

FACULDADE CIDADE DE JOÃO PINHEIRO
ADMINISTRAÇÃO
TATIANA PEREIRA BIAS

**A PRESENÇA FEMININA NO MERCADO DE
TRABALHO: Um olhar sobre a competitividade no
mundo da moda em João Pinheiro – MG**

TATIANA PEREIRA BIAS

**A PRESENÇA FEMININA NO MERCADO DE
TRABALHO: Um olhar sobre a competitividade no
mundo da moda em João Pinheiro – MG**

Artigo apresentado ao Núcleo de Pesquisa
da Faculdade Cidade de João Pinheiro –
MG para a obtenção do título de Bacharel
em Administração.

Orientadora: Profª Dra: Maria Célia da Silva
Gonçalves

FACULDADE CIDADE DE JOÃO PINHEIRO – FCJP

**NÚCLEO DE PESQUISA E INICIAÇÃO CIENTÍFICA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

A comissão examinadora, abaixo-assinada, aprova o trabalho de conclusão de curso “A PRESENÇA FEMININA NO MERCADO DE TRABALHO: Um olhar sobre a competitividade no mundo da moda em João Pinheiro- MG

Elaborada por Tatiana Pereira Bias

Comissão Examinadora:

Professora: Renata Suzelli Souza Gonçalves

Professora: Dra. Maria Célia da Silva Gonçalves- Orientadora

Professor: Me. Osnir Martins Rodrigues



João Pinheiro, 01 de dezembro de 2017

Dedico este trabalho a Deus, que me deu a vida e me presenteia todos os dias com a energia e força para viver, que me deu forças e coragem para conseguir atingir os meus objetivos, a ele toda honra e toda glória.

Agradecimentos

Quero agradecer a Deus por ter me ajudado a superar as dificuldades e a tornar possível a realização de um sonho muito importante para mim.

Não posso esquecer todo apoio que a Faculdade Cidade de João Pinheiro e a todos os funcionários pelos recursos disponíveis e de toda estrutura que facilita a grande harmonia entre todos os intervenientes.

Aos professores em especial a minha orientadora Doutora Maria Célia, reconheço e agradeço profundamente a confiança, sem vocês não teria conseguido.

À minha família e ao meu marido e companheiro de todas as horas Clenis, tenho um agradecimento muito especial porque acreditaram em mim desde o primeiro instante. Sou quem sou porque vocês estiveram e estão sempre ao meu lado.

Um olhar sobre a competitividade no mundo da moda em João Pinheiro – MG

***Tatiana Pereira Bias**

****Maria Célia da Silva Gonçalves**

RESUMO

O presente artigo analisou a presença da mulher no mercado de trabalho, particularmente no que se refere a competitividade no mundo da moda. Para isso recorremos aos seguintes objetivos: discutir sobre a mulher no mercado da moda em João Pinheiro; analisar como elas reagem às adversidades em caso de crise financeira e quais são as suas táticas de manter seus clientes sempre satisfeitos. Para tentar responder as problematizações desta pesquisa, foi feito um estudo de caráter qualitativo. Foram aplicados questionários a vinte mulheres empresárias no ramo de vestuário de João Pinheiro – MG. Depois de respondidos os questionários chegamos à conclusão que apesar do grande número de empresárias que trabalha no ramo do vestuário, existem aquelas que se destacam pelo bom atendimento, preço acessível e competitividade sadia entre as lojistas.

Palavras-chave: Mulher. Mercado de trabalho. Preconceito.

ABSTRACT

The present article analyzed the presence of women in the labor market, particularly with regard to competitiveness in the fashion world. To do this, we have the following objectives: to discuss about women in the fashion market in João Pinheiro; analyze how they react to adversity in the event of a financial crisis, and what their tactics are to keep their clients happy. In order to try to answer the problematizations of this research, a qualitative study was done. Questionnaires were applied to twenty women entrepreneurs in the clothing sector of João Pinheiro - MG. After answering the questionnaires, we came to the conclusion that despite the large number of women entrepreneurs working in the clothing sector, there are those that stand out for the good service, affordable price and healthy competitiveness among shopkeepers.

Keywords: Woman. Job market. Preconception.

*Estudante do Curso de Administração. Vendedora em uma loja de roupas de estilos variados. Email: tatianabias@gmail.com

**Professora de TCC pela Faculdade Cidade de João Pinheiro - FCJP.

INTRODUÇÃO

Um dos assuntos que circulam no mercado ultimamente é a presença feminina que vem tomando conta do mercado brasileiro. O retrato da mulher submissa, que ficava somente em casa tomando conta do lar e filhos a muito vem sendo esquecida. Hoje ela desempenha um papel muito significativo em um universo que era ocupado somente por homens.

Para Díaz (1999) desde o nascimento, com a descoberta do sexo do bebê, começa a ser construído culturalmente o seu papel na sociedade. As meninas, até com suas brincadeiras infantis, são educadas para serem boas donas de casa, já que brincam de casinha, de boneca, brincadeiras voltadas ao cuidado com a casa e filhos, e são ensinadas a serem dóceis passivas e dependentes.

Ocupando mais da metade da população, as brasileiras se destacam por estudarem mais que os homens, mas infelizmente ganham um salário inferior. Essa inferiorização não faz com elas desistam de ocupar o seu espaço na sociedade. É lógico que existem aquelas que sobrepõe sobre as outras, procurando melhorar a cada dia quanto a qualificação profissional ou até mesmo se desdobrando em trabalhos para chegar a um ganho próximo ao dos homens.

O papel da mulher e a sua força perante o mercado de roupas é do que se trata este artigo, lembrando que ao falar da mulher queremos destacar o seu papel e evolução empresarial. Aquela que não se deixa abater e que faz de tudo para se manter no mercado de trabalho, mostrando sua criatividade e competência no desenvolvimento de ações que mantenha a sua empresa em alta no mercado.

Whitaker (1998, p.13) diz ainda que, existem mulheres que por razões variadas não conseguem sequer buscar ou obter trabalho fora de casa: algo que nem sempre é a dominação do marido, impede-as de abandonar o lar.

Muitos são os desafios enfrentados pelas mulheres que decidem encarar o mercado de trabalho. O que mais se destaca é a desigualdade salarial, o que creio mais desaponta as mulheres. Em relação a estudos ficou provado que as mulheres estudam mais que os homens.

Com este estudo pretendemos analisar a presença da mulher frente ao mercado de trabalho, sendo que lançaremos um olhar sobre a competitividade no

mundo da moda no comércio de João Pinheiro. Esta pesquisa foi feita com vinte empresárias donas de lojas no período de março de 2017 a outubro de 2017.

Este estudo foi justificado por entender que o papel da mulher no mundo globalizado vem se tornando fundamental, ela que era vista como um sexo frágil, hoje ocupa cargos de liderança e a tão pouco no Brasil, uma mulher ocupou o cargo mais alto da nação: sendo presidente do país. Para isto foram elaborados vinte questionários e distribuídos entre algumas empresárias do ramo de roupas afim de que possa descobrir como as mesmas são vistas sob a ótica da competitividade, no mercado de trabalho de João Pinheiro.

No município de João Pinheiro as pessoas do município vivem basicamente da agricultura, pecuária, extração de madeiras, e de trabalhos em confecções. Por ser uma cidade onde há várias confecções de roupas femininas há também diversas lojas que expõem essas roupas confeccionadas na cidade e levadas para cidades próximas. No comércio de João Pinheiro é comum ver que grande parte dessas confecções, a maioria destas administradas por mulheres, mas também podemos observar que não são a maioria que permanecem nesse mercado.

A relevância pessoal deste estudo é a pesquisa, mas não somente ela é também o pesquisar propriamente o papel desta mulher diferenciada na sociedade, visto que além de pertencer a esse gênero, considero que ser mulher em um ambiente tão machista que nos encontramos é um privilégio, ainda mais quando esta se destaca no mercado de trabalho. Assim como diz Demo: "Pesquisa é o processo que deve aparecer em todo o trajeto educativo". (DEMO, 1996, p.16).

A relevância acadêmica no meio da Administração é mostrar que as mulheres merecem todo o sucesso profissional que vem alcançando. E mesmo não sendo equiparada profissionalmente com os homens é interessante mostrar aos acadêmicos do curso de Administração que estamos caminhando rumo ao sucesso administrativo.

A relevância social deste trabalho é levar a sociedade entender que alcançamos o sucesso a partir das nossas lutas.

Esse estudo pretende responder as seguintes problematizações: Como a mulher vem evoluindo com tanta competitividade de lojas que existe em João Pinheiro? Como as mulheres reagem às adversidades em caso de crise financeira? Quais são as suas táticas de manter seus clientes sempre satisfeitos?

O objetivo geral deste estudo foi investigar como mulher empresária de João Pinheiro se mantém no mercado de trabalho com tanta competitividade que existe no comércio de roupas.

Tendo como objetivos específicos: discutir sobre a mulher no mercado da moda em João Pinheiro; analisar como elas reagem às adversidades em caso de crise financeira e quais são as suas táticas de manter seus clientes sempre satisfeitos.

As hipóteses que norteadoras deste estudo foi que de acordo com a quantidade de empresárias que trabalham com roupas femininas na cidade de João Pinheiro a mulher como um alicerce da sua empresa deve ser uma pessoa inovadora, que busca novas maneiras de enxergar o seu cliente, como também diversificar os seus produtos dando importância principal aos consumidores, aos gostos e ao atendimento.

Outra hipótese foi que como no ramo de roupas a maioria das empresas é gerida por mulheres, e os homens não investem neste tipo de negócio, fica mais fácil para as mulheres se destacarem no comércio.

A terceira hipótese foi que não importa se o empresário de vestuário seja do sexo feminino ou masculino, as mulheres têm o mesmo potencial empresarial que os homens, e elas se destacam mais pela forma como mantêm a sua empresa. As mulheres não têm preguiça de buscar o novo e de se arriscar para satisfazer os seus clientes.

Utilizou-se no referido trabalho uma pesquisa pelo método qualitativo e investigou sobre a atuação da mulher no mercado de trabalho de João Pinheiro no mundo da moda, durante o ano de 2017. Foram distribuídos questionários com cinco perguntas abertas e cinco fechadas para vinte empresárias do ramo de moda para que responda as problematizações existentes neste estudo. As vinte empresárias foram escolhidas de forma aleatória, levando em conta o fato de serem mulheres de destaque no ramo do vestuário.

Segundo Richardson (1999, p.83):

Pesquisa qualitativa pode ser entendida como um instrumento que pode penetrar na complexidade do problema, e documentárias exploram os aspectos históricos. De acordo com o autor pesquisas qualitativas por explorarem as técnicas de observação e entrevistas penetram com exclusividade na dificuldade do problema e a pesquisa documentária analisa e explora a histórias dos conteúdos.

De acordo com o autor a pesquisa qualitativa entra a fundo na raiz do problema enquanto a documental vai verificar a parte histórica da situação.

2. A mulher no ambiente de trabalho

A inserção da mulher no campo de trabalho vem se destacando a vários anos no Brasil e no mundo. Seja pelo crescimento social ou mesmo por opção, a mulher não somente conquista todos os ambientes de trabalho como vem sendo uma solução para diversas áreas do mercado brasileiro.

Segundo Bruschini (2007), nas últimas décadas do século XX, o Brasil passou por importantes mudanças sócio demográficas, tais como a queda da taxa de fecundidade, redução do número de membros em uma família, envelhecimento da população, e famílias chefiadas por mulheres. A diversificação do mercado de trabalho fez com que a inserção da mulher ocorresse de forma gradativa, buscando assim a sua consolidação nesse ambiente antes onde antes reinava na sua maioria a presença masculina.

De acordo com Bruschini (2007), o ingresso da mulher no mercado de trabalho foi possível, inclusive, pela expansão da escolaridade e pelo ingresso nas universidades da população feminina. A autora cita dados do Censo do Ensino Superior de 2005 (Ministério da Educação), o qual aponta a expressiva parcela feminina de 62% entre os formados em uma graduação. A força feminina toma essa proporção cada vez maior pelo fato de que a mulher busca além da qualificação profissional, se qualificar-se para um mercado onde ela se faz presente.

Consideramos que a inserção da mulher no mercado de trabalho brasileiro se deu de forma tardia, em comparação com outros países, porém as conquistas delas vêm sendo aos poucos reconhecidas, tanto que ao passo em que crescem as conquistas também aumenta a perspectiva de mulheres que ocupam cargos importantes no país.

Essa voz que a mulher vem levantando na sociedade deve ser analisada e vista com cautela para que não nos tornemos detentoras de serviços considerados feminilizados como, serviços de limpeza, educação e saúde; a mulher não deve ocupar somente estes setores da sociedade, por isso devemos ter atenção

desdobrada quanto ao seu crescimento no ambiente de trabalho para que não nos tornemos somente números e não conquistas efetivas.

Conforme afirma Priore (1997) o crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho foi contribuído, também, pelo aumento do custo de vida e a monetarização da economia, forçando as mulheres ajudar no rendimento familiar. A integração das mulheres no mercado de trabalho inicialmente foi em setores com elevadas taxas de feminilização.

O conquistar para as mulheres tornou algo de extrema urgência, já que os espaços que são dedicados a elas estão cada vez mais em alta no mercado de trabalho. Ao observarmos o quanto essa urgência vem tomando conta do cotidiano das mulheres verificamos que no ambiente de trabalho a mulher se predispõe ao crescimento bem mais que alguns homens. Estimativas feitas por vários órgãos nos prova justamente isso: a mulher como destaque empresarial em vários ramos do comércio.

Aqui em João Pinheiro é sabido do potencial e exceção de empreendedorismo das mulheres, que procura manter no seu local de trabalho um senso de responsabilidade e exatidão que são de manifestar satisfação e orgulho em qualquer área dirigida por homens.

Essas conquistas que as mulheres pelo seu espaço se deu também na questão das leis, que beneficiaram as mesmas:

[...] algumas leis passaram a beneficiar as mulheres. Ficou estabelecido na Constituição de 32 que “sem distinção de sexo, a todo trabalho de igual valor correspondente salário igual; veda-se o trabalho feminino das 22 horas às 5 da manhã; é proibido o trabalho da mulher grávida durante o período de quatro semanas antes do parto e quatro semanas depois; é proibido despedir mulher grávida pelo simples fato da gravidez”. Mesmo com essa conquista, algumas formas de exploração perduraram durante muito tempo. (PROBST, 2003, p.1).

As mulheres conquistaram o seu espaço devido à luta de tantas que não se importaram com o que iam sofrer da sociedade, porém essa conquista ainda não está totalmente igual no que diz respeito à remuneração, pois os homens ainda têm um salário superior ao das mulheres, embora a Constituição de 32 garanta que o salário deveria ser igual valor correspondente ao mesmo trabalho executado.

Neste ambiente totalmente voltado para o trabalho masculino é que as mulheres têm intensificado o seu potencial empresarial, nas lutas contra o machismo e a falta de reconhecimento de muitos que pensam que o lugar da mulher é em casa e cuidando dos filhos, essa tendência machista vem tomando proporções menores quando vimos a frente de grandes empresas o trabalho feminino.

[...] Muitos problemas foram e ainda são enfrentados pelas mulheres na inserção no mercado de trabalho. Entre eles, vale ressaltar os salários menores em Relação ao dos homens, a dupla jornada com o princípio de que a vida domestica é trabalho feminino, falta de voz nos espaços de decisão, entre outras coisas. (GOMES, 2005, p.6)

De acordo com Gomes (2005) não é somente problemas relacionados a salários menores que as mulheres enfrentam na sua inserção no ambiente de trabalho, mas cremos ser este um dos grandes desafios para as mulheres atualmente. A dupla jornada de trabalho também merece uma atenção maior por parte das mulheres que vêm se desdobrando para mostrar o seu valor.

Uma das culturas antigas que frizava que as mulheres deveriam ficar em casa enquanto os homens trabalhavam, está sendo quebrada a cada década que passa. O rompimento desse paradigma agora volta para o inverso: muitas vezes os homens é que ficam em casa cuidando da casa e filhos, e a mulher está trabalhando.

Podemos dizer que a submissão ao homem cedeu espaço o lançamento de executivas, presidentas, governadoras, líderes, jornalistas, engenheiras, mestres e doutoras e até mesmo mecânicas, ou seja, conquistaram até mesmo atividades que antes eram ditas masculinas. (GABRIELLE, 2008).

O que era visto como “frescura” pela sociedade de antes, como sensibilidade a causa alheia, preocupação excessiva, hoje é uma das características que destacam como um perfil de qualidade na mulher trabalhadora.

Essa sensibilidade permite que as mulheres montem equipes de trabalho marcadas pela diferença e heterogeneidade. E, equipes com essas características, atuam de forma sinérgica ,fazendo com que haja soluções variadas e criativas para problemas aparentemente insolúveis.(PROBST, 2003, p.4).

É notória a diferença de desigualdade de liderança entre homens e mulheres. As mulheres têm a sua sensibilidade feminina como grande aliada no ambiente de liderança empresarial, pois se preocupam mais com o lado humano dos seus servidores.

A preocupação com a qualidade do trabalho, evitando o "retrabalho" e exigindo maior planejamento e o excesso de organização a esse detalhismo e ao perfeccionismo, implicando em maior exigência de si e do outro, havendo o risco das decisões se tornarem mais demoradas e podendo, ainda, conotar uma postura mais controladora. (GALINKIN E MOURÃO, 2008, p. 94).

3. A relação empresária X funcionários

Muitas são as atribuições que diferenciam o homem empresário da mulher que vem sendo evidenciadas e citadas neste trabalho.

A relação estabelecida entre a mulher e os seus funcionários é evidente; lidar com situações que exigem um maior controle emocional é característica marcante das mulheres.

[...] A importância dada à qualidade de seus negócios ocorre porque o estilo estratégico predominante nas empreendedoras é o estilo inovador, pelo fato de estas preferirem estratégias do tipo ganha-ganha, que resultam em satisfação para todas as partes envolvidas no processo. Em função deste tipo de estratégia percebeu-se que a maioria das empresárias possui clareza de objetivos, os quais são difundidos entre todos na organização, a fim de satisfazer o interesse dos envolvidos, como também de proporcionar condições para o desenvolvimento de um estilo participativo no processo de decisão, predominando, desta forma, a valorização do indivíduo. (BEZERRA E VIANA, 2003, p.5).

Notamos que o estilo inovador da mulher se distingue quando esta revela a sua preocupação com os indivíduos e demonstra respeito pelos seus funcionários.

Pouco a pouco as mulheres estão derrubando alguns paradigmas que são existentes no mundo dos negócios, conquistando o seu espaço e sendo equiparada aos homens no ambiente de trabalho, mostrando sua capacidade de liderança e tendo essa maneira de ser líder como algo brilhante, tanto que muitos autores as elogiam em seus livros de forma veemente.

Mas a conquista em atividades que eram unicamente masculinas não foi e nem será fácil, pois as mulheres têm que provar a cada dia trabalhado a sua equiparidade profissional com os homens, embora estes não reconheçam muitas das vezes a valorização feminina também no ambiente de trabalho, o que vemos na atualidade são eles sendo geridos por mulheres.

O que antes era visto pela sociedade como uma complementação da renda familiar, hoje podemos dizer que essas mulheres que apenas complementavam a renda dos maridos foram capazes de transformar uma sociedade em algo que é concreto: o trabalho feminino, que é visto como um grande desafio pela sociedade atual, porém não podemos negar que elas ocupam o seu papel na sociedade de forma digna e justa.

Nesta sociedade ainda machista, o que esperamos para o futuro próximo é a ocupação significativa de mulheres não somente no comércio sendo empregadas e empregadoras, queremos ver também essa força em todos os setores, destacamos a política, pois com a capacidade e força de mudança que temos o ideal era que ocupassem mais cargos de destaque e resolução de problemas, e para isto não devemos duvidar da força feminina.

4. Resultados da pesquisa

Para a realização deste artigo foram entrevistadas vinte empresárias do ramo de moda em João Pinheiro – MG. Porém somente onze responderam os questionários, isso não torna menos atrativa e enriquecedora, pois a disposição delas em responder o questionário foi de grande importância.

Na primeira pergunta do questionário questionou-se a idade das participantes, onde elas responderam de acordo com o gráfico abaixo:

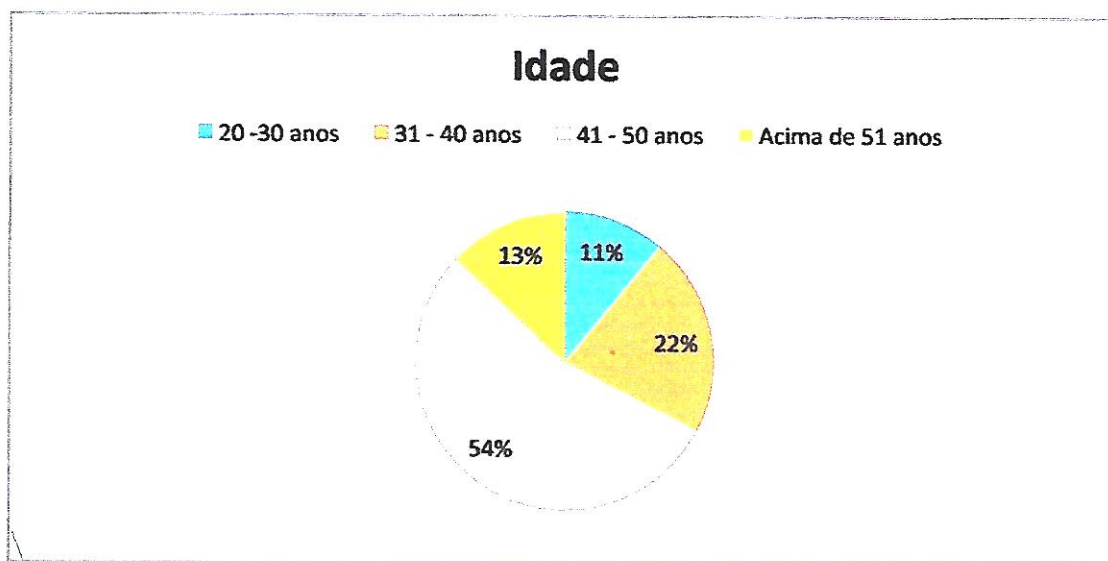


Gráfico 1: Idade das entrevistadas

Fonte: Pesquisa Direta/2017

De acordo com o gráfico 54% das empresárias têm idades entre 41 e 50 anos, 22% tem idade acima de 51 anos, 13% entre 31 e 40 anos e 11% entre 20 e 30 anos, isso mostra que são experientes no ramo de vendas.

A segunda pergunta dizia respeito ao sexo das participantes, sendo que 100% das entrevistadas são do sexo feminino, visto que a pesquisa foi realizada somente com mulheres.

Na terceira pergunta foi sobre a formação escolar das participantes, e o resultado foi o seguinte:

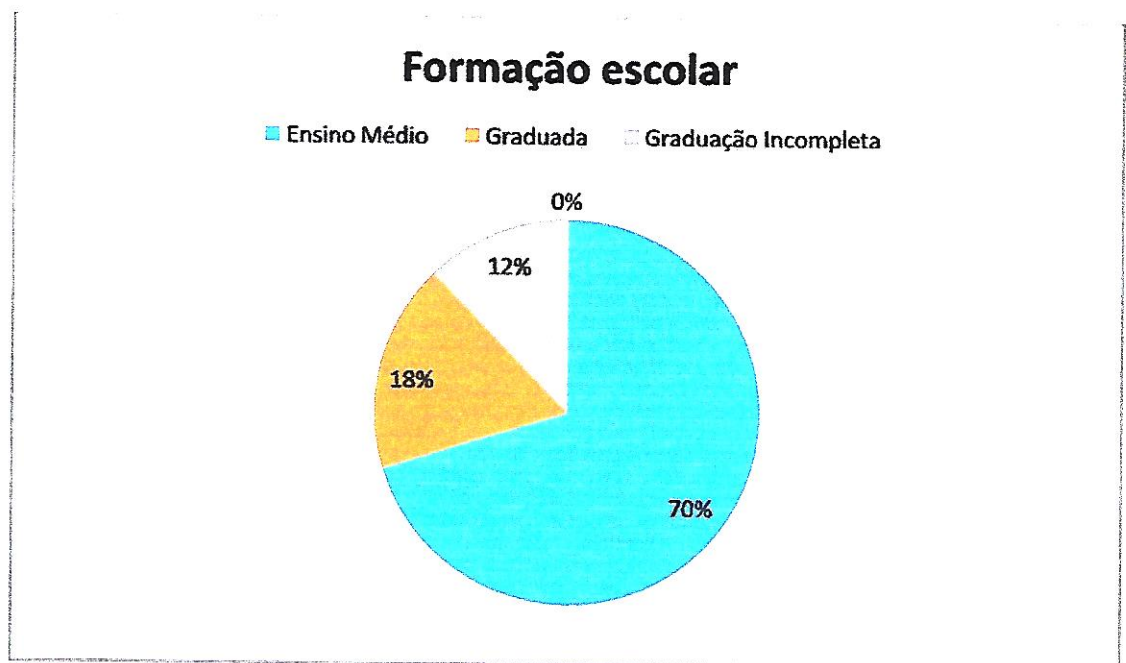


Gráfico 2: formação escolar das entrevistadas

Fonte: Pesquisa Direta/2017

Através da leitura do gráfico observamos que a maioria das empresárias, ou seja, 70% das participantes têm o Ensino Médio, em sua formação, 18% são graduadas e 12% têm graduação incompleta. Isso não tira o mérito delas em serem mulheres que buscam o seu espaço no mercado.

De acordo com Chiavenato:

[...] “é uma apreciação sistemática do desempenho de cada pessoa, em função das atividades que ela desempenha, das metas e resultados a serem alcançados, das competências que ela oferece e do seu potencial de desenvolvimento” (Chiavenato, 2008, p. 241).

A formação acadêmica é muito importante, mas como notamos no gráfico e nas palavras de Chiavenato o que é mais importante é o desempenho, a busca por alcançar os objetivos e os resultados alcançados.

Na quarta pergunta foi questionado há quantos anos a empresária é proprietária da loja?

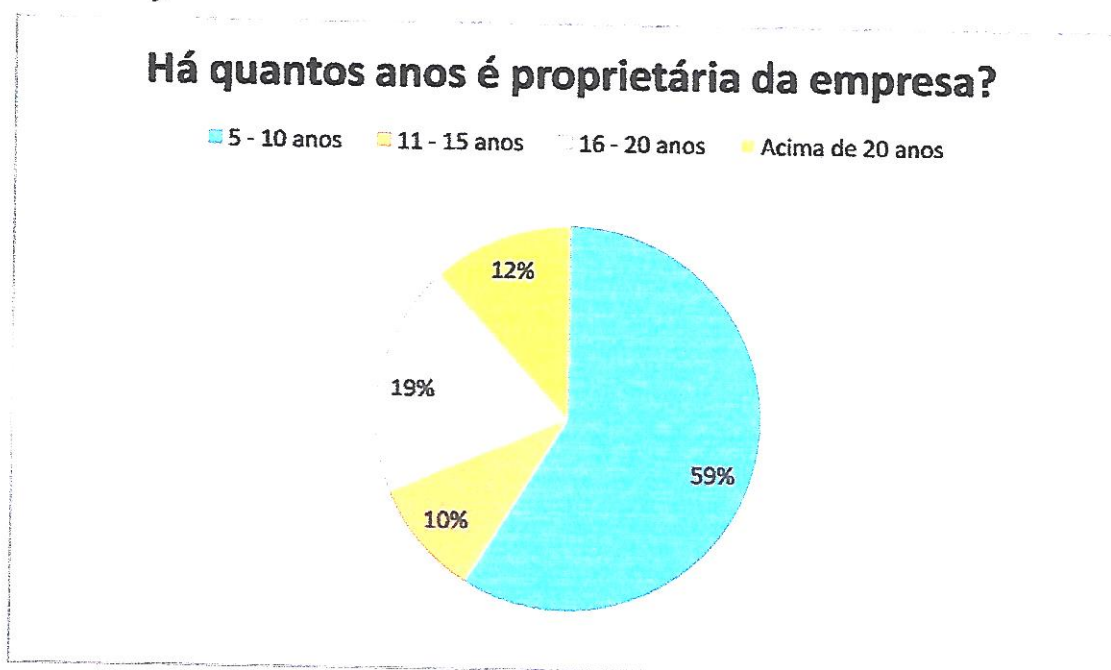


Gráfico 3: Há quanto tempo é proprietária da empresa

Fonte: Direta/2017

Segundo respostas das mesmas 59% são proprietárias da loja entre cinco e dez anos, 19% têm entre dezesseis e vinte anos, 12% acima de vinte anos e 10% entre onze e quinze anos.

O tempo em que as entrevistadas gerem os seus negócios é variável, sendo que algumas são mais experientes no ramo e outras apesar do pouco tempo mantêm o seu comércio com ganhos significativos.

A quinta pergunta foi: como você classifica a sua evolução enquanto lojista no mercado de trabalho ao longo dos anos ao ponto de fazer com que as suas mercadorias se tornem competitivas apesar do grande número de lojas de roupas que existem em João Pinheiro?

Participante 1: Fazendo o marketing nas redes sociais, fidelizando os clientes.

Participante 2: Lenta, o que influencia não é o número de lojas, e sim o número de pessoas que vendem mercadorias clandestinamente.

Participante 3: Primeiro pela qualidade o cliente tem que ficar satisfeito com a sua compra.

Participante 4: Entre ter aquilo que o cliente procura tenho preço e qualidade. Procurar estar antenado com a moda.

Participante 5: Procurar atender o cliente da melhor forma possível e sempre ter o que o cliente precisa.

Participante 6: Tentando sempre trazer novidades, algo novo para os meus clientes.

Participante 7: Para evoluir é necessário inovar. Criar situações, tanto no aspecto físico da loja quanto em moda. Estar sempre acompanhando as tendências.

Participante 8: Boa. Sinto falta de incentivo e companheirismo entre os colegas.

Participante 9: Boa. Sinto que poderia ter crescido mais.

Participante 10: O que faz o diferencial no momento em que estamos vivendo chama-se atendimento. O atendimento faz o diferencial.

Participante 11: Experiência e bom gosto.

De acordo com as participantes da pesquisa todas concordam que tentar trazer novidades para os clientes é fundamental como o atendimento e o bom gosto na hora de escolher as mercadorias.

Conforme ressalta CASTELLS (2000, p. 200),

As mulheres não estão sendo relegadas a realizar serviços que exijam menor especialização: são empregadas em todos os níveis da estrutura e o crescimento do número de cargos ocupados por mulheres é maior na camada superior da estrutura organizacional. E é exatamente por isso que existe a discriminação: as mulheres ocupam cargos que exigem qualificações semelhantes em troca de salários menores, com menos segurança no emprego e menores chances de chegar às posições mais elevadas.

Embora a mulher seja vista como frágil pela sociedade, ela se mostra como sendo forte, buscando através do seu serviço se qualificar e crescer mais.

A sexta pergunta foi como você reage diante às adversidades em caso de crise financeira?

Participante 1: Criando novas e diversificadas formas para cativar os clientes de modo não transmitir a eles quaisquer crise financeira.

Participante 2: Sendo mais criteriosa no momento de comprar.

Participante 3: Bom atendimento com/e principalmente qualidade e preço.

Participante 4: Procuro trabalhar somente a vista pra ter uma qualidade de lucro sem fazer retiradas em outro lugar, ou seja fora da empresa.

Participante 5: Focar no serviço e não ficar ouvindo o que se fala, mesmo tendo uma grande queda nas vendas estamos sempre esperando dias melhores. "Trabalhar mais".

Participante 6: Bastante difícil, porque as vendas caem bastante, mas tudo se ajeita aos poucos, dando descontos nas mercadorias mais antigas, fazendo promoções.

Participante 7: Mantendo o foco no comércio, fazendo sempre ações para atrair o cliente e não deixar a crise pegar desprevenido. O capital de giro da empresa é muito importante.

Participante 8: Não desanimar e sempre com perseverança, entusiasmo e incentivo.

Participante 9: Não desanimo. Continuo trabalhando com prudência, mas não paro nem retrocesso.

Participante 10: Promovendo promoções, com preços mais razoáveis, pois no comércio está muito disputado em questão de valores.

Participante 11: Pesquisando os preços e comprando de acordo com o que vendo.

Em resposta a esta pergunta, as participantes pensam que fazendo promoções, mantendo o foco no comércio, trabalhando com cautela, fazendo pesquisas e somente comprando de acordo com as vendas elas contornarão as adversidades da crise que abala o Brasil.

Segundo Júlio (2002):

A vida profissional compartilhada com as mulheres tem se revelado mais ativa, mais colorida e mais interessante. Esse intercâmbio de conhecimentos e sensibilidades tem se mostrado proveitoso para ambas as partes. Troca-se razão por criatividade, matemática por poesia, disciplina por afetividade. E vice-versa. Reafirmo a necessidade de aprendizado permanente e as mulheres são boas professoras por natureza. Enfim, diria que não importa o sexo ou a opção sexual. Quem aspira a uma carreira de sucesso tem que assumir, de agora em diante, um perfil mais feminino. E este conselho vale também para as mulheres que ainda não descobriram suas próprias virtudes. (p. 136).

Atualmente há vários exemplos de competência feminina no mercado de trabalho, fato este comprovado no comércio de modo geral as mulheres estão ocupando cada vez mais cargos que antigamente era dos homens.

A sétima pergunta foi direcionada as formas que elas usam para manter os clientes. Quais são suas táticas para manter os seus clientes sempre satisfeitos?

Participante 1: Atender sempre sorridente, sempre que possível oferecer ofertas e brindes especiais.

Participante 2: Oferecer mercadoria de boa qualidade.

Participante 3: Bom atendimento.

Participante 4: Preço, bom atendimento, qualidade e beleza.

Participante 5: Escolhendo funcionários que tratam os clientes bem, fazendo um atendimento diferenciado.

Participante 6: Fazendo promoções, dando brindes e descontos.

Participante 7: O bom atendimento em primeiro lugar.

Participante 8: Diversidade em mercadoria, bom atendimento, preço, prazo e segurança.

Participante 9: Bom atendimento, diversidade de mercadoria, acompanhamento da moda.

Participante 10: Uma boa abordagem, um agradecimento pós venda, uma satisfação de mostrar para ele que é ele que faz o coração continuar a bater.

Participante 11: Preço bom e mercadoria de qualidade.

As entrevistadas concordam que o bom atendimento e produtos de qualidade com preços acessíveis são fundamentais para a manutenção dos clientes. A manutenção de um bom ambiente, onde os clientes sintam a recepção diferenciada faz com que eles mantenham a fidelidade. Em via de regra o marketing é o que pode fazer a diferença.

Como ressalta Kotler marketing é "um processo social por meio do qual pessoas e grupos obtêm aquilo que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros". (KOTLER, 2002, p. 30).

Na oitava pergunta questionou-se sobre: você considera que a competição saudável entre lojistas deveria existir tanto quanto há entre os outros mercados de trabalho feminino?

Participante 1: Sim.

Participante 2: Isso é normal no meio comercial, considero positivo, pior é a concorrência desonesta com vendedores ambulantes, e informal que existe em demasia na cidade sem os órgãos fazerem nada a respeito.

Participante 3: Acho que sim.

Participante 4: Sim, acho até interessante a competição criando curiosidade no cliente.

Participante 5: Sim, só a concorrência é que faz crescer e dar aptidão para que sejamos renovadores e criativos.

Participante 6: Acredito que sim, se sendo saudável até porque dá oportunidades de cada um ter ou criar sua própria propaganda e dar seus descontos.

Participante 7: Sim, o comércio tem que ter a competitividade desde que seja saudável e necessário e nos faz crescer em termos de conhecimento, porque buscamos mais.

Participante 8: Bom, devemos trabalhar mais e com incentivo aos funcionários e todos para manter no mercado.

Participante 9: Claro, isso nos mantém com vontade de trabalhar e de manter no mercado.

Participante 10: Sim! Pois que prazer você tem de não ser diferente, ter ações diferenciadas, ter exclusividade.

Participante 11: Sim.

Todas as entrevistadas concordam que a competição saudável entre os lojistas faz o comércio crescer em termos de competitividade e com isso os bons resultados são alcançados. Pensar nos funcionários, para que tenham vontade de crescer a cada dia.

Martins (2007) afirma que [...] hoje sabemos que mais do que simplesmente cobrar resultados é preciso criar um ambiente saudável e estimulante para que as pessoas produzam mais e melhor. Esta função passa diretamente pela capacidade que o gestor deve possuir de estabelecer relações positivas com seus subordinados, e estimular o espírito de equipe.

A pergunta nove foi: Como você (empresária e mulher) analisa o seu papel no mercado de trabalho? A sociedade tem contribuído para que mais mulheres ingressem no ambiente profissional?

Participante 1: Importantíssimo. A mulher tem mais flexibilidade.

Participante 2: A mulher é mais exigente, observadora e desempenha bem qualquer função no mercado de trabalho, e com garra e determinação vem conquistando o seu espaço, embora ainda exista preconceito de muitas empresas machistas.

Participante 3: Hoje a mulher tem um papel fundamental no mercado de trabalho.

Participante 4: Claro que eu como mulher tenho maior desempenho por saber aquilo que elas querem e o que está na moda atual.

Participante 5: Ainda nós mulheres estamos submetidas muitas vezes a ter cargos abaixo do sexo masculino, a nossa luta é bem maior. Espero ainda ser vista de outra forma.

Participante 6: Em algum ponto sim. Hoje em dia é muito difícil uma mulher se ingressar no mercado de trabalho em questão do tipo de serviço também, pois não é qualquer serviço que aceita mulheres.

Participante 7: Acho que sim. A mulher tem a visão mais aberta e acho que busca mais aperfeiçoar, pelo menos na minha área de vestuário.

Participante 8: Sinto bem. Sou confiante no que faço, destemida, guerreira e encontrou seu espaço com sua garra e conhecimento.

Participante 9: A mulher é guerreira, destemida e não se intimida com o seu sexo. Nem sempre mais a mulher com o seu jeito vai ganhando o seu espaço.

Participante 10: Ela está comandando o mundo. Mulheres têm mais atitudes, são mais desinibidas e batalhadoras.

Participante 11: A mulher se sobressai muito bem. Sim.

Todas as entrevistadas concordam que a mulher apesar de ter muita competição entre homens e mulheres no mercado de trabalho as mulheres se sobressaem sobre os homens. Algumas pensam que as mulheres têm a visão quanto ao trabalho mais aberta e busca aperfeiçoar no seu trabalho.

Para LAVINAS (1999), os fatores que tentam explicar esse comportamento do mercado de trabalho mais favorável às mulheres do que aos homens no que tange à expansão de seu nível de ocupação, são enfoques pessimistas, que faz da deteriorização geral das condições de emprego o pano de fundo da interpretação da melhora relativa da performance feminina no mercado de trabalho, pois isso encobre ganhos significativos reais para as mulheres, como a redução constante dos diferenciais de rendimentos entre os sexos em todos os tipos de ocupação.

Na pergunta de número dez, questionou-se sobre como lidar com o mercado de trabalho que muitas das vezes desvaloriza os trabalhos das mulheres?

Participante 1: Mostrar a competência e deixar claro que está apta para o mesmo.

Participante 2: Mostrando sempre a que viemos com seriedade, compromisso e foco nos objetivos almejados.

Participante 3: Ser sempre autêntica e nunca deixar que ninguém desvalorizar por ser mulher.

Participante 4: Não me preocupo com isso, pois a capacidade da mulher está crescendo cada dia mais, e me acho capaz.

Participante 5: Esta questão eu vejo que existe preconceito no trabalho das mulheres. Como empresária digo que os homens sempre acham que estão mais capacitados para administrar.

Uso a frase: "O que podemos, temos e somos capazes de conquistar".

Participante 6: É complicado até porque já não é fácil mulher se encaixar no perfil que muitas empresas oferecem.

Participante 7: Não devemos baixar a cabeça, buscar mais conhecimento, fazer cursos, ver revistas, estar sempre antenada. O conhecimento e a atitude nos faz capazes e nos torna valorizadas.

Participante 8: Sim, pois passei por isso, mas sempre me mantenho com sabedoria e impondo o meu lugar com firmeza.

Participante 9: Não passei por essa experiência, pois antes de ser empresária fui bancária e consegui ser reconhecida e meu trabalho foi diferenciado dos meus colegas, não pelo sexo e sim pelo profissionalismo.

Participante 10: Mostrando que da mesma forma que o homem ocupa lugares, as mulheres hoje já conquistou o seu.

Participante 11: Persistir no trabalho e provar que a mulher é capaz.

As entrevistadas concordam que as mulheres muitas vezes são desvalorizadas no trabalho que realizam, que existe sim preconceito com elas, mas que isso faz com que elas persistam e tenham ânimo para desempenhar o seu papel na sociedade.

De acordo com HIRATA e LE DOARÉ (1999), "as consequências diferenciais da globalização quanto ao sexo ainda estão por serem analisadas. Entretanto, uma das constatações que se evidencia, em quase todas as pesquisas, é a disparidade existente entre salários masculinos e femininos."

Muitas vezes as mulheres ocupam trabalhos ditos "masculinos", e sobressaem melhores, mas, infelizmente ganham por esse trabalho menos do que os homens.

5. Considerações finais

Ao longo dos anos a transformação da mulher quanto ao mercado de trabalho foi enorme, porém ainda continuamos sendo “ignoradas” quando se trata de evolução profissional. As mulheres principalmente as de João Pinheiro são muito importantes no mercado de trabalho, assim como todas as outras espalhadas pelo Brasil.

No campo profissional as mulheres evoluem tanto ou até mais que os homens, visto que sempre procuram se qualificar para estar no mercado de trabalho. Isso foi comprovado com as falas das entrevistadas, que concordam que as mulheres estão à frente de muitos homens quando o negócio é formação profissional. Elas se preocupam em estudar mais, aprender e repassar o que sabem para melhorar as suas empresas.

As participantes da pesquisa além de se preocupar em cativar os seus clientes também se preocupam com os seus funcionários, que de acordo com elas tem que estar em um ambiente saudável para realizar o seu trabalho com dedicação e competência.

Nesse artigo discutimos a presença da mulher no mercado de trabalho e todas as entrevistadas quando perguntadas sobre a importância delas nesse mercado, avaliaram a sua presença como algo importante e que faz a diferença o seu trabalho no ramo de roupas, pois elas com a sua visão diferenciada sabem fazer escolhas quanto ao gosto dos clientes que talvez os homens não saibam, porque a sensibilidade e gosto delas se sobressaem ao dos homens.

Elas concordam que existem preconceito e discriminação dos homens quando se trata de mulheres no comércio, como disse a participante 5: “Como empresária ela nos falou que os homens sempre acham que estão mais capacitados para administrar. Para dar a resposta ela usa a frase: O que podemos, temos e somos capazes de conquistar”.

Portanto, finalizamos concluindo que as mulheres são capazes de conquistar e ir muito além do que elas imaginam, pois ao vencer o preconceito e rótulo de frágil. Elas estabelecendo a sua presença no mercado de trabalho é capaz de vencer qualquer obstáculo. Este artigo chega ao fim no momento, porém outros olhares e

conclusões podem ser obtidos acerca do tema, dependendo da visão de quem possa ter contato com o mesmo.

REFERÊNCIAS

- BEZERRA, R. S. G.; VIANA, M. N. **Mulheres empreendedoras – uma discussão teórica**. Disponível em: [HTTP://www.fa7.edu.br](http://www.fa7.edu.br). Acesso em: 25 mai. 2017.
- BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha. **Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v.37, n.132, Sept./Dec. 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. Vol. II. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos. Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: 3 ed. Elsevier, 2008.
- DEMO, Pedro. **Educar pela Pesquisa**. Campinas: Autores Associados, 1996.
- DIAZ, Margarita. **“Relações de gênero” in Cadernos afetividade e sexualidade na educação: um novo olhar**. Gráfica Editora Rona Ltda, 1999.
- GABRIELLE, J. **Conquistas e desafios da mulher no mercado de trabalho**. Disponível em: http://www.administradores.com.br/artigos/conquistas_e_desafios_da_mulher_no_mercado_de_trabalho/21894/. Acesso em: 03 mai. 2017.
- GALINKIN, A. L.; MOURÃO, F. **Equipes gerenciadas por mulheres – representações sociais sobre gerenciamento feminino**. Disponível em: [HTTP://scielo.com.br/](http://scielo.com.br/) Acesso em: 17 mai. 2017.
- GOMES, A.F. **O outro no trabalho: mulher e gestão**. Disponível em: [HTTP://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/](http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/) Acesso em: 03 mai. 2017.
- HIRATA, Helena e LE DOARÉ, Hélène. **Os paradoxos da globalização**. In: FARIA, Nalu e NOBRE, Miriam, orgs. **O trabalho das mulheres**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.
- JÚLIO, Carlos Alberto. **Reinventando você: a dinâmica dos profissionais e a nova organização**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- LAVINAS, Lena. **Empregabilidade: uma noção conjugada no feminino**. In: FARIA, Nalu e NOBRE, Miriam, orgs. **O trabalho das mulheres**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.

MARTINS, Rogério. **A Arte de Gerir Pessoas**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/a-arte-de-gerir-pessoas/20472/>. Acessado em 09 nov. 2017.

PRIORE, Mary Del e BASSANEZI, Carla. **História das mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997.

PROBST, E.R. **A Evolução da mulher no mercado de trabalho**. Disponível em: www.icpq.com.br/artigos Acesso em: 25 mai. 2017.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.327p. ISBN: 8522421110.

WHITAKER, Dulce. **Mulher e Homem: O Mito da Desigualdade**, São Paulo Editora Moderna, 1997.

ANEXOS



Às empresárias do ramo de lojas de João Pinheiro - MG

O presente questionário elaborado pela acadêmica Tatiana Pereira Bias do 8º Período de Administração da Faculdade Cidade de João Pinheiro- FCJP tem por finalidade analisar a amostragem de cinco perguntas fechadas e cinco abertas, totalizando dez perguntas. O tema da pesquisa envolve um questionário para o levantamento de dados sobre A PRESENÇA FEMININA NO MERCADO DE TRABALHO: Um olhar sobre a competitividade no mercado de roupas em João Pinheiro – MG

Por isso, estou solicitando que você forneça as informações abaixo.
Agradeço, desde já, sua disponibilidade e participação.

Tatiana Pereira Bias

Graduanda no Curso de Administração

DADOS DO QUESTIONÁRIO

DADOS PESSOAIS:

1- IDADE

() ENTRE 20 A 30 ANOS

() ENTRE 31 A 40 ANOS

() ENTRE 41 A 50 ANOS

() ACIMA DE 51 ANOS

2- SEXO

() FEMININO

() MASCULINO

3- FORMAÇÃO ESCOLAR ENSINO MÉDIO GRADUAÇÃO COMPLETA GRADUAÇÃO INCOMPLETA**4- HÁ QUANTOS ANOS É PROPRIETÁRIA DA EMPRESA?** ENTRE 5 E 10 ANOS ENTRE 11 E 15 ANOS ENTRE 16 E 20 ANOS ACIMA DE 20 ANOS

5- COMO VOCÊ CLASSIFICA A SUA EVOLUÇÃO ENQUANTO LOJISTA NO MERCADO DE TRABALHO AO LONGO DOS ANOS AO PONTO DE FAZER COM QUE AS SUAS MERCADORIAS SE TORNEM COMPETITIVAS APESAR DO GRANDE NÚMERO DE LOJAS DE ROUPAS QUE EXISTEM EM JOÃO PINHEIRO?

6- COMO VOCÊ REAGE DIANTE ÀS ADVERSIDADES EM CASO DE CRISE FINANCEIRA?

7- QUAIS SÃO SUAS TÁTICAS PARA MANTER OS SEUS CLIENTES SEMPRE SATISFEITOS?

8- VOCÊ CONSIDERA QUE A COMPETIÇÃO SAUDÁVEL ENTRE LOJISTAS DEVERIA EXISTIR TANTO QUANTO HÁ ENTRE OS OUTROS MERCADOS DE TRABALHO FEMININO?

9- COMO VOCÊ (EMPRESÁRIA E MULHER) ANALISA O PAPEL DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO? A SOCIEDADE TEM CONTRIBUÍDO PARA QUE MAIS MULHERES INGRESSEM NO AMBIENTE PROFISSIONAL?

10- COMO LIDAR COM UM MERCADO DE TRABALHO QUE MUITAS DAS VEZES DESVALORIZA O TRABALHO DAS MULHERES?
