



RELISE

EMPREENDEDORISMO FEMININO: O CONTEXTO SOCIAL E PERFIL EMPREENDEDOR DE MULHERES NO NORDESTE BRASILEIRO¹

Iriane Teresa de Araújo²

Ana Lucia Brenner Barreto Miranda³

Bruna Gonçalves de Oliveira Freire⁴

Arthur William Pereira da Silva⁵

Antonia Wigna de Almeida Ribeiro⁶

RESUMO

No cenário empresarial, por muitos anos a representação dos negócios esteve atrelada à atuação da figura masculina como criador e gestor. No entanto, com o passar dos anos, as mulheres vêm atuando cada vez mais em cargos estratégicos, assim como se tornando idealizadoras de negócios de sucesso. Neste sentido, o presente artigo tem como objetivo realizar uma análise socioeconômica das mulheres empreendedoras da Vila Ângelo Calmon de Sá. O estudo caracteriza-se pela utilização das abordagens qualitativa e quantitativa, em que os métodos utilizados estão relacionados a pesquisa bibliográfica, estudo de caso, técnica descritiva e aplicação de questionários. O universo da amostra consiste em uma população de 20 empreendedoras, sendo que ocorreu a participação de 16 respondentes. O questionário utilizado era formado por 37 questões e dividido em duas etapas: a primeira consistia em perguntas relacionadas ao perfil socioeconômico dos respondentes, e a segunda caracterizava-se por questões relacionadas ao perfil empreendedor. Pode-se concluir que para essas mulheres torna-se essencial o reconhecimento social do meio em que estão inseridas. Tal fato justifica-se não só pela influência no desenvolvimento econômico regional, mas devido ao esforço e determinação empreendido no alcance dos objetivos empresariais, elencando a conquista de espaço relevante em um mercado tão competitivo.

Palavras – Chave: Empreendedorismo; Feminino; Oportunidade.

¹ Recebido em 17/03/2018.

² Universidade Potiguar. irianearaujo@hotmail.com

³ Universidade Potiguar. analuciabrenner@yahoo.com.br

⁴ Universidade Potiguar. brunafreireolv@gmail.com

⁵ Universidade Potiguar. arthurwilliamadm@hotmail.com

⁶ Universidade Potiguar. wignna@hotmail.com



RELISE

109

ABSTRACT

In the business scenario, for many years the representation of the business was linked to the performance of the male figure as creator and manager. However, over the years, women have been increasingly active in strategic positions as well as becoming successful business owners. In this sense, the present article aims to carry out a socioeconomic analysis of the entrepreneurial women of Vila Ângelo Calmon de Sá. The study is characterized by the use of qualitative and quantitative approaches, in which the methods used are related to bibliographic research, case study, descriptive technique and application of questionnaires. The sample universe consists of a population of 20 entrepreneurs, with the participation of 16 respondents. The questionnaire used was composed of 37 questions and divided into two stages: the first one consisted of questions related to the socioeconomic profile of the respondents, and the second was characterized by questions related to the entrepreneur profile. It can be concluded that for these women the social recognition of the environment in which they are inserted becomes essential. This fact is justified not only by its influence on regional economic development, but also because of the effort and determination it has made to achieve its business objectives, and the achievement of relevant space in such a competitive market.

Keywords: Entrepreneurship; Women; Opportunity

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a transformação no ambiente empresarial exigiu a criação de novos negócios que buscassem satisfazer as necessidades dos clientes a um nível de criatividade e inovação. A busca pela sobrevivência e diferenciação no mercado, impulsionou a formação de negócios cada vez mais inovadores, e que superassem as necessidades e expectativas de determinados públicos-alvo.

O empreendedor é considerado um dos propulsores do mercado inovador, já que busca avaliar o contexto e identifica oportunidades que se encontram fora da visão dos concorrentes, transformando a realidade local e se tornando responsável em manter a plena continuidade dos negócios que intervêm no crescimento e movimentam a economia nacional (GADDEFORS; ANDERSON, 2017; EDOHO, 2015).



RELISE

110

Geralmente, o empreendedorismo e a inovação caracterizam-se como instrumentos que auxiliam no alcance da vantagem competitiva (NDUBISI, 2014). No entanto, apesar das organizações buscarem propor um modelo unificado de inovação e empreendedorismo, ambos refletem em processos e práticas distintas. O estudo de Baggio e Baggio (2014) define o empreendedorismo como 'a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação', destacando que o indivíduo caracteriza-se como ser empreendedor a partir da descoberta e aproveitamento das potencialidades individuais para construção de novos paradigmas.

A criação de novos empreendimentos pode causar mudanças significativas nos setores tecnológico, social e econômico. Assim, com o surgimento de demandas e nichos específicos de negócios, o empreendedorismo originou diferentes vertentes de estudo e práticas profissionais, destacando-se as tendências relacionadas ao setor verde, energia limpa, orientação orgânica, econômico, social, saúde, gênero e web (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Dados do Sebrae apontam que em 2014 existiam 7,9 milhões de empreendedoras no país (BRASIL, 2017). O empreendedorismo feminino vem crescendo gradativamente a cada ano, e se tornando um instrumento de subsistência para as mulheres no mercado (ROBBINS, 2011). Neste sentido, o presente artigo tem como objetivo analisar o perfil empreendedor das mulheres que pertencem a Vila Ângelo Calmon de Sá situada no município de Mossoró-RN.

Visando refletir sobre atitudes e características empreendedoras que cada indivíduo apresenta através da atividade empresarial como forma de subsistência, este trabalho justifica-se pela importância e atualidade do tema para reflexões de cunho acadêmico e profissional, já que o empreendedorismo feminino tem apresentado crescimento gradativo a cada ano, e influência no



RELISE

111

desenvolvimento da economia do país. Além disso, a Vila Ângelo Calmon de Sá vem crescendo e obtendo notoriedade em suas práticas empresariais, que visam o bem-estar social e o desenvolvimento econômico da região em que estão inseridas.

REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo e desenvolvimento econômico

O desenvolvimento econômico apresentado por muitos países tem apresentado como grande aliado o empreendedorismo, pois este tem dado suporte a um grande número de inovações. Tem-se notado, cada vez mais que tipo de negócio é canal importante ao desenvolvimento econômico, com isto as iniciativas de empreendedores passaram a ter mais atenção, seja pelo poder público ou privado, por serem também base de geração de emprego e renda (DORNELAS, 2008; LEIBENSTEIN, 1968).

Em busca de analisar melhor o impulso do empreendedorismo na economia, estudos estão sendo desenvolvidos para identificar quais os impactos essas práticas empreendedoras podem causar no desenvolvimento econômico dos países. (DORNELAS, 2008). Esse estudo é feito pelo grupo do Global Entrepreneurship Monitor, liderado pelo Babson College, nos Estados Unidos e a London Business School, na Inglaterra. Sua finalidade é acompanhar essas atividades fazendo um mapeamento.

Schumacher (1967), em suas teorias, discute as organizações em diversas perspectivas, traz a importância da quebra de paradigma de organizações de grandes escalas para organizações menores e empreendedores. As falhas no mercado provocam um distanciamento entre a organização e seus colaboradores.

Não se pode abordar questões sobre empreendedorismo e economia sem citar Joseph A. Schumpeter. Segundo Schumpeter (1967) [...] os



RELISE

112

empreendedores inovam não apenas pela identificação de formas de usar as invenções, mas também pela introdução de novos meios de produção, novos produtos e novas formas de organização. [...] o empreendedor promove a destruição criativa, tornando obsoletos os recursos existentes e tornando necessária sua renovação. [...] não é a forma como o capitalismo administra as estruturas existentes, mas como as cria e destrói. A destruição criativa.

Tais aspectos devem ser considerados, quando é possível identificar de que forma o empreendedorismo modifica o ambiente e interfere significativamente na economia local, mesmo que com produtos já comercializados e conhecidos, porém apresentados e agregados a serviços antes não oferecidos. O Brasil nesse estudo apesar de ser considerado ainda um país emergente tem mostrado resultados interessantes no que tange iniciativas empreendedoras. Porém, existe certa preocupação pelo fato de boa parte dos negócios gerados no Brasil serem baseados em um empreendedorismo por necessidade econômica.

O empreendedorismo brasileiro está deixando de lado a forma de identificar a oportunidade de negócio e a falta na busca da inovação na criação dos negócios diferenciados (DORNELAS, 2008). Este tipo de empreendimento se focado inicialmente em suprir apenas as necessidades básicas de renda, ou seja, aquele que cria o negócio visa apenas manter a si mesmo e a sua família.

Para Dornelas (2008, pág. 8):

São negócios, em sua maioria, informais, focados no momento presente, sem planejamento, sem visão de futuro, sem a identificação de oportunidades e nichos de mercado, sem comprometimento com o crescimento e com o desenvolvimento econômico.

Sendo assim, o autor ressalta que, o empreendedorismo deve ser por oportunidade para alavancar a economia do país e o desenvolvimento de iniciativas empreendedoras.

Outras questões também afetam as tentativas de empreender no Brasil, de acordo com Maximiano (2011, p. 7):

Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 3, n. 6, p. 108-127, nov-dez, 2018
ISSN: 2448-2889



RELISE

113

A probabilidade de manter um novo negócio por mais de três anos é relativamente baixa. Uma das principais razões é a falta de políticas públicas que viabilizem a consolidação de novos empreendimentos. O país não apresenta um cenário muito acolhedor ao pequeno empreendedor. Há poucas linhas de crédito e a falta de financiamento, em muitos casos, impede a realização do negócio [...]

São visíveis as dificuldades enfrentadas pelos indivíduos que se aventuram em um negócio próprio. Porém são questões externas, fora do controle da empresa, o que deve fazer a diferença para o sucesso do negócio pode muito bem apresentar-se nos fatores gestão e características individuais do empreendedor.

Mercado de trabalho versus empreendedorismo feminino

A empreendedora feminina é inovadora, busca novas ideias para lançar no mercado, corre riscos de diferentes formas e não desiste do seu objetivo. Muitas delas têm conhecimento empírico, outras buscam cursos e algumas arriscam, mas, todas buscam o mesmo propósito de ganhar seu espaço no mercado de um jeito diferenciado. Encontrar um tempo livre, um horário flexível, um equilíbrio na vida de esposa, mãe e executiva foi uma tarefa difícil para as profissionais do gênero feminino que abdicaram de coisas muito importantes na sua vida e, uma delas era a presença na vida escolar dos seus filhos.

Quando as mulheres começaram a ingressar no mercado de trabalho, em meados do século XX, tiveram muitos problemas. Essas profissionais precisaram se desdobrar para conseguir cumprir suas funções nas empresas na qual estava inserida e as tarefas que a sociedade as impelia a realizar. (ROBBINS, 2011).

Com medo de que o lado mãe e mulher do lar pudessem vir a interferir no seu lado profissional, as empresas fizeram disso uma bela desculpa para exigir apenas, profissionais do gênero masculino. Isso não ponderou como um



RELISE

114

ponto negativo para sua jornada e sim, agregou tão positivamente no seu desenvolvimento que, na segunda metade do século XX, as mulheres foram as que mais proporcionaram uma mudança significativa na força de trabalho brasileira. Para se ter uma ideia, elas em 1970 representavam cerca de 30% da população economicamente ativa. Hoje, esse número subiu para 45%. Mostrando que, entre ambos os sexo existe um equilíbrio contingente (ROBBINS, 2011).

Segundo Longenecker (1997, p. 16) “entre os anos de 1982 e 1987 o número de negócios de propriedade de mulheres cresceu 57,4%, com faturamento desses negócios subindo 81,2%”.

O fato de que, a maioria dos negócios estivesse voltada para área de serviços, não afetou o desempenho da sua administração, pois, as construtoras de propriedades de mulheres tiveram um avanço surpreendente e a propriedade de fábricas mais do que duplicou entre esses anos. (LONGENECKER, 1997).

Isso mostra que as mulheres tem capacidade suficiente para administrar uma grande empresa. E cada vez mais se tornar uma grande executiva, no meio acadêmico elas correspondem a maioria entre o número de homens inseridos neste meio. “Assim, pode-se esperar que funções profissionais técnicas e gerenciais sejam cada vez mais ocupadas por elas” (ROBBINS, 2011, p.38).

Empreendedorismo por necessidade ou oportunidade?

Como foi dito antes, o empreendedorismo está relacionado à identificação de novas oportunidades, com uma visão inovadora para negócios diferenciados (MATOS et al., 2016). Mas, nem sempre este conceito é válido na maioria dos casos, pois, ultimamente fatores indicam que a maior parte dos negócios surge devido a necessidade e não por oportunidade.



RELISE

Lemes e Pisa (2010, p.9) afirmam que:

O empreendedorismo gerado por necessidade decorre da ausência de outras oportunidades de emprego, ou pelo menos de oportunidades dignas, direcionando os indivíduos para a criação do próprio negócio, uma vez que não lhes resta alternativa.

Então, se não existe como o indivíduo buscar novos horizontes por meio de enxergar uma nova oportunidade, ele enfrenta as consequências negativas através da necessidade fazendo com que busque um negócio por motivos que o levem a sua sobrevivência e da sua família.

Ainda citando Lemes e Pisa (2010, p.9), definem que empreender por necessidade é “uma das formas de alguém garantir a sobrevivência, devido à total ausência de outros meios para satisfazer as necessidades fisiológicas ou de segurança próprias e da sua família”. No empreendedorismo feminino essa necessidade é muitas vezes por motivos de baixo índice de escolaridade ou, devido à procura de uma renda extra e na maioria dos casos é porque, ela está substituindo o lado mãe e mulher doméstica pelo lado chefe de família, como é visto nos últimos anos devido às mudanças culturais e de sobrevivência. Estudos identificaram que, os empreendimentos nas quais as mulheres são proprietárias cresceram bastante em todo o mundo. Isso nota-se muito bem no Brasil, pois em 2008 teve uma taxa de 47,3% tanto nos novos negócios quanto nos nascentes. (LEMES; PISA, 2010).

Oportunidades são difíceis de achar, não estão em qualquer esquina ou talvez estejam se, o indivíduo tiver o espírito empreendedor. Elas surgem para aquelas pessoas que se arriscam em criar algo novo, que tem criatividade constante, que não tem medo de apostar nas suas ideias. Para Dornelas (2008, p.35), compreende muito bem esse espírito empreendedor e afirma: “Empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”. Lemes e Pisa (2010) não discordam



RELISE

116

desse conceito e acrescentam que o empreendedorismo e consequência de uma vontade própria aliada a uma oportunidade, ver isto tudo como positivo.

MATERIAL E MÉTODO

Nesta seção são apresentadas as bases metodológicas utilizadas neste estudo. A pesquisa tem conotação quantitativa e qualitativa por buscar mensurações além de descrever, compreender e interpretar os fatos e fenômenos. Os métodos de pesquisa utilizados com a finalidade de atingir os objetivos foram a pesquisa bibliográfica, o estudo de caso, a técnica descritiva e aplicação de questionários (MESQUITA et al., 2014; MESQUITA; MATOS, 2014). Demais informações serão descritas logo abaixo.

Universo e amostra de estudo

A população é o conjunto do universo a ser pesquisado (GIL, 2008), como o foco desta pesquisa é delimitada às mulheres empreendedoras que atuam na Vila Ângelo Calmon de Sá, situada na BR 304 no município de Mossoró-RN. A Vila é composta por 600 famílias onde, abrange vários empreendimentos gerenciados por mulheres. Seus ramos de atuação são: Salão de Beleza, Confecções, Perfumaria, Lanchonetes, Eletrodomésticos, Materiais de Construção. Como o universo era pequeno de 20 sujeitos, inicialmente pretendia-se alcançá-lo em sua totalidade, entretanto quatro sujeitos se recusaram a responder, totalizando 16 sujeitos esta pesquisa.

Instrumento de coleta de dados

Utiliza-se de instrumento de pesquisa cujas fontes são primárias e secundárias. A coleta das informações e os dados de fontes secundárias referentes à pesquisa bibliográfica foram coletados nas bases de pesquisa



RELISE

117

(*scopus*, *emerald* e *scielo*) e livros. Já a coleta de dados de fonte primárias ocorreu por meio de pesquisa de campo.

O instrumento utilizado possuía 37 questões semiestruturadas, contemplando questões fechadas e abertas, além de estar subdividido em duas vertentes: A primeira tratava de informações socioeconômicas dos sujeitos, a segunda abordava os aspectos inerentes ao empreendedorismo, como ampliação do negócio, acesso ao crédito, e concepção individual do empreendedorismo. O instrumento foi previamente testado antes da aplicação final.

A coleta de dados ocorreu nos meses de abril a maio de 2017, onde foram solicitados a colaboração voluntária e assegurado o anonimato das suas respostas informando que estas seriam tratadas em seu conjunto. As entrevistas foram feitas individualmente conforme disponibilidade do sujeito.

Análise de dados

Os dados coletados foram tabulados e realizados análise de conteúdo numa perspectiva de compreensão, e, descrição e análise buscando atribuir um significado à complexidade do tema (DELLAGNELO; SILVA, 2006).

ANÁLISES E DISCUSSÕES

Análise socioeconômica

No primeiro momento, busca-se conhecer o perfil socioeconômico das empreendedoras que participaram da pesquisa. Iniciaram-se com questões socioeconômicas para identificar itens importantes para o perfil pretendido, tais como: idade, o grau de escolaridade, estado civil e o tempo de existência do empreendimento

Observou-se que 38% das empreendedoras entrevistadas têm idade entre 31 e 40 anos são as que mais se arriscam em abrir seu próprio negócio,



RELISE

118

25% é equivalente às mulheres com idade entre 21 e 30 anos, e 25% possuem acima de 40 anos, as mais jovens de até 20 anos, correspondem a apenas 12% das empreendedoras.

As entrevistadas entendem que, a idade não interfere no desempenho que elas apresentam no desenvolvimento do seu trabalho e devido à experiência que tiveram aprendem com os próprios erros alimentando ainda mais a busca para se atingir o sucesso tão almejado. Percebe-se que a maioria das empreendedoras é casada correspondendo a 57% das pesquisadas, reforçando a ideia de que a experiência e o aprendizado das fases anteriores agregam valores no esforço de manter seu próprio negócio ativo. O restante das empreendedoras é solteira equivalente a 25% e os outros resultados apresentados mostram que 6% são divorciadas, 6% viúvas e 6% com união estável.

Muitas entrevistadas acham que filhos podem afetar a vida profissional e no trabalho podem se tornar um transtorno, porém, as empreendedoras da pesquisa não se intimidam com tal definição, pois, 69% delas têm filhos enquanto os 31% afirmam não ter. Isso mostra que o fato de terem filhos, não afeta na confiança, coragem e determinação de manter o negócio funcionando das mesmas. O maior índice de escolaridade das empreendedoras está no Ensino Médio Incompleto que corresponde a 32%, sua jornada ao longo dos anos lhes permitiram uma experiência conquistada com esforço na qual lhes submetem a uma visão de mercado bem mais ampla e diante das mudanças tecnológicas uma capacidade de se destacar em situações desfavoráveis, mantendo assim o crescimento da sua empresa. O índice de 25% se caracteriza nas empreendedoras de Ensino Médio Completo, 19% delas têm Superior Incompleto enquanto 12% faz jus as de Superior Completo os outros 6% atinge as empreendedoras Sem Instrução e as de Ensino Fundamental Completo.



RELISE

Os motivos que levaram as empreendedoras a abrir o próprio negócio. E se este negócio lhes trouxe a renda esperada. Devido às circunstâncias que as empresas locais estabeleceram para as mulheres na Vila Ângelo Calmon de Sá referente ao mercado de trabalho, foram necessários elas se moldarem de algum jeito para conseguir uma renda extra sem depender da renda do próprio marido.

Os dados relacionados a o ramo de Atividade das Empreendedoras indicam que, a porcentagem apresenta maior percentual no ramo de Confecção correspondendo a 46% do total, deixando claro que para elas é mais viável a venda de roupas, no entanto, 27% afirmam que a variação de produtos dentro da loja é uma boa saída para se manter na concorrência, 13% alegam que, estar bem vestida ajuda, porém, é essencial se sentir bonita, elegante e com a autoestima elevada, e nada como um salão de beleza para proporcionar tais requisitos. Os outros 7% estão relacionados ao ramo de informática e 7% ao ramo de móveis.

Mas, o que induziram essas mulheres a se dedicarem a esses negócios, ou seja, motivo da abertura da abertura das empresas, indicam que, 43% das mulheres buscaram abrir o próprio negócio devido estarem desempregadas e os outros 19% devido a terem experiência no ramo que atuam, 19% pela identificação de oportunidade e 19% por outras razões.

Segundo Schumpeter (1967), o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. Isso mostra que, a maioria da abertura desses negócios foram por motivos de uma necessidade de se sentir útil em meio à situação que estavam vivenciando, destruindo uma. Como metade delas estavam desempregadas resolveram tomar uma atitude e usar os poucos recursos que tinham para investir no próprio negócio e poder ter uma receita a mais.



RELISE

120

Em outros casos, as empreendedoras tinham curiosidade em saber como é a vida de um empreendedor ou pelo simples fato de estar sem fazer nada, procuraram uma opção de ocupar seu tempo livre. Aquela necessidade de ter o próprio negócio e uma flexibilidade de horário mais acessível também pesaram na decisão das mesmas em optar por algo diferente da sua rotina de dona de casa e esposa.

De fato seus esforços para atingir seus objetivos foram atingidos, pois, as empreendedoras conseguiram manter um equilíbrio do lado mãe, esposa e mulher de negócios. Com a abertura do negócio, 81% das entrevistadas afirmaram que sua receita atualmente vem do próprio negócio a qual, possibilita para elas uma renda maior do que esperavam e permitem a cobertura de gastos extras e o investimento em melhorias no negócio, 13% mencionaram que, apesar do negócio ir bem ele não proporciona uma renda fixa e por isso, procuraram outros meios para poder complementar essa renda. Algumas delas se capacitaram no ramo que atuam com cursos profissionalizantes e se dedicam totalmente ao empreendimento, outras buscaram formação acadêmica e atuam na área escolhida e as demais buscaram esse conhecimento intelectual para investir no próprio negócio e os outros 6% não responderam.

Características empreendedoras

São várias as definições sobre empreendedorismo e muitas delas definem alguém que tenha atitude, criatividade, vontade de se arriscar em um sonho, em algo novo, inovação e uma visão ampla do que acontece ao seu redor.

Segundo Chiavenato (2012, p. 8):

O empreendedor consegue fazer as coisas acontecerem por ser dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar e aproveitar oportunidades, nem sempre claras e definidas. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade



RELISE

121

para benefício próprio e para o benefício da sociedade e da comunidade.

Para Clegg (2011, p. 40), “empreendedor é a figura fundadora na retaguarda de uma ideia de negócio bem-sucedido, alguém que tem o tino e determinação necessários para levar outros a se saírem muito bem nas tarefas gerais de uma ideia de negócio”. O empreendedor é aquele que está sempre buscando a mudança, encontra meios de reagir a ela e explora com todos os recursos disponíveis seu grau de oportunidade (DRUCKER, 2014). Isso demonstra a imaginação que o empreendedor tem na visualização do futuro negócio e o benefício que este pode trazer para si e seu futuro.

O sentido do empreendedorismo

Baron e Shane (2010, p.9) afirmaram que “as atividades dos empreendedores realmente provocam grande impacto nas economias de suas sociedades”. Vários fatores implicam na valorização do empreendedor em situações diferenciadas como na vida profissional quanto na pessoal, sua maneira de lidar com as dificuldades de impacto econômico de um jeito criativo e inovador são uma forma de ligá-las na competitividade de mercado.

Na pesquisa realizada foi possível identificar a definição que cada empreendedora conhece quanto ao assunto proposto. Quando foi questionado sobre o que entendiam de Empreendedorismo, muitas delas pelo seu pouco grau de estudo foram bastante tímidas quanto as suas respostas e definiram como aquela pessoa que abre seu próprio negócio e consegue mantê-lo e arcar com as responsabilidades que podem ocorrer durante o desenvolvimento do negócio. Outras mais ousadas identificaram uma ideia de um ser criativo, identificador de oportunidades que conduz seu próprio negócio com determinação e esforço com uma visão ampla de crescimento. É saber administrar o negócio e agregar valores para si mesmas e para a comunidade onde mora.



RELISE

Segundo Peter Drucker (1970 *apud* CHIAVENATO, 2014, p.8):

O empreendedorismo se refere a assumir riscos. O comportamento do empreendedor reflete um tipo de pessoa que pretende colocar sua carreira e segurança pessoal na linha e assumir riscos em nome de uma ideia, despendendo muito tempo e capital em um investimento futuro e incerto.

São pessoas simples e determinadas, mas, que conhecem um pouco do assunto que envolve o gênero no qual atuam. Em meio todo esse discursão, veio outra curiosidade sobre seu progresso. Quando nos deparamos com os dados referentes a consultoria externa, 56% nunca foram nenhum tipo de consultoria para começar seu próprio negócio e 44% delas, foram em busca de algum tipo de consultoria, como o Sebrae ou pessoas que conheciam um pouco do tipo do mercado. Depois de todo discussão, outra questão importante a ser ressaltada é: Os que as levam a se considerar Empreendedoras?

Como já era de se esperar a maioria das empreendedoras com 56% não buscaram nenhum tipo de consultoria para começar seu próprio negócio e 44% delas, foram em busca de algum tipo de consultoria, como o Sebrae ou pessoas que conheciam um pouco do tipo do mercado. Depois de toda essa discursão de conhecimento, outro motivo importante foi possível ressaltar como: Porque, elas se consideravam Empreendedoras?

Confrontando a maioria das respostas das entrevistadas com as características de um empreendedor definidas pelos autores estudados e citados como, criatividade, aquele que corre riscos e visualização de oportunidades foram as mais citadas. As empreendedoras comentaram que, ter o próprio negócio já é uma conquista e saber gerenciá-lo com dedicação, criatividade, buscando sempre a inovação seja em seus produtos e no empreendimento.

Clegg (2011, p. 40) afirma que, “O empreendedor está associado a atividades de risco em que alguém busca inovar de um modo que altera os procedimentos habituais de fazer as coisas”. Outras, no entanto, deram



RELISE

123

respostas vagas, algumas diretas outras bem sinceras. O fato de não se considerar uma empreendedora por não ser criativa, não deixa de caracterizá-la como uma, pois, as outras características predominam.

Baron e Shane (2010, p. 6) diz que:

O empreendedor identifica uma oportunidade – que seja potencialmente valiosa no sentido de poder ser explorada em termos práticos como um negócio (ou seja, uma oportunidade que possa produzir lucros sustentáveis) – e identificar as atividades envolvidas na exploração ou no desenvolvimento real dessa oportunidade.

Pode-se assim dizer que o empreendedor vive seu momento e utiliza suas habilidades para encontrar meios que estimulem o ciclo de vida do seu negócio. Deve-se ressaltar que depois de todas essas trocas de informações, é importante questionar: Qual a visão que possui sobre seu negócio?

A maioria das respostas focaram em “crescimento é o que espero ter sempre” é uma resposta ousada e ao mesmo tempo verdadeira quanto aos objetivos esperados. Apesar das alterações na economia, ainda não interferir nas suas metas nem no seu foco. A satisfação, o prazer, o orgulho são o combustível de sucesso das outras empreendedoras. Não é fácil sozinha e ainda sendo mulher, construir em meio a uma sociedade duvidosa um potencial de uma verdadeira empreendedora.

Sabe-se que empresários e gestores, encontram dificuldades na gestão de seus negócios e muitas vezes a falta de capital interfere bastante e com os empreendedores não é diferente. Ao perguntar quais as maiores dificuldades encontradas? Elas afirmaram que, a falta de dinheiro é o maior dos problemas encontrados tanto para expandir o negócio quanto para mantê-lo. Mas, isso abala muito pouco sua autoestima para mantê-lo em pleno funcionamento. Dificuldades todos encontram, buscar recursos e tomar decisões extremas, em alguns momentos acontece. Mas, não é motivo para desistir de tudo. Sempre existe uma saída. Afirmaram as empreendedoras entrevistadas.



RELISE

124

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na tentativa de continuar movimentando a economia da Vila onde residem, algumas mulheres decidiram usar os poucos recursos que tinham para abrir o próprio negócio. Desempregadas, encontraram no empreendedorismo uma oportunidade valiosa de lucratividade.

Observa-se que, elas apesar de terem pouco conhecimento sobre o assunto, compreenderam o verdadeiro espírito que envolve o termo empreendedorismo. A determinação que elas têm para manter o próprio negócio ativo, enfrentando todas as adversidades que encontram em seu caminho, é muito gratificante para elas e uma admiração e tanto para os demais. Além disso, parte da economia da comunidade com aproximadamente 600 pessoas, é devido aos esforços dessas mulheres de manter em funcionamento esses empreendimentos. Pois, todo esse exemplo de sucesso é um combustível que movimenta o interesse das outras pessoas a seguir o mesmo caminho.

O objetivo desta pesquisa foi fazer uma análise socioeconômica das mulheres empreendedoras da Vila Ângelo Calmon de Sá, localidade no Município de Mossoró-RN. Para o alcance de tal proposta, apresenta-se o resumo do perfil da maioria: possuem idade entre 20 e 40 anos, são casadas, têm filhos e escolaridade ensino médio. Abriram seu próprio negócio por necessidade, ou seja, precisavam de renda. Optaram pelo ramo de confecções. Os negócios obtiveram sucesso, pois suprem as necessidades das empreendedoras e ainda conseguem investir em melhorias. Entendem o conceito de empreendedor e os desafios da opção. Porém menos da metade buscou capacitar-se para o negócio.

Depois de analisar o perfil de cada uma, percebe-se a preocupação que elas têm em garantir a satisfação pessoal no decorrer da sua vida em



RELISE

125

possuir o próprio negócio, se entregando por completo a algo que lhe proporciona auto realização, e isso não tem preço. Essas mulheres são para suas clientes exemplos de superação, onde, buscam atingir seus objetivos com muito esforço e trabalho. Conclui-se que, para essas empreendedoras é muito importante serem reconhecidas pela sociedade e pelo mercado de trabalho ao qual estão inseridas, não apenas pelo fato de movimentar grande parte da economia e sim, devido a seus esforços e determinação de conquistarem sozinhas, seu espaço nesse mercado tão competitivo. Pontua-se como limitações a necessidade de pesquisas mais aprofundadas tanto empírica como teórico.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BARON, Robert A; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

BRASIL. **Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos**. (2017). Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>. Acessado em 01/03/2017.

CLEGG, S. et al. **Administração e organizações**: Porto Alegre: Bookman, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012.

DELLAGNELO, E. H. L.; SILVA, R. C. **Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração**. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2008.



RELISE

126

DRUCKER, Peter Ferdinand, 1909 – 2005. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios.** São Paulo: Cengage Learning, 2014.

EDOHO, Felix Moses. Entrepreneurship and socioeconomic development: Catalyzing African transformation in the 21st century. **African Journal of Economic and Management Studies**, v. 6, n. 2, p. 127-147, 2015.

GADDEFORS, Johan; ANDERSON, Alistair R. Entrepreneurs and context: when entrepreneurship is greater than entrepreneurs. **International journal of entrepreneurial behavior & research**, v. 23, n. 2, p. 267-278, 2017.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo.** 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

LEIBENSTEIN, Harvey. Entrepreneurship and development. **The American Economic Review**, v. 58, n. 2, p. 72-83, 1968.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa, 1949 – **Administrando micro e pequenas empresas.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de Pequenas Empresas.** São Paulo: Makron Books, 1997.

MATOS, F. R. N.; BAPTISTA, M. M. R. T.; MESQUITA, R. F.; MACHADO, D. Q. O (des) capital social na formação de redes de empreendedores: estudo em um aglomerado de confecções. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 1, n. 3, p. 71-89, 2016.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e gestão de novos negócios.** 2 ed. São Paulo: Pearson, 2011

MESQUITA, R. F.; MATOS, F. R. N. A abordagem qualitativa nas ciências administrativas: aspectos históricos, tipologias e perspectivas futuras. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 5, n. 1, p. 7-22, 2014.

MESQUITA, R. F.; SOUSA, M. B.; MARTINS, T. B.; MATOS, F. R. N. Óbices metodológicos da prática de pesquisa nas ciências administrativas. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, n. 1, p. 50, 2014.



RELISE

127

NDUBISI, N. O. Entrepreneurship and service innovation. **Journal of Business & Industrial Marketing**, v. 29, n. 6, p. 449-453, 2014.

ROBBINS, S. P.; JUDGE, T. A.; SOBRAL, F. 1943 – **Comportamento Organizacional**. 14.ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SCHUMACHER, E. F. Towards a theory of large-scale organization. **Management Decision**, v. 1, n. 3, p. 4-8, 1967.