

Área: Inovação | Tema: Empreendedorismo Inovador

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM SANTA MARIA/RS: ANÁLISE DA TRAJETÓRIA DE UM GRUPO DE MULHERES EMPREENDEDORAS

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN SANTA MARIA / RS: ANALYSIS OF THE PATH OF A GROUP OF ENTREPRENEURIAL WOMEN

Luizana Bortoluzzi Parisi, Steffani Nikoli Dapper, Matheus Machado Laurini, Daniel Fonseca Marques e

Lúcio Dalcin

RESUMO

A atual pesquisa tem como objetivo geral descrever a trajetória empreendedora de um grupo de mulheres da cidade de Santa Maria/RS, tendo em vista que o empreendedorismo feminino destaca-se entre os temas atuais de pesquisas. As mulheres investem na carreira empreendedora, como forma de permanecer ativas mercado de trabalho destacando-se no perfil e potencial de sucesso. De modo específico, analisou-se a trajetória de sucesso, os principais fatores motivacionais, competências e habilidades de liderança, os desafios e dificuldades enfrentados no empreendedorismo. A pesquisa classifica-se como descritiva, com abordagem qualitativa. A coleta dos dados foi feita através de entrevistas semiestruturadas, com seis empreendedoras. Os dados foram analisados por meio da técnica de análise do conteúdo das entrevistas. Entre os fatores que influenciaram a abertura do negócio destaca-se a necessidade de empreender, a independência financeira, estar mais próximas dos filhos e conciliar trabalho e família. As dificuldades relatadas estão relacionadas principalmente às questões financeiras.

Palavras-Chave: Empreendedorismo Feminino; Mulheres Empreendedoras; Fatores Motivacionais;

Liderança e competência.

ABSTRACT

The current research has as a general objective the entrepreneurial trajectory of a group of women from the city of Santa Maria / RS, considering that female entrepreneurship stands out among the current research themes. As women invest in entrepreneurial careers, as a way to remain active in the labor market, standing out in their profile and potential for success. Specifically, the success trajectory, the motivational factors principles, competences and leadership skills, the challenges and difficulties faced in entrepreneurship were analyzed. The research is classified as descriptive, with a qualitative approach. Data collection was done through semi-structured changes, with six women entrepreneurs. The data were transmitted using the technique of analyzing the content of the statements. Among the factors that influence the opening of the business, the need to undertake, financial independence, being closer to children and reconciling work and family stand out. The reported difficulties are mainly related to financial issues.

Keywords: Female Entrepreneurship; Women Entrepreneurs; Motivational Factors; Leadership and

competence.

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM SANTA MARIA/RS: ANÁLISE DA TRAJETÓRIA DE UM GRUPO DE MULHERES EMPREENDEDORAS

1 INTRODUÇÃO

“O empreendedorismo exige ação, uma ação empreendedora por meio da criação de novos produtos/processos e/ou da entrada em novos mercados, que pode ocorrer por meio de uma organização recém-criada ou dentro de uma organização estabelecida” (HISRICH; PETERS; SHEPERD, 2014, p. 6).

Para Chiavenato (2007), empreendedor é uma pessoa que possui a necessidade de realização, que tem disposição para assumir riscos, possui autoconfiança, tem vontade de trabalhar duro, tem habilidade de comunicação, conhece maneiras de organizar o trabalho, tem orgulho daquilo que faz, mantém boas relações interpessoais, assume responsabilidades e enfrenta os desafios.

De acordo com as pesquisas do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2019), no cenário econômico atual, a liderança feminina vem conquistando espaço no mercado de trabalho e no mundo dos negócios, sendo que as mulheres empreendedoras são capazes de competir lado a lado com o homem, devido a sua capacidade de gestão e intuição motivadora, que as levam a empreender no mundo dos negócios.

Ainda segundo o SEBRAE (2019), historicamente, o papel das mulheres, que antigamente se restringia aos deveres domésticos e ao cuidado da família, teve um grande avanço ao longo dos tempos modernos e a atividade empreendedora passou a possibilitar às empreendedoras posição de protagonismo em relação à renda da casa.

A liderança feminina é vista como uma mudança de caráter cultural, pois se acredita que as mulheres possuem a mesma capacidade que os homens quando se trata de gestão. Atualmente elas têm ocupado cargos que antes eram atrelados somente aos homens, e isso ainda pode causar conflitos e competitividade entre os gêneros, fazendo com que ocorra a desvalorização, bem como o surgimento de pensamentos machistas. Ainda assim, desde que as mulheres se preparem de forma adequada, estas conseguem promover um crescimento superior na maneira de liderar e na distribuição de tarefas as quais são atreladas a elas, sendo que as mesmas são mais fiéis, sinceras e delicadas em relação à execução de suas atividades, proporcionando assim um ambiente de trabalho mais harmonioso (RODRIGUES; SILVA, 2015).

Segundo pesquisas recentes do SEBRAE (2019), os avanços e conquistas do empreendedorismo feminino, na busca da independência econômica, motivam as mulheres a empreenderem e serem gestoras do seu próprio negócio, superando preconceitos e dificuldades. A importância do tema abordado nesta pesquisa coloca a mulher em destaque, quando se trata de empreendedorismo.

Diante deste contexto formulou-se o seguinte problema de pesquisa: “Como ocorre o processo de desenvolvimento do empreendedorismo feminino em um grupo de empreendedoras na cidade de Santa Maria - RS?”.

Neste escopo, a realização deste estudo justifica-se pela importância do tema empreendedorismo feminino na sociedade brasileira, fato este, que coloca as mulheres em destaque no mundo dos negócios, devido ao potencial de sucesso e o perfil inovador no mercado de trabalho, bem como, a sua contribuição para a economia do país (CRAMER et al., 2012).

Cabe ressaltar a importância do tema, as principais razões que levam a mulher a empreender e o interesse dos pesquisadores, com relação aos avanços e conquistas da mulher empreendedora, bem como, contribuir para o conhecimento do assunto abordado.

O empreendedorismo feminino vem crescendo devido ao simples fato das mulheres possuírem características naturais que as favorecem neste segmento, são intuitivas e sensíveis, prestando maior atenção a detalhes, melhorando seu desempenho na gestão de negócios (REVISTA MELHOR, 2018). Diante disso, o objetivo do geral do estudo consiste em descrever a trajetória empreendedora de um grupo de mulheres da cidade de Santa Maria/RS.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para melhor entender a temática proposta por esta pesquisa, a presente seção será dividida da seguinte forma: conceitos de empreendedor/empreendedorismo; empreendedorismo feminino e sua importância no mercado atual.

2.1 CONCEITOS DE EMPREENDEDOR/EMPREENDEDORISMO

O autor que projetou o tema empreendedorismo foi Schumpeter (1982, p.64), que associou “o empreendedor ao conceito de inovação apontando-o como elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico” (SCHUMPETER, 1982, p.64 apud DOLABELA, 2003, p.48).

De acordo com Dolabela (2006), o empreendedor é considerado uma pessoa que modifica seu inconformismo em novas realidades e em propostas positivas para os outros e para si mesmo. Este é alguém que prefere seguir caminhos ainda não trilhados, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, consiste em alguém que acredita que pode modificar o mundo.

Segundo Sarkar (2008, p. 26), “empreendedorismo é o processo de criação e/ou a expansão de negócios que são inovadores, ou que nascem a partir de oportunidades identificadas”. De acordo com Dolabela (2006), o indivíduo empreendedor possui como diferenciação a superação de padrões, os quais são impostos, e este possui a capacidade de utilizar espaços ainda não ocupados no mercado.

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado (CHIAVENATO, 2007, p.07).

De acordo com Drucker (2003), um empreendedor é considerado um indivíduo que possui a iniciativa de tomar uma decisão, sendo que o mesmo entende o empreendedorismo como um comportamento e não como uma característica de personalidade, possuindo como bases para o empreendimento o conceito e a teoria, e não levando em consideração apenas a intuição. A característica inovadora do empreendedor permite que o mesmo realize a combinação da introdução de novos produtos, serviços ou negócios, em conjunto com o desenvolvimento e o crescimento econômico (MATOS et al., 2010).

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO E A IMPORTÂNCIA NO MERCADO ATUAL

Segundo Loden (1988), as qualidades capazes de definir a liderança feminina não são limitadas e exclusivas das mulheres, pois estas características também são encontradas em homens. Pesquisas realizadas pela *Global Entrepreneurship Monitor*

(GEM) (2008), apontam que as mulheres representam mais de 50% da população brasileira, sendo que estas chefiam 1/3 das famílias, representando assim, 52% dos empreendedores do país, exercendo atividades em diversos setores da economia.

De acordo com Melo (2001), ainda muitas mulheres exercem suas funções e recebem remunerações inferiores aos dos homens, sendo restritas a alguns departamentos do mercado, mesmo quando comprovada que a sua escolaridade é superior.

Com base na pesquisa realizada pelo GEM (2012), é possível constatar que o público feminino costuma investir mais em negócios voltados ao seu universo, tais como: comércio de vestuário, serviços coletivos sociais e pessoais, comércio varejista de produtos farmacêuticos, de beleza, gastronomia e preparo de refeição, perfumaria e cosméticos. Os negócios geralmente são iniciados como forma de complementar a renda da família, sendo que em outros casos, os negócios são iniciados para que ocorra a realização pessoal, ou ainda porque a mulher não encontrou emprego diante do seu perfil atual, sendo que o desempenho, a dedicação e a organização das mulheres impulsionam o negócio ao sucesso, pois estas não se limitam a preconceitos e dificuldades (GEM, 2012).

As mulheres apresentam um impacto positivo no mercado e nos negócios, sendo presentes não só em setores operacionais, mas também em postos de gestão, propiciando um mercado com mais diversidade e com pontos de vista distintos. Quando a mulher tem a liberdade para fazer o que deseja, empreendendo e sendo dona do seu próprio dinheiro, da sua própria história, podendo investir em sua família, toda a sociedade passa a avançar em relação às conquistas dos direitos das mulheres empresárias (SEBRAE, 2019).

Segundo Cohen (2009, p. 45), “a executiva brasileira se mostra significativamente indiferente ao poder, ela não quer mandar, como o homem; quer ter a capacidade de influenciar as pessoas, de ser reconhecida como sábia, sensata, capaz, quer ser um modelo”.

A mulher possui habilidades de liderança e uma visão estratégica de futuro, como profissional de negócios “o perfil da mulher que exerce um cargo de liderança é bem diferente de alguns anos atrás. Elas estão ambiciosas e possuem uma rede de relacionamento de causar inveja” (COHEN, 2009, p. 30). No entanto, “há competências que diferenciam o estilo de gestão feminina, como o multiprocessamento de informações, maior flexibilidade e habilidade de enxergar as pessoas como um todo, e não apenas no âmbito profissional” (FLEURY, 2013, p. 48).

3 MÉTODO

O presente estudo classifica-se como uma pesquisa descritiva. Para Gil (2008), a contribuição das pesquisas descritivas é possibilitar novas análises sobre uma realidade já conhecida, sendo que esta pesquisa descritiva descreve as percepções das entrevistadas acerca do empreendedorismo feminino.

Esta pesquisa é de cunho qualitativo, o qual se justifica face à necessidade de compreender os sentidos, significados, posições e características da situação problema, os quais são atribuídos pelos entrevistadas (RICHARDSON, 2010), ou mesmo por “estudar o significado da vida das pessoas, nas condições da vida real” e também “representar as opiniões e perspectivas das pessoas, de um estudo” (YIN, 2016, p. 7). As entrevistas foram realizadas utilizando uma adaptação do instrumento de Oliveira (2014), contido no Apêndice A. A coleta de dados foi por meio da técnica bola de neve, a qual permite incluir informações por indicação no mesmo público de interesse, de forma linear por amostra não probabilística (MALHOTRA, 2012). A primeira empreendedora

entrevistada foi selecionada por ser próxima dos pesquisadores, sendo que a mesma indicou outra empreendedora e assim sucessivamente.

A amostragem utilizada foi não probabilística, ou seja, quando não há um universo definido para a pesquisa. A amostragem não probabilística é "aquela em que a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende, ao menos em parte, do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo" (MATTAR, 2005, p. 271). Para a realização da coleta dos dados foi utilizada a entrevista semiestruturada composta por vinte e seis perguntas, sendo que estas foram feitas a seis (6) empreendedoras de Santa Maria/RS. As entrevistas foram realizadas através do Google Meet e WhatsApp e posteriormente transcritos, totalizando aproximadamente uma hora de gravação de áudio e três páginas de transcrições, para cada entrevistada.

As informações coletadas foram utilizadas para a análise qualitativa do conteúdo das respostas, visando atender aos objetivos e o tema do estudo, seguidas de fundamentações teóricas que comprovam as informações das entrevistadas. A análise dos dados foi por meio da técnica de análise de conteúdo, na qual Bardin (2004), destaca ser um método empírico, composto por um conjunto de técnicas de análise das comunicações, a qual se utiliza de determinados procedimentos sistemáticos e objetivos, possibilitando a descrição do conteúdo das mensagens.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesse tópico apresenta-se a análise dos dados de acordo com os objetivos geral e específicos propostos nesta pesquisa. Os relatos das entrevistas são baseados em questões sobre o tema e apresentam as opiniões das empresárias entrevistadas, acerca de suas experiências e conhecimentos sobre o empreendedorismo feminino, levando-se em consideração os fatores motivacionais e suas competências de liderança.

4.1 PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DAS EMPREENDEDORAS

Com o objetivo de identificar o perfil do grupo de empreendedoras entrevistadas, foram realizadas questões referentes à idade, estado civil, número de filhos, formação acadêmica, experiência em gestão empresarial, atividade anterior exercida e fonte dos recursos iniciais para a abertura da empresa. O nome das entrevistadas foi substituído por uma identificação numérica que vai do E01 ao E06, seguindo a sequência da realização das entrevistas, a fim de resguardar suas identidades. O perfil das mulheres empreendedoras participantes dessa pesquisa pode ser observado no Quadro 1.

Quadro 1 - Perfil do grupo de empreendedoras entrevistadas

Entrevistada	Idade	Estado Civil	Filhos/ N°	Escolaridade	Experiência Empresarial	Atividade Anterior	Recursos Iniciais
E01	28	Solteira	Não	Pós-graduação	Sim	Advogada	Próprios
E02	42	Casada	Sim/2	Superior Incompleto	Não	Vendas	Próprios
E03	39	Casada	Sim/2	Superior Administração	Sim	Serviços	Esposo
E04	42	Casada	Sim/4	Superior Incompleto	Não	Eventos	Banco
E05	36	Solteira	Não	Superior Incompleto	Não	Secretária	Próprios
E06	26	Casada	Não	Doutorado	Sim	Comercio	Próprios

Fonte: Autores

Analisando o perfil das mulheres entrevistadas, observa-se que a faixa etária está entre 26 a 42 anos, a maioria são casadas e 60% possuem de 2 a 4 filhos. A maioria está cursando faculdade ou possui graduação e pós graduação, o que vai ao encontro da pesquisa do GEM, realizada em 2018, na qual foi possível constatar que quanto mais alto o nível de escolaridade da empreendedora, maior o “índice de sucesso, tanto financeiro quanto pessoal”.

Pode-se verificar que a maioria das entrevistadas já possuía experiência profissional antes de empreender, sendo que a grande parte empreendeu com recursos próprios da família. Verificou-se que o grupo de empreendedoras possui perfil próximo ao revelado nas pesquisas sobre empreendedorismo feminino, realizadas pelo autor Nunes (2006).

As entrevistas apontam também que 50% possuem experiência profissional, todas exerciam atividades anteriores, a maioria empreendeu com recursos próprios da família. Quanto à identificação das empresas e para melhor entender o ramo de negócio das empreendedoras entrevistadas, analisou-se a situação atual das empresas, quanto ao ano de abertura, a área de atuação, o faturamento anual, se possuíam sócios e o número de empregados, conforme pode ser observado no Quadro 2.

Quadro 2 – Identificação das Empresas

Entrevistada	Ano/Abertura	Área Atuação	Faturamento Anual	Sócios N°	Empregados N°
E01	2015	Comércio	100 a 500 mil	Não	04
E02	2019	Comércio	100 mil	Não	Não
E03	2017	Serviços	100 mil	01	Não
E04	2018	Comércio	Acima 500 mil	03	23
E05	2008	Comércio	100 mil	Não	05
E06	2009	Comércio	Até 500 mil	01	07

Fonte: Autores

Verificou-se que as empresas atuam na área de comércio e serviços, possuem faturamento entre 100 a 500 mil reais, 50% tem o esposo e familiares como sócios e possuem de 4 a 23 empregados, sendo que duas atuam sozinhas. Segundo a GEM (2018), ao todo “são mais de 24 milhões de brasileiras tocando negócios próprios, gerando empregos e movimentando a economia”.

4.2 HISTÓRIA DE VIDA DAS EMPREENDEDORAS

Esse item tem o objetivo de entender como a história de vida de cada uma dessas mulheres contribuiu para a sua decisão de empreender, os desafios e diferenças em relação ao gênero, a luta pela realização dos seus sonhos e novas oportunidades de negócio, gerando renda para si, seus familiares e empregados.

A história de vida das entrevistadas retrata o que cada uma vivenciou para empreender, aborda sobre a empresa que passou a ocupar o primeiro lugar em seus objetivos, na conquista da independência financeira, oportunidades de mercado, melhoria da qualidade de vida e o resgate da autoestima.

Quanto a primeira questão: “Você se considera uma empreendedora? Por quê?”, pode-se verificar as respostas das entrevistadas. No depoimento das empreendedoras a seguir, pode ser analisado o interesse em empreender desde cedo, ainda na adolescência,

inovando em atividades com retorno financeiro imediato, agregando valor e conhecimentos:

[...] Sim, pois ter comércio é empreender todo dia, a cada dificuldade é preciso empreender. Nós que trabalhamos com isso, conseguimos ver de longe quem sabe empreender, e quem não sabe. Empreender é se remodelar a cada novidade, e dormir e acordar pensando no que pode ser melhor hoje na minha empresa (E01).

[...] Sim me considero uma empreendedora pois venho de uma família de mulheres empreendedoras, que sempre foram em busca de seus sonhos, pois além de suprir necessidades minhas, ainda enxerga oportunidades no mercado aqui na minha região se faz necessário (E02).

[...] Sim me considero empreendedora pois tenho a percepção e vontade de sempre estar criando inovando, aprendendo, isso pra mim e um espírito empreendedor para aumentar os produtos que vendo através da qualidade buscando uma diferença no mercado (E03). [...] Sim, porque a gente tem capacidade, consegue administrar e sempre foi meu sonho, também por independência financeira e mais liberdade (E04)

[...] Sim, agora me considero, comecei só na coragem, com pouco conhecimento que a gente tinha, na faculdade me descobri, também pelo fato de eu ter um negócio que desenvolve outras pessoas, isso já é ser um empreendedor, quando eu montei o café vi que tinha uma necessidade e precisava de um lugar para as pessoas se alimentarem, ali vi uma oportunidade (E05).

[...] Sim, eu acho que muito antes de ser dona de negócio eu era empreendedora, existe uma diferença muito grande entre empresário e empreendedor, porque temos muitos empresários que não empreendem e muita gente que empreende e não é empresário (E06).

Quanto à percepção do empreendedorismo em relação ao gênero, foi realizada a questão 3: “Na sua percepção, o empreendedorismo é diferente em relação ao gênero?”. As entrevistadas relataram que deve existir igualdade de gênero, uma vez que, as mulheres possuem capacidade de gestão e liderança, comprovando a sua competência na condução do seu próprio negócio.

[...] Acredito que não, depende unicamente de você. Uma mulher não pode menos que o homem, só vai ser menor ou diferente se ela se deixar ser (E01).

[...] Sim tem diferença por mais que o machismo prevalece, acho a mulher é mais competente mais obstinada a ir em busca de seus objetivos (E02).

[...] Na minha percepção o empreendedorismo em relação ao gênero tem diferença, acredito que as mulheres são mais empreendedoras que o homem, falo isso por experiência em casa com meu esposo, tudo mais difícil pra ele, eu tomo a frente dos negócios, pois ele (marido) sempre acha que alguma coisa não vai dar certo, então acredito que a mulher tem mais poder de decisão em relação a empreender (E03).

[...] Sim, a mulher tem que lutar mais pra ter seu lugar no mercado, o homem parece que já é naturalmente, já a mulher tem que mostrar nosso trabalho, valor e empenho (E04). [...] Sim, acho que as mulheres tem um diferencial, temos mais coragem, menos medo, o homem é mais cauteloso, mulher é mais corajosa (E05).

[...] Eu acho que sim, envolve um pouco de filosofia de vida e valores, eu acredito que agora estamos em um momento de ruptura que agora vai surgir uma nova era após esta pandemia, realmente vai impactar muito a favor do empreendedorismo feminino eu acho isso fantástico, porque as mulheres vem mostrando a muitos anos que são capazes, que desempenham muito bem a atividade administrativa (E06).

Segundo a GEM Brasil (2018), o público feminino é mais expressivo do que o masculino, quando o assunto é a abertura de novos empreendimentos. As mulheres estão em maior número nos setores de comércio, indústria e serviços, motivadas pela necessidade de ter sua fonte de renda, adquirir independência financeira, construída de forma autônoma e independente.

4.3 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Com base nas entrevistas, as empreendedoras observam as características da mulher empreendedora como: ter dom e persistência, talento e dinamismo, capacidade de ver oportunidades, de sonhar, habilidade em lidar com as pessoas, necessidade de ajudar os outros, inovação e busca constante pelo empreender sem medo de errar. Relatam também as características que não desenvolveram e precisam aprimorar.

[...] Dedicção, detalhistas, mas também fortes, batalhadoras, muitas sustentam um família com o trabalho [...] Preciso aprender com os próprios erros. Não existe nada que ensine mais do que errar. Empreender é na prática, é no dia a dia, é errando para apreender (E01). [...] Observo muita garra e persistência em busca de seus ideais, não desanimam perante as adversidades além de serem organizadas e competentes. Devo me espelhar em bons exemplos de mulheres empreendedoras guerreiras que foram em busca de seus sonhos, que deram certo, eu estou em busca de conhecimento e aprimoramento (E02).

[...] Criatividade, segurança, auto estima, coragem e foco, confiança em mim no que eu faço. Características que não desenvolvi: ter mais controle na área financeira, na parte de finanças desenvolver mais (E03).

[...] Persistência é a principal característica temos que ser fortes e não desanimar. Tem que ter bom senso pra lidar com as pessoas, flexibilidade de se adequar com tudo que está acontecendo ir se reinventando. Preciso ser mais racional menos emotiva, acredito que isso me atrapalha na hora de cuidar do negócio (E04).

[...] Tem que ter bom senso pra lidar com as pessoas agora mesmo com esta pandemia temos que ter a flexibilidade de se adequar com tudo que está acontecendo, ir se reinventando. Preciso ser mais racional menos emotiva, acredito que isso atrapalhe na hora de cuidar do seu negócio (E04).

[...] Sempre fui muito aberta, não tive muita dificuldade de não aceitar a coisa, a minha maior dificuldade é a parte financeira e a parte de lidar com as pessoas, na parte financeira melhorei bastante e aprendi muito a lidar com as pessoas, mas pra mim ainda é um desafio (E05).

[...] Persistência, um empreendedor precisa estar sempre se reinventando, o empreendedor da dificuldade cria uma oportunidade, então estamos sempre se remodelando. Ser proativas correr atrás não dá pra ficar sentado. Facilidade de comunicação. A resiliência é uma característica que eu não tinha e fui desenvolvendo, eu ainda não desenvolvi o feedback (E06).

4.4 DESAFIOS E DIFICULDADES DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Este item investigou quais são os desafios (as dificuldades e facilidades) pessoais e empresariais enfrentadas pelo grupo de mulheres empreendedoras entrevistadas. Apesar das dificuldades enfrentadas para manter a sua empresa, é possível perceber a satisfação e auto realização pessoal e profissional dessas mulheres.

[...] A principal dificuldade foi conseguir capital de giro para investir na loja, que foi superado chamando os amigos, divulgando fazendo promoção, contando com o apoio de outras pessoas economias próprias e empréstimo no banco. Realizei planejamento ou plano de negócio. Como comprei a loja pronta, sabia tudo que queria melhorar com o olhar de quem era cliente antes, tudo que eu queria acrescentar no mix. Não há facilidades, é muito trabalho para ter resultado. Acho que nenhuma profissão é fácil, é trabalho e mais trabalho para ter o esperado resultado (E01).

[...] Contato com fornecedores por não saber muito, por ser MEI muitos fornecedores não atendem este enquadramento, capital de giro, caixa pois tinha que pagar à vista no início, e, a captação de clientes, mas com o tempo foi se resolvendo, com a ajuda do pessoal do mesmo ramo nosso e com apoio de outras pessoas que nos deram suporte. Foi realizado um plano de negócio, fiz

na faculdade e pude ver o negócio como um todo. A facilidade é que não temos funcionários e não pagamos aluguel (E02).

[...] Dificuldade inicial: Parte financeira e organização, captação de clientes, fornecedores. A facilidade é que eu trabalho em casa eu e meu esposo, planejamos e organizamos juntos, domínio do que nos oferecíamos, conhecíamos bem o nosso produto, conseguia passar segurança e credibilidade do clientes (E03).

[...] Enfrentei resistências pois pegamos um negócio que já existia e os colaboradores que continuaram, tiveram que se adaptar com a nossa gestão, até mesmo com clientes. Com o tempo, fui aprendendo a lidar encontrar meu lugar, fui ouvindo opinião de outras pessoas, pois tinha outros sócios inclusive meu marido. Conteí com o apoio da família, empréstimo bancário, não foi realizado plano de negócio (E04).

[...] Na parte de organização da empresa e no planejamento, nunca fiz um planejamento e na faculdade vi que é muito importante ter um planejamento. Tive que ter muito jogo de cintura passamos por dificuldades, tivemos que tomar algumas decisões, conteí com o apoio de minha mãe me ajudou financeiramente, foi realizado um plano de negócio com o passar do tempo. A facilidade foi a parte da padronização e eu gostar do que eu faço, isso me ajudou bastante (E05).

[...] As primeiras dificuldades foram profissionalizar o meu negócio, pois tu tem algo muito informal e temos que dar uma imagem profissional para a empresa, não pode ser qualquer nome, qualquer ideia, qualquer negócio tem que planejar tu só consegue profissionalizar quando tem um planejamento. A facilidade de conseguir atingir muitas pessoas usando as mídias sociais, facilita muito, ao estar na internet tu consegue mandar a tua propaganda tua promoção. A facilidade em adquirir conhecimento gratuitos e fazer vários cursos pela internet, ver conteúdos de graça com baixo custo conseguimos conhecimentos (E06).

Nessa pesquisa foi constatado a capacidade de liderança e a persistência dessas mulheres, na luta pela sua satisfação pessoal, conciliação de trabalho e família, gestão e manutenção da empresa, e a qualidade de vida de sua família.

4.5 FATORES MOTIVACIONAIS QUE LEVAM AS MULHERES A EMPREENDER

Os principais fatores que levaram essas mulheres a empreender podem ser observados a seguir:

[...] Ter uma fonte de renda, oportunidade de negócio, uma visão de quem era consumidora. Olhando para trás, faria alguma coisa diferente sim, como meio de melhorar o desempenho da empresa (E01).

[...] A vontade de sempre ter meu negócio, poder estar mais próxima da casa e da família, se eu estivesse trabalhando fora não conseguiria. Não faria nada diferente, quero expandir o meu negócio, pretendo me aperfeiçoar e tenho a intenção de abrir um outro negócio que na parte da culinária que tenho paixão (E02).

[...] Fatores que levaram a criar a empresa foram estar próxima da família, o incentivo e necessidade financeira, melhores condições de vida e mais tempo para a família. Não faria nada diferente podemos ir melhorando cada vez mais. Estamos aprendendo coisas novas todos os dias (E03).

[...] A necessidade financeira, estar próxima da família, oportunidade de negócio próprio, senso empreendedor. Não faria nada diferente (E04).

[...] Foi uma escolha pessoal, larguei meu emprego para ter meu próprio negócio, sempre sonhei em ter meu próprio negócio. Sim, faria um plano de negócio, um controle desde o primeiro dia, organizaria melhor a empresa, pois no começo não tinha muita experiência na parte administrativa, teria colocado um sistema, mas os poucos fui melhorando (E05).

[...] Vontade de ter a minha renda, ter um pai administrador eu via ele sempre coordenando, administrando seus negócios, minha mãe empreendedora, sempre vi neles o empreendedorismo, surgiu da vontade de correr atrás e poder

ajudar outras pessoas, sempre quis vender e atender as pessoas, convencer o cliente. Eu Faria diferente não me precipitaria muito, pois as vezes a vontade de vender é tão grande que não analiso e não coloco o preço certo como deveria, mas o conhecimento me ajudou muito (E06).

Para essas empreendedoras, a necessidade de ter sua renda própria, a administração da vida familiar e a qualidade de vida para os filhos, foram fatores decisivos para empreender em seus próprios negócios. Os fatores satisfação, realização pessoal e a visão de uma oportunidade de mercado, as levaram a ser empreendedoras de sucesso.

A satisfação de ter o seu próprio negócio, aprender com seus erros, corrigir o que está errado, é um desafio constante na vida das empreendedoras, que é superado pela vontade de empreender e obter o sucesso da empresa, sua realização pessoal, independência financeira e oportunidades de mercado para os seus negócios.

A medida que as empreendedoras conseguem alcançar equilíbrio entre a vida profissional e familiar, percebem que cada uma das demandas se ajusta mutuamente e elas podem ser conciliadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve o objetivo descrever a trajetória empreendedora de um grupo de mulheres da cidade de Santa Maria/RS. Também buscou-se entender os fatores que influenciaram as mulheres na tomada de decisão em empreender e de que forma a sua história de vida contribuiu para o empreendedorismo, suas características, os desafios e dificuldades, enfrentados pelas mulheres no empreendedorismo.

A partir da análise do perfil sociodemográfico das empreendedoras, observou-se que o perfil das mulheres possui média de idade em torno 45 anos, com nível de escolaridade elevado, casadas, com filhos e com experiência no ramo de negócios.

Em relação à história de vida das empreendedoras, observou-se o que cada uma vivenciou para empreender, sobre o fato de que a empresa passou a ocupar o primeiro lugar em suas vidas, visando a conquista da sua independência financeira, oportunidades de trabalho, melhoria da qualidade de vida e o resgate da autoestima.

As questões financeiras, geração de emprego próprio e para a família, a satisfação pessoal, a independência financeira, conciliação entre trabalho e família, são o principal motivação para empreender. Também observou-se a capacidade de gestão, liderança e competência na condução do seu negócio, visão de oportunidades de mercado, realização de seus sonhos e objetivos.

As dificuldades relatadas pelas empreendedoras entrevistadas, estão relacionadas a falta de recursos financeiros e capital de giro, dificuldade em conseguir financiamento bancário, captar e fidelizar clientes e fornecedores. Além disso, foi relatado dificuldades com questões de organização e manutenção da empresa.

Atualmente as dificuldades enfrentadas pelas empresárias, são oriundas da crise econômica que atinge o país, em função da pandemia, o que gera muitas incertezas em relação ao futuro dos negócios, pois há uma diminuição da comercialização dos produtos e serviços, que precisam ser reinventados e voltados para a oferta on-line, como uma alternativa para enfrentar a recessão econômica e manter a empresa no mercado.

Finalmente, o estudo contribuiu para entender o cenário de um grupo de pequenos e médios negócios conduzidos por mulheres, no município de Santa Maria-RS, permitindo identificar os desafios, as características e os fatores motivacionais que influenciaram na tomada de decisão e as levaram a empreender.

Como limitações da pesquisa ressalta-se que a amostra refere-se a um grupo limitado de empreendedoras, proprietárias de pequenas e médias empresas do setor de

comércio e/ou serviços. Os dados se referem a um grupo específico de mulheres, assim, sugere-se a oportunidade de novos estudos e pesquisas futuras, ampliar a amostra das entrevistadas, em outros setores e porte de empresas, que possam complementar os resultados do presente estudo.

Portanto, a partir dos resultados da atual pesquisa, espera-se também contribuir na divulgação do tema dessa pesquisa e participação das mulheres empreendedoras, como geradoras de emprego e renda, construindo com a força do empreendedorismo feminino na sociedade.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004. CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor, empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.
- COHEN, M. **Como escalar montanhas de salto alto? Exercendo no poder feminino**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.
- CRAMER, L.; CAPPELLE, M. C. A.; ANDRADE, A. L. S.; BRITO, M. J. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios, **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - REGEPE**, v.1, n.1, p.53-71, 2012.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 5. Ed. São Paulo: Cultura. 2003.
- DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de Negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. 14. Ed. São Paulo: Cultura, 2006.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.
- FLEURY, M. T. L. **Liderança feminina no mercado de trabalho**. CE, Agora é com elas. Vol. 12. GV Executivo, 2013.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2007**. Curitiba: IBQP, 2008.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo**. Apoio do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e parceria técnica e financeira do SEBRAE. 2012. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/uf/pernambuco/downloads/estudos-epesquisas/copy3_of_seminario-web/pesquisa-gem-2012.pdf. Acesso em: 07 de setembro de 2019.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 edição, São Paulo: Atlas, 2008.
- HISRICH, R. D.; PERTERS, M. P. SHEPERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 9 edição, 2014.

LAGES, S. R. C. **Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda.**

Revista Estação Científica, 2008. Disponível em:

<www.jf.estacio.br/revista/artigos/0sonia_desafios.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2019.

LODEN, M. Liderança feminina: como ter sucesso nos negócios sendo você mesma. São Bernardo do Campo, SP: Editora Bandeirante, 1988.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing.** 6. Ed. Porto Alegre: Bookman 2012.

MATOS, F. et al. Estudo observacional do comportamento empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa da ótica de Filion no filme “Mauá – o Imperador e o Rei”.

Caderno EBAPE.BR, Rio de Janeiro, RJ, v. 10, n. 1, artigo 11, p. 202-220, mar. 2010.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing.** Vol 1 e 2, Sao Paulo: Atlas, 2005.

MELO, H. P. **O feminino nas manufaturas brasileiras.** In: MURARO, Rose Marie; PUPPIN, Andréa Brandão . Mulher, gênero e sociedade. Rio de Janeiro: Relume e Dumará: FAPERJ, 2001.

NUNES, J. L. F. **O empreendedorismo feminino e o estilo de liderança no Conselho da Mulher Empreendedora da Associação Comercial de Minas Gerais.** Dissertação de mestrado em Administração: Modalidade Profissionalizante - FEAD-MINAS – Centro de Gestão Empreendedora, 2006.

OLIVEIRA, A. F. **O Processo de Desenvolvimento do Empreendedorismo Feminino em um Grupo de Empresárias da Cidade de Belo Horizonte: História de Vida, Desafios, Características e Fatores Determinantes.** Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional. Fundação Pedro Leopoldo. 2014.

REVISTA MELHOR. **Mulheres à frente do seu negócio.** 2018. Disponível em:< <https://revistamelhor.com.br/mulheres-a-frente-do-seu-negocio/>>. Acesso em: 20 de abril de 2020.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RODRIGUES, S. C.; SILVA, G. R. da. **A liderança feminina no mercado de trabalho.** Vol. 1. Revista digital de Administração. Faciplac, 2015.

SARKAR, S. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SEBRAE. **Os desafios da mulher empreendedora.** Disponível em:< <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD> > Acesso em 05 nov. 2019.

SEBRAE. **Avanços e conquistas do empreendedorismo feminino.** Disponível em: < Acesso em: 28 out. 2019.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa: do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.