

MULHER EMPREENDEDORA

Mara Angélica Schutze Voigt¹

Albertina de Souza Prust²

Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI

Curso Gestão Comercial (GCO 0070) – Prática do Módulo II

13/05/2013

RESUMO

Este artigo tem como interesse mostrar os fenômenos relacionados ao empreendedorismo, que está ganhando muita importância e amplo crescimento. Com o auxílio da economia, nas últimas décadas está cada dia mais simples poder se tornar um empreendedor de micro ou médio porte. O empreendedorismo, com seu crescimento, abriu as portas para as mulheres. Elas, a cada dia, conquistam mais espaço como empreendedoras. O empreendedorismo feminino está em evidência, pelo processo de feminização do mercado de trabalho, ocorrendo assim um aumento gradativo de empreendimentos gerenciados por mulheres. As mulheres podem ter várias razões para se tornarem empreendedoras, como o complemento da renda familiar ou a realização dos seus próprios sonhos em trabalhar no que sempre quiseram. Esse trabalho aborda uma pesquisa teórica, partindo de leituras sobre empreendedorismo, o perfil do empreendedor, administração de empresas, desigualdade de gênero, dando ênfase à mulher como empreendedora, uma vez que a literatura se encontra muito carente de obras específicas sobre o assunto.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Família. Empreendedorismo.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma consequência das mudanças econômicas e tecnológicas, tornando-se uma grande alavanca para o crescimento, eliminando barreiras comerciais e culturais.

A falta de emprego e a má valorização dos funcionários têm dado o grande impulso para o surgimento de novos empreendimentos. As mulheres empreendedoras sempre estão em busca da quebra de paradigmas em uma sociedade machista. A cada dia a mulher tem conquistado seu papel de empreendedora, e não somente mãe de família.

No empreendedorismo, tanto o homem como a mulher têm a capacidade de administrar negócios, mesmo que cada um trabalhe de formas diferentes, mas sempre buscando o resultado, o sucesso. Segundo

Dogen (1989, p. 11), “O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”.

2 O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo na economia é associado com a inovação devido à sua influência no desenvolvimento econômico. No empreendedorismo, o aprendizado pessoal e a experiência do cotidiano acabam impulsionados pela motivação, iniciativa e criatividade, buscam oportunidades para o crescimento do negócio construindo um projeto de vida ideal. É acreditar e saber fazer acontecer.

Segundo Amorim e Batista (2013), o empreendedor é a pessoa capaz de identificar, aproveitar oportunidades e agarrá-las, buscando e gerenciando recursos para

¹ Acadêmico do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial.

² Tutora Externa.

a transformação da oportunidade em um excelente negócio de sucesso. É aquele que conhece profundamente o que faz e, ao mesmo tempo, ama o trabalho que faz, dedicando-se ao máximo à sua atividade e sempre buscando novos caminhos que o levem para o sucesso em seu empreendimento. Podemos dizer que o empreendedor é aquele que tem o sonho de ter seu próprio negócio e busca, com determinação e garra, oportunidades no mercado, e se dedica ao máximo investindo tempo, dinheiro e trabalho para o seu sucesso.

QUADRO 1: TAXAS¹ ESPECÍFICAS DE EMPREENDEDORISMO INICIAL (TEA), SEGUNDO CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS – BRASIL E REGIÕES – 2012

Características Demográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)	Taxa (%)
Gênero						
Masculino	16,2*	18,7	17,1	17,6	15,3	15,1
Feminino	14,7	17,1	16,7	15,4	13,0	15,0
Faixa etária						
18-24 anos	14,2	15,4	11,2	18,6	15,2	14,2
25-34 anos	19,2	19,4	21,6	22,0	16,9	19,5
35-44 anos	18,7	22,8	22,2	16,9	17,1	16,2
45-54 anos	12,1	15,3	15,4	9,0	9,9	13,3
55-64 anos	8,3	11,7	7,9	9,5	7,9	8,5
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	7,6	15,2	8,9	7,5	0,0	6,1
Primeiro grau incompleto	14,0	14,6	18,9	12,5	11,9	9,2
Primeiro grau completo	14,5	22,5	16,9	16,9	11,4	16,0
Segundo grau incompleto	15,2	14,7	14,4	17,6	15,2	15,3
Segundo grau completo	16,7	21,6	17,1	18,2	15,3	17,7
Curso superior incompleto	14,7	18,7	12,5	17,9	13,6	17,2
Curso superior completo	17,9	15,2	19,7	20,1	17,5	16,8
Pós-graduação incompleta	14,8	10,1	23,4	17,7	12,8	14,6
Pós-graduação completa	12,0	11,2	17,9	13,1	9,6	11,5
Pós-graduação completa	12,0	11,2	17,9	13,1	9,6	11,5
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	15,3	17,3	18,2	16,0	13,7	14,1
3 a 6 salários mínimos	15,8	19,1	16,6	17,2	14,4	16,1
6 a 9 salários mínimos	17,6	13,4	15,0	13,4	20,8	25,2
Mais de 9 salários mínimos	7,4	13,4	6,9	10,9	5,2	5,8

FONTE: GEM Brasil 2012

¹ As taxas significam o percentual de empreendedores iniciais em cada classe por região, com relação à população da mesma classe.

* Exemplo gênero: 16,2% da população de 18 a 64 anos do sexo masculino do Brasil são empreendedores iniciais (TEA). (GEM BRASIL, 2012).

2.1 HABILIDADES E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Segundo Dornelas (2008), as habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: técnicas, gerenciais e características pessoais.

- **Técnicas:** envolvem saber escrever, ouvir as pessoas e captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe.
- **Gerenciais:** incluem as áreas envolvidas na criação e gerenciamento de empresa (*marketing*, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, planejamento e controle).
- **Características pessoais:** ser disciplinado,

assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, persistente, visionário, ter iniciativa, criatividade, dinâmico, ter energia, ter liderança, motivação, coragem, humildade e, principalmente, ter paixão pelo que faz.

Segundo Bridi e Souza (2005), o sucesso nos negócios depende principalmente de nossos próprios comportamentos, características e atitudes, e não tanto do conhecimento técnico de gestão.

As características para o empreendedor alcançar o sucesso são autoconfiança, automotivação, liderança, energia, persistência, iniciativa, visão de oportunidade, criatividade e inovação, disposição e agilidade de ação, gerência de riscos e aventura, capacidade de execução, organização, comprometimento.

QUADRO 2: AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS E O COMPORTAMENTO DOS EMPREENDEDORES DE SUCESSO

CARACTERÍSTICAS	ESPECIFICAÇÃO
NECESSIDADES	Aprovação Independência Desenvolvimento pessoal Segurança Autorrealização Vínculos Corre risco calculado
CONHECIMENTOS	Aspectos técnicos relacionados com o negócio Experiência na área comercial Escolaridade Experiência em empresas Formação complementar Vivência em situações novas
HABILIDADES	Identificação de novas oportunidades Valoração de oportunidades e pensamento criativo Comunicação persuasiva Negociação Aquisição de informações Resolução de problemas Alcançar metas Motivação e decisão
VALORES	Existenciais Estéticos Intelectuais Morais Religiosos Qualidade

FONTE: Uriarte (2000)

O empreendedor, sabendo organizar suas habilidades e tendo o perfil com as características de empreendedor, com certeza será bem-sucedido.

3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil começou a ganhar força na década de 1990, durante a abertura da economia, quando a entrada de produtos importados ajudou a controlar os preços, dando oportunidade de crescimento para o país. Contudo, também trouxe problemas, pois muitos setores – como, por exemplo, as áreas de brinquedos e de confecções – não conseguiram competir com os preços dos importados. Para ajustar o passo com o resto do mundo, o país precisou mudar. Empresas de todos os tamanhos e setores tiveram de se modernizar para poder competir e voltar a crescer.

A falta de valorização dos empregos é hoje o principal motivo que leva os brasileiros a se tornarem empreendedores, em busca de novas oportunidades de mercado, onde são os chefes e não empregados.

4 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Os conceitos sobre o empreendedorismo não fazem diferença entre os gêneros, pois tanto o homem quanto a mulher podem ser empreendedores, mas sabemos que na realidade ainda há preconceitos em ter mulheres à frente de grandes empresas. As mulheres empreendedoras, na maioria das vezes, possuem negócios de pequeno e médio porte. Em empresas de grande porte, as que têm cargos de maior importância são as donas, por serem negócios familiares.

Entre as mulheres empreendedoras a maioria é casada, possui filhos, casa,

ou seja, tem uma vida muito atribulada, e ainda consegue ter tempo para gerenciar o seu próprio negócio. Por muito tempo a sociedade achava que a mulher devia apenas cuidar dos filhos e da casa. Não tinha uma identidade formada, pois dependia de seu marido econômica e emocionalmente. Com o passar do tempo, a sociedade foi mudando de opinião e dando oportunidade às mulheres de trabalharem em empresas ou abrir seus negócios próprios e cuidar da família e da casa.

As mulheres empreendedoras têm a tendência de ir muito mais além do que a simples execução do trabalho. Apresentam um envolvimento muito maior com as pessoas do seu grupo, obtendo a satisfação de necessidades do grupo que as rodeiam.

4.1 GESTÃO FEMININA

Nota-se desigualdade entre o gênero feminino e o masculino. A cada dia a mulher vem ganhando o seu espaço de forma crucial, porque o homem e a mulher têm habilidades diferentes, cada um tem sua maneira de ver e agir de acordo com cada situação.

Conhecer profundamente o ambiente em que irá empreender é um ponto crucial da viagem e implica características e necessidades de público-alvo; os concorrentes e as experiências de terceiros; o ciclo da vida do setor; as práticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, financeiros, demográficos, legais (DOLABELA, 2010, p. 111).

As mulheres têm a capacidade de gerenciar várias tarefas ao mesmo tempo (casa, marido, filhos, trabalho) e não misturam o grau de responsabilidade de cada um deles. Essa capacidade gera pontos positivos à mulher para o alcance do sucesso. Graças a

isso, a mulher tem conseguido cargos antes somente geridos por homens.

Nenhuma empresa consegue funcionar sem as pessoas. Mais do que isso: são as pessoas que proporcionam a excelência, a qualidade, a produtividade e a competitividade de uma empresa. Daí a sua importância vital para o sucesso do negócio. Além disso, convém não esquecer que o cliente avalia sua empresa e seu produto pelas pessoas que o servem e o atendem (CHIAVENATO, 2007, p. 161).

No processo decisório, a mulher revela a tendência de considerar detalhadamente as consequências de cada ato em longo prazo. É importante para elas o envolvimento das pessoas na sua empresa, elas valorizam os seus funcionários.

Esse estudo está realizando uma análise do comportamento gerencial da mulher empreendedora:

QUADRO 3: TENDÊNCIAS DO COMPORTAMENTO GERENCIAL POR PARTE DE MULHERES EMPREENDEDORAS

Objetivos	Estrutura	Estratégia	Estilo de liderança
-Culturais e sociais; - Segurança e satisfação no trabalho; -Satisfação dos clientes; -Responsabilidade social.	-Ênfase na cooperação; -Baixo grau de formalismo; -Busca de integração e de boa comunicação; -Descentralização.	-Tipo inovativa; -Busca de qualidade; -Busca de sobrevivência e de satisfação geral; -Conciliação trabalho e família.	-Poder compartilhado; -Motivar os outros; -Valorizar o trabalho de todos; -Atenção às diferenças individuais.

FONTE: Machado. Disponível em: <http://www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0189_Caracteristicas%20do%20comportamento%20empreendedor%20um%20estudo%20com%20homens%20e%20mulheres%20empreendedores.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2013.

4.2 OPORTUNIDADES E/OU NECESSIDADES

O motivo de iniciar uma atividade empreendedora pode variar, desde a não contestação do emprego atual, razões econômicas quanto sociais e psicológicas, como realizar o seu sonho do negócio próprio. A motivação varia de acordo com cada um.

A motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessa necessidade motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas (CHIAVENATO, 2007, p. 172).

A evolução evidencia na mulher a mudança de suas necessidades, oferecendo-

lhe uma motivação cada dia diferente para a tomada de decisões. A necessidade financeira pode impulsionar o empreendedorismo feminino, pois o empreendedorismo, por sua vez, traz a oportunidade de melhorar suas condições financeiras, como também pode piorar se não souber administrar seu negócio. A maioria das mulheres busca no empreendedorismo uma nova chance de trabalho e renda, para complementação da renda familiar, seja pela necessidade do aumento da renda ou realização profissional. A cada dia as mulheres estão mais presentes e mais fortes no mercado.

A mulher empreendedora não busca apenas objetivos novos na vida, mas pretende livrar-se de situações incômodas, como horários fixos a seguir, onde não

conseguem ninguém para buscar seus filhos na escola, poder preparar o almoço para a família. Ser empreendedora não significa trabalhar menos, mas, sim, poder organizar os seus horários de acordo com sua agenda.

As pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. Como o trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam (CHIAVENATO, 2007, p. 174).

Ter o seu negócio próprio é um sonho realizado para muitas empreendedoras, mas também traz, muitas vezes, dificuldades para a conciliação do trabalho com a família, pois no início de todos os negócios a dedicação é total, não restando muito tempo para as outras obrigações. Todavia, as mulheres sempre dão um jeito de organizar e realizar todas as tarefas necessárias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo vem a cada dia conquistando um espaço maior no mercado, pela sua grande procura. Estão surgindo muitas mulheres para gerenciar esses negócios. Elas estão em busca de autonomia e independência financeira, podendo ser para completar a renda familiar ou a realização própria. Podendo-se exaltar o perfeito equilíbrio feminino entre trabalho e família.

As características gerenciais femininas apresentam bastante respeito e preocupação com os colaboradores. Também é observada a excelente qualidade dos produtos/serviços e satisfação dos clientes.

Os benefícios e as consequências

do empreendedorismo não têm sido muito pesquisados, por isso não se tem uma informação exata. As informações acima descritas mostram que a mulher empreendedora tem pouca chance no mercado, pela existência, ainda, de preconceitos. Entretanto, elas estão superando esses preconceitos e mostrando que são tão capazes (ou até mais) que os homens.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendedorismo**. 13f. Trabalho Acadêmico de Administração, 8º semestre. Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI), 2013.

BRIDI, João Vitor; SOUZA, Ozinil Martins de. **Empreendedorismo**. Indaial: UNIASSELVI, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo, dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas – um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. 2. ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

DOGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **Riscos bem calculados: o que é e o que faz o empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GEM BRASIL. **Taxas específicas de**

empreendedorismo inicial (TEA) segundo características demográficas: Brasil e regiões – 2012. Disponível em <<http://www.sebraemg.com.br/BibliotecaDigital/VisualizarDocumento.aspx?codigo=2474>>. Acesso em: 20 mar. 2013.

MACHADO, Hilka P. Vier. **Características do comportamento empreendedor:** um estudo com homens e mulheres empreendedores. Disponível em: <http://www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0189_Caracteristicas%20do%20comportamento%20empreendedor%20um%20estudo%20com%20homens%20e%20mulheres%20empreendedores.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2013.

URIARTE, Luiz Ricardo. **Identificação do intraempreendedor.** 2000. 139f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

