizado pois, após a realização do campo, viu-se que as próprias mulheres, donas dos comércios, se autodenominam empreendedoras e não apenas donas dos próprios negócios. Além disso, o termo também foi retratado em diversos dos textos utilizados na pesquisa, o que torna viável sua utilização também

nesta dissertação.

1.1.3 Projeto Identidade Sul-Mineira

Conforme mencionado anteriormente, neste trabalho utilizou-se dados do projeto “Identidade Sul-Mineira: diagnóstico cultural, social, político e econômico do Sul de Minas Gerais”, obtidos por meio da execução de pesquisa de campo e aplicação de questionário junto aos moradores dos municípios presentes no Sul de Minas. O objetivo desta pesquisa foi “compreender a identidade da população do Sul de Minas de maneira multidimensional, partindo das percepções individuais acerca de questões culturais, sociais, econômicas e políticas, para desenhar uma compreensão macroestrutural da região”. Vale dizer ainda que, esse projeto abordou diferentes características dos moradores do Sul de Minas, visando entender suas particularidades e culturas e já disponibilizou os primeiros resultados acerca das áreas pesquisadas. Visa-se, com ele, contribuir, por meio de suas ações de ensino, pesquisa e extensão, para a solução de problemas locais e regionais. Isso se torna importante pois, muitas vezes, a centralidade com dois grandes polos (São Paulo e Belo Horizonte) pode vir a atrapalhar os estudos sobre a região.

O projeto foi desenvolvido por uma equipe multidisciplinar de pesquisadores da UNIFAL-MG, tendo sido financiado com recursos oriundos de emenda parlamentar e da qual a autora desta dissertação, participou como bolsista de iniciação científica, sob a orientação do docente Flamarion Dutra Alves, sendo atuante no projeto como parte do membro de pesquisa, relacionando os dados apresentados com as características sul mineiras.

A metodologia utilizada no projeto teve com amostra 1.320 entrevistas, realizadas em 20 municípios dos 162 que compõe a região de interesse, com nível de confiança de 95,0% e margem de erro de 2,7%. A coleta foi realizada por meio da pesquisa Survey quantitativo² a partir de coleta domiciliar, com enfoque na representatividade por sexo, idade e renda. O período de realização das entrevistas foi entre os dias 14/05/2022 e 11/06/2022.

² A pesquisa *survey* é um tipo de investigação quantitativa. Ela pode ser definida como uma forma de coletar dados e informações a partir de características e opiniões de grupos de indivíduos.

Os primeiros resultados da pesquisa foram publicados e apresentados à comunidade, em julho de 2022, e estão disponibilizados no site da UNIFAL-MG³. Ressalta-se que tais resultados contemplados foram somente nos municípios de Alfenas, Poços de Caldas e Varginha. Especificamente, os dados sobre o município de Alfenas, foram utilizados no capítulo 2.

Vale dizer que a pesquisa contribui de forma abrangente para se compreender as relações das cidades médias e pequenas encontradas no Sul de Minas, assim como as interações e culturas que permeiam esse espaço, e como se dá o desenvolvimento dos municípios sem a presença de grandes centros urbanos.

Após a explicação do percurso metodológico desta dissertação, torna-se necessário detalhar como ela está estruturada. Além das considerações finais e referências, elaborou-se 2 capítulos, sendo que, o primeiro, envolve a compreensão do papel das mulheres no mercado de trabalho no Brasil, a partir da geografia de gênero e destacando as mulheres, especificamente, as atuantes no comércio varejista, como proprietárias de estabelecimentos comerciais. O segundo capítulo tratou da situação socioeconômica das mulheres no município de Alfenas, de modo geral, para, então, focar nos resultados da aplicação dos questionários, no sentido de traçar o perfil das proprietárias de lojas de vestuário entrevistadas, para concluir, no sentido do entendimento, de qual forma essa atividade contribuiu para autonomia econômica delas.

³ <https://www.unifal-mg.edu.br/aidentidadesulmineira/>

2 COMPREENDENDO O PAPEL DAS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO NO BRASIL POR MEIO DA GEOGRAFIA

Conforme já mencionado, estudar à questão de gênero na geografia é muito importante, pois, sendo essa uma ciência que busca compreender a interação da sociedade com o espaço, faz-se necessário entender a forma como homens e mulheres estabelecem tal relação. Logo, entende-se que a interação que envolve o cotidiano das mulheres também se relaciona a questões geográficas, o que significa que as relações de trabalho e a materialização desse, para elas, é um tema relevante, uma vez que a geografia deve trabalhar no sentido de instrumentalizar os estudos que pretendem trabalhar com a espacialidade e com suas múltiplas aproximações, buscando demonstrar a compreensão da vida social refletida sobre os diferentes agentes transformadores do espaço (Reis, 2015)

A partir dos anos 1980, houve um maior enfoque sobre a questão de gênero na ciência geográfica e, com a ampliação dos referenciais teóricos e suas análises, diversificam-se as temáticas que englobam este assunto. Apesar disso, só posteriormente as problemáticas das mulheres são pautadas de forma mais incisivas, pois antes era comum tratar das relações femininas limitando-se às relações de classe ou capital, o que se revelou insuficiente para compreender a dinâmica de gênero na sociedade, fazendo com que fosse abrangido também as questões sociais e diferenças entre os sexos. Isso significa que, a mulher não era tratada como prioridade nos estudos geográficos, retratando às questões femininas apenas como secundárias. No entanto, visto que o papel feminino não se limita a coadjuvante no espaço, logo foi incorporado aos estudos as diferenças consideráveis entre homens e mulheres, como elemento estruturador da sociedade (André, 1990).

Sendo assim, pode-se dizer que o contexto de gênero é particularmente novo nas ciências sociais em geral, incluindo a geografia. A autora ainda explica que conflitos e questões de ordem social, que marcaram o início dos anos 1960, impuseram novas preocupações à geografia, o que pode ter sido responsável por uma vertente voltada para o social e, se sobrepondo aos comportamentos individuais, a organização social passou a entrar em pauta. Mas, somente nos anos

1970 e 1980, a geografia aumentou seu campo de intervenção, aumentando os referenciais teóricos e suas análises, reformulando-as.

Apesar da diversidade temática, manteve-se, até a poucos anos, uma condição mais ou menos explícita sobre os limites de intervenção da Geografia: as paisagens, tradicionais, modelizadas ou sociais, só abrangiam o domínio público, ou seja, a intimidade estava, de alguma forma, excluída das preocupações geográficas. (André, 1990, p. 3)

Isso mostra que, segundo Silva (2000), mesmo com esse novo enfoque, a Geografia ainda não visava relações como a de gênero. Ademais, entre as décadas de 1960 a 1980, no Brasil, ocorria a ditadura militar, ou seja, havia forte represália contra as mulheres que visavam discutir sobre seus direitos e condições. Mas, a intervenção advinda da Organização das Nações Unidas (ONU) que, em 1975, reconheceu a questão da mulher como problema social, favoreceu as lutas por uma maior igualdade e, em uma sociedade fortemente patriarcal, feministas buscavam um maior reconhecimento para o gênero feminino. Neste contexto, com o apoio da ONU e o fim da ditadura, em 1984, grupos e coletivos juntaram-se à causa das mulheres e trouxeram novas pautas, dentre elas, as condições desiguais entre as relações trabalhistas.

São nos anos oitenta que diferentes movimentos feministas começam a criticar a condição da mulher no Brasil. E na academia as pesquisadoras não ficam imunes aos apelos por uma maior igualdade social entre os sexos. As ciências humanas e sociais, particularmente a sociologia, a demografia e a história, produzem trabalhos abordando diferentes temáticas, com uma perspectiva de resgatar a mulher e seu papel nas diferentes sociedades e particularmente na sociedade brasileira contemporânea. Assim, os estudos de gênero no Brasil crescem em qualidade e quantidade durante os últimos 20 anos. (Silva, 2000, p.1)

Dessa forma, discussões sobre relações de gênero passaram a ter uma maior participação nos temas de diversas áreas da ciência, incluindo a geografia. A partir dos anos 1980, geógrafos, em maioria mulheres, passam a ter a percepção da necessidade da incorporação desta temática, uma vez que, o espaço é o principal objeto de estudo da geografia, torna-se importante relacioná-lo com as diferenças consideráveis que homens e mulheres têm e como estas podem vir a ser um dos

elementos que estruturam a sociedade de forma geral, a ponto de modificar as dinâmicas presentes.

O conceito de gênero foi adotado pelas geógrafas feministas com a perspectiva crítica à utilização da categoria mulher, em geral, associada à diferenciação sexual de corpos e analisada de forma isolada (Silva, Nabozny e Ornat, 2010). Contudo, o assunto ainda era tratado de maneira limitada, sendo que a Geografia brasileira ainda permaneceu tímida no que diz respeito a tal temática e a abordagem geográfica, muitas vezes, sendo caracterizada por uma invisibilidade do papel feminino na organização do espaço, sendo que, por muito tempo, ignorou-se, sistematicamente, a variável de gênero como um real elemento de diferenciação social, não considerando as profundas diferenças existentes entre homens e mulheres na utilização do espaço (Reis, 2015).

No Brasil, a perspectiva feminista na geografia ainda é numericamente pouca quando se observa a vasta produção das outras disciplinas ligadas às ciências humanas e sociais. Considero que a resistência dos geógrafos(as) brasileiros em inserir categorias analíticas de matriz feminista pode ter origem num machismo acadêmico ou em um desconhecimento político, histórico, teórico e metodológico sobre as possibilidades que esta perspectiva dá ao estudo do espaço geográfico, particularmente no que se refere aos novos arranjos sócioespaciais decorrentes da relação trabalho e família. (Silva, 2013, p. 114)

Vale ressaltar que já ocorreram avanços positivos desde o lançamento do artigo do qual advém a citação, ainda assim, há muito o que melhorar no que diz respeito ao trabalho sobre gênero na geografia. Posteriormente, em 1980 e em 1985, foram realizadas, respectivamente, as conferências Mundiais de Copenhague e de Nairobi, nas quais correram o empenho internacional com o intuito de combater a exclusão social vivida pelas mulheres (ONU, 1989). Por consequência, a questão de gênero passou a ser mais presente e, nessa época, grupos feministas também se espalhavam pelos principais centros urbanos do Brasil, reorganizando a sociedade e rearticulando relações de poder.

Nas análises regionais e urbanas, o papel dos gêneros tem sido excessivamente enfatizado e, paralelamente, tem-se limitado a investigação ao âmbito das relações econômicas e dos locais de trabalho. A esfera doméstica é examinada apenas em função de

emprego. De facto, tem sido prestada pouca atenção à articulação entre o mercado de trabalho, a família e a comunidade no que respeita às desiguais relações de poder entre homens e mulheres. (Bowlby *et al*, 1986, p.328 *apud* André, 2019, p.22)

Nota-se que, mesmo quando se estudava as relações econômicas, que não se considerava as lacunas causadas pelas diferenciações de gênero no mercado de trabalho, principalmente, partindo de um contexto de problematização das desigualdades latentes na área. Relacionando com a Geografia de maneira mais ampla, ao observar a produção da teoria geográfica e questionar a quem serve esta produção, ou quem tem se beneficiado com o avanço desta ciência, percebe-se que ela é, hegemonicamente, uma ciência masculina.

A tradição geográfica em privilegiar aspectos visíveis do espaço, o apego aos dados quantitativos e aos arquivos documentais oficiais, visando atingir a neutralidade científica na geografia convencional e também a abordagem economicista da perspectiva marxista, relegou a mulher a uma invisibilidade no processo de produção do espaço, já que sustentada nesta visão científica a geografia privilegiou os agentes e as paisagens hegemônicas e, portanto, fundadas na dominação masculina. (Silva, 2003, p.3)

No entanto, segundo Reis (2015), é importante realizar uma análise geográfica do tecido social, incorporando às teorias de gênero, pois, assim, se permite desvendar as manifestações espaciais e territoriais de diversos grupos sociais que, por meio de suas práticas, constroem diferentes espaços geográficos, sendo o gênero uma das relações estruturantes, que situa o indivíduo no mundo e, conseqüentemente, nos sistemas sociais. Por fim, pode-se perceber que a mulher passa a ter um enfoque maior, sendo o elemento central da análise geográfica recente, pois esta pauta nem sempre esteve presente nesta ciência, devido, também, a base patriarcal na qual a geografia é originada.

A geografia possibilita uma boa explicação do mundo, mas esta é mais completa quando considera que o espaço geográfico é constituído de seres humanos que têm sexo e gênero. E enquanto este dado biológico e cultural marcar as pessoas socialmente, economicamente e culturalmente, é fundamental que isto seja levado em conta no momento da investigação geográfica (Silva, 2013, p.114).

É possível observar que o enfoque nas mulheres, coincidentemente, também

ocorreu em época semelhante a uma expansão econômica, crescente urbanização e ritmo acelerado da industrialização, que passa a ser favorável à incorporação de novos trabalhadores ao mercado de trabalho, inclusive do sexo feminino. A partir da intensificação da produção industrial, que ocorre muito graças ao capital acumulado, como pelo desenvolvimento técnico-científico, a urbanização tomou ritmos muito acentuados, modificando as estruturas econômicas (Sposito, 1988). Beneficia-se, então, a inserção feminina no mercado de trabalho, o que se deu por diversas razões, entre elas, a busca por uma complementação na renda familiar e a elevação das expectativas de consumo em face da proliferação de novos produtos advindos da industrialização mundial (Pinto, 2007).

Além disso, esses movimentos englobaram, de maneira mais ampla, as mulheres nesse mercado, devido a expansão da sociedade industrial, fazendo com que os movimentos de emancipação política também acentuassem a divisão social e sexual do trabalho, atuando diretamente na estrutura empregatícia (Pinto, 2007). Dessa forma, vale ressaltar que, assim como a problemática de gênero, em geral, a relação da mulher com o mercado de trabalho não é um fenômeno novo na sociedade. Moreira (2019) afirma que o meio é um todo diverso de seres e coisas, cuja diversidade os homens coabitam, isso engloba também as relações de trabalho, e as diversidades de gênero impostas pelos fatores presentes na sociedade, assim, para o autor, a distribuição dos homens no ambiente social resulta de um certo estado cultural da relação do homem com o meio em que vive.

No caso do Brasil, a participação feminina no mercado de trabalho, apesar de já existir, nem sempre sendo remunerado, teve um aumento significativo pós-Segunda Mundial, o que foi acompanhado pelo restante do mundo. Em decorrência do capitalismo, mais oportunidades de emprego foram geradas, porém as mulheres já trabalhavam, antes mesmo de serem incluídas, formalmente, no mercado de trabalho. A realidade social é contraditória, comportando avanços e retrocessos (Saffioti, 2000, p.73 *apud* Silva, 2023, p. 113) Conquanto, para se pensar a geografia do trabalho, é necessário observar essas relações sociais, pois, pensá-la como se os trabalhadores não tivessem sexo e gênero, conduz a uma explicação parcial e equivocada. (Silva, 2013). Vale dizer que o gênero é resultado de diferentes aprendizagens que o indivíduo acumula, a partir de suas relações interpessoais e

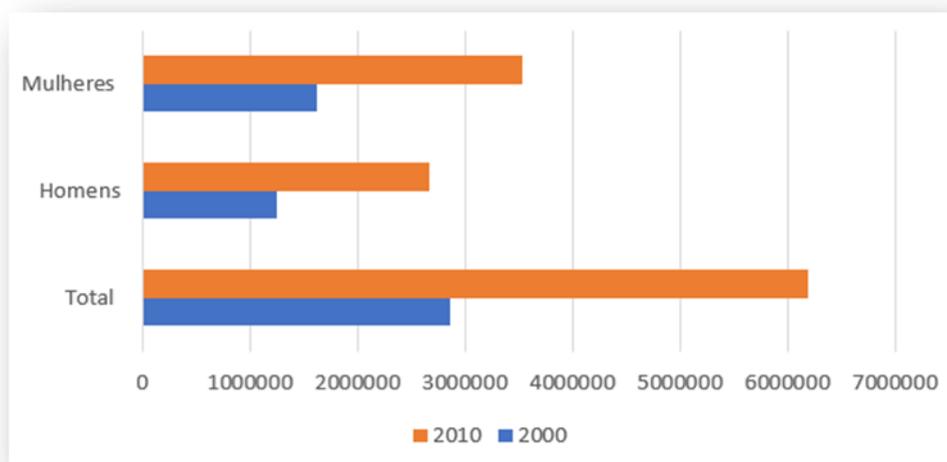
vivência dentro de um contexto histórico, político e social, enquanto o sexo é definido por sua configuração anatômica (Praun, 2011). Ademais,

O processo de criação das condições de pleno emprego da força de trabalho feminina e masculina de uma sociedade estará, pois, na dependência da ação coletiva das duas categorias de sexo. E esta ação se liga, de uma parte ao desenvolvimento das forças produtivas da sociedade e, de outra, ao grau de consciência que homens e mulheres atingem das contradições de sua época e das possibilidades de superação. (Saffioti, 2013, p.107)

Dito isso, com a possibilidade de as mulheres terem acesso ao ensino formal mais amplamente, devido a reformas educacionais que vêm sendo implantadas desde a década de 1990, que procuram responder a um enorme desafio: obter ganhos de qualidade e ao mesmo tempo restringir o uso dos recursos públicos. Essas reformas não se inserem somente no Brasil, mas “vem outorgando à educação a condição de estratégia fundamental para a redução de desigualdades econômicas e sociais nacionais e internacionais” (Rosemberg, 2001), houve maior possibilidade de sua inserção no mercado, e o consequente aumento da participação feminina, como trabalhadoras remuneradas (Soares e Izaki, 2002).

Como consequência, em 2000, as mulheres já eram um pouco mais escolarizadas que os homens (50,45%), tendo uma pequena elevação, em 2010 (50,75%) (IBGE, 2000 e 2010). Quando se observa a relação do ensino superior, no mesmo período, pode-se notar que a porcentagem feminina se destaca ainda mais, sendo, gradativamente, superior a masculina, representando cerca de 54% em 2000 e 55% em 2010. Percebe-se que, apesar do aumento geral do ensino superior ter sido elevado de uma década para a outra, a maioria feminina permaneceu neste. (Gráfico 1).

Gráfico 1- Relação de pessoas, divididas por sexos, com ensino superior completo no Brasil, comparativo entre 2000 e 2010.



Fonte: IBGE. Censos Demográficos (2000 e 2010). Elaborado por Mariana Romanzini Freire(2023).

Contudo, há ainda as discrepâncias presentes nas distribuições de cargos e salários, que impõem benefícios a mão de obra masculina, fazendo com que as mulheres tenham que buscar diferentes estratégias para pertencer, de maneira mais igualitária, ao mercado de trabalho. Isso faz com que toda a estrutura da sociedade tenha que ser realocada, o que ocorre lentamente.

A maior participação das mulheres no mercado de trabalho e a crescente escolarização delas contribuíram não apenas para a maior autonomia e independência financeira feminina diante do homem como também traz repercussões no âmbito familiar, levando a interferências diretas na relação da família e na organização e configuração dos arranjos familiares (Dupont e Maraschin, 2019, p.126)

Para Dornelas (2008), o envolvimento de pessoas e processos, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades e, como será mostrado posteriormente, a inserção das mulheres no mercado de trabalho, por meio do empreendedorismo, também vem ocorrendo em conformidade com a tese do referido autor. E, a perfeita implementação destas oportunidades, leva à criação de negócios de sucesso, ou seja, as mulheres ao se tornarem empreendedoras passam a, cada vez mais, assumir negócios e tomar frente em projetos e empresas.

Para Silva (2000), não basta estudar as mulheres, é preciso estudar as relações sociais entre os sexos, bem como o que as diferenciações de gênero representam em um contexto geral do espaço, para, assim, compreender-se as diferentes relações que as mulheres passam a ter com o mercado de trabalho como um todo, e as estratégias utilizadas pelo gênero feminino para se enquadrar, cada vez mais, na população, economicamente, ativa da sociedade, em busca de conseguir sua independência e rendimento.

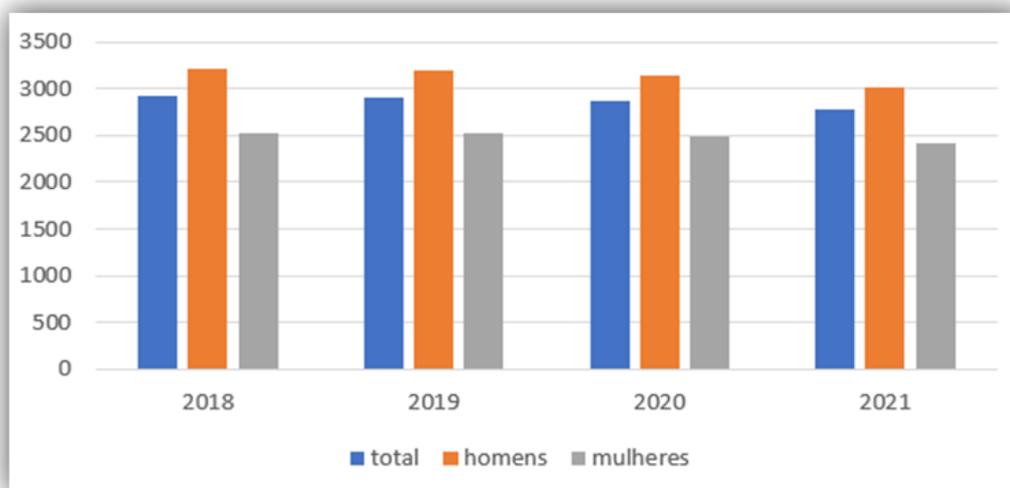
Ainda que os dados demonstrem uma maior escolaridade das mulheres em relação aos homens, a crescente inserção da mulher no mercado de trabalho e a elevação da sua renda, persistem significativas desigualdades salariais entre homens e mulheres que ocupam as mesmas funções. Além disso, a desigualdade não se restringe apenas a remuneração e a inserção das mulheres na força de trabalho, mas também a oportunidades, com interferência direta na qualidade de vida delas e de suas famílias, sejam elas chefes dos domicílios ou não. (Dupont e Maraschin, 2019, p.132)

Sendo assim, há também um rearranjo estrutural decorrente dessa escolarização e inserção no mercado de trabalho, o que inclui modificações, mesmo que lentas, no âmbito cultural das sociedades. Por isso, pode-se considerar que há realocações do gênero feminino que passam a ocupar novos espaços e papéis dentro das interações sociais como um todo. No entanto, a renda média mensal masculina ainda é superior à feminina, o que é justificado devido aos diversos fatores sociais, que favorecem os homens em detrimento das mulheres no que diz respeito a economia.

Dito isso, em 2000, tem-se que os homens representavam cerca de 57% da população economicamente ativa do país, número esse que apresentou queda, uma vez que, em 2010, esses passaram a ser menos de 52%. Estes dados demonstram que, cada vez mais, as mulheres se tornam presentes e ativas economicamente, porém, também é visível que a renda feminina sempre se demonstrou menor que a masculina, o que confirma que elas ainda ganham menos que os homens (Gráfico 2). O fato se confirma, uma vez que as mulheres recebem um salário inferior ao dos homens em empregos com a mesma função, segundo o IBGE, em 2022, o gênero feminino ganhou cerca de 20% a menos do que o masculino. Isso torna possível entender que relação empregatícia corresponde a fatores culturais enraizados na

sociedade e que fazem com que o gênero feminino seja subjugado por tal questão.

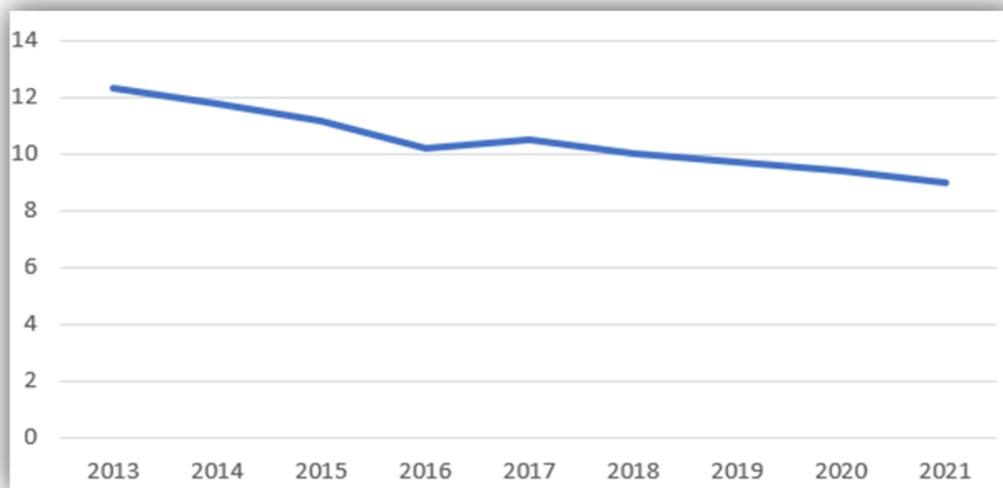
Gráfico 2- Comparativo anual do rendimento médio real, por sexo, no Brasil, entre 2018-2021



Fonte: IBGE (2018, 2019, 2020 e 2021). Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

No gráfico 2, é possível observar que o rendimento médio anual masculino representa a maior parte da renda brasileira, ultrapassando a média total em todos os anos apresentados, sendo que o rendimento feminino demonstrou uma queda, em 2021. Porém, quando se analisa um período maior (2013-2021), essa diferença, apesar de ser lenta, vem diminuindo (Gráfico 3).

Gráfico 3- Porcentagem da superioridade da renda masculina com relação à feminina no Brasil, entre 2013-2021.



Fonte: IBGE. Censos Demográficos (2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021).
Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

Com os dados apresentados, nota-se que, em 2013, a renda masculina ultrapassava a média total em 12,30%, diminuindo, gradativamente, até chegar em 2021, representando 9,01%. A única exceção ocorreu entre 2016 e 2017, quando houve uma elevação, voltando a decair a partir de 2018 (alcançando 10%).

Ainda assim, a diferenças entre os gêneros tendem a permanecer, uma vez que, em 2019, as mulheres ainda recebiam um salário inferior ao dos homens, representando 26,5% a menos (IBGE, 2019), embora, em muitos casos, exercendo a mesma função. Além disso, cabe a elas o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos, o que ocasiona uma dupla jornada de trabalho, dificultando, de maneira abrangente, condições igualitárias entre os gêneros.

A responsabilização desigual de mulheres e homens por um trabalho que se define, assim, como produtivo e não remunerado seria a base do sistema patriarcal do capitalismo. O patriarcado, como sistema político, consistiria numa estrutura de exploração do trabalho das mulheres pelos homens. Seu núcleo, nessa perspectiva, é a divisão sexual do trabalho, em que se configurariam dois grupos (ou classes): as mulheres, que têm sua força de trabalho apropriada, e os homens, que se beneficiam coletivamente desse sistema. (Biroli, 2018, p.28)

A referida autora atribui ao sistema vigente características que prejudicam a

igualdade trabalhista entre os gêneros, pois, as mulheres, além das dificuldades e preconceitos, vivenciam também um sentimento de obrigatoriedade com a manutenção da casa, por exemplo.

A subordinação da mulher e os dons ou habilidades ditas femininas são apropriadas pelo capital para a exploração da força de trabalho, pois, as atividades e trabalhos desenvolvidos por mulheres – ao serem vistos como atributos naturais, extensões de habilidades próprias do gênero feminino – são considerados dons e não trabalho. (Cisne, 2015, p.122).

Nota-se também que, sem que se leve em conta as relações de gênero, é impossível explicar o porquê a precariedade e a vulnerabilidade são maiores entre as mulheres do que entre os homens (Biroli, 2018). Deste modo, a participação das mulheres no mundo do trabalho remunerado, expõe sua dupla ou tripla jornada de trabalho e a consequente dificuldade de ascender a postos de trabalho com salários melhores, bem como expõe a necessidade de se considerar as tarefas domésticas como, realmente, um trabalho (Silva, 2013).

Não há dúvidas, então, de que nos últimos 50 anos, pelo menos, a mulher esteve cada vez mais presente no mercado de trabalho formal. Por outro lado, é importante destacar que essa inserção vem sendo acompanhada, ao longo dos anos, por elevado grau de discriminação (Miara, Pivovar e Gomes, 2017).

Apesar dos avanços, as mulheres ainda estão longe de alcançar a igualdade: elas representam 51,3 % da população brasileira, porém a presença desta é marcada por diferenças de valorização entre gêneros. Não é novidade ouvir comentários pejorativos sobre mulheres que se arriscam em profissões até então consideradas masculinas em totalidade (p.2).

2.1 UMA GEOGRAFIA DO TRABALHO PAUTADA NO GÊNERO

Como entendimento de trabalho, considerar-se-á a definição de Araújo (2015, p. 297), definindo este como: “ação realizada pelas trabalhadoras e trabalhadores na produção de alimentos, ferramentas, habitações, estradas, na limpeza, na manutenção, etc.; e é também pelo trabalho que mulheres e homens se relacionam no processo de reprodução”.

No mais, o espaço, produzido dentro da sociedade capitalista, encontra-se intensamente hierarquizado, conforme a divisão em classes, raças, etnicidade e gênero, o que configura a sua diferenciação política dinâmica e multifacetada (Smith, 1993). Há diversas modificações no mundo do trabalho que comprovam tais mudanças que se conectam com novas variações do espaço geográfico. Através do trabalho, então, se realizam as mediações para assegurar os meios de vida entre duas faces, historicamente, clivadas (sociedade-natureza).

o trabalho não se refere apenas à execução de tarefas em si, mas, ao mesmo tempo a: formação profissional; oportunidades de geração de empregos, ocupação e renda; investimentos públicos no setor; iniciativas empresariais; necessidades das pessoas etc. Enfim, refere-se ao conjunto dos elementos que, em sua totalidade, formam a estrutura sócio-espacial da vida humana, em permanente movimento. (Castilho, 2008, p.65).

Para Thomaz Júnior (2011, p.4), considerando “a dialética do processo social, o trabalho sob o enfoque geográfico” deve ser “[...] compreendido como expressão de uma relação metabólica entre o ser social e a natureza, sendo que nesse seu ir sendo ou em seu vir a ser está inscrita a intenção ontologicamente ligada ao processo de humanização do homem”. No mais, é possível dizer que o processo de reestruturação produtiva do capital provoca um extenso conjunto de modificações no âmbito do trabalho e isso remete a profundas alterações no espaço e no território (Thomaz Júnior, 2011).

Observa-se que, além da modificação do espaço, que permanece constante à medida que o resto também se modifica, há uma valorização do trabalho, como um todo, na sociedade em geral.

[...] o trabalho é o pressuposto em uma forma que o caracteriza como exclusivamente humano. O trabalho do homem tem uma qualidade específica distinta de um mero labor animal. [...] Na outra ponta do processo de trabalho chegamos ao resultado já existente no início na imaginação do trabalhador. O homem é um ser que antecipa que faz projetos, que se representa mentalmente os produtos de que precisa. Antes da própria atividade, pela imaginação, o homem já contém em si o produto acabado (Albornoz, 1992 p. 70).

De tal maneira, o trabalho já passa a ser considerado como algo positivo, essencial ao homem. “A essência do trabalho consiste precisamente em ir além

dessa fixação dos seres vivos na competição biológica com seu mundo ambiente” (Lukács, 1979, *apud* Thomaz Junior, 2011, p.4). Passa a ocorrer, então, um processo de autorrealização da humanidade através do trabalho, tornando-o positivo e almejado.

É recorrente apontarmos que o processo de reestruturação produtiva do capital provoca um extenso conjunto de modificações no âmbito do trabalho e isso remete a profundas alterações no espaço e no território (enquanto categorias de uso interligado), portanto, nas diferentes escalas de análise. [...] É a partir dos anos 80 que no Brasil se manifestaram os primeiros impulsos do processo de reestruturação produtiva, mas é a partir do início da década seguinte que atingiu nova amplitude e profundidade, momento em que as inovações técnicas e organizacionais assumem um caráter mais sistêmico em todo o circuito produtivo dos diversos setores econômicos. No entanto, guardando traço de semelhança em relação à busca da competitividade do capital e a adoção de novos padrões organizacionais e tecnológicos compatíveis. (Thomaz Junior, 2002, p. 6)

Além de tudo, ocorreu também avanços nas questões trabalhistas que, em sua reestruturação, passa a organizar “procedimentos adotados nas empresas no que tange ao seu quadro funcional, visando o trabalho preventivo para minimizar os riscos trabalhistas da sociedade empresária, obviamente, respeitando a legislação vigente” (JUSBRAZIL, 2023). Isso tornou mais visível o empenho de novos grupos, incluindo as mulheres, o que foi “uma das mais marcantes transformações sociais ocorridas no país desde os anos 1970” (Bruschini, 1994, p.3), e passam a lutar por empregos e emancipação financeira e por melhorias nas condições trabalhistas, pois, quanto mais aumentam a competitividade e a concorrência intercapitalista, mais cruéis são as consequências para a classe que vive do trabalho. Ademais,

com a viragem do século XXI, sob a hegemonia financeira, o capital amplia seu arco de efetivação enquanto relação social, não mais restrita ao mundo fabril. O mundo do trabalho não se restringe mais à fábrica, tampouco a fábrica é o mundo do trabalho; o trabalho tem seu sentido ampliado, revelando-se polissêmico. Em tempos de globalização outros códigos e arranjos espaciais se apresentam para serem decifrados (Thomaz Júnior, 2011, p. 9)

Isso, de certa maneira, contribui para a geração de novas categorias empregatícias, agregando valores e paradigmas a tais questões.

Os tipos de empregos criados em muitas instâncias atuam igualmente contra toda mudança progressista na distribuição de renda, uma vez que a ênfase em pequenas empresas e na subcontratação podem ter efeitos secundários que encorajam diretamente o 'setor informal' como base para a sobrevivência urbana. [...] De maneira análoga, os tipos de atividades de serviços e funções gerenciais que se consolidam nas regiões urbanas tendem a ser empregos de baixa remuneração (frequentemente ocupados exclusivamente por mulheres), ou posições altamente remuneradas do primeiro escalão da hierarquia gerencial. (Harvey, 1996, p.58)

É notório que mulheres sempre exerceram alguma atividade econômica, mas, sua trajetória no emprego formal, e como donas do próprio negócio, é um pouco mais recente. De princípio, vale considerar que a desigualdade de gênero também está inserida na divisão do trabalho. A posição das mulheres nas relações de trabalho está no cerne das formas de exploração que caracterizam a dominação de gênero. “Trata-se de um conjunto variado de abordagens, atravessado pelo problema da correlação entre a divisão do trabalho doméstico não remunerado, a divisão do trabalho remunerado e as relações de poder nas sociedades contemporâneas” (Biroli, 2018).

As mulheres que se inserem no mercado de trabalho formal, historicamente sempre estiveram na condição de inferioridade aos homens, subordinadas sofrendo com as relações sociais desiguais que naturalizam determinados papéis a mulheres e homens por meio da estrutura patriarcal. Na busca pela conquista da emancipação o movimento feminista pretende reduzir a gritante divisão sexual do trabalho, tanto no ambiente doméstico como no ambiente produtivo, diante das relações de trabalho e gênero (Araujo, 2015, p.304).

Isso se dá por diversas razões, entre elas, o contexto histórico, uma vez que as mulheres sempre sofreram com a superexploração do capital, além de outros fatores, como o fato de que a divisão sexual do trabalho (DST) tem, na força de trabalho feminina, um 'exército de reserva', sendo a subordinação das mulheres funcional ao capitalismo (Silva, 2013), de forma que, romper os paradigmas presentes neste meio, torna-se ainda mais complexo. O próprio conceito de gênero agrega a dimensão social e cultural da diferença sexual, adotando a perspectiva da construção social, dos papéis sociais que devem ser desempenhados por homens e mulheres, e nega a construção universal das diferenças, implicando a compreensão

dos papéis em determinada estrutura temporal e espacial. (Silva, Nabozny e Ornat, 2010).

A organização do trabalho, a educação, o próprio espaço público, ao menos nas cidades foram idealizados a partir de uma diferenciação sexual, segundo a qual determinadas tarefas, leituras, cursos, lugares eram adequados para os homens, mas não para as mulheres, já que sua constituição supostamente mais débil naturalmente não as protegia dos perigos. Por outro lado, também para os homens, as concepções vigentes sobre sua sexualidade e sua essência, concepções estas que apenas recentemente começam a ser pesquisadas, forçaram-nos a ocupar determinados espaços e funções que os excluíram de determinados convívios e experiências fundamentais ao equilíbrio humano. (Rago, 2007, p.231)

Neste sentido, pode-se dizer que a inserção feminina no mercado de trabalho se deu com grande dificuldade e preconceito, uma vez que a mulher precisou se inserir de forma lenta, em um espaço que não estava preparado para lidar com isso de maneira igualitária. Não bastando, ao percorrer o caminho profissional, as mulheres sempre acreditaram que seria possível conciliar trabalho doméstico e carreira profissional, o que ocasiona uma dupla jornada de trabalho, conforme já mencionado. Neste caso, a maioria delas fica responsável pelos serviços domésticos e pelo emprego formal, tendo preocupações além das meramente profissionais (Miara, Pivovar e Gomes, 2017). Além disso, há mulheres empreendedoras que, ao exercerem sua atividade profissional em casa, por exemplo, ficam integralmente responsáveis pelas duas funções, sem sair do ambiente doméstico.

Além de que, quando as mulheres assumem empregos considerados 'de homens' ou masculinos, a associação entre as funções materno cuidadoras, e o estereótipo do gênero feminino, são postos em xeque (Silva, 2013). Estando as mulheres realizando atividades dentro de empresas, estas necessitam de alguns equipamentos sociais, como refeitórios nos locais de trabalho, escolas e creches para o cuidado com as crianças, dentre outros fatores relacionados ao ambiente doméstico, pelo qual, historicamente, elas são as responsáveis, mesmo quando assumem outras atividades fora. (Araújo, 2015). Todos estes fatores dificultam, de maneira abrangente, a obtenção de sucesso e formação de carreira destas mulheres, agregando-se a isso os preconceitos sociais pertencentes a sociedade

vigente.

Ao investigar a posição da mulher perante o trabalho está-se recompondo com todo o processo de socialização que ela viveu. A escolha de uma carreira e de um trabalho é a síntese de toda uma preparação prévia onde a orientação dos valores sociais se fez sentir encaminhando a mulher para determinadas carreiras [] Subjacente às escolhas determinadas pela vocação está um longo processo que leva a jovem a gostar de carreiras adequadas ao sexo feminino, que não encontram elevadas barreiras quando exercidas e que não dificultam muito o casamento. Essas vantagens compensam algumas desvantagens, como a remuneração baixa e o exercício de carreiras cujo prestígio social não é muito elevado (Blay, 1978, p.286, *apud* Cisne, 2015, p.110).

Nota-se, de acordo com o IBGE, que as mulheres sempre foram maioria a realizar os serviços domésticos das residências. Em 2016, por exemplo, cerca de 57% delas declararam realizar afazeres domésticos em suas próprias residências, enquanto, apenas cerca de 42% dos homens responderam o mesmo. Essa diferença também é existente nos anos seguintes, em todos os anos subsequentes em que ocorreu esse estudo (2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022), o gênero feminino ultrapassou os 55% das respostas afirmativas no que diz respeito a este tipo de serviço, enquanto as respostas masculinas não se elevam a mais de 45% (IBGE, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022).

Para quem não realiza trabalho doméstico, pode não ser evidente que este toma tempo e restringe outras formas de atuação na sociedade. Podemos entender que na divisão sexual do trabalho se configura uma forma daquilo que Joan Tronto definiu como “irresponsabilidade dos privilegiados”. Por estarem numa condição vantajosa dada previamente, algumas pessoas podem agir como se não se tratasse de uma vantagem. Por exemplo, aqueles que nunca terão de se preocupar com a limpeza cotidiana da casa nem do ambiente de trabalho podem tratá-la como irrelevante ou simplesmente deixar de enxergá-la; ela continuará a ser feita, de maneira que, de fato, para eles, não exige tempo, esforço e energia. As relações são estruturadas de tal modo que os libera da carga das responsabilidades atribuídas a outras pessoas. Sua experiência está tão distante daquilo que é vivenciado pelas pessoas para quem essas relações implicam desvantagens que eles podem agir como se essas desvantagens não existissem. (Biroli, 2018, p.47).

Assim sendo, nota-se que, além de prestarem tais serviços gratuitamente, esses ainda não são valorizados, mas tratados como obrigatórios ao gênero

feminino. Os homens então, majoritariamente, não têm consciência de que há, para eles, certa facilidade em se estabelecer no mercado de trabalho, pois existe quem faça por eles deveres de vida em comum, que deveriam ser divididos entre ambos os sexos, o que permite que os homens mantenham o enfoque maior em suas carreiras.

Há uma construção cultural do papel feminino a ser desempenhado socialmente, através do qual são alimentados determinados padrões de conduta que estruturam e são, ao mesmo tempo estruturados, pelos sentimentos, sexualidade, reprodução e a divisão do trabalho realizado entre homens e mulheres, que resultam em oportunidades menos favoráveis para as mulheres, notadamente, aquelas que se tornam únicas responsáveis pela manutenção da reprodução da família. (Silva, Nabozny e Ornat, 2010, p.31).

Vale dizer, então, que a trajetória feminina, em busca de empregos formais, vem acompanhada de uma grande desigualdade, que foi necessária muita luta para que as mulheres conseguissem autoridade sobre si mesmas, para que pudessem decidir sobre seu futuro, uma vez que, até 1962, as mulheres casadas podiam trabalhar fora de casa, somente com a permissão do marido. No entanto, essa autorização poderia ser revogada a qualquer momento, de acordo com o que previa o Código de 1916, no qual as mulheres casadas eram consideradas "incapazes" de decidir sua relação empregatícia. E, mesmo na atual Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), o artigo 3905 impõe que o empregador não pode contratar mulheres para serviços que necessitem de força muscular superior a 20 kg para o trabalho contínuo ou 25 kg para o trabalho ocasional. (Justiça do Trabalho, TRT da 3ª Região [MG], 2017).

[...] o princípio de separação (existem trabalhos de homens e trabalhos de mulheres) e o princípio hierárquico (um trabalho de homem "vale" mais que um trabalho de mulher). Esses princípios são válidos para todas as sociedades conhecidas, no tempo e no espaço. Podem ser aplicados mediante um processo específico de legitimação, a ideologia naturalista. Esta rebaixa o gênero ao sexo biológico, reduz as práticas sociais a "papéis sociais" sexuados que

⁴ De acordo com o art. 233 da constituição de 1916, "O marido é o chefe da sociedade conjugal e compete-lhe: IV. O direito de autorizar a profissão da mulher e a sua residência fora do tecto conjugal". (Presidência da República, Casa Civil, 2023).

² Artigo 390 do Decreto Lei nº 5.452 de 01 de Maio de 1943.

remetem ao destino natural da espécie (Hirata e Kergoat, 2007, p.599).

Apesar disso, a divisão sexual do trabalho, segundo Cisne (2015, p.117),

é uma das formas centrais para a exploração do capital sobre o trabalho. Essa divisão segmenta os trabalhos de homens e mulheres e hierarquiza tais trabalhos de forma a subalternizar os considerados naturalmente femininos em relação aos considerados naturalmente masculinos. O acesso das mulheres às profissões adequadas ao sexo feminino, todavia, não se desenvolve naturalmente. Uma prova de que a divisão sexual do trabalho não se resulta da existência de uma essência feminina ou masculina, é saber que uma atividade especificamente masculina em uma sociedade pode ser especificamente feminina em outra.

Portanto, cada sociedade possui suas próprias limitações para as mulheres, muitas vezes, a fim de se beneficiar da força produtiva delas, explorando-as, na medida em que evidencia e valoriza o trabalho que se define como masculino. Logo, deve ser compreendido como uma conceitualização na qual as situações dos homens e das mulheres não são o produto de um destino biológico, mas são, antes de tudo, construções sociais. Isso porque homens e mulheres são mais que uma coleção de indivíduos biologicamente distintos, eles formam dois grupos sociais que estão engajados em uma relação social específica: as relações sociais de sexo. Enquanto tal, essas relações têm uma base material, dada pelo trabalho, e se expressam através da divisão social do trabalho entre os sexos (Nogueira, 2006).

Por conseguinte, Rodrigues (2008) coloca que a produção do espaço geográfico acontece sob as relações capitalistas de produção, originando espaços desiguais e inter-relacionados, influenciados pela ação do Estado e do capital, gerando um desenvolvimento combinado e desigual. Dessa forma,

Implorar a um sistema de reprodução sociometabólica profundamente perverso – baseado na perniciosa divisão hierárquica do trabalho – a concessão de ‘oportunidades iguais’ para as mulheres (ou para o trabalhador), quando ele é estruturalmente incapaz de fazer isso, é transformar em zombaria a própria ideia de emancipação. A condição prévia essencial da verdadeira igualdade é enfrentar com uma crítica radical a questão do modo inevitável de funcionamento do sistema estabelecido e sua correspondente estrutura de comando, que a priori exclui quaisquer expectativas de uma verdadeira igualdade (Mészáros, 2002, p.289).

Porém, se o patriarcalismo não for internalizado pelos sujeitos que estão sob seu domínio, sua morte é apenas questão de tempo, luta e sofrimento, com muito sofrimento ainda por vir (Castells, 2018). Se assim for, com o tempo e com luta, a igualdade de gênero poderá ser alcançada, já que, apesar de lentamente, direitos estão sendo conquistados. Além disso, observando o processo de trabalho na produção do espaço geográfico, mulheres e homens participam igualmente dessa produção e, conseqüentemente, da criação dos diversos territórios (Araújo, 2015), o que contribui para uma maior emancipação trabalhista feminina.

Finalmente, a problemática da divisão sexual do trabalho precisa, então, ir além das aparências e do senso comum, para mostrar que o que é percebido como 'natural' por uma sociedade, é somente porque a codificação social é tão forte, é tão interiorizada pelos atores, que ela se torna invisível: o cultural torna-se a evidência e se transmuta em natural (Kergoat, 1989), e isso deve ser combatido, para que se possa almejar e alcançar uma maior igualdade de gênero, tanto no contexto geral, quanto no trabalhista, auxiliando as mulheres a conseguirem cargos justos e compatíveis.

Como colocado por Miara, Pivovar e Gomes (2017), o grande desafio, para as mulheres dessa geração, é tentar reverter o quadro da desigualdade salarial entre homens e mulheres, buscar dismantelar os construtos sociais de que esta precisa ganhar menos que o homem e, mostrar para a sociedade, que não há limite imposto pelo gênero de uma pessoa. Porém, como indica (Moreira, 2019), as cidades vivem a necessidade de constante remodelação do seu arranjo interno, o que engloba as relações sociais impostas, isso pode vir a ser benéfico para as mulheres, pois, significa, também, uma modificação nos sistemas trabalhistas, o qual passa a, mesmo que lentamente, englobar mais as mulheres e em situações igualitárias.

2.2 AS MULHERES PROPRIETÁRIAS DE ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS VAREJISTAS

No que diz respeito ao comércio como um todo, nota-se que ele passou por diversas fases, que levaram a transformações, até chegar na conjuntura atual. Ressalta-se que, sua origem ligada à própria história, surgindo e se desenvolvendo, a partir do momento em que passou a existir um excedente de produção, fruto do

desenvolvimento de forças produtivas, foi o que levou ao sistema de trocas. Cleps (2004) explica que o aperfeiçoamento dessa atividade econômica, gerado pelo aprimoramento de novas técnicas, aumentou a produção e, conseqüentemente, a atividade comercial, ou seja, no princípio, era comercializado apenas o excedente de produção, evoluindo de acordo com a demanda e até alcançar o patamar atual, com diferentes áreas, como o comércio varejista.

Pode-se afirmar que o desenvolvimento do comércio varejista deu-se de forma espontânea, como uma manifestação das necessidades das diferentes sociedades em diferentes momentos. Analisando sob este ponto de vista, observa-se que o comércio passa de uma função social mais econômica que vai inventando e adotando novas técnicas de comercialização, ampliando o número de mercadorias a serem vendidas, expandindo, incorporando e promovendo mudanças nas relações de troca e principalmente, o espaço onde ele ocorre. (Cleps, 2004, p. 123-124).

Além disso, a autora também indica que, devido a essas mudanças, houve uma expansão urbana, que “trouxe, entre outros, o problema do aumento e da diversificação do consumo, o que contribui para o desenvolvimento e a expansão de novas formas de comércio que se estruturam para vender grande variedade de produtos” (Cleps, 2004, p.124). Sendo assim, acrescenta que: “As novas formas de comercialização de bens de serviço são a razão para o aparecimento de novos empreendimentos e de novas lógicas territoriais para o desenvolvimento das atividades comerciais e de serviço” (Cleps, 2004, p.129)

Dessa forma, entende-se que, com o avanço do comércio, com enfoque no tipo varejista - definido pelo SEBRAE (2023), como “aquele que vende o produto diretamente para o consumidor final. Ou seja, quem compra é a mesma pessoa que vai utilizar o produto ou serviço” – foi se agregando novas demandas, pois, na medida em que é ofertado o serviço e a sociedade passa a usufruir desse, há cada vez mais seu desenvolvimento e, em decorrência, sua necessidade. Isso contribuiu, então, para a inserção de novos empreendedores, entre eles, as mulheres, que estão se sobressaindo e conquistando seu lugar nas organizações, se destacando cada vez mais no ramo da moda (Oliveira, 2021). Para isso, as mulheres lutaram e lutam pela sua autonomia, conquistando espaços para abrir seu próprio negócio no ramo do comércio, incentivando, portanto, outras mulheres a irem atrás de seus

objetivos (Paiva e Bezerra, 2020).

É preciso destacar como o empreendedorismo tem transformado a vida de muitas mulheres ao oportunizar a possibilidade de desenvolvimento econômico e social, que vai além dela própria e estende-se para toda a família. Por outro lado, o empreendedorismo feminino também é uma possibilidade de oferecer serviços inovadores e de qualidade para a sociedade. (Oliveira, 2021, p.7)

Sendo assim, o empreendedorismo no comércio varejista pode vir a ser um mecanismo de oportunidades para as mulheres, uma vez que, historicamente, elas foram excluídas da ascensão social e econômica no mundo de negócios (Idem). Logo, o gênero feminino pode ver, nesse ramo e nessa nova necessidade criada com o avanço do comércio, uma forma de se equiparar economicamente, visando as necessidades dos consumidores, buscando por novas tendências, desmistificando a ideia de que a mulher não serve para os negócios e que estaria destinada a trabalho domésticos e de assessoria, por exemplo. Vale ressaltar que este aumento no empreendedorismo, e a abrangência deste ao gênero feminino também altera o espaço de maneira significativa, já que essas novas lojas varejistas passam a fazer parte do ambiente, sendo acrescentadas, tanto em centros comerciais, tanto em bairros que não possuam esse enfoque, mas que são locais de oportunidade. A movimentação das mulheres do comércio a suas respectivas casas também faz com que o espaço se altere para comportar esse aumento na rede de deslocamento.

Aliás, mesmo com a sobrecarga das atividades domésticas e cuidar dos filhos e de si próprias, as empresas lideradas por mulheres estão tendo um crescimento exponencial. (Moltalvão *et al*, 2020). Nota-se, então, um crescimento gradativo na participação das mulheres no comércio, sendo este importante para o desenvolvimento da economia (Souza *et al*, 2012).

Apesar disso, ainda há muito preconceito e resistência, por parte da sociedade, em aceitar o papel feminino frente a uma empresa, indiferente da área em que estas atuem (Moltalvão *et al*, 2020) Ademais, os estudos sobre as mulheres no comércio não são recorrentes, sendo ainda mais diminutos no que diz respeito ao âmbito da Geografia (Paiva e Bezerra, 2020), o que poderia vir a incluir para a diminuição da desigualdade entre os gêneros de maneira ampla e no que diz respeito ao comércio varejista.

Muitas publicações que utilizam o tema do comércio e do consumo na Geografia acabam por não problematizar e explicar o processo de produção do espaço geográfico por não recorrerem a métodos que subsidiem uma análise crítica do espaço, ficando, por vezes, em constatações corriqueiras vinculadas aos discursos hegemônicos das empresas do setor ou mesmo fazendo trabalhos onde o fator locacional seja o objeto principal da pesquisa e não superam a localização enquanto meio de análise Geográfica (Silva, 2014, p. 152 *apud* Paiva e Bezerra, 2020, p.86).

Além do que, torna-se visível que há no grupo feminino, apesar das disparidades entre os gêneros, um esforço para se obter uma melhora nas condições empregatícias, e a consolidação como empreendedoras. Essa afirmação vai em concordância com o que indica o SEBRAE, para o qual: “Ser empreendedor significa ser um realizador, que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação”.

Quando se trata das mulheres a frente de seu próprio negócio, tanto razões econômicas, quanto sociais e psicológicas, são apontadas como motivações, porém, essas diferem de pessoa para pessoa, indo de encontro com as necessidades de cada um. Nota-se que a redução da oferta de emprego tem sido um dos principais motivos para que o brasileiro se aventure em criar o seu próprio negócio, visando uma melhor alternativa de trabalho e, até mesmo, considerando a questão de sobrevivência. (Maia e Maia, 2011, p.19).

O fato é que as mulheres vêm conquistando o seu espaço no mercado de trabalho, embora ainda haja uma parcela significativa de desigualdade, notadamente no aspecto salarial. Todavia, é importante destacar que se antes as mulheres eram tidas apenas como experts em tarefas domésticas, é na atualidade que têm demonstrado outras habilidades e atitudes, buscando permanentemente o conhecimento e outros domínios, no passado adormecidos. A força feminina no empreendedorismo se revigora e se desvela. (Silva e Guimarães, 2018, p.7)

Também é notável que, historicamente, quando ocorrem mudanças na sociedade, a mulher passa a assumir tarefas que diferem do ambiente familiar e doméstico, e das atividades costumeiras dos períodos em questão, buscando novos meios para conseguir renda, o que engloba a procura por empreender, já que este ramo vem crescendo de maneira abrangente e, o gênero feminino pode, também,

ver neste, uma saída para novas oportunidades de trabalho e investimento.

Em grande parte dos casos, por falta de empregos formais, a mulher busca no empreendedorismo uma alternativa de trabalho e renda, participando na complementação da renda familiar. Seja pela necessidade de contribuir para o aumento da renda ou sustento da família, ou pelo desejo de realização profissional, as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho. (Amorim e Batista, 2012, p.8).

Apesar disso, de acordo com o SEBRAE (2022), no final de 2019, havia 1,3 milhão de donas de empresas que contratavam empregados, o que representava 13,6% do total das donas de negócio. Já no final do ano passado (2022), esse número havia recuado para 1,1 milhão (11,4% do universal). Ainda segundo a pesquisa, aumentou a proporção de mulheres que são chefes de domicílio. Em 2019, elas eram 47% no último trimestre de 2021, as empreendedoras chefes de domicílio representaram 49% do total. Isso demonstra que para se estabelecer e continuar no mercado, e como empreendedoras, há um desafio a mais, já que as mulheres além de administrar seu próprio negócio, ficam responsáveis pelas questões referentes ao domicílio. Lustosa (2008, p.55) acredita que é preciso considerar o fato de “as mulheres, como há anos lutam por espaço no mercado de trabalho, tornaram-se naturalmente mais competitivas pois, para vencer, têm que ser guerreiras para combater todas as dificuldades”. Isso só confirma que o gênero feminino passa por diversas provações antes de se estabelecer em qualquer ramo, ainda mais como chefes.

Apoiado nos estudos apresentados, fica explícito que as mulheres enfrentam dificuldades extras quando empreendem, devido à construção histórica atrelada ao gênero feminino. Do ponto de vista profissional, as dificuldades para as mulheres também são decorrentes de sua falta de experiência como empreendedoras nessa jornada. As evidências, até o momento, sugerem que as razões que contribuíram para explicar essas diferenças incluem dados demográficos e variáveis socioeconômicas, percepções subjetivas, capitais psicológicos de autoeficácia e fatores culturais. (Félix, 2020, p.62)

Dentre as dificuldades enfrentadas pelo gênero feminino, a referida autora aponta que o medo pode ser um fator que impede as mulheres de empreender,

exemplifica os tipos de medos: da capacidade de financiar o empreendimento; do custo de oportunidade; da ameaça à estima social e de não ter habilidades pessoais de gestão. Argumenta que todas essas questões influenciam negativamente o comportamento empreendedor das mulheres e as atrapalham a seguir uma carreira plena.

Amorim e Batista (2012) lembram que há o fato de que aqueles que empreendem diante de uma necessidade, precisam de apoio e capacitação, o que os fazem buscar todo o tipo de informação e ajuda, mas, muitas vezes, pode não ser de fácil acesso para as mulheres.

[...] em um ambiente de negócios majoritariamente masculino, uma mulher enfrenta várias dificuldades na luta pela igualdade de gênero e reconhecimento. Dentre as adversidades, sofre-se com a falta de apoio familiar, inclusive dificuldade de aceitação, o que pode gerar uma consequência com problemas de autoconfiança. (Bandeira *et al*, 2021, p.3)

Ademais, as mulheres podem sofrer certa precarização trabalhista, que pode vir acompanhada de um desmonte dos direitos das trabalhadoras. Dito isso, é possível apontar programas, como o MEI (Programa Microempreendedor Individual), do Governo Federal, que torna mais frequente a demissão voluntária dos trabalhadores, para se transformarem em microempreendedor. Porém, há problemáticas adjuntas a isso, pois os “trabalhadores constituírem-se como patrões de si mesmo, e ficam à mercê daquilo que são capazes de produzir e/ou realizar, fator revelador da incongruência do discurso ‘livre e autônomo’ presente no empreendedorismo” (Jesus, 2016).

As mulheres enfrentam dificuldades extras quando empreendem, devido à construção histórica atrelada ao gênero feminino. Do ponto de vista profissional, as dificuldades para as mulheres também são decorrentes de sua falta de experiência como empreendedoras nessa jornada. As evidências, até o momento, sugerem que as razões que contribuíram para explicar essas diferenças incluem dados demográficos e variáveis socioeconômicas, percepções subjetivas, capitais psicológicos de autoeficácia e fatores culturais. (Félix, 2020, p.62)

Apesar disso, vale observar que essa procura pelo próprio negócio, partindo das mulheres, acarreta novas oportunidades de investimentos, que tendem a dar

retorno financeiro a essas. Isso ocorre com mais frequência, como já retratado, em áreas em que a sociedade considera “propícia” ao meio feminino, como lojas de vestuário e cosméticos, por exemplo. Então, o que incentiva mulheres a começarem no empreendedorismo, além do possível gosto, da aptidão e da afinidade com a atividade, é o fato de tal atividade comercial ser uma área em expansão, com muitas novidades, com procura cada vez maior, boa lucratividade e por proporcionar bem-estar às pessoas, principalmente, às do gênero feminino (Gelain e Oliveira, 2015, p.10).

Dito isso, as mulheres têm, cada vez mais, superado as disparidades impostas pela sociedade e estão se impondo em diversos ramos de negócios, mas existe um destaque em áreas consideradas “femininas”, sendo mais aceito que elas se estabeleçam como empreendedoras em locais em que a sociedade acredita que as mulheres dominem, o que se relaciona com uma ideia de cunho preconceituoso. Além disso, muitas dessas mulheres passam a trabalhar em casa, deixando a dupla jornada de trabalho mais vigente.

Normalmente, um empreendimento feminino gera apenas o próprio emprego e/ou o emprego de familiares, porém pode gerar, quando o empreendimento tem sucesso, duas frentes de trabalho, pois a empreendedora necessita também de um empregado doméstico, para auxiliá-la nas atividades do lar, mesmo diante de tantas conquistas a mulher nunca será dispensável dessa responsabilidade. Sendo assim além de empreender as mulheres de hoje, mantém as tarefas tradicionais: ser mãe, esposa e dona de casa, tendo então uma jornada dupla. Mulheres motivadas para empreender, em função dos cuidados necessários a família, muitas vezes empreendem em sua própria residência, pois assim conciliam os dois afazeres. (Amorim e Batista, 2012, p. 11).

Considera-se também que, quando as mulheres empregam, elas costumam exercer uma liderança compartilhada, baseada em parcerias internas e externas, demonstrando se importar com o bem-estar dos funcionários de maneira mais abrangente, evidenciando-se que, em vez de exercerem poder sobre os outros, elas exercem poder com os outros (Jonathan, 2011).

Além disso, apesar de enfrentarem as dificuldades e trabalharem duplamente, as mulheres optam por essa área devido a flexibilidade de horário, uma vez que elas administram seu tempo de acordo com as necessidades que possuem, o que

engloba os problemas familiares que podem vir a ocorrer, ocasionando o trabalho fora dos horários convencionais e uma sobrecarga de atividades e de tempo destinado a essas (Lindo *et al*, 2007).

A jornada comum de oito horas de trabalho diárias – em um emprego tradicional – passa a ser mais extensa para aquelas mulheres que têm o seu próprio negócio. Muitas vezes trabalham de doze a catorze horas por dia, principalmente no início do empreendimento. Além disso, o fato de ter investido recursos em uma empresa que é de sua inteira responsabilidade acaba por acarretar preocupações que, por vezes, aumentam o estresse. O fato de trabalhar mais implica, muitas vezes, abrir mão das férias, do lazer e do convívio social. Há uma preocupação constante também com a responsabilidade de garantir o pagamento dos funcionários e o conseqüente bem-estar destes e de suas famílias. (Lindo *et al*, 2007, p. 6).

Mesmo com esse cenário, e com o crescimento do número de mulheres donas do próprio negócio, elas encaram desvantagens em função do gênero, pois são tratadas com inferioridade em comparação aos homens, principalmente em relação aos recursos financeiros, uma vez que se percebe a dificuldade feminina em conseguir financiamentos, tendo essas que recorrerem ao marido ou a família, por exemplo, para conseguir capital para empreender (Silva, Mainardes e Lasso, 2016).

De acordo com Bandeira *et al* (2021), o processo de aceitação na área, muitas vezes, é desgastante para as mulheres, o que acaba gerando uma desmotivação dentro de seu próprio negócio, tornando essa experiência tensa e negativa. Isso se dá pois “apesar das transformações sociais no mundo moderno, as expectativas da sociedade em relação aos papéis masculinos e femininos mudaram muito pouco ao longo do tempo, moldando a relação entre a satisfação na carreira e o conflito família e trabalho” (Bandeira *et al*, p.5).

Para se ter uma ideia, de acordo com estudo do SEBRAE, realizado com base nos dados da PNADC (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua), no quarto trimestre de 2021, o número de mulheres à frente de um negócio no país fechou em 10,1 milhões, o que representa apenas 34%, com relação aos homens (Nascimento, 2022). Entre os brasileiros cadastrados no MEI, 45% são mulheres atuando, em sua maioria, no segmento de serviços, nas áreas de beleza e alimentação (SEBRAE, 2022).

No que diz respeito aos empréstimos, existem aqueles disponibilizados pelo

BNDES (Banco nacional de Desenvolvimento), que oferece crédito a pequenas empresas, podendo vir a contribuir para o início de novos empreendimentos, além da manutenção dos existentes. Mas, apesar da obtenção de empréstimos ser um ponto positivo para se começar o próprio negócio, há uma dificuldade para as mulheres terem acesso a ele (Alperstedt, Ferreira e Serafim, 2014).

Muitas empreendedoras, na falta de recursos próprios para montar seu próprio negócio, se veem dependentes do aporte de capital pelo marido, o que pode vir acompanhado de cobranças ou do medo do fracasso. Nesse sentido, a captação de recursos no mercado é vista como um processo com diversas barreiras: acesso a recursos financeiros, humanos e de capital social. [...] Frente a isso, a busca de recursos para empreender, no caso das mulheres, ainda configura-se como um entrave no processo. Uma barreira está atrelada às garantias exigidas pelas instituições financeiras, visto que, comumente as mulheres são dependentes de outros, como maridos ou outras figuras masculinas, carecendo do aval destes para viabilizar o financiamento (Idem, 2014, p. 224).

Segundo os autores supracitados, esse fator pode contribuir para que as mulheres fiquem mais receosas a começar o seu próprio negócio que, somado aos outros preconceitos encontrados pelo caminho, corroboram para que o gênero feminino tenha maiores dificuldades em empreender. Isso pode ser “justificado pela estrutura social, cultura, costumes”, presentes nas sociedades (Alperstedt, Ferreira e Serafim, 2014). Além dessas características, Costa; Costa e Souza (2021) advertem que é válido dizer que há certas “armadilhas” no que se diz respeito a possuir o próprio negócio, como o fato de que, a fim de conciliar o trabalho e a vida em casa, como já tratado, as mulheres acabam se expondo a jornadas exaustivas, em horários fora do convencional, o que compromete seu bem-estar. Dessa forma, a abertura do próprio negócio pode vir acompanhada de uma precarização do trabalho e diminuição dos direitos do trabalhador).

É isso que está a acontecer com esta narrativa (do empreendedorismo). Ela exibe-se como uma ideia generosa e evidente face à crise generalizada do emprego. Mas propõe um mundo de gente livre e de microempresários felizes em tudo contrastante com a realidade que nos rodeia: um mar de gente precária, uma economia cada vez mais destruída pelo empobrecimento e novas formas de servidão no trabalho, nomeadamente em resultado da individualização das relações de

emprego. O empreendedorismo apresenta-se como a saída para a crise do emprego. Mas trata-se de uma saída que acentua a lógica neoliberal enraizada na origem do problema. Com uma retórica assente na liberdade e na autonomia individual, a narrativa do empreendedorismo tem, por isso, um efeito político cada vez mais evidente: fazer com que cada um se sinta o responsável único pela sua situação. Desembaraçados do contrato de trabalho, instilados de «espírito empreendedor» e munidos de conselhos para melhorar a nossa «empregabilidade», não é afinal um mundo de produtores autónomos o que temos pela frente, mas uma selva de exploração, de desigualdade e de desproteção social (Campos e Soeiro, 2016, p.10).

Apesar de drástica, esta colocação corresponde, muitas vezes, a realidade, principalmente, quando considera-se o empreendedorismo por necessidade, pois, nesta situação, não é incomum que os trabalhadores abram seu próprio negócio sem se preocupar com os seus próprios direitos trabalhistas, o que, no caso das mulheres, pode significar a falta de licença maternidade e as coisas atreladas a esta, por exemplo, já que a CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) garante às gestantes uma atenção especial, sendo direito dessas a licença-maternidade de 120 dias, a partir do 8º mês de gravidez, com salário integral e sem riscos de demissão (Rimaq, 2023). Porém, quando tais comandam seu próprio negócio, torna-se mais difícil manter esse direito, uma vez que seu lucro depende da produtividade e do trabalho que exercem e, o que é garantido pela Lei Complementar nº 128/2008, que corresponde ao pagamento de um salário mínimo as microempendedoras formalizadas durante 120 dias, podendo ser solicitado a partir do oitavo mês de gravidez e até 5 anos após o parto (Maismei, 2023), este valor, grande parte das vezes, é inferior ao recebido por essas mulheres normalmente.

Constata-se em revisão bibliográfica que muitas mulheres encontram a realização pessoal na maternidade; outras definem que para se ter filhos deve-se buscar a estabilidade financeira; dessa forma, trabalham incansavelmente para construir uma boa carreira profissional e alcançar uma estabilidade, para assim, realizarem o sonho de serem mães. Quando alcançam essa realização, se deparam com outro impasse que dificulta a retomada e permanência no mercado de trabalho, que é lidar com a separação dos filhos pequenos (Costa, 2018, p.447).

Isso faz com que as mulheres trabalhem cada vez mais em busca do que muitas consideram como uma realização, que é ter filhos. E, mesmo quando

conseguem uma estabilidade de carreira para isso, precisam conciliar este a continuidade do trabalho em que estão acostumadas, ao mesmo momento em que criam os filhos. Esse fator é árduo para essas mulheres que, por vezes, sofrem pressão para conseguir assimilar ambas as tarefas, o que pode gerar uma contradição entre se dedicar plenamente a carreira ou ao exercício de ser mãe (Costa, 2018).

No entanto, pode-se argumentar que a multiplicidade de papéis femininos não envolve demandas incompatíveis em sua natureza, sendo necessário reconhecer que os papéis de gênero são construídos socialmente e que os processos de socialização demarcam espaços, expectativas, e atividades a serem desempenhadas pelos membros da sociedade. É neste contexto de construção social do sujeito que emerge e circula a percepção do inconciliável, do “ou isso ou aquilo”, e o discurso da culpa feminina, internalizada pelas mulheres no processo de socialização. Nesta abordagem da condição feminina, não há saída para a mulher contemporânea: culpada por trabalhar; culpada por não o fazer. (Jonathan e Silva, 2007, p.78).

Além disso, o desemprego realmente pode ser mascarado pela gama de microempreendedores e trabalhadores não regulamentados, o que causa também uma competitividade nata, que pode contribuir para a precariedade de quem opta por esta área, uma vez que, para se manter nesta, precisam se equiparar ao restante dos trabalhadores e serviços semelhantes oferecidos. Cunha (1979) explica que o capitalismo possui influência nas esferas da demanda e da oferta do trabalho, pois quando há mão de obra excedente, elas passam a se movimentar adjunto ao capital e a força de trabalho, ou seja, à medida que o acúmulo aumenta a demanda de mão de obra, aumenta-se também a oferta. Isso faz com que, com o aumento de microempreendedores, ocorra uma maior oferta aos serviços prestados do que a demanda por esses, o que acaba por fazer com que os preços diminuam para gerar interesse na população em geral.

Nesse contexto, o desemprego é uma realidade para uma parcela da população, que se vê muitas vezes obrigada a recorrer ao auto emprego devido à falta de qualificação exigida pelo mercado ou mesmo pela falta do emprego em si. Esses indivíduos ficam desprotegidos da seguridade oferecida pelo governo, que apenas é garantida para aqueles que estão empregados ou em transição entre

empregos. (Santos *et al*, 2022, p. 106).

Isso mostra que, apesar de, muitas vezes, ocorrer um discurso positivista relacionado ao auto empreendimento, há diversos aspectos negativos que podem ser atrelados ao fato, o que inclui a falta de direitos trabalhistas e uma renda insuficiente para a sobrevivência de quem opta por essa área. Porém, considerando as diferenças discrepantes entre homens e mulheres no mercado de trabalho, este pode vir a ser uma alternativa para o gênero feminino em busca de uma renda justa. Sendo assim, “as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho, na condição de empreendedoras; a cada dia que passa, mais se pretende entender a relevância da contribuição que tal fenômeno possui sobre os aspectos econômico, social, político e cultural” (Félix, 2020). Além disso, “a crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico e a significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país” (Jonathan, 2011), o que torna importante estudar a relação de gênero presente nesta área, mesmo com as adversidades apontadas, observando, para isso, as mulheres no contexto alfenense, suas particularidades e a situação socioeconômica e de trabalho a qual elas vivenciam, podendo compreender melhor particularidades impostas em se gerenciar o próprio negócio.

3 MULHERES EM ALFENAS: A SITUAÇÃO SOCIECONÔMICA

Quando se reporta às condições do comércio no município de Alfenas, os dados mostram que, em 2019, havia um total de 4.287 estabelecimentos comerciais, que geravam 18.225 empregos formais. Apesar disso, nota-se que o total de admissões e desligamentos estão muito próximos quando se olha todos os tipos de empregos, sendo estes formais, cerca 46% da média total. Voltando-se somente para o comércio, a taxa de desligamentos ultrapassa a de contratações, representando cerca de 52% (CAGED, 2022). Esses índices podem ter correlação com a pandemia do COVID-19, mas, ainda assim, também convém analisar o quanto o gênero interfere nesses valores.

No referido ano, o município acumulava mais admissões que demissões, com um saldo de 630 funcionários, onde destacavam-se positivamente as lavouras permanentes (237), os restaurantes e bares (97) e o comércio atacadista de alimentos e bebidas (88). De janeiro a maio de 2023, foram registradas 4,8 mil admissões formais e 4,2 mil desligamentos, desempenho, este, superior ao do ano de 2022, quando o saldo foi de 601. O município possui 22,4 mil empregos com carteira assinada, a ocupação predominante destes trabalhadores é a de vendedor de comércio varejista (1153). Relacionando ao comércio em geral, o número de estabelecimentos vem aumentando com o passar dos anos, em 2019 representava um total de 2.854 mil, passando para 2.928 mil, e em 2020 3.077 mil. Porém, no que diz respeito ao comércio varejista, vem ocorrendo uma diminuição deste, sendo, consecutivamente, de 844, 823 e 821 (IBGE, 2021).

Outro fator válido, a ser observado, é a taxa de fecundidade no município, que era de 1,88 filhos por mulher no ano de 2010, sendo que a maior parte das mulheres no município possuíam filhos (90,4%) (vale ressaltar, que a pesquisa em questão, desconsidera mulheres com faixa etária menor que 10 anos). Dentre essas, 29,6% tinham 2 filhos, seguido por 25,2% com 1 filho, 21,5% com 3 filhos, 9,5% com mais de 6 filhos, 9,3% com 4 filhos e 4,6% com 5 filhos (IBGE, 2010). Porém, esse índice tende a baixar, uma vez que o índice brasileiro também se encontra em queda (Banco Mundial, 2023). Essa possível diminuição se relaciona a diversos fatores, como a participação da mulher no mercado de trabalho, o contexto histórico do

movimento feminista, a introdução da pílula anticoncepcional, a renda, o nível de instrução e o setor de atividade econômica (Fernandes et al, 2011). “Além disso, muitas mulheres têm procurado adiar cada vez mais a maternidade para poderem investir em suas carreiras profissionais” (Lindo et al, 2007).

Os dados a serem apresentados a partir daqui são resultados obtidos por meio do projeto “Identidade Sul-Mineira: diagnóstico cultural, social, político e econômico do Sul de Minas Gerais”, em 2022, que, conforme já mencionado, a autora desse trabalho foi uma das bolsistas de iniciação científica e os resultados apresentados, até o momento, já se relacionam a 20 municípios da região, tais quais, Alfenas e Poços de Caldas, por exemplo.

Para este trabalho, serão destacados os resultados de Alfenas, no qual a grande maioria dos entrevistados residem na cidade (94,0%). Para tanto, foram selecionadas respostas de temas que, de certa forma, estão ligados à temática dessa pesquisa.

Inicia-se com a questão referente ao principal motivo de permanência dos entrevistados residindo no município, no qual as respostas foram, em ordem decrescente: estar com a família (48%), oportunidades de trabalho (18%), nasceu na cidade e nunca pensou em sair/mudar (14,8%) e oportunidade de estudo (5,6%). Ademais, 55,6% colocaram Alfenas como o primeiro município mais importante do Sul de Minas (IDSM, 2022).

No contexto da educação, ou seja, na forma “como avalia o serviço público: creches e escolas públicas”, a avaliação dos entrevistados demonstra certa satisfação, uma vez que a maioria dos entrevistados o consideram bons (52,4%), seguido pelos que o acham regular (19,2%) e ótimo (16%) (IDSM, 2022).

Vale observar também as características das mulheres residentes no município. De forma geral, conforme já mencionado, sua população feminina é, ligeiramente, maior que a masculina, representando cerca de 51%, de acordo com o Censo Demográfico do IBGE (2010). No que diz respeito a cargos de trabalho, é indicado que 40% dos trabalhadores no cargo de gerência ou diretoria são mulheres, 18% dentre os operadores de instalação e máquinas e montadores, 43% entre técnicos e profissionais de nível médio, 31% trabalhadores qualificadas da agropecuária, florestais da caça e da pesca e somente 6,7% dentre os trabalhadores

qualificados, operários e artesãos da construção, das artes mecânicas e outros ofícios. Apesar disso, representam maioria entre as seguintes profissões: Trabalhadores de apoio administrativo (62%), trabalhadores dos serviços, vendedores dos comércios e mercados (57%) e profissionais das ciências e intelectuais (53%, e (IBGE, 2010). Há, neste sentido, uma separação clara entre os tipos de serviço para cada sexo, como será retratado posteriormente.

Sem contar que a população flutuante, que é, em média, 10% do total - por volta de 8.000 pessoas -, representada, em parte, pelos estudantes universitários que são de outros municípios, mas vivem em Alfenas durante o período de graduação e pós-graduação, têm um número elevado de mulheres por conta dos cursos na área de saúde e educação, visto que existe na cidade duas universidades: a pública, Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG), e a particular, Universidade José do Rosário Vellano (UNIFENAS), que ofertam cursos como farmácia, enfermagem, nutrição, pedagogia.

É como se homens e mulheres tendessem a buscar a área de atuação que “confirme” a sua “vocação”, por determinação do que se estabelece como o esperado de cada um dos sexos. Este processo tem início na infância, sob a influência da família e da própria escola, quando meninas e meninos são orientados para objetos de interesse distintos, reforçando o processo de preparação para os papéis que deverão assumir na sua vida adulta (Ristoff *et al.*, 2007, p.12)

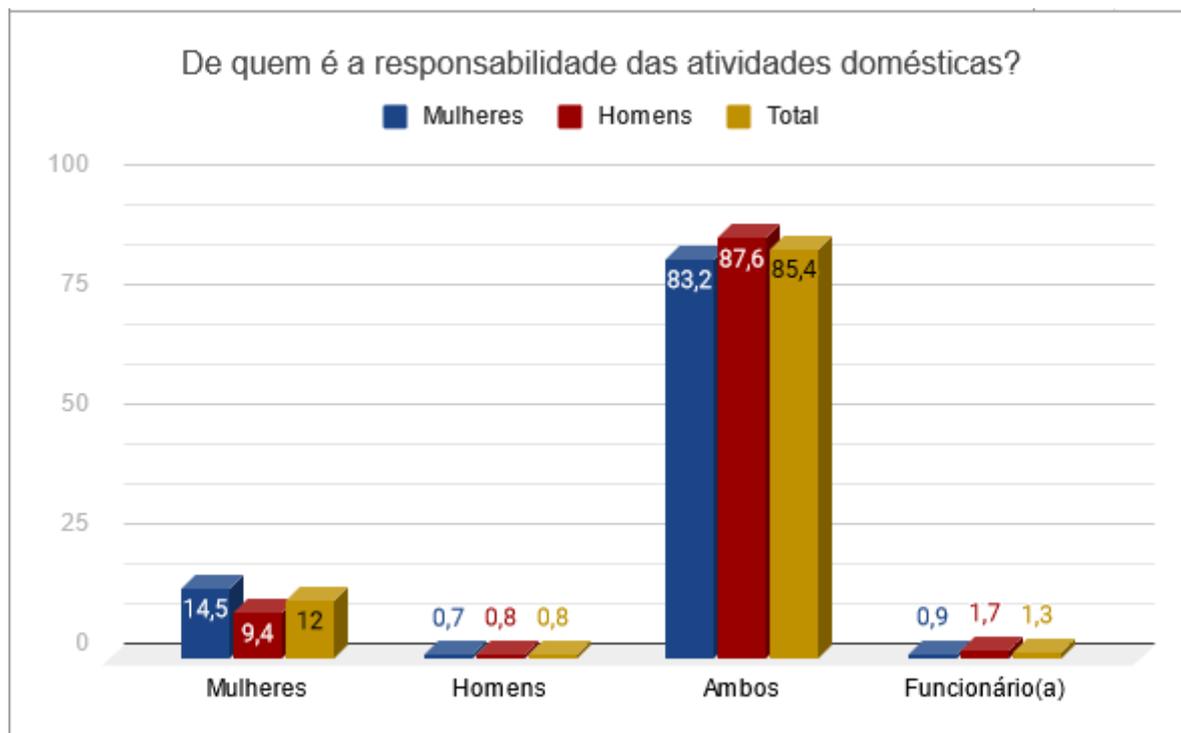
De tal modo, tem-se a predominância feminina nos cursos retratados acima, por se aproximarem do que a sociedade julga como trabalhos femininos, como educar e cuidar. Os dados da pesquisa, “Identidade Sul Mineira”, apontam que quando questionados sobre quem deve ser o principal responsável pelas atividades domésticas e de cuidado com crianças, idosos, e outras pessoas dependentes em uma família, apesar de a maioria dos entrevistados responder todos os moradores, 8,8% das mulheres acreditam que devem ser as responsáveis, enquanto 6,4% dos homens também as apontaram. Apenas 0,8% do gênero feminino respondeu que os homens deveriam ficar com essa função, e 1,6% deles também optaram por essa afirmativa. Em comparativo com o Sul de Minas, temos que um maior número de mulheres acredita que devem ser responsabilizadas por essas questões (14,54%), os homens não diferem tanto, 9,36% acreditam ser responsabilidade das mulheres.

Isso só reforça que o senso da responsabilidade masculina se relaciona muito mais às questões de renda do lar que a cuidados básicos com familiares e a casa (IDSM, 2022).

As atividades não remuneradas realizadas pela dona-de-casa (como por exemplo, a alimentação, o cuidado com a roupa, a limpeza da casa, etc.) têm papel relevante na redução dos custos da reprodução da força de trabalho, mantendo o seu próprio valor em patamares mais baixos. Assim, a responsabilidade da realização das tarefas domésticas pelas mulheres que desempenham um trabalho assalariado no mundo da produção caracteriza a dupla (e às vezes tripla) jornada de trabalho com todas as implicações decorrentes dela, entre as quais destacamos a presença de uma forte opressão de gênero e também de exploração do capital. Em decorrência disso, podemos afirmar que as relações sociais de gênero, aqui representadas pela desigual divisão sexual do trabalho, baseiam-se na articulação do trabalho assalariado feminino com as suas funções de reprodução, uma vez que as relações de gênero no espaço produtivo e na esfera reprodutiva apresentam relação de exploração e opressão respectivamente. [...] Neste sentido, podemos afirmar que na família patriarcal, o homem tende a legislar a vida da mulher e extorquir dela um quantum significativo do seu trabalho doméstico. Portanto, o fato de que, nesse último ponto, muitas mulheres aceitem essa situação por uma questão afetiva, nada muda a dura realidade de opressão, mas a torna ainda mais complexa. (Nogueira, 2010, p,60).

Nota-se pelo gráfico 4, que as atividades domésticas, no que diz respeito ao Sul de Minas Gerais, são relativamente divididas, cerca de 85% afirmaram que tanto homens quanto mulheres devem ser os responsáveis pelos afazeres domésticos. Porém, na análise do coordenador do estudo, apesar de grande parte dos homens e mulheres entenderem que a responsabilidade pelas atividades domésticas precisa ser compartilhada, é possível inferir que ainda é uma tarefa atribuída mais ao papel da mulher (Araújo, 2023).

Gráfico 4 - Relação entre homens e mulheres e quem eles acreditam que devam ser os responsáveis pelas atividades domésticas em Alfenas-MG



Fonte: Pesquisa Identidade Sul-mineira. Unifal-MG, 2022.

Isso implica uma responsabilidade por parte da mulher que afeta diretamente sua relação com o trabalho, pois essa não tem o benefício de se dedicar por completo a carreira, tendo, devido a fatores culturais presentes na sociedade, que arcar com outras responsabilidades que não afetam os homens. Além de que, historicamente, as mulheres foram subjugadas, o que significa que sua relação com o trabalho formal vem sendo conquistada aos poucos, já que ficavam amplamente responsáveis pelos afazeres domésticos. (Nogueira, 2010).

Tanto as mulheres quanto as crianças eram considerados indivíduos frágeis, delicados, assexuados, e que necessitavam da proteção e amparo masculino, o que significa dizer, portanto, que deveriam permanecer longe dos ambientes de trabalho fabris e mercantis. Assim, para as mulheres e crianças foram designadas tarefas especiais, o serviço doméstico e os deveres escolares, respectivamente, pois eles eram considerados mentalmente deficientes, incapazes de entender certos assuntos, ou tomar decisões mais sérias. (Costa, 2018, p. 436).

No município em questão, 97,6% das mulheres costumam realizar atividades

domésticas em uma semana comum, enquanto apenas 83,2% dos homens indicaram o mesmo. Concomitantemente, no Sul de Minas a porcentagem é de 97,15% de mulheres que indicaram realizar as atividades, contra 81,65% dos homens. Isso se torna mais um indício da dupla jornada de trabalho em que as mulheres são submetidas, uma vez que as condições econômicas das famílias também as obrigaram a trabalhar fora de casa (IDSM, 2022). Em Alfenas, há uma proximidade entre a idade em que ambos os sexos se iniciaram no mercado de trabalho, os homens começaram a trabalhar, em média, com 14 anos, enquanto as mulheres, com 14,3 anos. Portanto, observa-se que ambos foram inseridos no mercado de trabalho com idades parecidas.

Da mesma forma, a entrada da mulher no mercado de trabalho passa a ser, também uma necessidade, pois de dono da mulher, herança do patriarcalismo pré-capitalista, o homem passa a ser o seu capataz, provedor da sua existência. Entretanto, ao libertar-se dessa situação a mulher trabalhadora assume o duplo papel de, ao mesmo tempo, vender a sua força de trabalho e cuidar da casa e dos filhos. (Oliveira Neto, Braticevic e Martins Júnior, 2016, p.147).

Quando os entrevistados foram questionados se haviam realizado alguma atividade de trabalho nos últimos 30 dias, cerca de 50% das mulheres responderam que sim, contra 68,8% dos homens. Porém, 28% do gênero feminino indicou que “Não, é dona de casa”, à medida que nenhum homem marcou esta opção (IDSM, 2022). Esta resposta comprova que o trabalho doméstico não é considerado, pela maioria das pessoas, inclusive as mulheres, como trabalho. Porém, muitas vezes, ter alguém que realize estes cuidados com a casa é o que permite que o parceiro trabalhe de maneira integral, pois não precisa preocupar-se com o bem-estar de sua moradia, tendo quem o faça por ele.

Além disso, sobre a realização de trabalho, estágio, se fez algum bico, ou ajudou algum familiar em determinada atividade por pelo menos uma hora no último mês, 72,1% das mulheres responderam que não, contra 86,8% dos homens. Todavia, 9,8% do gênero feminino ajudou parentes, familiares e vizinhos, enquanto apenas 2,6% do gênero masculino respondeu o mesmo. Deste primeiro grupo, 8,2% marcaram que fez faxina, contra 2,6% do segundo, e 4,9% das mulheres também diz ter cuidado de crianças, idosos e pessoas doentes, enquanto nenhum homem

marcou essa opção (IDSM, 2022). Esses dados corroboram para se certificar que realmente há, por parte das mulheres, uma maior responsabilidade em questões secundárias que envolvem relações cuja sociedade considera como típicas femininas, e não só o vínculo com o trabalho formal, como costuma ocorrer com os homens.

Em suma, a dinâmica da emancipação feminina consiste em uma combinação complexa entre a importância crescente de obter e consolidar sua competitividade no mundo do trabalho e o desejo de manter um papel de destaque na esfera privada, isto é, cumprir com as novas exigências de autonomia individual, sem desvencilhar-se de seu lugar de liderança nas atividades domésticas. Enfim, pode-se considerar que a mulher vivencia uma constante ambivalência de sentimentos em relação à conciliação entre trabalho e vida familiar, em uma busca constante de realização, almejando ser altamente competitiva e capaz em todas as esferas de sua vida. (Costa, 2018, p.449).

Dentre os entrevistados, nota-se que grande parte indica-se sendo casado(a) ou em união estável, 57,6% das mulheres marcaram essa opção, enquanto 56,8% dos homens também a marcaram. Com isso, nota-se, novamente, uma discrepância em relação aos gêneros, uma vez que grande parte das mulheres indicou o esposo/companheiro como principal responsável pelo sustento da casa, fato esse que não ocorreu com os homens, os quais, em maioria, indicaram a si próprios como os provedores (tabela 1). Situação semelhante ocorre também no Sul de Minas, no qual apenas 27,24% das mulheres responderam ser as principais responsáveis pelo sustento da casa, contra 50,15% dos homens, e 38,17% do gênero feminino indicou que a responsabilidade é do esposo/companheiro, e apenas 5,81% dos homens marcaram a mesma opção (IDSM, 2022). Isso pode se dar, entre outras coisas pois, a tentativa de igualar a mulher ao homem, na situação de trabalho, não representa, necessariamente, a crença de que os preconceitos contra o trabalho feminino sejam eliminados da sociedade e de que a mulher possa obter sua independência em relação ao homem (Saffioti, 2013, p.76), esse processo de igualdade ainda necessita de tempo e luta para acontecer.

Tabela 1- Principal responsável pelo sustento da casa no município de Alfenas-MG, por sexo, em 2022.

CATEGORIAS	FEMININO (%)	MASCULINO (%)	TOTAL (%)
Eu	19,2	56,8	38,0
Meu Esposo/Companheiro – Minha Esposa/Companheira	44,0	10,4	27,2
As contas são divididas entre os moradores	14,4	16,8	15,6
Minha Mãe	8,8	7,2	8,0
Meu Pai	8,0	4,0	6,0
Meu Padrasto	1,6	1,6	1,6
Meu avô/Minha avó	0,8	1,6	1,2
Filhos	1,6	-	0,8
Meu Irmão	0,8	-	0,4
O Casal	-	0,8	0,4
Sogro/Sogra	0,8	--	0,4

Fonte: IDSM (2022). Elaborado por Mariana Romanzini Freire.

Ademais, “se, normalmente, o trabalho feminino é considerado subsidiário na formação econômico social capitalista, o salário da mulher é encarado como um mero suplemento para elevar os rendimentos da família” (Saffioti, 2013, p. 102). Dessa maneira, o gênero feminino muitas vezes possui rendimento que auxilia na renda da casa, mas não ganha o suficiente para garantir o sustento pleno, recorrendo ao marido para ser o principal responsável. Apesar disso,

O número de lares chefiados por mulheres está crescendo vertiginosamente no Brasil, revelando uma posição social cada vez mais ocupada por mulheres no contexto atual das famílias brasileiras: a de provedoras do sustento da família. Esta realidade cada dia mais comum no país caracteriza arranjos familiares que contrariam os preceitos do patriarcado, contestam modelos tradicionais e revelam paisagens até então desconhecidas ou pouco evidenciadas. (Perucchi e Beirão, 2007, p.58).

É importante destacar, no entanto, que as mulheres alfenenses

representavam pouco mais de 45% das pessoas economicamente ativas no município (IBGE, 2010). Visando isso, pode-se dizer que as mulheres enfrentam diversas dificuldades para conseguir garantir sua renda, como a dupla jornada de trabalho, por exemplo. Porém, estas estão explorando as questões que envolvem o mercado de trabalho e o empreendedorismo, expandindo sua área de interesse e participando de todas as profissões. Sendo assim, o recorte alfenense se dá além da grande presença feminina na cidade, considerando também a relação que estas possuem com o mercado de trabalho. Com relação as características gerais, temos que, para as mulheres, o principal problema do município é a saúde (26,4%), seguido pelo desemprego (18,4%). Quando se considera o Sul de Minas Gerais, como um todo, as respostas foram semelhantes, ou seja, saúde (25,8%) e desemprego (17,26%) se destacaram também (IDSM, 2022).

Com relação à escolaridade, observa-se que, de acordo com a pesquisa em questão, quando perguntados sobre abandono da escola em período escolar, 60% dos homens responderam que sim, contra 52,8% das mulheres. Quanto ao motivo que levou a isso, a relação com o trabalho, foi reposita apontada tanto pelos homens (66%) quanto para as mulheres (35,6%). Por outro lado, enquanto para as mulheres a necessidade de ajudar nos afazeres domésticos foi um motivo razoavelmente importante (6,8%), para os homens nem tanto (2%) (IDSM, 2022).

O percentual se repete na opção “falta de condições financeiras”, com o diferencial que nenhum homem marcou a opção (IDSM, 2022), o que pode indicar que a educação feminina não constitui uma prioridade.

Cerca de 43% das mulheres indicaram não ser fácil nem difícil administrar as contas da casa, sendo o dinheiro suficiente para pagar as despesas mensais, embora nunca haja sobra e, 56,8% dos homens optaram pela mesma resposta, enquanto 20,8% dos homens indicam que é muito difícil administrar as despesas, pois a renda é insuficiente para cobrir as despesas mensais, contra 39,2% das mulheres que marcaram esta opção. Respectivamente, no Sul de Minas, as respostas foram 54,12% das mulheres, 55,04% dos homens na primeira categoria, e 34,03% das mulheres e 24,46% dos homens, na segunda (IDSM, 2022).

Nota-se, portanto, uma dificuldade maior do gênero feminino em manter a casa, certamente, porque elas possuem uma renda bem inferior (1.363 reais, em

média), em comparação aos homens (3.219 reais, em média), considerando o município selecionado. Porém, no Sul de Minas como um todo, esse valor não se sobressai tanto quanto, apesar de representar um número significativo (63%), uma vez que, o valor médio vindo do salário para os homens é de 2.933 reais, e das mulheres de 1.794 reais. Apesar disso, ocorre uma diferença salarial de cerca de 38%, o que também é preocupante uma vez que isso indica que há diferenciação em todos os municípios pertencentes a região (IDSM, 2022).

Essa diferença salarial se torna mais discrepante ao analisar as horas trabalhadas por ambos os sexos, pois não se diferenciam de maneira tão abrupta para justificar um valor de 42% mais alto para os homens. A maioria dos trabalhadores possui carga horária de mais de 20 a 44 horas trabalhadas durante a semana, 52,4% das mulheres e 58,1% dos homens (IDSM, 2022), ou seja, ambos os sexos trabalham, em maioria, o mesmo expediente, o que deveria nivelar o valor salarial, já que dedicam tempo semelhante a serviços da qual obtém a renda.

A inserção feminina no mercado de trabalho tem-se caracterizado por clara desvantagem em relação aos homens em termos de rendimento [...] nos estudos sobre diferenciais de salário, uma das questões que tem chamado a atenção dos analistas refere-se à situação em que indivíduos igualmente produtivos são diferentemente avaliados com base em atributos não produtivos. Neste caso, diz-se que existe discriminação no mercado de trabalho. A discriminação por gênero encontra-se presente em praticamente todas as sociedades, independentemente dos traços culturais e religiosos e dos sistemas políticos econômicos. Muitas são as consequências que os processos discriminatórios introduzem nas relações humanas de modo geral e nos mercados de trabalho em particular. No mercado de trabalho, a discriminação provoca mal uso dos recursos humanos, na medida que os agentes econômicos, em se utilizando das disparidades de remuneração, alimentam formas rígidas de relações de trabalho, permitindo uma ineficiência da atividade econômica. A formação de estereótipos masculinos e femininos, além de falsear a imagem social de importantes segmentos humanos, afetam negativamente os estímulos as qualificações, contribuindo para a perpetuação de desigualdades sócio-econômicas. (Araújo e Ribeiro, 2002, p.2).

Como uma das consequências disso, 38,4% das mulheres solicitaram empréstimos, contra apenas 24% dos homens. A finalidade do empréstimo feminino variou, sendo, consecutivamente, para pagar dívidas, no qual 29,2% destinados a

contas atrasadas, 18,8% a contas mensais (água, luz, gás etc.), 18,8% à construção/reforma da casa e 14,6% ao financiamento de automóveis. Vale ressaltar que 56,8% desses entrevistados responderam que podem recorrer a empréstimos de dinheiro a um parente e não a instituições financeiras (IDSM, 2022). Ainda com relação à renda, quando perguntados sobre onde se classificam em uma escala de pobreza, nota-se que o gênero feminino é desfavorecido em relação ao masculino (tabela 2).

Tabela 2- Classificação de escala de pobreza, por sexo, no município de Alfenas- MG, em 2022.

CATEGORIAS	FEMININO (%)	MASCULINO (%)	TOTAL (%)
Muito pobre/ pobre	40,8	27,2	34,0
Nem pobre nem rico	56,8	68,0	62,4
Muito rica/rica	1,6	4,8	3,2

Fonte: IDSM (2022). Elaborado por Mariana Romanzini Freire.

No Sul de Minas, os dados também mostram que as mulheres se consideram mais pobres que os homens. 36,34% delas se consideram pobres/muito pobres, contra 31,80% dos homens. Respectivamente, 60,81% indicaram não ser nem pobres nem ricas, enquanto 64,22% dos homens optaram por essa opção, e 1,65% se consideram muito ricas, contra 2,60% do gênero masculino (IDSM, 2022).

Todos esses fatos corroboram para que o índice de vulnerabilidade social feminino seja mais elevado que o masculino. No município de Alfenas, a média por sexo é 0.952 masculina e 1.05 feminina.

Na perspectiva cepalina pobreza e exclusão são fenômenos que atingem de forma diferenciada os sexos. Para as mulheres esta realidade de carências é mais aguda, uma vez que elas realizam uma gama enorme de atividades não remuneradas, seja no âmbito mercantil, seja no seio da família, pela dedicação às atividades do lar que as fazem ser majoritariamente dependentes da provisão masculina para o sustento de suas famílias. Como dentro das famílias há um intenso processo de redistribuição de renda e como há uma variação das necessidades de consumo com a idade das pessoas e as “economias de escala” nas despesas familiares que penalizam as mulheres, responsáveis pelo bem-estar familiar. (Melo

e Bandeira, 2005, p.16)

De acordo com Censo Demográfico de 2010, cerca de 45% das pessoas com rendimento eram mulheres, sendo elas as principais responsáveis pelo domicílio (totalizando cerca de 52%) em Alfenas. Contudo, quando se olha a relação empregatícia, têm-se que os homens são maioria como empregadores (71,3%) e como trabalhadores por conta própria (68,2%) (IBGE, 2010). Esses dados permitem observar que o gênero feminino costumava ser desfavorecido em relação ao empreendedorismo no município. Dessa forma, convém analisar a mudança desses números com o passar do tempo, e se esses permanecem, além de se olhar as dificuldades das mulheres em iniciar e manterem-se como empreendedoras.

Devido as diversas dificuldades que permeiam as mulheres, essas buscam novas perspectivas para tentar se equiparar dentro do mercado de trabalho, aumentando sua renda, pois a “sociedade coloca obstáculos à realização plena da mulher” (Saffioti, 2013) o que as faz, muitas vezes, voltar-se para o empreendedorismo. Este pode ser considerado como criação de novas empresas ou de novos produtos, normalmente, envolvendo riscos. O empreendedorismo feminino se dá quando essas ações são realizadas por mulheres. Para (Amorim e Batista, 2012, p.7) quando se trata do empreendedorismo feminino, nota-se que este já é uma realidade para muitas mulheres, o que já é de grande importância, porém, estas, por muitas vezes, acabam por empreender em áreas consideradas femininas pela sociedade, como comércios varejistas em lojas de roupas femininas, redes de salão de beleza, ou comercialização de cosméticos.

Apura-se que antes a atividade que predominava no empreendedorismo feminino era a prestação de serviços e algumas comerciais como lojas de vestuário e acessórios, atualmente, devido ao fato das empreendedoras estarem cada vez mais escolarizadas e informadas, a indústria também tem sido alvo destas profissionais. Desta maneira, vestuário, produção de brinquedos e bijuterias entre outros, indústria de alimentos e bebidas, comércio e serviços com destaque para salões de beleza, lanchonetes e acessórios do vestuário, são as atividades que mais atraem o empreendedorismo feminino, segundo SEBRAE (2013). (Gelain e Oliveira, 2014, p.39)

Os dados da pesquisa, Identidade Sul Mineira (2022), mostraram que a porcentagem de homens e mulheres que se denominam autônomos/trabalham por

conta própria, no município de Alfenas-MG, se equipara, sendo os homens os primeiros 20,9% entre os entrevistados, enquanto o gênero feminino 19%. Com relação ao Sul de Minas, estes dados são de 36,36% das mulheres que são autônomas/trabalham por conta própria, e 44,79% dos homens que responderam o mesmo (IDSM, 2022). Apesar da diferença ser maior que a de Alfenas, ainda não se distanciam de maneira tão abrangente.

Apesar dos dados demonstrarem que ainda há grande disparidade entre os sexos, e que os homens possuem benefícios quando se consideram as mulheres, como um salário 58% mais alto que o feminino, sendo então os responsáveis, em sua maioria, pelo sustento da casa e que as mulheres se encontram em maior vulnerabilidade socioeconômica, entre as pesquisadas, 85,6% indicaram uma boa perspectiva para o futuro, indicando acreditar que a situação, em geral, vai estar melhor do que está hoje, tendo apenas 8% das entrevistadas indicado que acredita que sua situação vai estar pior que atualmente (IDSM, 2022).

De tal modo, a relação das mulheres com o mercado de trabalho, tanto em Alfenas, quanto no restante do país, tende a melhorar, alcançando situações mais igualitárias, apesar de lentamente e com dificuldades. Devido a isso, ocorrem estratégias e mudanças de áreas, da parte feminina, para se tentar alcançar oportunidades semelhantes, indo em oposição a cultura presente na sociedade, como a relação das mulheres donas do próprio negócio, como foi retratado anteriormente.

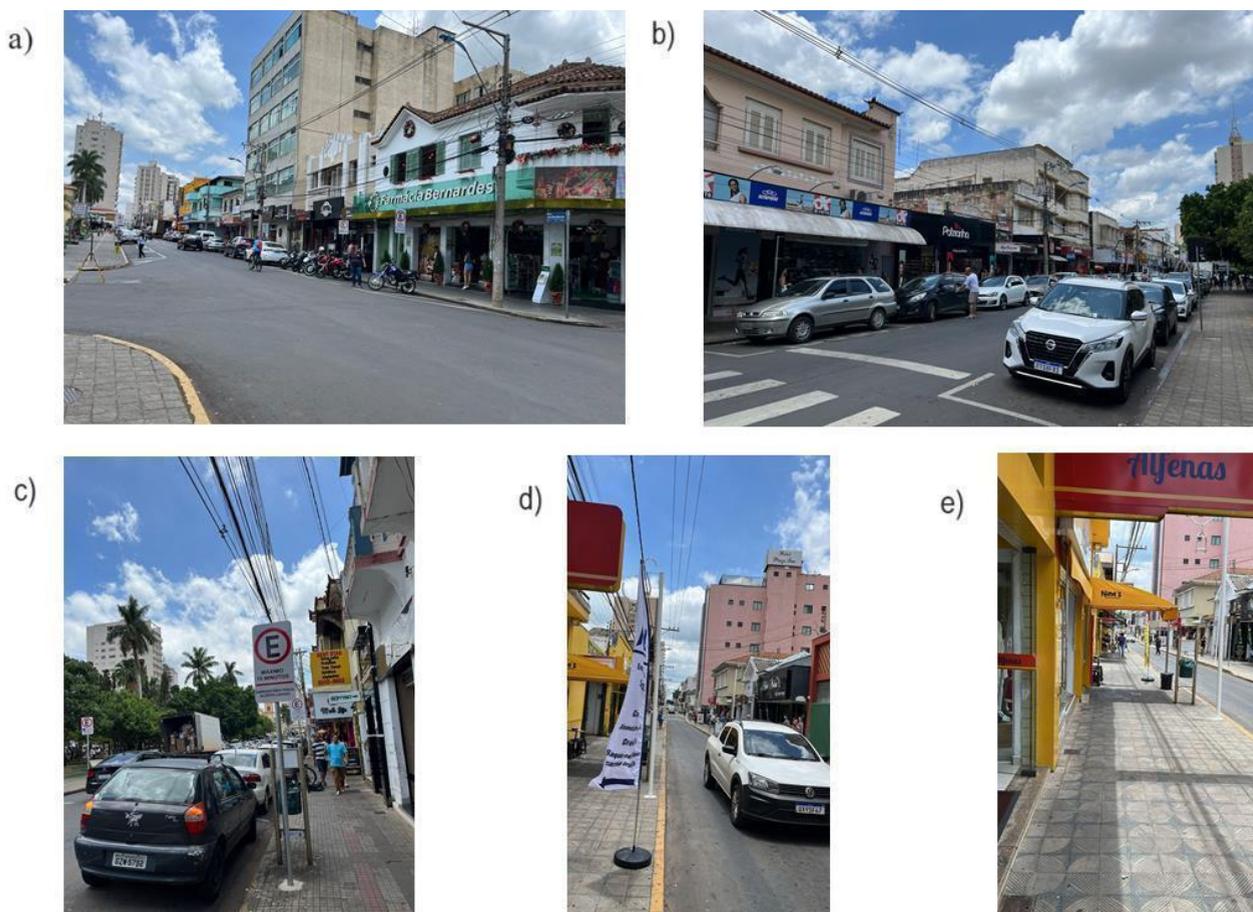
3.1 PERFIL DAS MULHERES ENTREVISTADAS

A partir do trabalho de campo realizado nas áreas comerciais da cidade de Alfenas, visitando os estabelecimentos de proprietárias mulheres, foi possível notar que há grandes semelhanças na maioria das respostas, indiferente do bairro pesquisado. A distribuição por bairro se deu de acordo com os comércios presentes em cada local pesquisado, para totalizar as 25 mulheres, foram 14 na área central, 7 na Rua João de Souza Sobrinho (Vila Betânia II) e 4 na Avenida Jovino Fernandes de Salles (Boa Esperança, Novo Horizonte e Pinheirinho).

Portanto, a maior parte da demanda comercial pode ser sanada na área central, na qual estão concentrados os estabelecimentos comerciais, sobretudo os

de vestuários, que são o foco dessa pesquisa. Na figura 4 pode-se observar imagens de ruas da área central da cidade. É importante ressaltar que a presença do comércio, tanto nessas ruas, quanto nas dos demais bairros estudados, podem ser explicados pelo fato de que a cidade, como um todo, foi determinada pelos interesses do lucro (Sposito, 1988).

Figura 4 - Comércio na área central da cidade de Alfenas-MG.



Fonte: Acervo pessoal

Legenda:

- a) Praça Getúlio Vargas, Alfenas-MG
- b) Rua Cônego José Carlos, Alfenas-MG
- c) Rua Cônego José Carlos, Alfenas-MG
- d) Rua Coronel Laurindo Ribeiro, Alfenas-MG
- e) Rua Coronel Laurindo Ribeiro, Alfenas-MG

No que se refere aos outros bairros, nos quais foram realizadas as entrevistas, tem-se o Jardim Nova América, no qual a Rua João de Souza Sobrinho concentra atividade comercial na localidade do comércio, contando com uma diversidade de lojas, não só de vestuário, mas também de calçados, além de clínicas

odontológicas, padarias, açougues e casa de material de construção, por exemplo (Figura 5). Apesar disso, nota-se que a rua não foi planejada com o intuito de ser um centro comercial, sendo que nela a presença de residência é bem maior do que na área central.

Figura 5 - Rua João de Souza Sobrinho, localizada no bairro Jardim Nova América, na cidade de Alfenas-MG.



Fonte: Acervo pessoal (2023).

Legenda:

- a) Parte da rua João de Souza Sobrinho.
- b) Parte da rua João de Souza Sobrinho.

Com relação à Avenida Jovino Fernandes Salles, que corta os bairros Boa Esperança, Novo Horizonte e Pinheirinho, o comércio de vestuário não é predominante, uma vez que há outros ramos, como lojas de material de construção, dois grandes supermercados e postos de combustível. Vale dizer que, além do comércio, também estão localizados nessa avenida uma indústria de injeção de plástico para motocicletas (Paramotos), que emprega centenas de funcionários e a Unidade Educacional Santa Clara, da UNIFAL-MG. Dessa forma, tais características contribuem para que essa seja uma das vias com tráfego mais intenso da cidade (Figura 6).

Figura 6 - Avenida Jovino Fernandes Salles, localizada no Residencial Novo Horizonte, na cidade de Alfenas-MG.



Fonte: Acervo pessoal (2024)

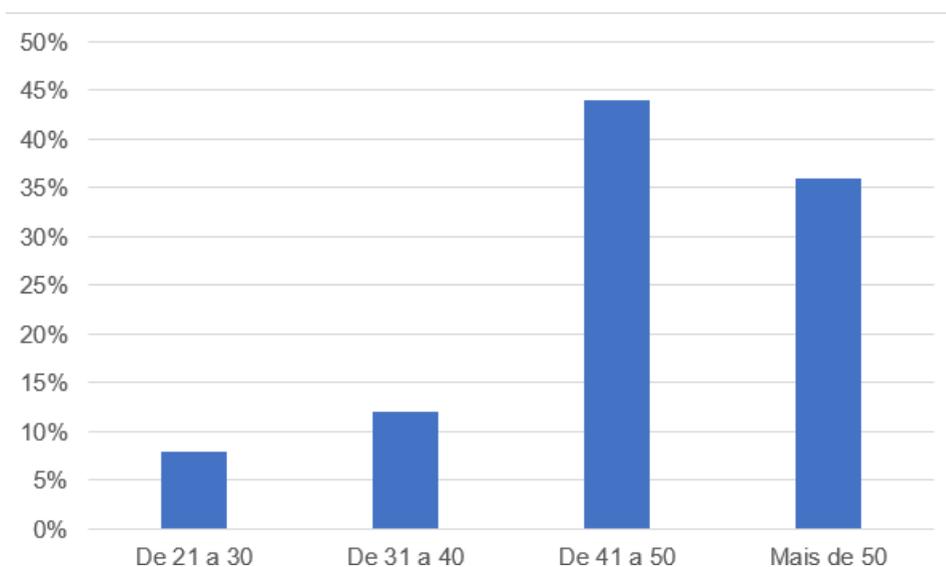
Legenda:

- a) Parte do canteiro central da Avenida Jovino Fernandes Salles.
- b) Avenida Jovino Fernandes Salles, Alfenas-MG, mostrando uma parte da Paramotos.

Isso posto, serão apresentados os resultados dos questionários, na tentativa de traçar o perfil geral das mulheres que foram entrevistadas.

De imediato, buscou-se identificar a faixa etária das entrevistadas, na qual, boa parte, situa-se entre 41 e 50 anos (44%), seguidos por aquelas que estão acima de 51 anos (36%), totalizando 80% e, numa proporção bem menor, as mulheres de 31 a 40 anos (12%) e de 21 a 30 anos (8%) (Gráfico 5). A explicação para a predominância de mulheres mais “maduras” nesse tipo de negócio pode ser explicada pelo fato de que o interesse do jovem brasileiro em empreender pode ser considerado um fenômeno recente, além de que, muitos deles, quando abandonam a escola, podem não querer se aventurar em abrir um negócio sem a certeza de lucro, optando por empregos mais “seguros” (Reis e Santos, 2021).

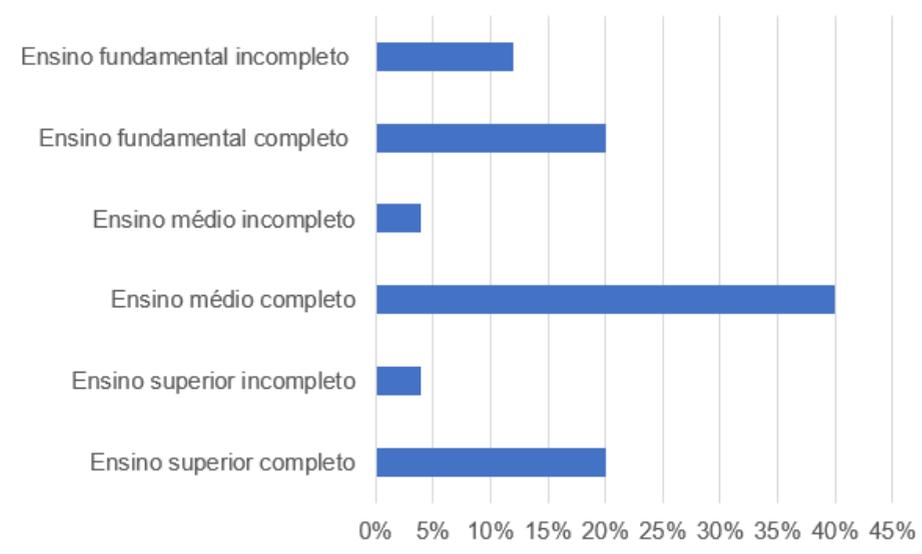
Gráfico 5 - Faixa etária das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.



Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

Em relação ao grau de escolaridade, nota-se que, parte considerável das entrevistadas possuem ensino médio completo (40%), seguidos por aquelas que completaram o ensino fundamental e o ensino superior (20% cada), com ensino fundamental incompleto (12%) e, por último, com ensino fundamental e ensino superior incompleto (4% cada) (Gráfico 6). No grupo das mulheres com ensino médio completo, todas são proprietárias de lojas no centro que, como já mencionado, é a área de maior concentração do comércio, logo, o bairro mais nobre da cidade. Então, pode-se considerar que as mulheres com maior escolaridade têm mais chances de abrir o negócio na área central, podendo vir a buscar uma área de maior movimento, não necessariamente perto de onde residem.

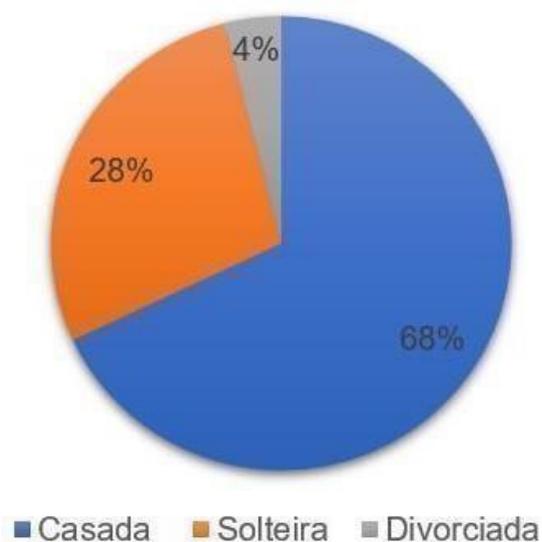
Gráfico 6 - Nível de escolaridade das proprietárias de lojas de confecções na cidade Alfenas-MG



Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

Sobre o estado civil das entrevistadas, a maioria delas é casada (68%), seguidas pelas solteiras (28%) e pelas divorciadas (4%) (Gráfico 5). Isso já mostra, de antemão, que essas mulheres podem estar sujeitas à jornada dupla de trabalho.

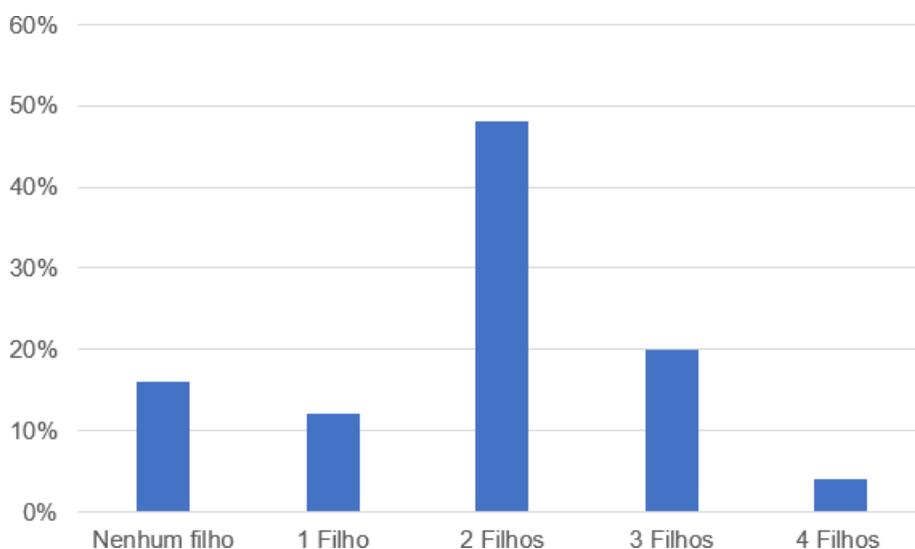
Gráfico 7 - Estado civil das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.



Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

O próximo passo foi investigar se essas mulheres são mães. Nota-se que, praticamente, metade das entrevistadas possuem 2 filhos (48%), seguidas por aquelas que possuem 3 (20%), nenhum (16%), 1 (12%) e 4 (4%) (gráfico 8). Esses dados mostram que, além de conciliar os serviços domésticos e a carga horária semanal de trabalho, de todas as questões necessárias para manter o comércio funcionando, ainda possuem responsabilidades relacionadas a criação dos filhos, o que pode significar uma tripla jornada de trabalho, pois, além de responsável pelo lar, o seu trabalho, também envolve a manutenção de sua empresa, precisando estudar estratégias e desenvolver novas formas de venda, ser responsável pela compra de mercadoria e todos os detalhes que mantêm seu comércio. Ainda assim, a maioria das mulheres participam integralmente do sustento da casa, uma vez que, 36% indicou ser a principal responsável, mesma quantidade das que indicaram dividir as despesas igualmente, contra 28% que responderam não ser a principal responsável.

Gráfico 8 - Quantidade de filhos das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.



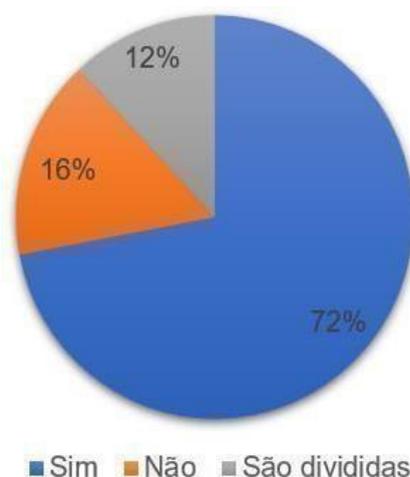
Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

Ao serem indagadas se são as principais responsáveis pelo sustento da casa, tiveram o mesmo número de respostas, sim, em relação as que dividem as despesas geradas, ambas com 9, representando 36% do total, enquanto em 7 casos

não são elas (28%). Desses, 6 são sustentadas pelo marido e, em apenas 1, pelo filho. Dessa forma, indiferente da renda obtida e dos trabalhos a mais realizados, elas ainda são grandes responsáveis pela renda da família.

Outra questão que se relaciona ao fato é a desvalorização das atividades domésticas, dada a sua invisibilidade social, conforme bastante discutida no capítulo anterior, uma vez que, a maioria das entrevistadas, num total de 18 (72%), além do trabalho em sua loja, permanece sendo a principal responsável por essa função e, em apenas 4 casos (16%), sendo realizadas pela mãe (1) e por faxineiras (3), e em 3 são divididas (12%), entre o esposo e ela (2) e entre todos os moradores da casa (1) (gráfico 9).

Gráfico 9 - Divisão das atividades domésticas na casa das proprietárias de lojas de confecção na cidade de Alfenas-MG.



Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

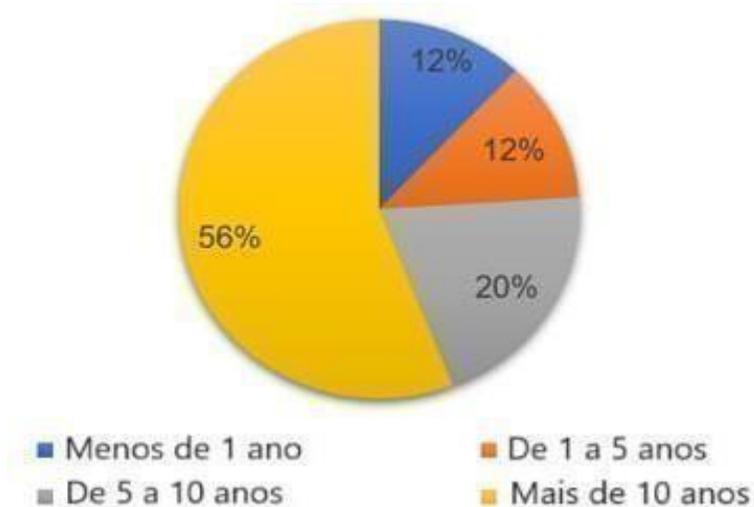
No que se refere ao questionamento se essas mulheres exerciam outra atividade antes de empreender, as respostas mostraram uma ligeira diferença entre as 13 que responderam sim (52%), contra as 12 que responderam não (48%). As profissões exercidas por essas mulheres, antes de serem comerciantes, foram diversas, como: contadora; estudante; professora; empregada doméstica; vendedora técnica de enfermagem; garçonete; em hospital, como atendente e, em fábrica, como operária. Dessa forma, muitas dessas mulheres mudaram de emprego e decidiram empreender em busca de melhores condições de vida e empregatícias,

com uma maior renda e, ao que tudo indica, grande parte delas conseguiu. Isso pode ser constatado pelas respostas dadas por elas quando questionadas se o ganho é maior hoje, com o próprio negócio, do que se estivesse trabalhando para alguém, a maioria, ou seja, 19 das 25 mulheres entrevistadas, respondeu afirmativamente (76%), embora apenas uma delas não tenha exercido atividade remunerada antes de empreender.

Sobre motivação que tiveram para empreender, diferentes respostas foram obtidas. Entre elas, destacam-se: dinheiro; maior independência, tanto de dinheiro quanto de horário; necessidade financeira, o fato de ser dona do próprio negócio; oportunidade; gosto por ter um negócio; por ter tido filhos e necessitar de maior flexibilização de horário de trabalho, fazer o próprio salário; autonomia; por ter crescido no ramo e por ter se aposentado, mas com vontade de continuar trabalhando. Essas justificativas se relacionam as mulheres que já tiveram experiências trabalhando para alguém e, devido a isso, decidiram arriscar no ramo próprio, modificando as coisas que não achavam viáveis quando trabalhavam para outra pessoa, ou as donas de casa que, ao precisarem trabalhar, preferiram aderir às próprias regras de trabalho. No entanto, a maioria indicou que não teve apoio, nem fez cursos para começar seu próprio negócio, uma vez que apenas 4 (16%) respondeu afirmativamente à pergunta, sendo que uma disse que teve apoio e as outras que fizeram curso de moda e administração, costura e curso online de *marketing*.

Sobre o tempo de funcionamento do estabelecimento comercial comandado por elas, a maioria tem mais de 10 anos (56%), seguido por aqueles com menos de 10 anos (20%) e em igual proporção aqueles de 1 ano a 5 anos (12%) (Gráfico 10). Assim, pode-se dizer que os estabelecimentos dessas mulheres são sólidos, uma vez que conseguiram se manter como empreendedoras por muitos anos. Um fato que vale a pena mencionar é que não há uma relação direta com idade e tempo de comércio em funcionamento, uma vez que há estabelecimentos com menos de 1 ano que são regidos por mulheres com mais de 50 anos, enquanto se tem estabelecimentos com mais de 5 anos, o qual a dona possui apenas 32 anos.

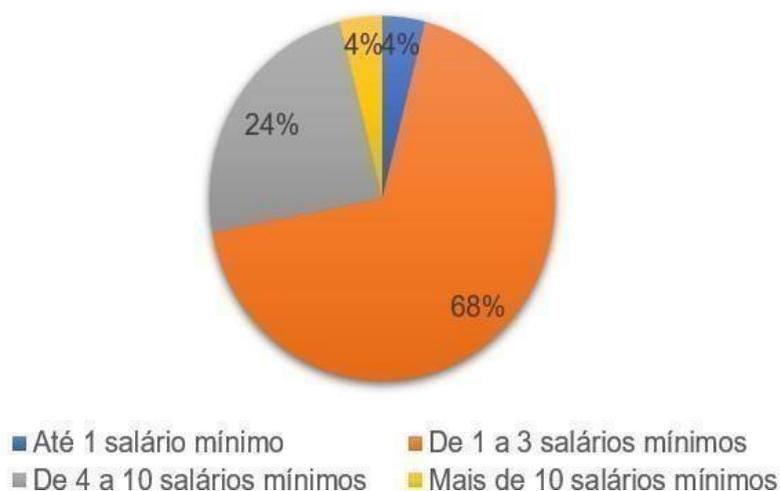
Gráfico 10 - Tempo de funcionamento estabelecimento comercial das proprietárias de lojas de confecções na cidade Alfenas-MG.



Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

É possível analisar que a média salarial dessas mulheres é elevada quando se comparada a renda feminina em Alfenas, apresentada no capítulo 1, que representa cerca de 1 salário-mínimo, uma vez que a maioria das empreendedoras entrevistadas respondeu que possui renda líquida de até 3 salários mínimos (68%). Se somarmos com aquelas 6 mulheres que ganham de 4 a 10 salários (24%), esse número representa um ganho razoável para elas. Nos dois extremos, apenas 1 respondeu ganhar até 1 salário (4%), sendo que essa mesma mulher também indicou que trabalha menos de 20 horas semanais, e outra que possui renda maior de 10 salários-mínimos (4%) (Gráfico 11). Não houve diferença de resposta de renda entre os bairros, uma vez que todos eles variaram nos valores indicados pelas entrevistadas. Provavelmente, a responsabilidade delas com o sustento da casa, relatado anteriormente, pode estar ligada à renda mensal apontada pelas entrevistadas.

Gráfico 11 - Renda mensal das proprietárias de lojas de confecções na cidade Alfenas-MG.

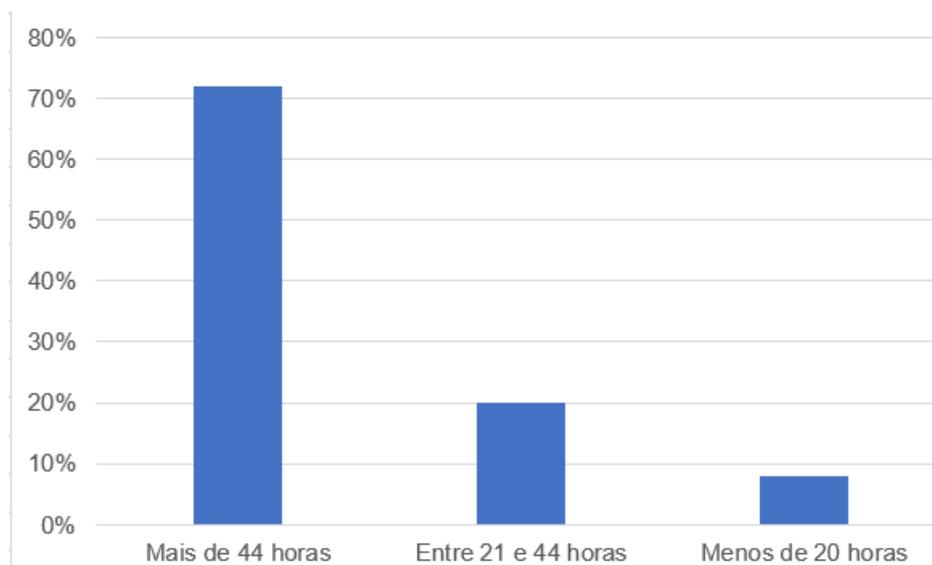


Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

A partir desses dados, pode aferir que estão relacionados ao que foi mencionado, anteriormente, sobre a dupla jornada de trabalho, pois, mesmo que as mulheres tenham seu próprio negócio e dediquem muitas horas a ele (gráfico 9), ainda são responsáveis pela limpeza e arrumação da casa e, possivelmente, pela criação dos filhos, uma vez que grande parte delas indicou que possui filhos (Gráfico 10). Eles, inclusive, foram apontados como justificativa, para algumas, por terem começado o próprio negócio, que permite uma maior flexibilização de tempo, para poder estar com eles.

O gráfico 12 mostra que grande parte das mulheres excede 44 horas trabalhadas por semana, e, muitas das vezes, sozinhas, pois a maioria delas não possui funcionários no estabelecimento comercial, representando 19 entrevistadas (76%).

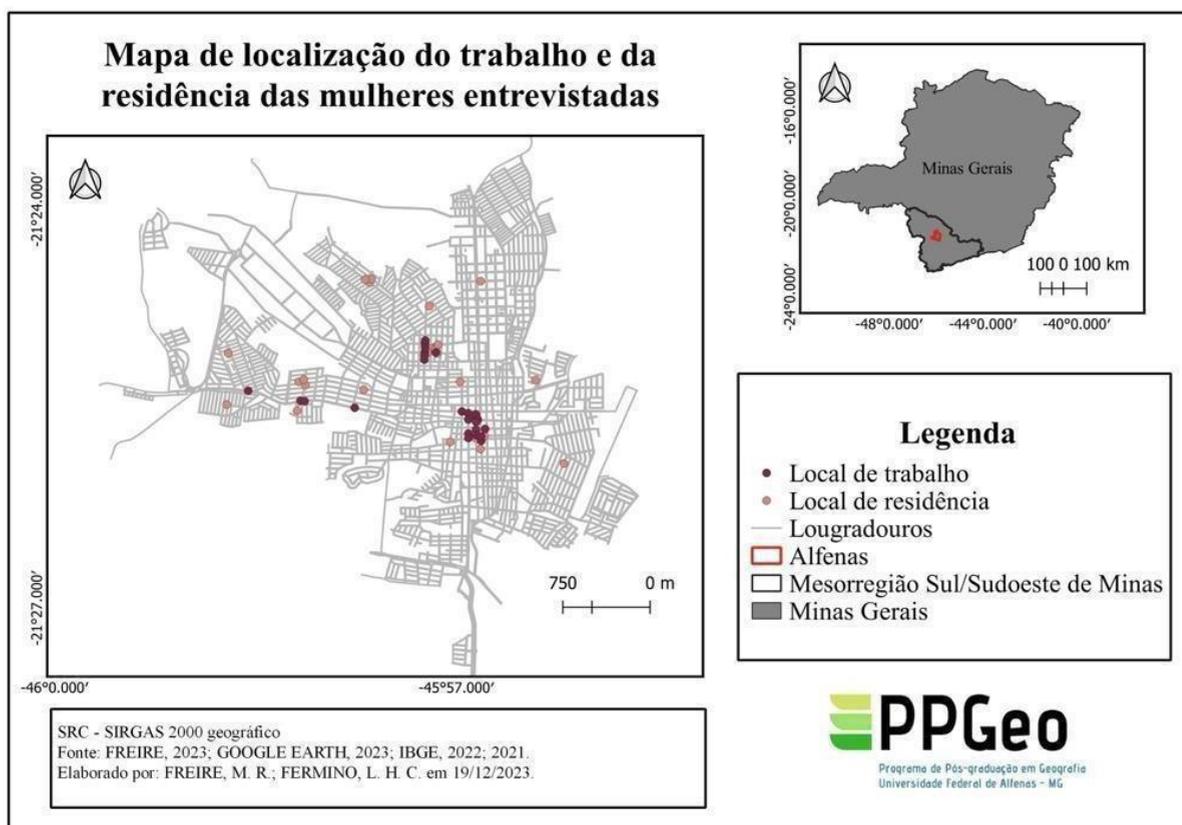
Gráfico 12 - Carga horária semanal de trabalho das proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG



Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

Diante de tal situação, somada à dupla jornada de trabalho, foi importante perguntar se elas residem próximas ao seu estabelecimento comercial, o que foi confirmado pelo mapa com a representação do local de trabalho e de moradia delas (figura 7). Nele, pode-se observar que grande parte das mulheres reside perto do estabelecimento comercial, porém, a maioria que possui essa proximidade, são as mulheres em que o empreendimento não se localiza no centro. Dessa forma, temos que as mulheres que possuem o negócio fora do centro da cidade conseguem residir próximo, mas as que se encontram no centro, provavelmente por ser uma área comercial com valor elevado de aluguel, não possuem a mesma comodidade.

Figura 7 - Mapa de localização do trabalho e de moradia das mulheres entrevistadas em Alfenas- MG.



Fonte: Freire e Fermino (2023).

Considerando que a pesquisa tem como foco o gênero feminino, elas foram questionadas sobre a importância de contratar mulheres como funcionárias e, como já era de se esperar, a grande maioria (96%), respondeu que sim, apontando como motivos para essa prática: afinidade com o público; facilidade de entender as necessidades das clientes; maior comunicação; entendimento do produto; dar oportunidade de emprego; merecimento, já que as consideram como mais responsáveis; incentivar a independência feminina; se sentir mais à vontade com mulheres; serem mais fáceis de trabalhar e por terem maior dedicação ao trabalho e ajudarem mais. Por outro lado, a única entrevistada que respondeu negativamente, justificou sua resposta dizendo que acredita que elas não “vestem a camisa da empresa”. Dentre as que empregam, nota-se que as funcionárias mulheres predominam, sendo que 3 indicaram ter 1 funcionária, uma indicou ter 2 funcionárias, uma ter 4, e uma possuir 7 funcionários, dentre eles, apenas 1 homem.

Nos tipos de mercadoria que compram para revender, vem em primeiro lugar roupas femininas e masculinas (40%), seguidas por apenas femininas (32%) e roupas e acessórios femininos (28%) (Tabela 3). O fato de venderem, praticamente, os mesmos tipos de mercadoria pode justificar os locais de compra em comum. Esses dados também podem, como já retratado, refletir o fato de se considerar que as mulheres possuem maior facilidade para trabalhar com áreas as quais conhecem de maneira mais abrangente.

Tabela 3 - Tipos de mercadorias vendidas pelas proprietárias de lojas de confecções na cidade de Alfenas-MG.

TIPO DE MERCADORIA	QUANTIDADE (%)
Apenas roupas femininas	32
Roupas femininas e masculinas	40
Roupas e acessórios femininos	28

Fonte: Elaborado por Mariana Romanzini Freire (2023).

Quando questionadas sobre o local onde costumam comprar sua mercadoria, 18 das mulheres responderam comprar em São Paulo (72%). As demais respostas foram variadas, tendo o caso de quem respondeu mais de uma cidade. Dentre as outras cidades indicadas, foram apontadas: Juruaia-MG, Goiânia-GO, Divinópolis-MG, Rio Grande do Sul, municípios vizinhos, Santa Catarina e Alfenas. Além disso, algumas citaram que fazem compras on-line, via internet.

Sobre a origem dos clientes dessas lojas, quase todas responderam que a maioria são locais (88%), embora algumas também tenham apontado que possuem consumidores dos municípios vizinhos (36%), de outras cidades do país (13%) e de outras cidades do estado (4%).

Ainda a respeito da identificação das mulheres com o tipo de mercadoria que comercializam, ao que tudo indica, justifica as respostas delas sobre sua percepção com relação a algum tipo de preconceito que já sofreram, simplesmente, pelo fato de ser mulher à frente de um próprio negócio. Apenas 2 responderam que sim e, ainda, indicaram que não acreditam em seu potencial e que acham que a loja representa apenas um *hobby* e não um emprego de verdade. Isso, como já mencionado,

engloba a questão de a sociedade aceitar mais facilmente mulheres a frente de negócios que são considerados femininos.

Todavia, apesar de, aparentemente, os negócios dessas mulheres estarem dando bons resultados, 9 proprietárias, ou seja, uma parte significativa delas (36%) não pretende continuar expandir o negócio, por motivos diversos, como: cansaço; limitações por enfermidades; desânimo; vontade de se aposentar; muito trabalho; o fato de o negócio ter crescido, mas, mesmo assim, não ter obtido sucesso e os resultados desejados. As demais, que responderam afirmativamente (64%), pretendem realizar a expansão do negócio, por meio de venda online; aumento de vendas; ampliação do espaço físico da loja; ampliação do *mix* de produtos; mudança de local da loja; criação de filiais da loja com mais mercadoria, situadas em outros bairros de Alfenas e, até, em outras cidades.

Quando questionadas se pretendem investir no e-commerce, ou seja, nas vendas online, 16 mulheres responderam que sim (64%), em oposição a 9 delas que disseram que não, tendo como justificativa: a crença de que não dará conta desse tipo de comércio; a falta de paciência; falta de tempo; dar muito trabalho; a tentativa frustrada de não ter conseguido vender tão bem online o quanto esperava; falta de vocação para trabalhar online; dificuldade com as postagens e falta de tempo devido, principalmente, aos afazeres da casa e por vender peças únicas. Essas dificuldades encontradas na venda de produtos são contraditórias ao fato de que muitas das mulheres compram a mercadoria pela internet, o que pode indicar que comprar online ocorre de maneira mais facilitada, enquanto a divulgação e criação de meios de venda não são tão acessíveis, exigindo um maior aparato de equipamentos e conhecimento, uma vez que exige redes sociais e/ou site, fotos da mercadoria, e alguém responsável por essa parte.

Por fim, essas mulheres foram questionadas em relação ao interesse de continuar no ramo até se aposentar, 23 responderam que sim (92%), enquanto das 2 que responderam não, 1 planeja encontrar outro caminho profissional e outra disse não gosta muito da área, pois dá muito trabalho.

3.2 AUTONOMIA ECONÔMICA DAS MULHERES

Debater a relação da autonomia econômica da mulher engloba diversos fatores, como as lutas e conquistas delas para que pudessem se estabelecer de maneira economicamente ativa, o que é relativamente novo na sociedade, pois, como visto, tanto o trabalho como a independência financeira passam a ser presentes na sociedade, mediante diversos contratempos. Apesar disso, o trabalho feminino cresceu, permanentemente, durante as últimas décadas. No que diz respeito ao comércio, é perceptível que este também se modificou com o tempo, até passar a existir da maneira atual. Dessa forma, constata-se que a relação feminina como donas de sua própria empresa, e, principalmente, de comércios varejistas foi se consolidando com o tempo, e assim, contribuindo para que a mulher, por meio desse tipo de empreendimento, conseguisse autonomia.

Notavelmente, um ponto de partida imprescindível para se trabalhar a questão e elucidar o debate sobre a autonomia econômica para as mulheres, é trazer como elementos recorrentes a desigualdade de acesso à renda, a invisibilidade do trabalho de mulheres e o fato de que são as principais responsáveis pelos cuidados do lar (Faria, 2011). Todos esses fatores afetam a relação feminina no que diz respeito ao trabalho e a renda, fazendo com que a mulher precise passar por diversos obstáculos para obter sucesso na área desejada, obtendo renda satisfatória e compatível com a dos homens.

A autonomia econômica dessas mulheres poderia significar, para além da melhoria de suas condições de vida, a possibilidade de a mulher passar a dispor de recursos sob seu controle pessoal, ampliando o poder de decisão sobre seu uso, a perspectiva de transformar as tradicionais estruturas de dominação, influenciando, inclusive, as manifestações de violência presentes nestes contextos. (Scheffler, 2013, p.16)

Partindo desta perspectiva, é possível afirmar que as mulheres entrevistadas possuem autonomia econômica. Isso devido ao fato de que elas controlam o dinheiro que entra em seus estabelecimentos e decidindo para o que este será utilizado, tanto dentro, quanto fora de seu comércio. Além disso, é perceptível que as entrevistadas possuem uma renda superior a indicada pelas mulheres alfenenses na pesquisa Identidade Sul Mineira, querendo continuar no ramo até a aposentadoria e, muitas vezes, expandi-lo. Isso comprova que há benefícios para as donas de

negócios no comércio varejista em Alfenas. Outro fator que indica tal autonomia, é o fato de que estas auxiliam, e, em muitos casos, são responsáveis, pelo sustento da casa. Dessa forma, a pesquisa mostrou que essas mulheres podem decidir como gastar a renda advinda de seu próprio trabalho, embora continuem sendo também as responsáveis pelas atividades domésticas, o que mostra que nem sempre sua autonomia econômica consegue modificar o pensamento machista, no qual o capitalismo se apoia para explorar as mulheres, tanto no trabalho reprodutivo quanto produtivo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se considerar que o tema de gênero na geografia é relativamente novo, dando enfoque nas mulheres e em como a geografia de gênero afeta o meio cotidiano, presente apenas nas últimas décadas. Deste modo, as mulheres no mercado de trabalho passam a ser investigadas por esta ciência, timidamente, com o passar do tempo, o que faz com que ainda tenha uma quantidade diminuta de trabalhos sobre o assunto.

Vale ressaltar que, no que diz respeito ao comércio, também ocorreu uma grande trajetória até a chegada de como ele é realizado atualmente, com vendas varejistas. As mulheres também demoraram a se tornar comerciárias e ainda enfrentam diversos preconceitos e dificuldades para concretizar sua carreira como empreendedoras, como a dupla jornada de trabalho e a necessidade constante de provar ser capaz. Isso indica uma forte trajetória feminina na luta para conseguir seu próprio sustento, visando seguir as próprias regras e horários de trabalho, por exemplo. Outro fator, ligado diretamente a realidade feminina, é fruto de uma cultura, historicamente, construída da separação entre trabalho feminino e masculino, no qual há a hierarquização do trabalho do homem, sendo este mais valorizado. Assim, apesar do crescimento significativo das mulheres no mercado de trabalho, nas últimas décadas, a inserção é acompanhada de fortes desigualdades.

Contudo, no que diz respeito ao município estudado, em específico, pode-se notar que as mulheres entrevistadas, em maioria, demonstraram não perceber desigualdades nem preconceito ao comandarem o seu próprio negócio. Tal fato, pode dar-se porque essas mulheres são donas de comércios de vestuário, em maioria, feminino, o que pode ser considerado um ramo propício para elas, já que este, muitas vezes, é indicado como apto a mulheres pela sociedade. Por isso pode ocorrer uma influência na escolha delas por essa área específica, pois, apesar de não indicarem tal fato, de maneira direta, responderam que em caso de contratarem funcionários nas lojas, prefeririam a contratação de mulheres por elas possuírem mais aptidão com o comércio varejista e as mercadorias vendidas. Considera-se, também, que muitas das mulheres, além de serem responsáveis pelo empreendimento, são responsáveis pelo sustento da casa e das atividades

domésticas realizadas em suas residências, somado as várias horas que precisam dedicar aos seus negócios profissionais, acarretando uma rotina exaustiva, que engloba uma dupla jornada de trabalho ao seu cotidiano.

Torna-se visível que a renda feminina no município, assim como no restante do país, é menor que a masculina, o que evidencia as desigualdades sofridas pelas mulheres, apesar disso, quando se considera as mulheres entrevistadas, donas do próprio negócio, os rendimentos se tornam mais altos, podendo ser comparados aos dos homens do município. Porém, no contexto geral, observa-se uma problemática, não apenas em relação à economia, mas no que se refere às relações de trabalho, o que torna importante estudar e debater estas questões, não só em outras ciências, mas também na Geografia, uma vez que torna claro que é necessário na sociedade, a fim de acabar com as injustiças de gênero, pois, apesar de já haver avanços na área, uma vez que, atualmente elas podem se dizer empreendedoras, ainda há todas as limitações apresentadas.

Nota-se também que, essas mulheres, que escolheram abrir seu próprio negócio, possuíam, em grande parte, a pretensão de conseguir controlar o tempo de trabalho e as condições trabalhistas, tendo como motivo para trabalhar neste seguimento, muitas vezes, a necessidade e aumento de renda salarial, uma vez que o lucro obtido por elas é consequência de sua gestão, não obtendo uma disparidade elevada no que diz respeito ao gênero. Para isso, há mulheres que optaram por abrir o estabelecimento próximo ao local de moradia, sobretudo nos bairros fora da área central, pois o valor é menos elevado em comparação com o bairro central da cidade. Essas relações afetam diretamente o espaço urbano, tanto pelo deslocamento realizado pelas mulheres, quanto pela modificação do espaço advindo das aberturas das lojas, o que acarreta fluxos de pessoas e de mercadorias no meio.

Apesar disso, no que diz respeito as mulheres entrevistadas, elas visam um futuro no empreendedorismo, tendo a perspectiva de melhorar o negócio e continuar nele até a aposentadoria. Assim, como indicado, essas mulheres, por meio de seu empreendimento, conseguiram uma autonomia econômica, decidindo como e onde usar seu dinheiro, controlando também seus lucros, e participando ativamente da vida econômica da família, movimentando o mercado de trabalho.

ALBORNOZ, S. **O que é trabalho**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense; 1992.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**. São Paulo, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2735/273532832015.pdf> Acesso em: 04 abr. 2023.

ALVES, A. M. O método materialista histórico dialético: alguns apontamentos sobre a subjetividade. **Revista de Psicologia da UNESP**. Rio Claro, v. 9 n.1, 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/ander/Downloads/103-Texto%20do%20artigo-209-1-10-20220329.pdf> Acesso em: 15 nov. de 2022.

AMORIM FILHO, O.; SERRA, R. V. Evolução e perspectivas do papel das cidades médias no planejamento urbano e regional. *Cidades Médias Brasileiras*. Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br>. Acesso em: 13 set. 2023.

AMORIM, R. O. BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de pesquisa da FINAN. 2012. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf Acesso em 03 de out. 2022.

ANDRÉ, I. M. A. O falso neutro em geografia humana: gênero e relação patriarcal no emprego e no trabalho doméstico. **Centro de estudos geográficos**, Universidade de Lisboa, 2019.

ANDRÉ, I. M. A. O gênero em geografia: Introdução a um novo tema. **Finisterra**, Lisboa, XXV, n 50, p. 331 – 348. 1990.

ARAÚJO, L. L. de. Geografia e as questões de gênero no contexto do trabalho: formas contemporâneas de inserção das mulheres no mercado de trabalho formal. **Revista Pegada**. Rio Claro, 2015. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/3928/3204> Acesso em: 06 dez. de 2022.

ARAÚJO, V. F.; RIBEIRO, E. P. Diferenciais de salário por gênero no Brasil: uma análise regional. UFRGS. 2002. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/ppge/wp-content/uploads/2021/06/2001-11.pdf> Acesso em: 10 jul. de 2023.

BANDEIRA, L. L.; MESQUITA, R. F.; ARAÚJO, M. K. F.; MATOS, F. R. N. As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras. **Revista Gestão e Secretariado (GeSec)**, São Paulo, SP, v. 12, n. 3, set./dez., 2021. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/1213/pdf> Acesso em: 14 de julho de 2023.

BIROLI, F. **Gênero e desigualdades: limites da democracia no Brasil**. São Paulo, Boitempo, 2018.

BLAY, E. A. **Trabalho domesticado: a mulher na indústria paulista**. São Paulo: Ática,

1978.

BOWLBY, S.; FOORD, J.; MCDOWELL, L. The place of gender in locality studies. *Area* v. 18, n 4. p. 327 – 331. 1986.

BRUSCHINI, C. Trabalho feminino: trajetória de um tema, perspectiva para o futuro. **Estudos Feministas**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 1994, p. 17-32.

CADASTRO GERAL DE EMPREGADOS E DESEMPREGADOS - CAGED.

Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-previdencia/pt-br/servicos/empregador/caged> Acesso em: 18 de dezembro de 2022.

CAMPOS, A.; SOEIRO, J. **A falácia do empreendedorismo**. Lisboa. Bertrand Editora, 2016.

CARAVELA, Dados e estatística. Disponível em: <https://www.caravela.info/regional/alfenas---mg> Acesso em: 10 de julho de 2023.

CASTELLS, M. O poder da identidade. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Vol. 2. Rio de Janeiro/São Paulo, 2018.

CASTILHO, C. J. M. Primeiros apontamentos a uma geografia do trabalho. **Revista de Geografia**. Recife: UFPE – DCG/NAPA, v. 25, no 1, jan./abr. 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistageografia/article/view/228751/23164> Acesso em: 06 de dezembro de 2022.

CISNE, M. **Gênero, divisão sexual do trabalho e serviço social**. São Paulo, Outras Expressões, 2015.

CLEPS, G. D. G. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. **Sociedade e Natureza**. Uberlândia, 2004. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/sociedadennatureza/article/view/9183/5648> Acesso em 27 de julho de 2023.

CORONEL, D. A.; AMORIM, A. L.; BENDER FILHO, R.; SOUSA, E. P. Métodos qualitativos e quantitativos em pesquisa: uma abordagem introdutória. V SIMPÓSIO BRASILEIRO DE AGROPECUÁRIA SUSTENTÁVEL/II CONGRESSO INTERNACIONAL DE AGROPECUÁRIA SUSTENTÁVEL. **Anais [palestras e minicursos]** Viçosa: Os Editores, 2013. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/259564600/Metodos-Quantitativos-e-Qualitativos-Em-Pesquisa-Uma-Abordagem-Introdutoria#> Acesso em: 27 de julho de 2023.

COSTA, E. D. P.; COSTA, E. O.; SOUZA, M. S. de. O trabalho e o mito do empreendedorismo. *JURIS - Revista da Faculdade de Direito*, Rio Grande, v. 31 n. 2, p. 211–223, 2021. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/juris/article/view/15106> Acesso em: 12 de julho de 2023.

COSTA, F. A. Mulher, trabalho e família: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher em suas relações familiares. **Pretextos -Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas**. Minas Gerais, 2018. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/pretextos/article/view/15986/13632> Acesso

em: 21 de junho de 2023.

CP2. Consultoria, Pesquisa e Planejamento. **Relatório Estatístico – pesquisa qualitativa**. Público Alfenas. Pesquisa Identidade Sul-Mineira: Diagnóstico cultural, social, político e econômico do Sul de Minas Gerais, junho (2022).

CUNHA, P. V. A organização dos mercados de trabalho: três conceitos alternativos. **Revista de Administração de Empresas**. Rio de Janeiro, 1979. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/jZKXryyyKBwSrhqn7y5dB8k/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 12 de julho de 2023.

DATA MPE BRASIL. Disponível em: <https://datampe.sebrae.com.br/profile/geo/alfenas#emprego-sector-economico> Acesso em: 15 de julho de 2023.

DUPONT, L. C.; MARASCHIN, C. Geografia de gênero: Domicílios Chefiados por Mulheres na Cidade de Porto Alegre. **Pixo**. 2019. Disponível em: <https://revistas.ufpel.edu.br/index.php/pixo/article/view/2614> Acesso em: 01 de junho de 2023.

EMPRESAQUI. Disponível em: <https://www.empresaqui.com.br/listas-de-empresas/MG/ALFENAS> Acesso em: 17 de dezembro de 2023.

FARIA, N. Desafios para a construção da autonomia econômica para as mulheres. **Fundação Alexandre de Gusmão**. Brasília, 2011. Disponível em: https://funag.gov.br/biblioteca/download/840-_Autonomia_Economica_e_Empoderamento_da_Mulher_%C3%BB_Textos_Academicos.pdf#page=229 Acesso em: 01 de janeiro de 2024.

FÉLIX, S. C. **A influência do medo do fracasso no empreendedorismo feminino**. 131 f. Dissertação (mestrado em Administração de Empresas). Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2021. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFOR_51f0b8b1128e14b3ac6ae8c87d16ad8 Acesso em: 15 de maio de 2023.

FERNANDES, M. P.; PEDROSA, L. A. K.; GONÇALVES, R. M. D. A.; OLIVEIRA, A. C. D.; PINTO, R. M. C. **Trabalho feminino e diminuição na taxa de fecundidade no Brasil nos últimos 50 anos**. Saúde Coletiva, 2011.

GELAIN, I. A., e. C. OLIVEIRA. A vaidade feminina enquanto nicho de mercado: uma análise da mulher empreendedora pela oportunidade e exploração do segmento de salão de beleza. **Caderno De Administração**, São Paulo, V. 22, n. 2, fevereiro de 2015, p. 31- 46, Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CadAdm/article/view/30712> Acesso em: 18 de dezembro de 2022.

HARVEY, D. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação da administração urbana no capitalismo tardio. **Espaço & Debates**, 39, São Paulo, Ano 1996, p.48-63. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2078563/mod_resource/content/1/Harvey_D

o%20gerenciamento%20ao%20empresariamento%20%281%29.pdf Acesso em: 04 nov 2022.

IBGE – Cidades. Disponível em: Acesso em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/alfenas/pesquisa/23/22957?detalhes=true> 05 de julho de 2023.

IBGE – Estatísticas de Gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil. Estudos e Pesquisas, Informação Demográfica e Socioeconômica, n.38. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html> Acesso em 09 de dezembro de 2022.

INDE – Instituto Nacional de Dados Espaciais. Disponível em: <https://inde.gov.br/> Acesso em: 27 de abril de 2023.

JABLONSKI, B. A divisão de tarefas domésticas entre homens e mulheres no cotidiano do casamento. **Psicologia, Ciência e Profissão**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pcp/v30n2/v30n2a04.pdf> Acesso em: 22 de junho de 2023.

JESUS, N. C. **Rua 25 de março**: Entre a informalidade, o empreendedorismo e a precarização. Universidade Estadual de Campinas – Instituto de Filosofia e ciências humanas. Campinas, 2016. Disponível em: [file:///C:/Users/ander/Downloads/Jesus_NataliaCerride_M%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ander/Downloads/Jesus_NataliaCerride_M%20(1).pdf) Acesso em 06 de novembro de 2022.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, vol.23, n.1, p.65 – 85, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pc/a/YcSysGmpDJmG4TDjswFhpN/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 15 de julho de 2023.

JONATHAN E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**; Rio de Janeiro, n. 19, n. 1, p. 77-84, jan./abr. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/LPJhbkH3T9yWLxYkhFxsMSf/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 14 de julho de 2023.

JUSBRAZIL. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10721940/artigo-390-do-decreto-lei-n-5452-de-01-de-maio-de-1943> Acesso em 27 de junho de 2023.

JUSTIÇA DO TRABALHO, TRT da 3º região (MG). NJ Especial - O trabalho da mulher no Brasil: as normas de proteção que visam compensar as diferenças entre os gêneros. 2017. Disponível em: <https://portal.trt3.jus.br/internet/conheca-o-trt/comunicacao/noticias-juridicas/nj-especial-o-trabalho-da-mulher-no-brasil-as-normas-de-protecao-que-visam-compensar-as-diferencas-entre-os-generos#:~:text=390%20da%20CLT%20pro%C3%ADbe%20ao,Prote%C3%A7%C3%A3o%20do%20Trabalho%20da%20Mulher%E2%80%9D>. Acesso em: 23 de setembro de 2022.

KERGOAT, D. Da divisão do trabalho entre os sexos, in: HIRATA, H. (org.), Divisão capitalista do trabalho. Tempo Social; **Revista de Sociologia**. São Paulo: USP, 1989.

LINDO, M. R., CARDOSO, P. M., RODRIGUES, M. E., e WETZEL, U. Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **RAC-Eletrônica**, 2007. Disponível em: file:///C:/Users/ander/Downloads/Lindo_Cardoso_Rodrigues_Wetzel_2007_Vida-pessoal-e-vida-profession_31020.pdf Acesso em: 14 de julho de 2023.

LUKÁCS, G. **Os princípios ontológicos fundamentais de Marx**. São Paulo: Ciências Humanas, 1979.

LUSTOSA, M. J. V. **Gênero e cultura organizacional**: a trajetória de vida de proprietárias de “negócios de beleza”. Universidade do Rio Grande do Sul, Escola de administração, departamento de ciências administrativas comissão de graduação em administração. Porto Alegre, 2008.

MAIA, T. S. T.; MAIA, F. S. O poder do batom: estratégias de empreendedoras de salão de beleza. **REUNA**, Belo Horizonte, v.16, n.3, p. 45- 60, Jul. - Set. 2011. Disponível em: <https://revistas.una.br/reuna/article/view/397/468> Acesso em 24 de outubro de 2022.

MAISMEI – **Mães e empreendedoras**: conciliando a maternidade e vida de MEI. Disponível em: <https://www.maismei.com.br/blog/maes-e-empreendedoras-conciliando-a-maternidade-e-vida-de-mei> Acesso em: 15 de julho de 2023.

MARTINS, H. H. T. De S. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e Pesquisa**. São Paulo, v.30, n.2, p. 289-300, maio/ago. 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/4jbGxKMDjKq79VqwQ6t6Ppp/?lang=pt&format=pdf> Acesso em: 13 de novembro de 2022.

MELO, H. P. De; BANDEIRA, L. A pobreza e as políticas de gênero no Brasil. **CEPAL - SERIE Mujer y desarrollo**. Nações Unidas, Santiago, Chile. 2005. Disponível em: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5944/S055322_pt.pdf Acesso em: 05 de julho de 2023.

MÉSZÁROS, I. **Para além do capital**. São Paulo: BOITEMPO, 2002.

MIARA, F. A.; PIVOVAR, M.; GOMES, I. C. R. A inserção e a discriminação da mulher no mercado de trabalho. XV JORNADA CIENTÍFICA DOS CAMPOS GERAIS, 2017, Ponta Grossa. **Anais da Jornada Científica dos Campo Gerais**. Disponível em: file:///C:/Users/ander/Downloads/170-Texto%20do%20artigo-1297-1-10-20171009.pdf Acesso em: 13 de setembro de 2023.

MINAYO, M. C. de S.; SANCHES, O. Quantitativo-qualitativo: Oposição ou complementaridade? **Caderno de Saúde Pública**. Rio de Janeiro, 1993. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/Bgpmz7T7cNv8K9Hg4J9fJDb/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 27 de julho de 2023.

MONTALVÃO, H. C.; SILVA, A. P. S.; MOREIRA, R. C.; FERREIRA, M. M. M. G.;

MAGALHÃES, D. V.; COSTA, D. E. S. Empreendedorismo feminino: estudo sobre as mulheres empreendedoras do ramo de confecções da cidade de Correntina – Bahia. **Revista Valore**, Volta Redonda, 5 (edição especial), 114-126., 2020. Disponível em: <file:///C:/Users/ander/Downloads/lepidus,+10+-+CONEPA+REVA+EMPREENDEDORISMO+FEMININO.pdf> Acesso em 27 de julho de 2023.

MOREIRA, R. **Espaço, corpo do tempo**: a construção geográfica da sociedade. Rio de Janeiro, Consequência, 2019.

NOGUEIRA, C. M. As relações sociais de gênero no trabalho e na reprodução. **AURORA**. Agosto de 2010. Disponível em: <file:///C:/Users/ander/Downloads/adm,+1231-4561-1-CE.pdf> Acesso em: 22 de junho de 2023.

NOGUEIRA, C. M. **O trabalho duplicado - a divisão sexual no trabalho e na reprodução**: um estudo das trabalhadoras do telemarketing. São Paulo: Expressão Popular, 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbso/a/Bzb4JLc6yfV6G3Tw5R5kv8N/?lang=pt> Acesso em 30 de outubro de 2022.

OLIVEIRA NETO, A. F.; BRATICEVIC, S. I.; MARTINS JÚNIOR, C. A produção do território. **Geofronter**. Campo Grande, 2016. Disponível em: <file:///C:/Users/ander/Downloads/PRODU%C3%87%C3%83O%20DO%20TERRIT%C3%93RIO.pdf>. Acesso em: 22 de junho de 2023.

ONU Mulheres. Gênero e Autonomia Econômica para as Mulheres. Caderno de Formação. Brasília, SPM – Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2016. MMIRDH. Disponível em: http://www.onumulheres.org.br/wpcontent/uploads/2016/04/caderno_genero_autonomia.pdf. Acesso em: 26 nov. 2023.

OBSERVATÓRIO SOCIECONÔMICO DE CONTAGEM. Disponível em: <https://contagem.mg.gov.br/observatorio/ivs/#:~:text=O%20%C3%8Dndice%20de%20Vulnerabilidade%20Social,em%20vulnerabilidade%20e%20risco%20social>. Acesso em: 05 de julho de 2023.

OLIVEIRA, J. N. **A participação das mulheres no comércio da cidade de Governador Mangabeira**: estudo de caso em lojas de confecção. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao curso de Bacharelado em Administração, da Faculdade Maria Milza Governador Mangabeira – BA, 2021. Disponível em: <http://131.0.244.66:8082/jspui/bitstream/123456789/2330/1/ADMINISTRA%C3%87%C3%83O%20-%20JESSICA%20NASCIMENTO%20DE%20OLIVEIRA.pdf> Acesso em: 27 de julho de 2023.

ONU – The Whork of CEDAW. Reports of the Committee on the Elimination of Discrimination against Womem. Nações Unidas, Nova Iorque, 1989. Disponível em: <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/ProfessionalInterest/cedaw.pdf> Acesso em: 15 de setembro de 2022.

PAIVA, L. U. S.; BEZERRA, J. A. A atuação da mulher no setor comercial da cidade de Pau Dos Ferros (RN). **Revista Caminhos de Geografia**. Uberlândia, 2020.

Disponível em:

<https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/51499/29479> Acesso em: 27 de julho de 2023.

PEREIRA, C. S. S. A nova geografia do comércio e do consumo em cidades médias: produção do espaço urbano e reestruturação da cidade. XVII Enanpur. São Paulo, 2017. Disponível em:

<https://anais.anpur.org.br/index.php/anaisenanpur/article/view/1689/1668> Acesso em: 17 de dezembro de 2023.

PERUCHI, J.; BEIRÃO, A. M. Novos arranjos familiares: paternidade, parentalidade e relações de gênero sob o olhar de mulheres chefes de família. PSIC. CLIN., RIO DE JANEIRO, VOL.19, N.2, P.57 – 69, 2007. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/pc/a/6B5Y5GQWcBj9dKV4bmhYrmD/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 10 de julho de 2023.

PINTO, J. A. R. Empregabilidade da mulher no mercado atual de trabalho. 2º CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE A MULHER, GÊNERO E RELAÇÕES DE TRABALHO, 2007, Goiânia. Disponível em:

<https://silo.tips/download/empregabilidade-da-mulher-no-mercado-atual-de-trabalho> Acesso em: 13 de setembro de 2023.

PISANI, R. J.; BELLINI, A. L. S. Geotecnologias aplicadas ao mapeamento da densidade da população vulnerável do município de Alfenas-MG para ações prioritárias no enfrentamento da Covid 19. **Revista Cerrados**, [S. l.], v. 19, n. 02, p. 03–19, 2021. DOI: 10.46551/rc24482692202117 . Disponível em:

<https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/cerrados/article/view/3990>. Acesso em: 26 jul. 2023.

PRAUN, A. G. Sexualidade, gênero e suas relações de poder. **Revista Húmos**, Maranhão, 2011. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/233154981.pdf> Acesso em: 28 de junho de 2023.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, Casa Civil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l3071.htm Acesso em 28 de junho de 2023.

RAGO, M. Relações de Gênero e classe operária no Brasil – 1889-1930. In: **Olhares Feministas**. MEC/Unesco, Brasília, 2007, p. 219-238. Disponível em:

http://portal.mec.gov.br/secad/arquivos/pdf/olhares_feministas.pdf#page=219 Acesso em: 14 de outubro de 2022.

REIS, M. L. Estudos de Gênero na Geografia: uma análise feminista da produção do espaço. **Espaço e Cultura**. Rio de Janeiro: UERJ, n. 38, p.11-34. 2015. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/espacoecultura/article/view/29067> Acesso em 29 de maio de 2023.

REIS, T. L.; SANTOS, R. H. Empreendedorismo jovem: motivações, dificuldades e particularidades. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, São Paulo, v. 6,

n.2, p.36-65, mar-abr, 2021. Disponível em:
<http://relise.eco.br/index.php/relise/article/view/434/510> Acesso em: 19 de dezembro de 2021.

RIMAQ – Conheça os principais direitos trabalhistas das mulheres. Disponível em:
<https://www.rimaq.com.br/blog/empreendedorismo/direitos-trabalhistas-mulheres/>
Acesso em: 15 de julho de 2023.

RISTOFF, D.; GROSZ, D. M.; GIOLO, J.; LEPORACE, M. M. S. **A mulher na educação superior brasileira: 1991-2005**. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2007. Disponível em:
https://download.inep.gov.br/publicacoes/diversas/temas_da_educacao_superior/a_mulher_na_educacao_superior_brasileira_1991_2005.pdf. Acesso em 30 jul. 2023.

RODRIGUES, A. J. **Geografia: introdução à ciência geográfica**. São Paulo: Avercamp, 2008.

ROSEMBERG, F. Educação formal, mulher e gênero no Brasil contemporâneo. Scielo Brasil, **Revista Estudos Feministas**. 2001. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/ref/a/PRcJxQzSFvnScngFpmcgKGR/abstract/?lang=pt> Acesso em: 03 de dezembro de 2022.

SAFFIOTI, H. **A mulher na sociedade de classes, mito e realidade**. São Paulo. Expressão Popular. 2013.

SAFFIOTI, H. Quem tem medo dos esquemas patriarcais de pensamento? **Dossiê Crítica Marxista**, Rio de Janeiro, n. 11, p. 7175, 2000.

SANTOS, T. G. dos; MENEZES, J. P. C. B.; SANTOS, A. F. dos; BARROS, G. F.. Análise da relação entre as taxas de desemprego e o número de inscritos no regime de microempreendedor individual (MEI). **CONTABILOMETRIA - Brazilian Journal of Quantitative Methods Applied to Accounting**, Monte Carmelo, v. 9, n. 2, p. 105-126, jul.-dez./2022. Disponível em: <file:///C:/Users/ander/Downloads/2625-Texto%20do%20Artigo-9719-1-10-20211207.pdf> Acesso em: 16 de julho de 2023.

SCHEFLER, M. L. N. Gênero, autonomia econômica e empoderamento. O real e o aparente: sistematização de processos de investigação-ação e/ou de intervenção social. *Revista Feminismo* Vol.1, N.3 Set. - Dez. 2013. Disponível em:
www.feminismos.neim.ufba.br Acesso em: 01 de janeiro de 2024.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Cadernos de Inovações em Pequenos Negócios – Comércio e Serviços*. CNPq. v. 1. N. 1. Brasília, 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/cadernos-de-inovacao-em-pequenos-negocios,d2212a1b5635a410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

Acesso em: 29 de outubro de 2022.

SIDRA – IBGE. Censo Demográfico. Disponível em:
<https://sidra.ibge.gov.br/Acervo?nivel=2&unidade=5#/S/CD/A/Q> Acesso em: 31 de maio de 2023.

SILVA, A. S. de B.; GUIMARÃES, J. C. Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética. **Revista da Micro e Pequena Empresa**. Maio de 2018. Disponível em: <https://www.cc.faccamp.br/ojs-2.4.8-2/index.php/RMPE/article/view/1065> Acesso em: 18 de dezembro de 2022.

SILVA, E. A. (Re)estruturação das cidades médias do Sul de Minas Gerais: uma análise morfofuncional comparativa de Alfenas e Poços de Caldas. Caderno de Geografia, v.31, Número Especial 2, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/359070665_Reestruturacao_das_cidades_medias_do_Sul_de_Minhas_Gerais_uma_analise_morfofuncional_comparativa_de_Alfenas_e_Pocos_de_Caldas. Acesso em: 18 de dezembro de 2023.

SILVA, J. M. Um ensaio sobre as potencialidades do uso do conceito de gênero na análise geográfica. **Revista de História Regional**, São Paulo, n.8, v. 1, p. 31 – 45. 2003. Disponível em: https://www.faecpr.edu.br/site/documentos/revista_historia_regional7.pdf. Acesso em: 13 de maio de 2023.

SILVA, J. M.; NABOZNY, A.; ORNAT, M. J. A visibilidade e a invisibilidade feminina na pesquisa geográfica: uma questão de escolhas metodológicas. **Abordagens Geográficas** - volume 1, número 1, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/306394604_A_visibilidade_e_a_invisibilidade_e_feminina_na_pesquisa_geografica_uma_questao_de_escolhas_metodologicas Acesso em: 01 de junho de 2023.

SILVA, M. S.; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, a. XIII, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2º sem. 2016. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/370/1523> Acesso em: 15 de maio de 2023.

SILVA, S. M. V. A Contribuição dos Estudos de Gênero para a Compreensão da Geografia do Trabalho: uma pauta para discussão. **Revista Latino-americana de Geografia e Gênero**, Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p.106 - 117, ago. / dez. 2013. Disponível em: <file:///C:/Users/ander/Downloads/alides,+susana.pdf> Acesso em: 03 de junho de 2023.

SILVA, S. V. Os estudos de gênero no Brasil: Algumas considerações. **Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales**. Universidade de Barcelona [ISSN 1138- 9796] No 262, 15 de novembro de 2000. Disponível em: <https://repositorio.furg.br/bitstream/handle/1/1212/Os%20estudos%20de%20g%C3%AAnero%20no%20Brasil%20algumas%20considera%C3%A7%C3%B5es.pdf?sequence=1>. Acesso em: 03 de maio de 2023.

SMITCH, E. **Geografias Pós-Modernas**. A reafirmação do Espaço na Teoria Social Crítica. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1993.

SOARES, S.; IZAKI, R. S. A participação feminina no mercado de trabalho. **IPEA – Instituto de pesquisa econômica aplicada**. Dezembro de 2002. Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2819/1/TD_923.pdf Acesso em: 12 de novembro de 2022.

SOUZA, J. D.; POLICARPO, J. L.; MARCELO, T. P.; NANDI, V. V.; FORMENTIN, C. N.; KOENIG, M. O papel exercido pela mulher no comércio centro de Tubarão. **Navus - Revista de Gestão e Tecnologia**. Florianópolis, SC, v. 2, n. 1, p. 99 - 107, jan./jun. 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3504/350450809005.pdf> Acesso em: 29 de julho de 2023.

SPOSITO, M. E. B. Capitalismo e Urbanização. Geografia, Contexto. Disponível em: https://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/1415/capitalismo_e_urbanizacao_maria_encarnacao_beltrao_sposito_pdf_rev.pdf Acesso em: 21 de dezembro de 2023.

THOMAZ JUNIOR, A. Por uma geografia do trabalho. **Pegada** - A revista da geografia do trabalho. 2011. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/786> Acesso em 30 de maio de 2023.

UNIVERSIDADE FERERAL DE ALFENAS. Pesquisa da Universidade aponta que homens devem ser responsáveis por atividades domésticas tanto quanto as mulheres. Disponível em: <https://www.unifal-mg.edu.br/portal/2023/11/14/pesquisa-da-universidade-aponta-que-homens-devem-ser-responsaveis-por-atividades-domesticas-tanto-quanto-as-mulheres/> Acesso em: 31 de dezembro de 2023.

APÊNDICE 1- Questionário aplicado junto às mulheres proprietárias de lojas de vestuário na cidade de Alfenas-MG

Identificação – Entrevistada (letra): _____

Idade: _____

Bairro de localização do comércio: _____

1- Qual o Grau de escolaridade?

- () Ensino Fundamental incompleto () Ensino Fundamental completo
 () Ensino Médio incompleto () Ensino Médio completo
 () Ensino Superior incompleto () Ensino Superior completo () Pós graduação

2- Estado civil

- () Solteira () Casada () Viúva () Divorciada () Outro

3- Possui filhos?

- () Não
 () Sim. Quantos? _____

4- É a principal responsável pelo sustento da casa?

- () Sim
 () Não. Quem é? _____
 () As despesas são divididas igualmente.

5- As atividades domésticas em sua casa são realizadas apenas por você?

- () Sim
 () Não. Por quem? _____
 () As tarefas são divididas. Entre quem? _____

6- Exercia outra atividade antes de empreender no comércio de vestuário?

- () Não
 () Sim. Qual? _____

7- Qual foi a motivação para empreender no comércio de vestuário?

- () Por necessidade () Oportunidade
 () Outro _____

8- Teve algum tipo de apoio ou fez curso para começar seu negócio?

- () Não
 () Sim. Qual? _____

9- A quanto tempo possui o negócio,

- () Menos de 1 ano () Menos de 5 anos
 () Menos de 10 anos () Mais de 10 anos

10- Qual sua renda mensal?

- () Até 1 salário mínimo () De 1 a 3 salários mínimos
 () De 4 a 10 salários mínimos () Mais de 10 salários mínimos

11- Hoje você ganha mais do que se estivesse trabalhando pra alguém?

() Sim () Não

12- Qual sua carga horária de trabalho em uma semana?

() Menos de 20 horas () Entre 20 e 44 horas () Mais de 44 horas

13- Você reside próximo ao seu estabelecimento comercial?

() Sim. Onde? _____

() Não. Onde? _____

14- Possui funcionários no estabelecimento?

() Não

() Sim. Quantos? _____ Mulheres _____ Homens _____

15- Acha importante contratar mulheres?

() Sim. Por quê? _____

() Não. Por quê? _____

16- Que tipos de produtos vende em seu estabelecimento?

() Apenas roupas femininas. () Roupas e acessórios femininos.

() Roupas femininas e masculinas. () Roupas femininas e infantis.

() Roupas femininas, masculinas e infantis.

17- Onde compra sua mercadoria?

() Pela internet () São Paulo () Belo Horizonte () municípios vizinhos

() Outros. Onde? _____

18- Origem da maioria dos seus clientes.

() Local () Cidades vizinhas () Outras cidades do estado () Outras cidades do país

19- Já notou preconceito pelo fato de ser uma mulher à frente de um negócio próprio?

() Não

() Sim. Que tipo? _____

20- Pretende expandir seu negócio?

() Não. Por quê? _____

() Sim. De que forma? _____

21- Tem interesse em transferir seu negócio para venda via internet (e-commerce)?

() Sim

() Não. Por quê? _____

22- Pretende continuar trabalhando nesse tipo de negócio até se aposentar?

() Sim

() Não. Por quê? _____

APÊNDICE 2- Parecer Consubstanciado do Comitê de Ética em Pesquisa

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
ALFENAS - UNIFAL



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: SER MULHER NO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE ALFENAS-MG: PROPRIETÁRIAS DE LOJAS DE VESTUÁRIO E AUTONOMIA ECONÔMICA

Pesquisador: Ana Rute do Vale

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 74476823.9.0000.5142

Instituição Proponente: UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS - UNIFAL-MG

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 6.415.296

Apresentação do Projeto:

Pesquisa de mestrado, sem financiamento, primeira versão, com o título SER MULHER NO COMÉRCIO VAREJISTA DA CIDADE DE ALFENAS-MG: PROPRIETÁRIAS DE LOJAS DE VESTUÁRIO E AUTONOMIA ECONÔMICA. A pesquisa se propõe a compreender o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho na cidade de Alfenas/MG, a partir da atuação delas como proprietárias de lojas de vestuários e a forma como essa atividades tem contribuído sua autonomia econômica. Para tanto, essa pesquisa qualitativa terá como procedimentos metodológicos: levantamento e revisão bibliográfica; levantamento de dados secundários; levantamento de dados primários, por meio de aplicação de questionário semiestruturados junto às proprietárias de lojas de comércio de vestuário; mapeamento das áreas de localização desses estabelecimentos.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Compreender o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho na cidade de Alfenas/MG, a partir da atuação delas como proprietárias de lojas de vestuários e a forma como essa atividades tem contribuído sua autonomia econômica.

Objetivos Secundários:

Caracterizar os aspectos socioeconômicos do município de Alfenas, no contexto da mesorregião

Endereço: Rua Gabriel Monteiro da Silva, 700 - Sala O 314 E
Bairro: centro **CEP:** 37.130-001
UF: MG **Município:** ALFENAS
Telefone: (35)3701-9153 **Fax:** (35)3701-9153 **E-mail:** comite.etica@unifal-mg.edu.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
ALFENAS - UNIFAL



Continuação do Parecer: 6.415.296

Sul/Sudoeste de Minas, e a situação das mulheres, sobretudo no que se refere à sua participação na vida econômica da família e no mercado de trabalho. Traçar o perfil das mulheres proprietárias de lojas de vestuário na cidade de Alfenas, com relação motivos pelos quais optaram por esse seguimento e os caminhos percorridos em busca de sua autonomia econômica. Compreender a relação dessas mulheres com espaço urbano de Alfenas, a partir da espacialização dos estabelecimentos pesquisados. Apontar as perspectivas dessas mulheres quanto ao futuro, tanto do empreendimento quando sua continuidade no ramo, até sua provável aposentadoria.

Análise do CEP:

1. claros e bem definidos;
2. coerentes com a propositura geral do projeto;
3. exequíveis (considerando tempo, recursos e método).

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Durante a entrevista, alguns riscos podem ser expressos na forma de objeção ou insegurança em compartilhar informações pessoais de forma imediata, cansaço gerado pelo tempo cedido para responder às perguntas do questionário. Contudo, reconhecendo potenciais riscos individuais ou coletivos, serão visados o máximo de benefícios e o mínimo de danos e riscos. Para tanto, pretende-se o acesso em um ambiente privado para a coleta de dados com abordagem humanizada; esclarecimento para que as voluntárias possam responder às questões; não haverá interferência da pesquisadora e será informado a possibilidade de interrupção do processo de entrevista quando a voluntária desejar, sem prejuízos à pesquisa e a si próprio. A forma de registro das respostas às perguntas, conforme já mencionado, ficará nos questionários impressos em folhas de papel A4, que após a tabulação dos dados obtidos, serão arquivados sob a responsabilidade da orientadora desse projeto, em local seguro no prédio B, da Unidade Educacional Santa Clara, onde está sediado o curso de Geografia da UNIFAL-MG, deixando-os inacessíveis a todos, de modo a evitar qualquer vazamento de informações, garantindo, assim, o sigilo, tendo as respostas como confidenciais e apenas para fins científicos.

Benefícios:

Não estão previstos benefícios diretos às participantes, mas como indiretos são esperados ao menos que estas mulheres possam refletir acerca da construção patriarcal a que foram sujeitas e a

Endereço: Rua Gabriel Monteiro da Silva, 700 - Sala O 314 E
Bairro: centro **CEP:** 37.130-001
UF: MG **Município:** ALFENAS
Telefone: (35)3701-9153 **Fax:** (35)3701-9153 **E-mail:** comite.etica@unifal-mg.edu.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
ALFENAS - UNIFAL



Continuação do Parecer: 6.415.296

importância que possuem como empreendedoras de negócios e que são perfeitamente capazes de os administrarem e serem, ainda, empregadoras, ou seja, o quanto contribuem para o desenvolvimento social de sua cidade. A pesquisa pode contribuir também no registro de informações pouco estudadas no âmbito da questão gênero na Geografia no Sul de Minas, como uma forma de despertar o interesse pela temática por mais pesquisadoras e pesquisadores.

Análise do CEP:

1. os riscos de execução do projeto são bem avaliados e estão bem descritos no projeto;
2. os benefícios oriundos da execução do projeto justificam os riscos corridos;
3. para cada risco descrito, o pesquisador apresentou uma correta ação minimizadora/corretiva desse risco.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

A pesquisa consiste de objetivos e metodologia exequíveis. O cronograma está adequado.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Folha de rosto: presente e adequada

Declaração de compromisso do(a) pesquisador(a) responsável: presente e adequada

TAI: presente e adequado

TAE: não se aplica

TCUD: não se aplica

TCLE: presente e adequado

Projeto detalhado: presente e adequado

Recomendações:

Não há recomendações.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Recomenda-se a aprovação.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este CEP emite parecer após reunião remota extraordinária.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
----------------	---------	----------	-------	----------

Endereço: Rua Gabriel Monteiro da Silva, 700 - Sala O 314 E

Bairro: centro

CEP: 37.130-001

UF: MG

Município: ALFENAS

Telefone: (35)3701-9153

Fax: (35)3701-9153

E-mail: comite.etica@unifal-mg.edu.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DE
ALFENAS - UNIFAL



Continuação do Parecer: 6.415.296

Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2215396.pdf	22/09/2023 22:03:03		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	22/09/2023 22:02:15	Ana Rute do Vale	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO_MESTRADO_Mariana_Freire.pdf	22/09/2023 22:00:09	Ana Rute do Vale	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	TAI_assinado.pdf	22/09/2023 21:59:07	Ana Rute do Vale	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto_Mariana_Freire_assinado.pdf	21/09/2023 17:59:22	Ana Rute do Vale	Aceito
Declaração de Pesquisadores	Declaracao_Compromisso_assinado.pdf	21/09/2023 10:02:34	Ana Rute do Vale	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

ALFENAS, 09 de Outubro de 2023

Assinado por:
Ana Cláudia Mesquita Garcia
(Coordenador(a))

Endereço: Rua Gabriel Monteiro da Silva, 700 - Sala O 314 E
Bairro: centro **CEP:** 37.130-001
UF: MG **Município:** ALFENAS
Telefone: (35)3701-9153 **Fax:** (35)3701-9153 **E-mail:** comite.etica@unifal-mg.edu.br