

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO PROJETO “VENHA CRESCER COM ESTEIO” (RS): UMA COMPARAÇÃO ENTRE DUAS ORGANIZAÇÕES

João Batista Zanluchi ¹

Eli Conceição da Silva²

Resumo

O objetivo deste trabalho é realizar uma comparação sobre características, motivações e dificuldades entre duas organizações que possuem mulheres empreendedoras como fundadoras no projeto Venha Crescer com Esteio. O método utilizado foi um estudo de caso múltiplo qualitativo, com informações coletadas através de entrevistas realizadas com as empreendedoras fundadoras das duas empresas. Na análise dos dados, foram confrontadas as características das empreendedoras, suas motivações e seus principais desafios e dificuldades no comando de um negócio. Quanto às características das fundadoras, nota-se que as empresas foram criadas com propósitos diferentes, e a maneira de empreender de cada entrevistada é o reflexo de sua organização que são diferentes entre si, embora seja notável que possuam características semelhantes. A respeito das motivações, pôde-se identificar que possuem aspectos distintos, mas que, de certa forma revelam pontos de vistas e objetivos em comum. Enquanto para uma significava a geração de renda, para outra era a satisfação pessoal e autorrealização. Otimismo e persistência são as características mais comuns apresentadas. No âmbito das dificuldades e desafios para as empresas pesquisadas, observou-se que os fatores mais frequentes foram falta de capital, acesso a financiamentos, gerenciamento do negócio e valorização do trabalho.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Gênero.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE PROJECT “VENHA CRESCER COM ESTEIO” (RS): A COMPARISON BETWEEN TWO ORGANIZATIONS

Abstract

The aim of this paper is to make a comparison about characteristics, motivations and difficulties between two organizations with women entrepreneurs as founders of the project “Venha Crescer com Esteio” (“Come Grow with Esteio”). The method used was a multiple qualitative case study with data collected through interviews with the founder entrepreneurs of the two companies. In the data analysis the characteristics of the entrepreneurs were confronted, their motivations and their main challenges and difficulties in the command of a business. In regard of the characteristics of the founders, it is noted that the companies were created for different purposes and the way of undertaking of each interviewee is a reflection of their organization that are different among themselves, although it is remarkable that they have similar characteristics. Regarding to motivations, one can identify that they have distinct

¹ Mestre em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Graduado em Administração, Professor e Coordenador de MBA na UNISINOS. Av. Unisinos, 950. B. Cristo Rei, São Leopoldo (RS). E-mail: jbzanz@terra.com.br

² Bacharel em Comércio Exterior pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)

aspects, but that in a certain way reveal views and common goals. While, for one, it meant income generation, for the other it was personal satisfaction and self-fulfillment. Optimism and persistence are the most common features presented. In the context of the difficulties and challenges for the companies surveyed, it was observed that the most frequent factors were lack of capital, access to financing, business management and work valuation.

Keywords: Entrepreneurship; female entrepreneurship; Gender.

Introdução

Conforme demonstra pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2009), o mundo está passando por mudanças drásticas constantes. Muitos conceitos e métodos que faziam sentido há pouco tempo, hoje podem não mais corresponder à realidade. O espírito empreendedor de criadores como Graham Bell e Henry Ford, ainda estão presentes na cultura empreendedora. Contudo, cada vez mais se incorporam a isso novos valores, como equilíbrio entre o meio e os recursos disponíveis, para as inovações. Dessa forma, poder-se-á contribuir para o desenvolvimento e para evolução social de uma nação, cumprindo o papel do empreendedor, que é aquele que inova e agrega riqueza à economia.

Observa-se que a atividade empreendedora tem grande importância para a prosperidade das nações. Por meio dela acontece inovação, geram-se oportunidades, empregos e riquezas. A existência de indivíduos capazes de superar incertezas, dispostos a correr riscos, de empreender é um das bases para a sustentação do desenvolvimento econômico. O fenômeno do empreendedorismo é fundamental para promoção do progresso e do bem-estar para uma nação (GEM, 2005). Sua importância no contexto socioeconômico do Brasil é indiscutível, já que dar estímulos ao empreendedorismo pode ser considerada uma escolha significativa para a superação dos graves problemas que assolam a nação brasileira, principalmente quando se trata de geração de emprego e renda (GEM, 2004).

Além de buscar um novo objetivo ou meta em suas vidas, há fatores motivadores ambientais que levam as pessoas a entrarem o mundo dos negócios. Mulheres podem tornar-se empreendedoras motivadas pelo sentimento de discriminação, ou restritas em suas empresas, preferem iniciar um negócio que possam dirigir independentemente dos outros (CHIAVENATO, 2008). Para Hisrich, Peters e Shepher (2009), a motivação para empreendedores, está direcionada à independência pessoal, relacionando-se basicamente à satisfação no trabalho advinda do desejo de estar no comando. No entanto, para empreendedoras, a motivação está relacionada ao fato da conquista de uma meta, independência profissional, ter o poder controlar, entre outras. “A representatividade da força de trabalho feminina, bem como pela redução dos empregos em nível mundial e, neste último caso, o trabalho por conta própria representaria uma alternativa para que as mulheres criassem o próprio emprego e também o de outras pessoas” (GOMES, 2004, p. 209).

Diante deste cenário de empreendedorismo, o presente estudo busca realizar uma comparação em termos características, seus aspectos comportamentais, suas motivações e seus principais desafios diante da decisão de liderar um negócio de duas organizações lideradas por mulheres empreendedoras que fazem parte do projeto “Venha Crescer com Esteio”.

1. Empreendedorismo

De acordo com Hashimoto (2006), o uso do termo “empreendedorismo” foi registrado por Richard Cantillon, em 1755, para explicar a suscetibilidade ao risco de comprar algo por certo preço e vendê-lo em um regime de incerteza. Conforme ainda o mesmo autor, Jean Baptiste Say, em 1803, fez ampliação desta definição, relacionando o empreendedor como aquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” (HASHIMOTO, 2006, p.1).

Empreendedor, por sua vez, é a aquele indivíduo que consegue fazer as coisas acontecerem, que possui sensibilidade e faro para os negócios, e tem tino financeiro, hábil capacidade para identificar onde há uma boa oportunidade. Com tais aptidões, tal indivíduo transforma ideias em fatos, seja para o seu benefício ou para o da sua comunidade. Ele consegue combinar imaginação, perseverança, aspectos que o habilitam a transformar simples idéias em negócios concretos que poderão fazer sucesso no mercado (CHIAVENATO, 2008).

O empreendedorismo é hoje um fenômeno global, sobre o qual as mais diversas instituições têm investido para pesquisar e incentivar. Existe de fato grande correlação entre o empreendedorismo e o crescimento econômico cujos resultados podem ser vistos através da inovação, desenvolvimento tecnológico e, principalmente, na geração de emprego e renda. A riqueza gerada pelos empreendedores contribui para a melhoria da qualidade de vida de toda a população, e em muitos casos percebe-se que há um reinvestimento em novos empreendimentos que beneficiam as próprias comunidades (BRITO; WEVER, 2003).

Pode-se verificar que a atividade empreendedora quase sempre tem relação com características institucionais e demográficas, mas é possível averiguar-se também que a cultura empreendedora está diretamente voltada ao grau de bem-estar econômico de uma sociedade. Desta forma, o grau de bem-estar econômico determina a existência de alternativas de emprego. No geral, quanto melhor for o grau de bem estar econômico de um país este terá melhor remuneração paga por ofertas de emprego para as pessoas da força de trabalho, a cultura empreendedora aliada à tecnologia avançada contribui acentuadamente para o desenvolvimento econômico e melhor bem estar econômico de um país (GEM, 2007).

No Brasil, conforme Oliveira (1995), durante os anos 80, a chamada “década perdida”, o que se viu foi uma transformação no modelo de sociedade, com parte significativa da população perdendo os seus empregos e tendo que buscar novas alternativas para sobreviver. Muitas destas pessoas jamais voltaram a se empregar, embora possuíssem qualificação para isso na época. Algumas delas alcançaram tanto êxito que continuaram em seus negócios, contribuindo desta forma para um aumento considerável de pequenos empreendedores.

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a ter maior representatividade a partir da década de 1990, quando entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e o Serviço para Exportação de *Software* (Softex) tiveram maior divulgação. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo ou em criação de pequenas empresas. O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, ele fornece ao empresário que deseja abrir um negócio, todo o suporte necessário para a formalização da empresa, bem como consultorias para auxiliar em questões relativas a dificuldades que possam surgir no negócio (DORNELAS, 2008).

Uma década após a atenção dada pelo país ao empreendedorismo, inicia-se no ano 2000, a pesquisa do GEM sob a coordenação do Sebrae. Esse programa de pesquisa anual tem por objetivo demonstrar o nível da atividade empreendedora no mundo, assim como analisar a evolução do empreendedorismo no Brasil. Esses processos de monitoramento ficam registrados nos Relatórios Executivos de Empreendedorismo no Brasil. De acordo com esses órgãos, o empreendedorismo no Brasil tem sido crescente, assim como a participação feminina neste campo. Desta forma, constata-se que as mulheres têm contribuído para a colocação favorável nesse cenário atribuída ao país (NATIVIDADE, 2009).

1.1 Empreendedorismo Feminino

Abrir o próprio negócio, tornar concreto aquilo que foi um dia apenas ideia, assumir riscos em busca de realização pessoal. Foi-se o tempo em que essas atividades eram características de homens ativos, dinâmicos empreendedores. Atualmente, as mulheres assumem a frente, seja no campo dos negócios, no ativismo social ou na passarela política. Em vários países, o número de empresas criadas ou geridas por mulheres tem crescido consideravelmente (GOMES, 2004).

A trajetória das empreendedoras é marcada pela busca de autorrealização, para muitas mulheres a decisão de buscar realização em um negócio próprio pode ter relação pelo elevado nível educacional que as mulheres estão buscando atualmente. Dessa forma, aliam-se o fato e o desejo de que poderão melhorar as suas perspectivas de atuação no mercado de trabalho (MACHADO ET AL, 2003). “A inserção da mulher no sistema produtivo constitui-se em um analisador privilegiado das transformações que vêm ocorrendo com o feminino na modernidade” (GOMES, 2004, p. 223).

Para Brush *et al.*(2004), além dos motivos tradicionais para se empreender, como desejo por independência e de realização, as mulheres demonstram outras razões como: prover receitas para a família, ter um horário flexível, envolver questões sociais e encontrar uma atividade com muito significado pessoal. Segundo as autoras, as mulheres tendem a demonstrar uma ampla variedade de aspirações quanto a empreender, como encontrar um propósito social para seu trabalho, ao contrário dos homens que, de maneira geral, estão mais focados especificamente no aspecto econômico. Ou seja, as mulheres possuem aspirações mais holísticas em relação a possuir seu próprio negócio.

Houve um aumento considerável em relação ao número de mulheres trabalhando por conta própria, sendo que nos últimos tempos elas estão iniciando novos negócios a taxas maiores do que os homens. Nos Estados Unidos, já pode ser constatado que as mulheres estão criando novos empreendimentos com o dobro de velocidade e permanecem no negócio por tempo mais longo (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

A pesquisa GEM (2007) já indicava que 52% dos novos empreendimentos no Brasil, aqueles com menos de 42 meses de criação, tinham uma mulher na liderança. Invertendo uma tendência histórica quando considerado o período 2001-2007. É possível perceber-se com maior perspicuidade essa inversão quando se analisa o ano de 2001, quando o empreendedorismo masculino representava quase 71% contra cerca de 29% das mulheres.

A pesquisa do GEM do mesmo ano esclarece que dos 54 países estudados, o Brasil está entre os

que, percentualmente, têm maior número de mulheres liderando seus negócios, demonstrando que há um movimento emergente da mulher no mercado de trabalho.

É possível verificar, ainda, que muitas mulheres motivadas para empreender o fazem em suas próprias residências, configurando o espaço do lar em *home office*, pois esse formato permite conciliar os dois afazeres, em muitas outras ocasiões também está relacionado pela dificuldade da mulher em empregar-se ou por ocasião dos cuidados necessários a outros membros da família (NATIVIDADE, 2009).

Segundo o GEM (2007), a taxa de empreendedorismo feminino está crescendo, embora, neste mesmo ano, percebe-se que a necessidade ainda é fator determinante de motivação para a mulher iniciar um empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção cresce para 63% para as mulheres.

Com relação à motivação da mulher para empreender por oportunidade, observa-se uma diminuição desta proporção em relação ao homem, ao considerar-se, por exemplo, o período entre 2001-2007. Foi constatado que, em 2007, a motivação para empreender, considerando-se a variável oportunidade é de 46% contra 54% dos homens. Dessa forma, nota-se que nos anos anteriores a mulher empreendia mais por oportunidade. Entretanto, analisando-se o decorrer do período entre 2001-2007, é notável que as mulheres estão conseguindo obter maior participação, tanto em empreendimentos por oportunidade como por necessidade (GEM 2007).

Natividade (2009) explica que diante de dados como esses, obtidos através do comportamento da mulher brasileira motivada para empreender por sobrevivência, é possível considerar no seu perfil uma dose de “insegurança em manter-se no processo de gestão de seu negócio e conseguir sobressair por intermédio de sua orientação empreendedora. Como contribuição dessa faceta, pode-se pensar na falta de orientação efetiva para sua permanência” (NATIVIDADE, 2009, p. 241).

Para Brush *et al.* (2004), a importante combinação de conhecimento de negócios, habilidades pessoais e experiência prévia do indivíduo representam uma diferença significativa para o crescimento do negócio. As autoras concluem com sua pesquisa que as mulheres empreendedoras relatam como barreira frequente a dificuldade em estabelecer parcerias com fornecedores, consumidores e, principalmente, com agentes financiadores. Essa dificuldade de acesso ao capital tende a forçar o negócio a um crescimento mais lento e gradual, o que, frequentemente, leva à perda das melhores oportunidades.

Embora os pontos de partida para iniciar um negócio sejam semelhantes entre homens e mulheres, verificou-se que os negócios iniciados por homens e mulheres se diferem em termos de natureza do empreendimento. As mulheres mais frequentemente se dedicam a áreas relacionadas com serviços, tais como: lojas, relações públicas ou serviços educacionais, enquanto os homens se voltam para setores da indústria, construção ou alta tecnologia. Isto quase sempre acarreta em negócios femininos menores e com menor rendimento líquido (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

De acordo com pesquisa do GEM (2009), no Brasil, há equilíbrio entre os gêneros quando se refere a empreendedorismo. Contudo, pela primeira vez desde o início da pesquisa, em 2000, com a participação do Brasil, que a proporção de mulheres empreendedoras por oportunidade supera a de homens na mesma condição. Sobre essa indicação, o estudo constatou que dos empreendedores por oportunidade, 53,4% eram mulheres e 46,6%, homens. Além do Brasil, neste mesmo ano, somente outros dois países regis-

traram taxas de empreendedorismo femininas mais altas que as taxas de empreendedorismo masculino: Guatemala e Tonga. Esse fato volta a evidenciar a mulher brasileira como historicamente uma das mais empreendedoras no mundo.

A pesquisa GEM (2007) já evidenciou que a proporção de mulheres envolvidas em atividades empreendedoras naquele ano também havia sido superior à dos homens, mas a participação delas quando se tratou de empreendedorismo por oportunidade foi muito inferior, (38% para homens contra 63% para mulheres). Contudo, invertendo essa tendência, a Pesquisa GEM (2009) mostra que mais um campo até então de domínio masculino, o de empreendedorismo por oportunidade, foi superado pelas mulheres.

2. Metodologia

Esse artigo se caracteriza por ser uma pesquisa qualitativa apresentada sob forma de estudo de múltiplos casos de caráter exploratório. Conforme Collis e Hussey (2006), a pesquisa exploratória qualitativa é realizada sobre um problema ou questão de pesquisa quando há pouco ou nenhum estudo anterior, desta forma, o objetivo é buscar maiores informações sobre os mesmos. “Este tipo de pesquisa é particularmente útil quando se tem uma noção muito vaga do problema de pesquisa” (MATTAR, 1997, p. 80). Já quanto à abordagem, o estudo de múltiplos casos que, segundo Yin (2005), baseia-se em várias fontes de evidências, compreende um método muito abrangente, por tratar do planejamento dos dados, das técnicas de coletas e também de abordagens específicas quanto à análise desse dados.

Entre as diversas técnicas utilizadas em pesquisa de caráter qualitativo, optou-se por usar a técnica de entrevista em profundidade, por entender-se que essa traria maior efetividade para o estudo. Conforme Collis e Hussey (2006), essa técnica permite que o entrevistador faça perguntas mais complexas, o que não é possível, por exemplo, em um questionário fechado.

Para a realização das entrevistas, foram selecionadas mulheres empreendedoras do “Projeto Venha Crescer com Esteio”, por amostragem de conveniência, tendo como objetivo conhecer melhor o universo empreendedor feminino, e suas contribuições para a sociedade, além de tornar esse estudo relevante e mais abrangente para trabalhos futuros. A seleção da unidade de análise foi possível graças à liberalidade e disponibilidade das pesquisadas em cooperar com a pesquisa, fornecendo acesso aos dados e informações necessários, justificando-se, assim, a escolha das mesmas. As empresas e as pessoas entrevistadas tiveram seus nomes alterados por solicitação das mesmas.

O “Projeto Venha Crescer com Esteio” é realizado desde o início de 2009. Segundo o *site* da Prefeitura Municipal de Esteio (acessado em 19 ago. 2013):

“A iniciativa une empresas locais em núcleos setoriais e territoriais que se reúnem mensalmente para a capacitação de gestores, acesso a técnicas de aumento e qualidade de produção, relacionamento com o mercado e troca de experiências. São padarias, restaurantes, mecânicas, floriculturas, artesãos e salões de beleza, entre outros, que participam da parceria entre a Prefeitura, Acise e Sebrae”.

3. Apresentação e Análise dos Resultados

3.1. Empresa Águia

A empresa Águia foi criada por necessidade, pois a fundadora, Sr^a Janete, já possuía outro negócio, no qual atuou por cerca de 30 anos. Acostumada a estar na liderança, era difícil para ela ser empregada novamente e submeter-se a baixo salário. Dessa forma, em 2005, a empreendedora abriu a empresa cujo negócio consistia na venda de água mineral.

Em 2006, Janete contatou o Sebrae, pois o negócio de água mineral estava ficando inviável, havia dificuldades em prosseguir sozinha com a empresa, pois não tinha empregados, contava apenas com a ajuda das duas filhas. A ideia inicial era partir para o ramo de alimentação, contudo, no Sebrae, Janete foi orientada para abrir o negócio de locação de móveis para eventos, pois, na época, não existia em Esteio esse tipo de serviço.

Foi então que a Janete começou a investir nessa nova ideia, no início, “... eu mesma fui de casa em casa, falando, fazendo a propaganda de boca a boca, depois fiz uns panfletos e comecei a distribuir nas ruas”. A empreendedora procurava se fazer presente, sempre que havia um evento na cidade para fazer novos contatos, “... na época também a Internet praticamente não existia e eu mesma tive que fazer o meu marketing”.

Segundo a empreendedora, no início do negócio, sua situação financeira era muito precária, pois ela havia se divorciado recentemente e não possuía condições para investir no negócio, tendo ainda de assumir a casa sozinha sem nenhuma ajuda do seu ex-marido. A empresa tinha poucas mesas e cadeiras, que ela possuía do seu negócio antigo. Os poucos serviços que a empresa foi conseguindo, foram lhe rendendo propagandas, assim com os serviços prestados, fazia reinvestimento no negócio e a empresa evoluía.

Em 2008, definitivamente ela abandonou o negócio da água mineral e a empresa partiu para o ramo de locação de mesas, cadeiras, louças, toalhas, para eventos. O nome do negócio continua o mesmo, como símbolo do início desta etapa na vida da empreendedora, fato que chama atenção até hoje dos clientes que perguntam o porquê deste nome para o negócio.

A empresa tem como suas próximas metas: tornar maior o seu número de clientes, oferecer mais serviço para festas. Há também perspectiva para a empresa começar a prestar serviços na cidade de Porto Alegre. Atualmente, são atendidas as cidades de Sapucaia do Sul, Esteio, São Leopoldo, Novo Hamburgo e Canoas.

3.1.1. Características da empreendedora

As principais características identificadas nesta empreendedora são: otimismo, liderança, bons contatos, disciplina, gostar do que faz, poder de persuasão e visão do negócio. Ela considera que a sua persistência, o seu otimismo, além de saber calcular os riscos, foram as características fundamentais para nunca desistir do negócio e acreditar que o mesmo daria certo. A afirmação da empreendedora está de acordo com a literatura, pois Scabeni e Crisóstimo (2008, p.24) enfatizam que “[...] o sucesso de um empreendimento está condicionado aos atributos e comportamentos de seus empreendedores, que sabem como

harmonizar conhecimento e persistência”.

Ela considera também que é muito importante ter bons contatos, que não é necessário ter medo da concorrência, mas sim formar boas parcerias. Para ela, a liderança, o otimismo, o bom relacionamento, a visão do negócio, o saber calcular os riscos, analisar o mercado, buscar conhecimento e aperfeiçoamento do negócio, são fundamentais para qualquer empreendedor que sonha obter sucesso em seu negócio.

Com relação às constatações da empreendedora, pode-se verificar semelhanças com a literatura. Dornelas (2008, p. 17-18) cita algumas daquelas características que acredita fazer parte do perfil de um empreendedor de sucesso, “[...] são visionários, tem visão de como será o negócio futuramente”, “[...] são bem relacionados (*networking*) São organizados: Sabem construir rede de contatos”.

Entre as oito principais características encontradas na literatura para um empreendedor de sucesso, ela considerou que as mais importantes são: liderança, persistência, otimismo. E sucessivamente: visão, poder de decisão, persuasão, bons contatos/bem relacionada e saber calcular e minimizar os riscos. É possível, então, verificar que, para essa empresa, as características para um empreendedor de sucesso estão relacionadas às atitudes comportamentais e com as habilidades que devem ser aprendidas. Além disso, o otimismo e a liderança, características em evidência no perfil da gestora da empresa, também são apresentadas na literatura.

3.1.2 Motivações para abertura de um negócio

A principal motivação para a empreendedora abrir seu negócio foi a sua necessidade financeira, sua dificuldade de conseguir um bom emprego, e também porque ela gostava e sabia como é estar no comando. Quanto à satisfação, ela afirmou estar relacionada com o fato de poder oferecer um serviço de boa qualidade e ver a realização dos seus clientes. Ela disse ainda que gostava de estar em contato com pessoas.

A entrevistada disse se considerar uma empreendedora, pois, sempre teve espírito de liderança e ama o que faz. Ela afirmou também gostar do relacionamento com o público, relatou que faria o negócio novamente, porque adora o seu trabalho e sempre acreditou que o negócio lhe traria sucesso. Disse ainda que o otimismo deve existir sempre, mesmo diante das dificuldades. Estas afirmações estão de acordo com o que pode ser pesquisado na literatura, já que Dornelas (2008, p. 17-18), faz menção a estas características do empreendedor “[...] são otimistas e apaixonados pelo que fazem: Adoram o trabalho que realizam. O otimismo faz com que acreditem sempre no sucesso”.

É possível identificar nesta análise que as principais motivações para empreendedora abrir o seu negócio foram a sua necessidade financeira e a sua dificuldade em conseguir um bom emprego. Empreender por necessidade, conforme exposto por esta empresa, vai ao encontro com a literatura, conforme o GEM (2007), no Brasil ainda há muitos empreendimentos que são criados por necessidade e não por oportunidade.

Em relação a sua dificuldade em conseguir emprego com boa remuneração, concorda também com a literatura, pois, “[...] em tempos de profundas mudanças nas relações de trabalho, os empregos tradicionais tornam-se cada vez mais escassos, aumentando o interesse das pessoas por novas formas de desenvolvimento profissional. A precariedade dos empregos atuais é também um dos motivos da busca por ser dono

do próprio negócio e “criar” seu próprio emprego. (GOMES, 2004)”.

3.1.3. Principais Desafios Encontrados na Gestão do Negócio

Para esta empreendedora, as principais dificuldades encontradas foram financeiras, como disponibilizar de pouco capital e não ter acesso a financiamentos existentes no mercado, que são poucos e exigem muitas garantias. Além disso, há ainda muita burocracia, é necessário comprovar uma série de exigências, tarefa difícil para quem está abrindo uma empresa. Ela contornou estas dificuldades usando suas poucas finanças pessoais, comprando os móveis com uso de cartão de crédito e fazendo uso do cheque especial.

As dificuldades citadas por esta empresa são semelhantes às relacionadas na literatura. Conforme a pesquisa GEM (2005), para o empreendedor brasileiro, as restrições financeiras são uma forte barreira à abertura de negócios. No sistema financeiro formal, há uma série de barreiras que elevam o custo do dinheiro, a maioria dos empreendedores quando abrem um negócio não têm acesso a programas especiais de financiamento e as taxas de juros estão entre as mais elevadas do mundo.

Apesar de ela considerar o Brasil um país “machista”, disse não ter sofrido preconceito pelo fato de ser mulher. Ela acreditava que as dificuldades de acesso ao crédito, foram as mesmas que qualquer empreendedor sofre no início do negócio. Ela ressaltou que se possuísse acesso a capital, o crescimento do negócio teria sido maior. A afirmação da empreendedora vai ao encontro com o que pode ser verificado na literatura “[...] no Brasil, apesar de políticas terem sido criados para estimular e desenvolver o empreendedorismo percebe-se que ainda não há um ambiente favorável para criação de novas empresas ou aquelas em seus estágios iniciais (GEM, 2008)”.

Ela acredita que um dos maiores desafios para abrir negócio no Brasil é levantar capital no início do empreendimento. Além disso, acreditava que esta dificuldade não era apenas restrita às mulheres, mas, sim, comum aos pequenos empreendedores. Outro desafio também para as mulheres empreendedoras é saber conciliar o papel de empresária com o papel de mãe.

Para ela, as mulheres empreendedoras podem obter vantagens sobre os homens quando se trata do lado emocional, na perfeição, nos detalhes e na persistência. Segundo a empreendedora, o fato de ser mulher não lhe trouxe maiores dificuldades para gerenciar a empresa, mas ela tinha a impressão de se ser vista com desconfiança por outras pessoas na época, especialmente quando falava que comandava e administrava o seu negócio sozinha. A empresária acredita que hoje esta situação é diferente, porque a mulher se faz presente nas mais diversas profissões.

Verifica-se que a interpretação da empreendedora está de acordo com o que se observa na literatura, pois conforme dados do IBGE (2008), as mulheres continuam a aumentar sua participação no mercado de trabalho. Em 2007, elas já representavam 44,4% da população ocupada, contra 43,0% em 2003.

3.2. Empresa Gavião

A principal motivação para fundação desta empresa foi a autorrealização de ser empreendedora, pois

a entrevistada já estava aposentada, porém, não conseguiu parar de trabalhar definitivamente. E, como gostava de costurar, decidiu apostar na ideia. Em 2004, ela fundou a empresa, iniciando as suas atividades em um espaço muito pequeno, que hoje já foi triplicado. Ela relatou que possuía experiência em costura e comércio, desse modo apenas direcionou o seu conhecimento para esse novo projeto. Segundo ela, um fato que ajudou no desenvolvimento do negócio foi o seu filho já possuir conhecimento na área, pois ele havia trabalhado cerca de quatro anos em outra empresa do mesmo segmento.

Para essa empresa, as metas são cativar novos clientes e continuar o crescimento do negócio. As próximas perspectivas são ampliação da loja, mas, contudo, ela relatou que tem certa preocupação com relação à mão de obra, em virtude do seu tipo de serviço (trabalho manual).

3.2.1 Características da Empreendedora

As principais características dessa empreendedora são a persistência e o otimismo. Ela disse acreditar que a sua persistência, a sua dedicação e gostar de seu trabalho foram as características que mais lhe influenciaram ao empreendedorismo. Além disso, a empresária enfatizou o quanto elas são importantes “[...] persistência porque este ramo apresenta muitos percalços e gostar do que faz, porque, no final mesmo com os problemas, faz tudo compensar”. Com relação à persistência e ao otimismo, atributos desta empreendedora, pode-se dizer que está alinhado com o que é abordado na literatura sobre o pequeno empreendedor. Scabeni e Crisóstimo (2008, p.26) ensinam que “[...] Sem dúvida é nas pequenas empresas, que as características individuais dos empreendedores são consideradas fundamentais e fazem a diferença para o desenvolvimento dos empreendimentos, que são responsáveis pelo êxito do negócio”.

Para ela, a persistência e otimismo são fundamentais para um empreendedor de sucesso. Em relação às principais características encontradas na literatura, ela entende que, saber calcular e minimizar os riscos, ser otimista e ter persistência, são as mais importantes. Verifica-se que a interpretação dessa empresária é coerente com o que pode ser visto na literatura. Dornelas (2008) explica que o empreendedor de sucesso assume risco calculado e sabe gerenciar.

Para a Sr^a Cacilda, otimismo, persistência e gostar do que faz são as suas principais características. Além disso, ela associou o saber calcular e minimizar riscos como ponto mais importante a ser considerado quando se trata de gerenciar o negócio, facilmente identificado na literatura.

3.2.1.1 Motivações para Abertura de um Negócio

A principal motivação para a empreendedora abrir o seu negócio foi a autorrealização, a sua satisfação pessoal e o desejo de voltar a trabalhar, pois ela já estava aposentada. Ela informou que antes de iniciar o seu negócio, não tinha conhecimento do ramo “[...] eu possuía sim conhecimento prático do processo, mas não do funcionamento do negócio”.

Analisando o exposto pela entrevistada, que decidiu abrir o seu negócio em busca de realização pessoal, pode-se dizer que está de acordo com a literatura que trata esse tipo de iniciativa como característica do perfil feminino. Abrir o próprio negócio, tornar concreto aquilo que foi um dia foi apenas ideia,

assumir riscos em busca de realização pessoal. Foi-se o tempo em que essas atividades eram características de homens ativos, dinâmicos empreendedores. Atualmente, as mulheres assumem a frente, seja no campo dos negócios, seja no ativismo social, seja na passarela política. Em vários países, o número de empresas criadas ou geridas por mulheres tem crescido consideravelmente (GOMES, 2004).

Sobre se julgar uma empreendedora, ela respondeu positivamente, “[...] pois abri uma empresa sem nenhum conhecimento do negócio e hoje possuo uma empresa sólida”. Questionada se abriria o negócio novamente, ela informou sim, pois o seu negócio é uma autorrealização pessoal e o que lhe traz maior satisfação no negócio é poder oferecer um serviço de boa qualidade. Para esta empreendedora, os motivos para ter seu próprio negócio estavam condicionados exclusivamente à sua satisfação pessoal, o desejo de exercer uma atividade, uma forma de inserção no mercado de trabalho e essa motivação para empreender pode ser associada com a literatura. “A inserção da mulher no sistema produtivo constitui-se em um analisador privilegiado das transformações que vêm ocorrendo com o feminino na modernidade” (GOMES, 2004, p. 223).

3.2.3 Principais Desafios Encontrados na Gestão do Negócio

O principal desafio encontrado por essa empreendedora foi a sua falta de conhecimento do negócio. Ela entende que isso lhe trouxe maiores obstáculos, mas disse não ter tido prejuízos, pois o seu filho já tinha conhecimento deste ramo, facilitando o processo de aprendizagem do trabalho.

Com relação ao fato de ter sofrido preconceitos por ser mulher, ela informou que não “[...] eu não tive este problema, pois atuo em um ramo de negócio liderado por mulheres”, fez questão de salientar que a sua maior dificuldade foi não conhecer o seu negócio. Sobre a questão de qual é o maior desafio para uma mulher abrir um negócio no Brasil, se mostrou muito convicta em sua resposta, “[...] o problema é que as mulheres têm medo, o desafio é a própria mulher se conscientizar de que pode e deve assumir uma postura de maior autonomia”. Em relação a vantagens, também foi muito direta em sua resposta, “[...] vantagens são as mesmas para mulheres e homens, pois todo o negócio exige ética e seriedade”.

Ela afirmou, ainda, que o fato de ser mulher não lhe trouxe maiores dificuldades para comandar o negócio, “[...] claro que não, porque nunca se deixei abater, sou muito otimista e sei negociar”. O perfil desta empreendedora é marcado por uma dose extra de segurança. Mesmo não contando com conhecimento prévio do negócio, ela não desistiu e iniciou um negócio que hoje é uma empresa sólida. Essa atitude confirma o que a literatura apresenta, pois o Sebrae (2010) define que “[...] o perfil do empreendedor de sucesso é um conjunto de atitudes e comportamentos presentes em indivíduos que aumentam suas chances de sucessos na atividade empreendedora”.

Considerações Finais

Buscou-se nesse estudo conhecer mais a realidade do empreendedorismo feminino no Brasil, trazendo dados da cidade de Esteio, com os de pesquisa aplicada com as mulheres participantes do projeto “Venha Crescer com Esteio” para assim, confrontá-los com a literatura. Estudar o empreendedorismo é

conhecer o comportamento humano diante de desafios. A atividade empreendedora tem grande importância para a prosperidade das nações. Já que é através dela que acontece a inovação, geram-se oportunidades, empregos e riquezas. A existência de indivíduos capazes de superar desafios é uma das bases para a sustentação do desenvolvimento econômico. O fenômeno do empreendedorismo é crucial para promoção do progresso e do bem-estar de toda uma nação (GEM, 2005).

As pesquisas sobre mulheres empreendedoras têm crescido em todo o mundo. O fato é que as mulheres estão mais presentes no mercado de trabalho e também na condição de empreendedora, e, dessa forma, a cada dia se intensifica o desejo de compreensão desse fenômeno global, tendo em vista sua relevância econômica, sua importância e impactos nos campos: social, econômico, político e cultural dessa nova sociedade (GOMES 2004).

Por meio das evidências empíricas e das análises realizadas nessa pesquisa, conseguiu-se identificar as características de cada uma das empreendedoras e aquelas que as influenciaram ao empreendedorismo. Foi possível, ainda, comparar quais foram as motivações que as levaram ao desejo de se tornarem empreendedoras, quais foram os desafios e dificuldades encontradas. E, por último, como estes foram superados, quais foram as ações tomadas e suas consequências para o negócio.

Quanto às características das fundadoras das empresas estudadas que ajudaram na definição de perfil, verificou-se que as mulheres são diferentes entre si na forma de empreender, porém, elas têm características e, por vezes, pontos de vista em comum, que podem ser identificados dentro das próprias empresas por elas criadas e geridas.

Com relação às características das empreendedoras, pode-se verificar a predominância da persistência e do otimismo, sendo essas também as mais citadas na pesquisa como fundamentais para um empreendedor que deseja obter sucesso em seu empreendimento.

Quanto às motivações para empreender, os resultados revelaram as mais diversas aspirações, como: prover receitas, a busca pela autorrealização, a conquista da independência, identificação de uma oportunidade e a realização de um sonho.

Quanto às dificuldades e desafios encontrados, elas citaram dificuldades de acesso a financiamentos. Outros fatores também foram citados, embora com menor frequência, como dificuldades de gestão, gerenciamento do negócio e falta de valorização do trabalho.

Por meio dos casos estudados, pôde-se inferir que, ao contrário dos homens que estão mais preocupados com o aspecto econômico, as mulheres têm aspirações mais holísticas para empreender. Existe também a motivação para complementação de renda familiar, mas, sobretudo, trata-se da motivação de mudança nas expectativas de vida pessoal e a busca de autorrealização.

Portanto, verifica-se que, de maneira geral, o empreendedor brasileiro carece da devida valorização e que não há muitas políticas públicas que o incentivem. Em relação a incentivos financeiros, nenhuma das empreendedoras pesquisadas conseguiu acesso a financiamento quando o buscaram, ora porque não tinham as garantias solicitadas, ora por não atender às exigências dos bancos. Conclui-se que o empreendedor brasileiro, em especial o pequeno, enfrenta grande restrição de acesso a crédito, restringindo não somente o crescimento de empresas já estabelecidas, mas também certamente os novos negócios que poderiam sair da informalidade, como comprova a pesquisa GEM 2005.

REFERÊNCIAS

- BRITTO, Francisco. WEVER, Luiz. **Empreendedores Brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- BRUSH, Candida G. et al. **Clearing the Hurdles: Women Building High-Growth Businesses**. 1. ed. New Jersey: Pearson Education Inc, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. Tradução de Lucia Simoni. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Em quatro anos, melhora a qualidade do emprego no País**. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1078&id_pagina=1>. Acesso em: 23 dez. 2010.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil - 2004: relatório executivo**. Curitiba: IBQP, 2005. Disponível em: <www.sebrae-rs.com.br/produtos-servicos/publicacoes/empreendedorismo-no-brasil-relatorio-gem-2004/1391.aspx>. Acesso em: 07 set. 2010.
- _____. _____. - **2005: relatório global**. Curitiba: IBQP, 2006. Disponível em: <www.sebrae-rs.com.br/produtos-servicos/publicacoes/empreendedorismo-no-brasil-relatorio-gem-2006/1394.aspx>. Acesso em: 18 out. 2010.
- _____. _____. - **2006: relatório global**. Curitiba: IBQP, 2007. Disponível em: <www.sebrae-rs.com.br/produtos-servicos/publicacoes/empreendedorismo-no-brasil-relatorio-gem-2006/1394.aspx>. Acesso em: 12 out. 2010.
- _____. _____. - **2007: relatório global**. Curitiba: IBQP, 2008. Disponível em: <www.sebrae-rs.com.br/produtos-servicos/publicacoes/empreendedorismo-no-brasil-relatorio-gem-2007/1385.aspx>. Acesso em: 20 set. 2010.
- _____. _____. - **2008: relatório global**. Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: <www.sebrae-rs.com.br/produtos-servicos/publicacoes/empreendedorismo-no-brasil-relatorio-gem-2008/1377.aspx>. Acesso em: 16 out. 2010.
- _____. _____. - **2009: relatório executivo**. Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em: <www.sebrae.com.br/uf/tocantins/acesse/informes-locais/pesquisa-gem-faz-retrato-do-empreendedorismo-no-brasil>. Acesso em: 12 set. 2010.
- GOMES, Ferraz Almira. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: Um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Alcance**. - Univali - Vol. 11 - n.2 p. 207 – 226, Maio/Ago. 2004.

- HASHIMOTO, Marcos. **Espírito empreendedor nas organizações**: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPERD, Dean A.; **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- MACHADO Vier Hilka; et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE Eletrônica**. São Paulo, v.2 n.2, p. 1-22, jul/dez. 2003.
- MATTAR, Frauze Najib. **Pesquisa de marketing**: metodologia e planejamento. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- NATIVIDADE, Daise Rosas . Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **RAP** – Rio de Janeiro 43(1):231-56 Jan./Fev. 2009.
- SEBRAE. O que Significa Perfil do Empreendedor de Sucesso. Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas empresas (SEBRAE). Disponível em: <www.sebrae-sc.com.br/faq/default.asp?vcdt_exto=5287&^^>. Acesso em: 22 out. 2010.
- OLIVEIRA, Marcos A. (Coord). passos na trajetória de um empreendedor. São Paulo: Nobel, 1995.
- ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SCABENI, Bonasina Lúcia Nara; CRISÓSTIMO, Lúcia Ana. A Importância da educação empreendedora na formação inicial do administrador. **Revista Eletrônica Lato Sensu- Unicentro**. Paraná, ed.6, p. 2-9, 2007-2008.
- YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. Tradução de Daniel Grassi. 3ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.