

EMPREENDEDORISMO FEMININO EM TEMPO DE CRISE

Daisyelle Alves de Souza

Graduanda de Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Letícia Caroline Costa Moura

Graduanda de Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Pedro Dantas

Graduando de Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Ângela de Souza Brasil

Especialista em Gestão Financeira e Auditoria – FITL/AEMS;
Docente do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas–FITL/AEMS

Patrícia de Oliveira

Mestre em Desenvolvimento Local – UCDB;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

RESUMO

O tema do presente trabalho parte da importância do empreendedorismo como estratégia de negócios, evidenciando as características empreendedoras para alcançar o desempenho esperado com sucesso. O empreendedorismo entre as mulheres ganha destaque no mercado de trabalho, sendo assim, traz a importância para o novo cenário econômico, passando a destacar cada vez mais a necessidade da gestão feminina em tempos de crise. Após realizar a pesquisa teórica, verificou-se que ao decorrer da história as mulheres passaram assumir funções que prevaleceram suas posições no mercado de trabalho, características estas decorrentes da trajetória do feminismo durante as 1ª e 2ª Guerras Mundiais. As mulheres demonstram suas capacidades de crescimento pessoal e profissional passando a serem fontes geradoras de emprego ao se tornarem empreendedoras. Na aplicação da pesquisa empírica analisamos os questionários de três microempresárias de atividades diferentes que se destacaram perante a crise econômica com motivação e atitude na implementação de inovações e fortalecimentos do conhecimento e habilidades empreendedoras para o sucesso do seu negócio.

PALAVRA-CHAVE: características empreendedoras; empreendedorismo feminino; mercado de trabalho.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo gera o desenvolvimento da empresa. Com o empreendedorismo pode-se criar um centro espontaneamente criativo, gerando soluções rápidas, constantes e funcionais na empresa. É importante compreender que empreendedores e empresários não são a mesma coisa, pois geralmente o

empresário limita-se a administrar a empresa com estilo conservador. O empreendedor não somente cria a empresa, mas procura renová-la constantemente.

Esta pesquisa justifica-se pela capacidade do gênero feminino de conseguir implementar ações inovadoras com a finalidade de expansão em tempo de crise econômica no país.

1.1 História do Empreendedorismo

Para Leite (2000), empreendedorismo são valores idealizados por meio de criatividade e inovação com a capacidade de transformar sonhos em realidades.

Segundo Menezes (2003), o empreendedor é o indivíduo que promove o empreendimento com um comportamento criativo, sendo assim, um gerador de resultados, fazendo o que gosta de fazer, com entusiasmo, otimismo e necessidade de realização.

Desde a época primitiva, se considerar a evolução humana, pode-se dizer que o homem primitivo já tinha atitudes empreendedoras à medida que precisava para sobreviver e inovar na construção de diversas ferramentas para agilizar a caça de animais.

“Os indivíduos são atraídos para o empreendimento por inúmeros incentivos prazerosos ou recompensas” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004, p.6).

Figura 1. Incentivos para empreender.



Fonte: Adaptado de LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004.

Conforme Longenecker, Moore e Petty (2004), os empreendedores são considerados heróis da moderna vida empresarial, pois fornecem empregos estimulando o crescimento econômico. Inovar é a atitude de modificar costumes e processos renovando e criando novos caminhos para atingir o determinado objetivo.

A presença das características empreendedoras torna-se cada vez mais necessárias nas empresas, quando as mesmas avaliam a importância cotidiana de criatividade, do trabalho eficiente, da inserção de novas possibilidades, da criação de uma nova postura de trabalho, sendo assim tornam-se empresas espontaneamente criativas, gerando soluções rápidas.

“Atualmente os empreendedores são reconhecidos como componentes essenciais para mobilizar capital, agregar valor aos recursos naturais, produzir bens e administrar os meios para administrar o comércio” (SEBRAE, 2007, p.2).

A Inovação e a motivação são características do empreendedorismo que permite manter a competitividade das empresas no mercado.

1.1.1 Empreendedorismo Brasileiro

No empreendedorismo brasileiro durante a sua história passou por tribos indígenas, pelos portugueses e a colonização, até o começo da industrialização.

A Primeira Revolução Industrial europeia chegou ao Brasil trazendo a necessidade de construção das principais infra-estruturais de transporte e escoamento de mercadorias. Neste contexto, um personagem despontou, Irineu Evangelista de Sousa, o Barão de Mauá.

O Barão de Mauá é conhecido pelos seus inúmeros projetos comercial, da fabricação de engenhos de açúcar a empreendimentos mais inovadores para a época, como a primeira ferrovia brasileira, localizada entre Petrópolis e Rio de Janeiro. Além dela, Mauá também inaugurou a primeira rodovia pavimentada do país, entre Petrópolis e Juiz de Fora, em 1856.

Com o passar dos anos, vários empreendedores deixaram sua marca na história brasileira. Mas foi somente nos anos 1990, no período pós-ditadura e com a abertura econômica, entrada de capital estrangeiro e aumento da competitividade, que a cultura empreendedora cresceu no país.

Um dos maiores empreendedores dos anos 1990 foi Luiz de Queirós, precursor do agronegócio brasileiro e grande incentivador da pesquisa científica no setor. Criou a Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ), a qual atualmente, pertence à USP.

Outro é Attilio Francisco Xavier Fontana, criador da Sadia, empresa que, anos depois, foi fundida com a Perdigão e virou a maior em BR Foods.

1.1.1.1 Entidades e Programas Voltados a Empreendedor

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) foi criado para dar apoio aos pequenos empresários ou cidadãos comuns que querem abrir o próprio negócio. A partir do surgimento do órgão SEBRAE o termo empreendedor se popularizou e alcançou todas as classes da população.

Segundo Dornelas (2001), o SEBRAE é uma das entidades mais reconhecidas pelo pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio.

Existem programas e ações voltadas à capacitação do empreendedor como o programa Brasil Empreendedor, do governo federal com o objetivo inicial de estimular o desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas (MPE) e promover a manutenção e geração de três milhões de postos de empregos e, também, elevar o nível capacitação empresarial, tendo capacitado muitos empreendedores.

1.1.1.2 Cultura Empreendedora

Dentro de uma empresa o empreendedorismo está se tornando essencial, pois a duração dos empregos formais está menor e, os mais diversos setores industriais e comerciais, sendo assim, o empreendedorismo ao ser aplicado diariamente, passa a ser um importante diferencial para fortalecer a capacidade de superar desafios.

SEBRAE (2007), observando o modo como agem, as características dos empreendedores são as seguintes: (i) iniciativa (agir espontaneamente antes de ser forçado pelas circunstâncias); (ii) busca de oportunidades (reconhecer e saber aproveitar oportunidades novas e pouco comuns, precisa estar atento e capaz de perceber, no momento certo, as oportunidades de negócio que o mercado oferece); (iii) persistência (não desistir diante das dificuldades encontradas, nunca deixar de ter esperança e lutar para ver seus projetos realizados); (iv) busca de informação (valorizar a informação e buscá-la pessoalmente para elaborar um plano ou tomar decisões, buscar conhecimentos em livros, cursos ou até mesmo com pessoas que tenham experiência no setor); (v) preocupação com a alta qualidade do trabalho (interesse em manter um alto nível de qualidade nos produtos ou serviços prestados); (vi) eficiência (preocupação em reduzir o custo, os recursos necessários

e o tempo para realizar as tarefas); (vii) autoconfiança (acreditar na própria habilidade e capacidade); (viii) persuasão: (habilidade de convencimento diante dos demais); (ix) uso de estratégias de influência (tendência a pensar e definir formas para influenciar os demais) e (x) reconhecimento das próprias limitações (admitir suas limitações aprendendo com os próprios erros).

Para Maximiano (2006), o empreendedor é a pessoa que tem a capacidade de realizar coisas novas, pois ao pensar em pessoas que conhecemos logo identificamos que alguns até são criativos, mas sem habilidades empreendedoras necessárias para ao destaque.

1.1.1.3 Empreender é Uma Oportunidade ou Necessidade

O empreendedorismo ambos os sexos diferem pelas suas realidades de vida como por razões econômicas, psicologias e sociais.

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

A sensibilidade de um empreendedor se torna uma oportunidade de sucesso, pois consegue ter facilidade em assimilar as mudanças no ambiente onde está inserido, podendo assim identificar no mercado as necessidades futuras de clientes em potencial e criando e produzindo bens e serviços a fim de satisfazer essa necessidade dentro de uma sociedade.

Os empreendedores de necessidade usam o empreendedorismo como uma ferramenta para obtenção de renda e de sustento e desenvolvimento próprio, precisa de apoio e capacitação e sua motivação os movem em busca desse objetivo, fazendo com que busquem o sucesso em seus empreendimentos.

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).

Dolabela (2006, p.31) “Os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade, como é o caso de desempregados, imigrantes etc.)”.

O empreendedorismo se tornou uma alternativa de trabalho e renda, participando na complementação da renda familiar. As mulheres entram em destaque pelo desejo de realização profissional e pela necessidade de contribuir para o aumento da renda ou sustento da família. Há 3 tipos de iniciação ao empreendedorismo, como (1) empreender por acaso (criaram suas empresas derivadas de alguns hobbies); (2) empreender por necessidade (desemprego ou dificuldades financeiras) e (3) empreender por sonho (independência e autonomia ou insatisfação com trabalho anterior).

1.1.2 Empreendedorismo em Tempo de Crise

Existem alguns tipos de negócios que resistem à crise econômica e em alguns casos até acabam crescendo com ela. Não é pelo fato do país estar passando por uma recessão sem precedentes que você vai deixar de abrir o seu negócio próprio.

Ao contrário do que muita gente pensa, durante os períodos de adversidades econômicas surgem ótimas oportunidades de negócios. Em alguns segmentos, existem determinados negócios que resistem à crise, ou por serem indispensáveis ou por se alimentarem da própria crise.

1.1.3 Trajetória da Mulher no Empreendedorismo

Ao estudar a história da inserção das mulheres no empreendedorismo, precisamos entender a sua evolução no mercado de trabalho. Durante a trajetória houve muitas mudanças onde mulheres passaram assumir tarefas que diferem do ambiente familiar.

Antigamente, as mulheres eram consideradas incapazes de trabalharem fora de casa, pois era um perfil somente existente aos homens. Na Revolução Industrial ocorreram modificações no quadro e então as mulheres passaram a ter uma dupla jornada e serem assalariadas nas indústrias e oficinas. No século XX, com as 1ª e 2ª Guerras Mundiais aconteceu um forte impulsionamento na estrada das mulheres no mercado de trabalho, pois a ausência dos homens enviados para combate e a grande quantidade de homens mortos durante o conflito se tornou necessário a

inserção de mulheres nas indústrias realizando a função que antes eram somente masculinas. Sendo assim iniciou alguns movimentos feministas e a luta de igualdade dos direitos trabalhistas.

Na década de 1980, as mulheres ganharam atenção dentro do movimento sindical no surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única dos Trabalhadores (CUT).

Para Villas Boas (2010, p. 35) “A cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens”.

2 OBJETIVOS

Este artigo tem como objetivo geral mostrar o potencial do empreendedorismo feminino. Seguido do objetivo específico que são analisar os ramos que o empreendedorismo feminino se destaca.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Para elaboração deste artigo realizou-se pesquisas bibliográficas usando como referência autores como Chiavenato, Dornelas e Dolabela, e sites pertinentes ao assunto. Em seguida, aplicaram-se algumas entrevistas com empreendedoras de três segmentos diferentes, onde resultou-se comportamentos diferenciados de empreendedorismo em tempos de crise econômicos em Ilha Solteira no interior de São Paulo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O artigo apresenta em seu resultado empreendedor com os ramos de atividades diferentes, mais com o grau de satisfação perante seu negócio onde demonstram precisarem de apoio na gestão dos seus negócios, mais conta com as características empreendedoras apuradas. As três empreendedoras entrevistadas afirmam em seus depoimentos que para atingir o satisfatório dos clientes é necessário um atendimento para que mantenha a fidelização.

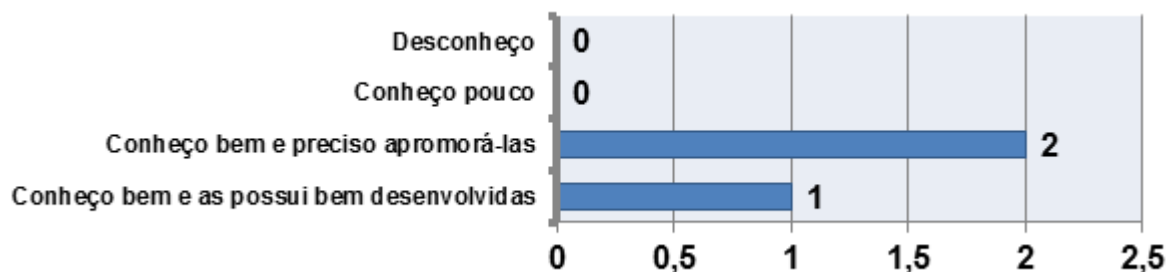
A prestação de serviço nos salões de beleza, clínicas de estética, atividades como as massagens que aliviam o estresse da vida moderna, os spas urbanos, academias e a moda fitness, movimentam uma cadeia que esbanja vigor e está aberta para novas experiências e inovação. O salão de beleza do interior de São Paulo, conta com as inovações da proprietária que afirma “As diferenciações implantadas no salão de beleza é o atendimento customizado e a realização da função em horários flexíveis com o ambiente climatizado para satisfazer o cliente”.

Já comercialização de roupas e acessórios de porta-a-porta se tornou uma revenda prática de baixo custo, sendo assim acessível para muitos que pretendiam abrir um negócio. A proprietária da loja de acessórios, afirma que “o diferencial é o atendimento personalizado, fazemos atendimento de porta-a-porta e nossos preços também são mais atraentes e prezamos a organização no estabelecimento, onde faz a diferença”.

Por outro lado, a alimentação fora do lar é bem visto pelas novas estruturas familiares que necessitam consumir uma alimentação saudável e acessível, pois são vestígios das vidas modernas onde não há tempo de preparar sua própria alimentação. A empresária do restaurante, diz que “Procura inovar e atender vários públicos, mantendo a qualidade dos produtos e do atendimento, sempre trabalhando com rapidez nas entregas. Outro ponto é procurar ouvir as críticas e elogios, procurando inovar sempre”.

No Gráfico 1, observa-se que as empresárias individuais contém características empreendedoras.

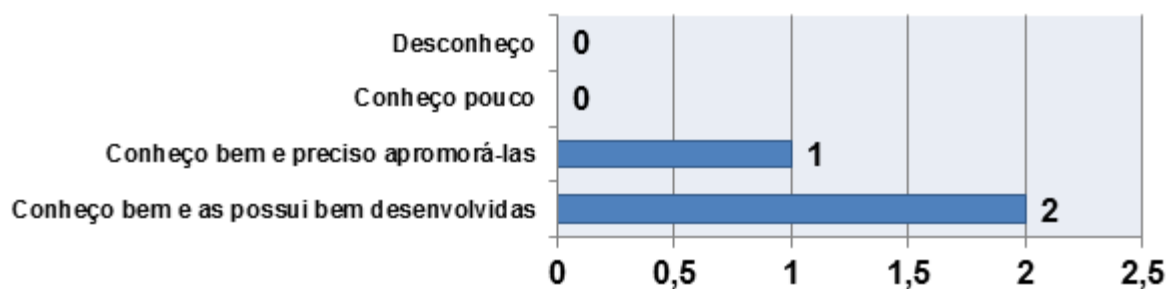
Gráfico 1. Conhece as características comportamentais que levam o empreendedor a obter sucesso e os principais desafios para se manter no mercado?



Fonte: Elaborado pelos autores.

No Gráfico 2, observa-se que às empreendedoras obtém conhecimento sobre seus direitos e deveres como microempreendedoras individuais (MEI).

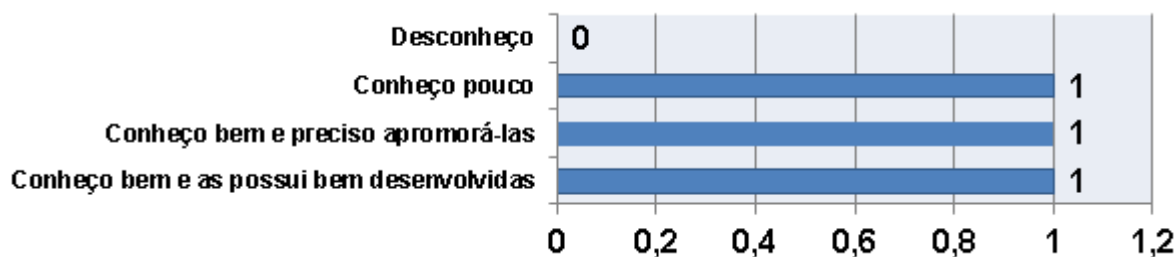
Gráfico 2. Conhece os direitos e deveres, as vantagens e os benefícios da formalização de um negócio?



Fonte: Elaborado pelos Autores (2017)

No Gráfico 3, observa-se que às empreendedoras se dividiram nas afirmações, pois 2 entrevistas afirmam que conhecem e 1 entrevistada desconhece a Tributação e suas vantagem do Simples Nacional.

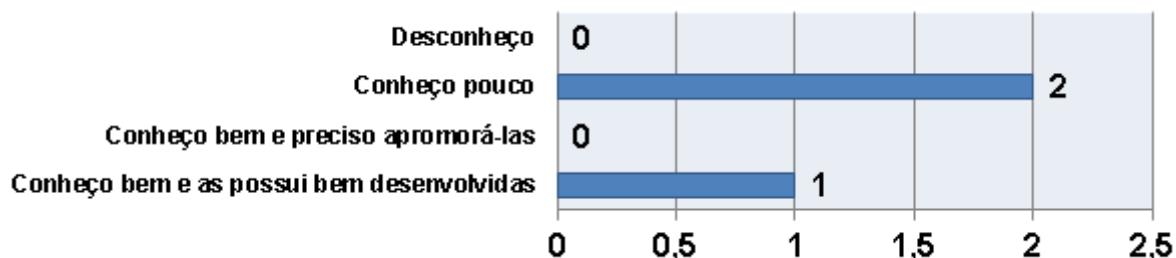
Gráfico 3. Conhece as vantagens e as regras do sistema de tributação denominado Simples Nacional?



Fonte: Elaborado pelos autores.

No Gráfico 4 verifica-se que há bloqueio sobre as microempresárias individuais e seus colaboradores, onde necessitam de capacitações específicas nesta área.

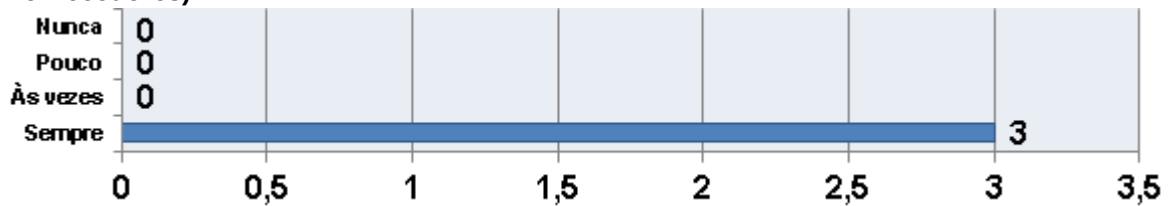
Gráfico 4. Possui conhecimento que permita o cumprimento da legislação trabalhista e o estabelecimento de vínculo empregatício saudável com os funcionários?



Fonte: Elaborado pelos autores.

No Gráfico 5, observa-se que às empresárias individuais sempre buscam metodologias diferenciadas para atender com satisfação seus clientes.

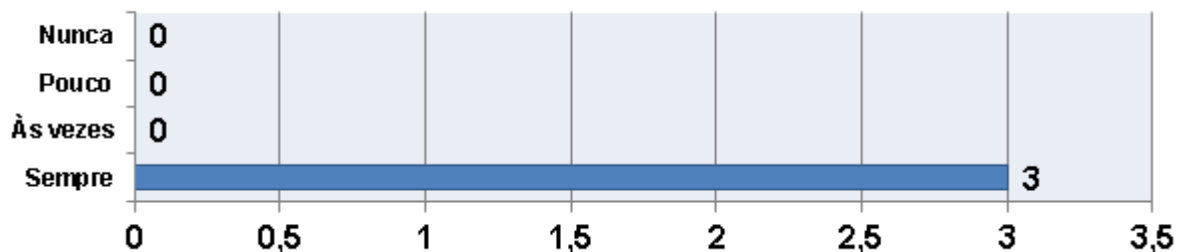
Gráfico 5. Analisa com frequência o mercado em que atua (consumidores, concorrentes, fornecedores)?



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

O Gráfico 6 afirma que o sucesso das microempresas individuais é devido ao planejamento realizado com antecedência e ações desenvolvidas para o crescimento do negócio.

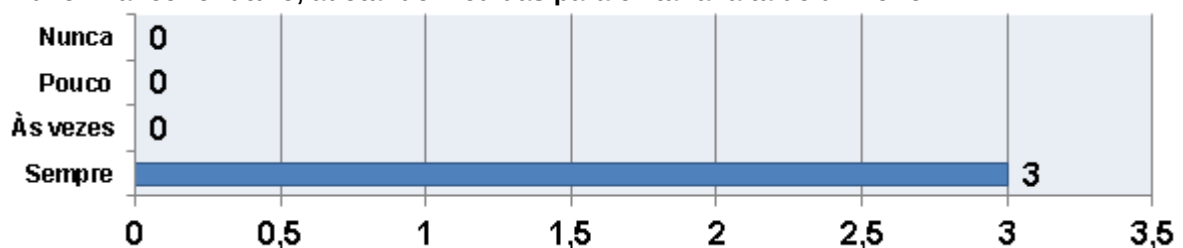
Gráfico 6. Planeja ações de marketing para conquista dos consumidores que são alvo da empresa?



Fonte: Elaborado pelos autores.

No Gráfico 7, observa-se que é necessário realizar a previa da gestão financeira para controle de qualquer negócio.

Gráfico 7. Controla as entradas e saídas de dinheiro periodicamente e faz previsões do fluxo financeiro futuro, adotando medidas para evitar a falta de dinheiro?



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

5 CONCLUSÕES

A inserção das mulheres no mercado de trabalho não foi simples e ganhar seu próprio dinheiro e obter independência passou por processos complicadíssimos, mas é visível que as mulheres tenham conseguido demonstrar sua capacidade intelectual e merecem serem reconhecidas.

O empreendedorismo feminino perante a sociedade demonstra que as mulheres são atuantes na geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando a realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro.

Considera-se que características e habilidades no sexo feminino em relação ao empreendedorismo favorecem a administração de um negócio. A superação em tempos de crise econômica trouxe para as mulheres o reconhecimento de maneira bem-sucedida perante a sociedade.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2 ed. rev. e atualizada São Paulo: Saraiva, 2007.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa. 30 ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

LEITE, E. O Fenômeno do Empreendedorismo. Recife: Bagaço, 2000.

MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MENEZES, L. C. M. Gestão de Projetos. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: Manual do aluno, 2007.

SEBRAE: um agente de desenvolvimento. Sebrae. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 20 de maio de 2011.

VILLAS BOAS, A. Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você– São Paulo: Ed. Do autor, 2010.