

## **Empreendedorismo Feminino: Em Um Mundo Masculinizado, Como as Mulheres Conquistam seu Espaço?**

### **AUTORES**

#### **MAURO ELIAS GEBRAN**

Faculdade Campo Limpo Paulista - FACCAMP  
m.e.gebran@bol.com.br

#### **VÂNIA MARIA JORGE NASSIF**

Faculdade Campo Limpo Paulista - FACCAMP  
vania.nassif@uol.com.br

### **RESUMO**

Este estudo tem por objetivo identificar os fatores que impulsionam as mulheres a ingressar no mercado de trabalho. Algumas são motivadas por necessidade, outras buscam por uma oportunidade. Essas ações são vistas, muitas vezes, como atitude empreendedora, percepção de mercado ou ainda busca de sobrevivência. A pesquisa é de natureza exploratória e o método qualitativo. Participaram da pesquisa três mulheres consideradas empreendedoras pelo desafio e conquistas. O instrumento de coleta de dados é a entrevista, tendo seus dados transcritos e analisados por meio da análise de conteúdo e as histórias narradas. Procurou-se entender como as necessidades financeiras foram transformadas em oportunidade e conquistaram seu espaço no mundo do trabalho. A pesquisa realizada demonstra que atitudes eleitas como importantes para empreender, facilitam o ingresso para o mundo do trabalho e assim empreendem. Algumas características como coragem, otimismo, equilíbrio e autoconfiança auxiliam nas ações, sobretudo quando precisam lidar com momentos de dificuldades e desafiadores. Atividades profissionais vivenciadas no mundo corporativo, ocupando diferentes cargos e mostrando eficiência nos quesitos tais como motivação, liderança e determinação contribuem com as experiências empreendedoras na atualidade. Sinalizam a importância do trabalho formal, boa convivência e condições de trabalho para seus colaboradores como forma de sucesso do empreendimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo, Empreendedorismo Feminino, Conquista.

### **ABSTRACT**

This study aims to identify the factors that push women to enter the labor market. Some are motivated by necessity, others look for an opportunity. These actions are seen often as entrepreneurial attitude and perception of market or still searching for survivors. The research is exploratory and qualitative methods. Study participants considered three women entrepreneurs for the challenge and achievement. The instrument of data collection is the interview with your data transcribed and analyzed using content analysis of storytelling. We sought to understand how the financial needs were transformed into opportunity and conquered its space in the world of work. The survey shows that attitudes elected as important to undertake, facilitate entry into the world of work and thus undertake. Some characteristics such as courage, optimism, confidence and help balance the actions, especially when they need to deal with difficult moments and challenging. Professional activities experienced in the corporate world, occupying different positions and showing efficiency in questions such as motivation, leadership and determination contribute to the entrepreneurial experience today.

Signal the importance of formal jobs, good living and working conditions for its employees as a way of business success.

**Keywords:** Entrepreneurship, Female Entrepreneurship, Achievement

## INTRODUÇÃO

Conforme Machado (2009), o desenvolvimento econômico de muitas localidades tem-se favorecido com a atuação de mulheres empreendedoras. A autora pontua ainda que, mundialmente, observa-se o crescimento das iniciativas empreendedoras por parte de mulheres.

Machado (2009) revela ainda que, conforme Das (1999) e OECD (2000), há três diferentes grupos de empreendedoras, quais sejam: empreendedoras por acaso – iniciam suas atividades sem objetivos e planos, sem uma formação específica e pouca experiência; empreendedoras forçadas, aquelas cujo contexto as levou a assumir atividades inesperadamente; e, empreendedoras criadoras, aquelas que criaram e conquistaram independência e autonomia e apresentam grande potencial.

Outra classificação encontrada na literatura refere-se à pesquisa do GEM (2007), que tipifica dois grupos de empreendedores, sem distinção de gênero, sendo eles empreendedores por necessidade e por oportunidade.

Independentemente das classificações encontradas nos estudos acerca do tema, fica claro que as mulheres são ainda vistas de maneira discriminada no mercado de trabalho.

Assim, encontra-se em Grzybovski et al (2002), que, apesar dos avanços ocorridos nas últimas décadas em relação às mulheres que ocupam cargos gerenciais nas empresas, o preconceito e a discriminação ainda são poderosas barreiras à presença feminina nos negócios.

Botelho (2008) desenvolve pesquisa em contexto corporativo apresentando o fenômeno do teto de vidro em que as barreiras invisíveis enfrentadas por mulheres empreendedoras são advindas da cultura e da sociedade e que perpassam ao mundo dos negócios. O autor afirma que essas barreiras podem ser traduzidas em estereótipos, preconceitos e discriminação que as mulheres sofrem ao se dedicarem a suas empresas. Mas, podem também ser encontradas na dupla jornada de trabalho, nos conflitos entre seu trabalho e família e na segregação ocupacional por gênero.

Essas reflexões suscitaram grande motivação pela realização desse estudo. Assim, essa pesquisa tem por objetivo identificar quais são os fatores que impulsionam as mulheres a abrirem seus próprios negócios.

## REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O destaque que as mulheres vêm conquistando no mundo dos negócios e no mercado de trabalho com cargos que até então vinham sendo ocupados por maioria masculina, ganhou repercussão e isso avança a cada dia que passa.

Não importa se por necessidade ou por simples oportunidade, as mulheres têm alcançado seus objetivos, cumprindo metas e se dispondo ao mercado. Ainda com relação ao empreendedorismo, as mulheres contam com um aumento constante de sua participação, ultrapassando no ano de 2007 o nível de empreendedorismo entre os homens.

Esse estudo foi divulgado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2007), que posicionou as mulheres brasileiras em 7º lugar no ranking mundial de empreendedorismo feminino, com uma taxa de 12,71%. Para o SEBRAE (2008) esses dados representam uma inversão histórica da participação feminina no mercado de trabalho, pois em 2001 os homens empreendedores representavam 71% contra 29% das mulheres. Para GEM (2007) a principal

motivação feminina para empreender é a necessidade apontada por 68% das mulheres, proporção que cai para 38% quando apontada pelos homens. [Botelho (2009)].

O mercado está se adaptando cada vez mais ao perfil feminino, contando com a participação de empreendedoras no mundo dos negócios e estudo realizados pelo SEBRAE (2006), nas microempresas, entre 2002 e 2006, houve um crescimento de 39,6% para 41,3% na participação feminina, liderando o ranking de abertura de novas empresas que geram lucros, abrindo oportunidade de empregos.

Kets de Vries (1995) apud Paiva-Junior (2006) diz que os empreendedores precisam criar seu próprio ambiente, e sobre o entendimento de que o empreendedorismo parece ser antes e acima de tudo um fenômeno regional, em que o comportamento empreendedor é diretamente afetado por cultura, necessidade e hábitos de uma dada região.

Segundo Dornelas (2001) as características do empreendedor são: iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social onde vive; aceita assumir riscos e a possibilidade de fracassar. Para ele, empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular; apaixonada pelo que faz; não se contentam em ser mais um na multidão; querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas e querem deixar um legado.

Para Paiva Junior (2006) o empreendedor pode ser um eixo de desenvolvimento para a geração, expansão e reestruturação de empresas voltadas para a busca e exploração de oportunidades. Conforme a visão de Dollinger apud Junior (2006), o empreendedor é um indivíduo que está voltado para a maneira como pode influenciar sua equipe a fazer o que seria útil para a empresa. O empreendedor como líder deve estar apto a perceber tendências emergentes no ambiente, com diversos tipos de informações e ajustado às percepções e à direção em que caminham as forças ambientais.

Filion (1999) relata que até agora não foi possível estabelecer um perfil psicológico absolutamente científico do empreendedor e que os comportamentos em si podem melhor prever o êxito que eles alcançam na interação com o mercado. Gimenez & Machado (2000) afirmam que empreendedorismo é mais bem visto como um comportamento transitório que apresenta muito da situação enfrentada pelo empreendedor.

Depois de detalhado estudo Armond *et al.* (2009) relatam que o empreendedor não é alguém que é de determinada maneira, mas sim alguém que se comporta de determinada maneira.

Baron et al (2007) define da seguinte forma: empreendedorismo como disciplina para uma carreira de sucesso, é encontrado entre as pessoas capazes de enxergar a necessidade de inovação. O empreendedorismo é um processo que desenvolve e não nasce completo em si mesmo, pois para por fases distintas para chegar ao sucesso. Então, empreendedoras são as pessoas que enxergam facilmente uma necessidade e transformam-na em inovação. Contudo, muito importante citar que as informações a respeito dessa necessidade é que irá permear a evolução da inovação, pois disso parte a tomada de decisão.

Baron et al. (2007) continua afirmando que as oportunidades empreendedoras existem porque as pessoas dispõem cada vez mais de mais informações diferentes que influenciam na tomada de decisão para fazer o novo acontecer; essas oportunidades não acontecem somente para o lançamento de produtos ou serviços, mas também tomam forma de novos métodos de produção, novas matérias-primas, novas maneiras de organizações e conseqüentemente novos mercados.

Nassif et al (2008) concluem que o empreendedor é o ator social que tem como características pessoais o ser corajoso para assumir riscos e outras características de caráter e personalidade

que o impulsiona para o sucesso, por isso é conhecido por suas ações. O empreendedor é também aquele que se relaciona em um contexto por meio de um conceito ou idéia diferente de negócio.

Para Schumpeter (1982), o empreendedorismo é a busca de novas direções, diferencial competitivo e novas conquistas associados à inovação, na medida em que sua essência está na percepção e aproveitamento de oportunidades de negócio, no desejo de fundar novo empreendimento, de utilizar recursos de uma nova forma, e na alegria de criar, de fazer coisas e de exercitar a energia da engenhosidade.

Schumpeter (1982) conceitua o empreendedor como o agente do processo de destruição criativa, capaz de introduzir o novo e gerar riquezas para um país, o qual é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados.

Para facilitar os estudos propostos menciona-se ainda o pensamento de Dolabela (1999) qualquer pessoa pode empreender desde que tenha capacidade de sonhar e tenha motivação para transformar em realidade seus desejos.

Literaturas mostram que as pessoas podem empreender porque tiveram a visão e a percepção de uma oportunidade, ou ainda são pessoas que por necessidade se lançam no empreendedorismo.

De acordo com Pereira (2003), atualmente existem avançados estudos que mostram a existência de pesquisas em áreas bem específicas como: Empreendedorismo Feminino [Baughn *et al.*, (2006), AHL, (2006), Lindo *et al.*, (2007)]; Empreendedorismo Indígena [Pereira (2003), Lindsay (2005)]; Empreendedorismo Homossexual – Willsdon (2005); e Empreendedorismo de Afro-descendentes – Boxill (2003). Tais estudos referem-se a grupos sociais que em decorrência de sua especificidade encontram maiores obstáculos em relação à sua ação empreendedora, por isso procuram verificar como lidam com esses obstáculos.

### **O Empreendedorismo Feminino – Inserção das mulheres no trabalho**

Segundo Macedo (2007) formando 70% de todos os novos negócios, as mulheres possuem hoje mais de 8,5 milhões de pequenas empresas, que empregam mais de 17 milhões de pessoas, um aumento de 45% desde 1990. Para abertura desses negócios percebe-se que as características entre os homens e as mulheres são bem semelhantes, mas as mulheres diferem em termos de motivação, habilidades empresariais e histórico profissional.

Necessidade e oportunidade se misturam dando espaço para as mulheres abrirem seus próprios negócios.

Aidis *et al.* (2007), Baughn *et al.* (2006) apontam alguns motivos para a opção de empreender como forma de superar a desigualdade de gênero em economias desenvolvidas e em desenvolvimento. Esses autores pontuam que para muitas mulheres empreendedoras, estrutura limitada de oportunidades no mercado de trabalho, a discriminação no mercado de trabalho, enfrentamento com a situação de teto de vidro na carreira, ou mesmo a necessidade de conciliar múltiplos papéis tem levado as mulheres à escolha do auto-emprego como uma estratégia de sobrevivência.

Os fatores acima apontados são também considerados importantes na medida em que os mesmo podem levar as empreendedoras à conquista de oportunidades para a independência, desafio, iniciativa, bem como o sucesso e a satisfação por meio da iniciativa empresarial (Hughes, 2003; Baughn *et al.* 2006).

Outra pesquisa apresenta diferentes aspectos no que se refere às conquistas profissionais, e satisfatórias para ambos, apontando que para homens é muito importante status para a realização dos relacionamentos, enquanto que para as mulheres os aspectos mentais e sociais são os mais valorizados (Eddleston e Powell, 2008).

De acordo com Jamali (2009) as empresas que pertencem a mulheres tendem a ser menores, com um crescimento mais lento e menos rentável, do que as empresas que pertencem a homens. Ainda de acordo com esse autor algumas medidas objetivas de desempenho têm sido tradicionalmente utilizadas no contexto de empreendedorismo das mulheres, incluindo o volume de negócios e o crescimento do emprego, e só recentemente tem sido complementada por medidas tais como o crescimento financeiro, interdependência no desempenho, sucesso no próprio negócio e objetivos pessoais. Desempenho e crescimento também são afetadas, prevalecendo as expectativas de papel, a natureza e a extensão do apoio da família, bem como responsabilidades familiares e domésticas.

Assim, o desempenho, no contexto do feminino empreendedorismo tem sido reconhecido como um constructo complexo, afetado por vários antecedentes e fatores externos.

Uma pesquisa também da GEM (2007) aponta que as mulheres brasileiras estão em quarto lugar no ranking mundial de empreendedorismo. A necessidade, nesse caso, tem impulsionado as mulheres nessa direção. De acordo com a pesquisa, quase 60% delas se lançam para abrir negócio próprio para ajudar nas despesas de casa.

Pela pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), somente a partir de 2006 a mulher com atividade empreendedora passou a ser socialmente aceita. Provavelmente, estas mulheres ainda encaram diariamente a jornada dupla de cuidar também dos filhos e dos afazeres domésticos.

A participação da mulher no mercado de trabalho cresceu no decorrer dos últimos anos onde muitas mulheres apontam com posições de topo em uma empresa, mas por outro lado ainda encontram resistência com desigualdade salarial comparado aos homens. Inserida no mercado de trabalho, a mulher ainda sofre com a discriminação e com preconceitos e isso pode impulsioná-las a procurar crescimento no mundo dos negócios e assim sendo, começam a se destacar e ganhar espaço, de certa forma superando os homens.

Nas pesquisas de Antunes apud Cavedon, Girodani & Craide (2006), diz que está ocorrendo um aumento significativo da força de trabalho feminino, que apresenta mais de 40% da força de trabalho em diversos países avançados. Segundo o autor, a desigualdade salarial ainda impera, pois o percentual de remuneração das mulheres ainda é bem menor do que aquele auferido pelo trabalho masculino.

Para Carloto apud Cavedon, Giordani & Craide (2006), a entrada massiva de mulheres no mercado de trabalho não significa uma mudança revolucionária em suas vidas, uma vez que continuam responsáveis pelas atividades reprodutivas e pelos cuidados com o lar e os membros da família. Ainda são vistas como as que ajudam no orçamento familiar enquanto cabe aos homens o papel de provedor.

Portanto, ainda existem preconceitos por parte da sociedade e do mundo masculinizado quanto aos trabalhos que as mulheres exercem, não obstante na maioria dos casos as mulheres ganharem um salário maior do que os salários dos maridos são vistos como salários que complementam a renda familiar e isso com tonalidade de menosprezo. Contudo, as mulheres lutam e expressam o desejo, não de serem independentes, de ter igualdade para prover o sustento da família.

Segundo Lipovetsky *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006), as mulheres, por meio da nova cultura do trabalho, exprimem a vontade de conquistar uma identidade profissional pela e, mais amplamente, o desejo de serem reconhecidas a partir do que fazem não mais do são por natureza. Nesse ponto percebe-se que a diferença entre homens e mulheres se estreitou, mesmo assim o trabalho feminino ainda não é considerado igual ao do homem.

Nogueira *apud* Cavedon, Giordani & Craide (2006) afirma a conotação de que o trabalho e salário feminino são complementares, a fim de auxiliar nas necessidades de subsistência familiar, embora que hoje se saiba que para algumas famílias o trabalho da mulher é imprescindível para o equilíbrio do orçamento familiar, principalmente nas classes populares. Há um avanço perceptível nas mudanças culturais, e isso coloca as mulheres num patamar um pouco mais confortável no que diz respeito à aceitabilidade de seus trabalhos e suas remunerações.

As mulheres ainda lutam para ganhar seu espaço mediante o que está proposto no Artigo 113, inciso 1 da Constituição Federal: todos são iguais perante a lei. Mas ainda lutam para colocarem essa lei em prática. A mulher tem sido inserida no mercado de trabalho através de um processo lento, que começou há pouco tempo, em função das condições de submissão impostas pela sociedade. Contudo, não obstante as barreiras encontradas, os preconceitos ou ainda falta de sensibilidade para os problemas exclusivamente femininos.

Quando ingressam no mercado de trabalho buscam sua valorização mostrando que são capazes de exercer as funções que os homens exercem e com mais presteza e empenho ainda. No tocante ao empreendedorismo, nota-se que houve um aumento considerado do número de mulheres trabalhando por conta própria, sendo que comparado aos homens elas iniciam novos empreendimentos três vezes mais.

## **METODOLOGIA**

Embora o assunto em pauta seja recorrente na literatura, ainda há de se ampliar o conhecimento no escopo dessa pesquisa, levando em consideração as especificidades de cada contexto, região, cultura e outras variáveis que vem apresentando variações e revelando diferentes posicionamentos, sobretudo de mulheres empreendedoras. Essa é a fundamentação básica para fazer pesquisa na área de ciências sociais e aplicadas.

A pesquisa foi classificada como qualitativa, de natureza exploratória, e descritiva. Qualificada segundo Vergara (2000), a pesquisa foi classificada conforme dois critérios básicos: quanto aos meios e quanto aos fins. Quanto aos meios, a pesquisa foi bibliográfica porque foi baseada em literaturas de diversos autores que conceituam o empreendedorismo, o intra-empreendedorismo e o empreendedorismo feminino, pois o foco principal dessa pesquisa é o atual destaque da mulher no mercado de trabalho. Quanto aos fins, a pesquisa foi exploratória e descritiva.

Exploratória porque envolveu entrevistas com pessoas que tiveram ou têm experiências práticas com as situações descritas nessa pesquisa e tem como finalidade básica desenvolver, esclarecer e modificar conceitos para a formulação de abordagens posteriores. E descritiva porque visa descrever a história e a atualidade, comparando-as sobre a evolução da mulher no mercado de trabalho e o que a conduziu ao empreendedorismo.

Utilizou-se neste trabalho o método qualitativo para verificar os fatores que levaram as mulheres a abrirem seus próprios negócios.

Foi realizado contato pessoal com três mulheres identificadas como empreendedoras pelos seguintes critérios: donas do próprio negócio, conhecidas na região em que moram e

estabeleceram seus negócios, pelas histórias de vida, por terem iniciado suas atividades por necessidade e ganharam espaço no mercado de trabalho com sucesso e, pela acessibilidade.

Procurou-se por um contato e as empreendedoras se dispuseram a participar da pesquisa. Assim, foi marcado dia e horário para a realização das entrevistas.

Todas as entrevistadas demonstraram grande interesse pela pesquisa, respondendo as questões com empenho e dedicação colocando-se, inclusive, à disposição para o que mais fosse preciso. Concederam também autorização verbal e escrita no caso de terem seus nomes publicados.

As entrevistas foram compiladas em um formulário, com roteiro semi-estruturado e procurou-se deixar com que as respondentes falassem livremente sobre o que lhes eram perguntados.

Após as entrevistas, os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo e organizados em categorias de respostas (Bardin, 2008).

## RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

### *Perfil das respondentes*

Como dito acima, as empreendedoras participantes da pesquisa autorizaram por escrito a divulgação de seus nomes, bem como de suas empresas. Assim, visando facilitar o entendimento, doravante, seus nomes serão incorporados nesse estudo.

Ivete, casada, três filhos, dona de casa e empreendedora. Atua no ramo de alimentos. Estudou somente o ensino fundamental, até a 4ª série e nunca mais voltou à escola.

Carla, casada, dois filhos, dona de casa e empreendedora. Atua no ramo de estética e beleza, Tem o ensino médio completo e buscou aprimoramento de suas atividades em vários locais, inclusive no exterior.

Melise, solteira, empreendedora e atua no ramo de vídeo locação. Está cursando o último ano de Administração de Empresas. Mora com os pais.

A seguir, serão apresentadas as narrativas compiladas dos depoimentos das participantes da pesquisa.

### *A história da Ivete*

A senhora Ivete tem 67 anos, casada, mãe de três filhos, tem formação primária nasceu na cidade de São Paulo onde viveu com seus familiares até a idade de 22 anos quando se casou. Ela trabalhava num escritório e ajudava seus pais a manter a casa.

Com o casamento deixou a vida profissional e mudou-se para a cidade de Jundiaí/SP para viver uma nova vida de casada e dona de casa. Seu marido estava bem empregado quando do nascimento de seu primeiro filho. Contudo uma notícia com relação ao emprego do marido mudou o rumo de suas vidas. Ele acabara de perder o emprego.

*“Nesse momento meus pés perderam o chão, eu ainda não conhecia bem a cidade e meus parentes mais próximos estavam em São Paulo”.*

Com o passar dos dias, o marido procurando ainda um novo emprego, Ivete tomou a decisão de procurar um emprego para ajudá-lo financeiramente. Foi então que surgiu uma oportunidade de trabalhar com uma senhora que se tornara amiga e que fazia comida em casa fornecendo marmitas diariamente para uma boa clientela.

Foi ajudando essa senhora que surgiu uma importante oportunidade, a de fornecer doces e sobremesas para cada marmita vendida. Os clientes gostaram e aprovaram seus confeitos e nesse ínterim uma das clientes sugeriu que Ivete fizesse um bolo de aniversário, relutou, mas acabou por fazê-lo. Devido ao sucesso, a senhora Ivete passou a fazer mais bolos com receitas que pegava com amigas e/ou parentes. Nunca foi fazer um curso de “boleira”, mas é de suas mãos e experimentos que saíram as melhores receitas de bolos e doces ganhando uma carteira vasta de clientes que são fiéis até hoje.

*“Não foi fácil para mim, enfrentar uma situação financeira terrível, cuidar do meu primeiro filho e arregaçar as mangas para trabalhar numa coisa que eu não tinha nem noção de como era. Mas com muita fé em Deus, prossegui, enfrentei e hoje me considero vitoriosa. Minha maior alegria é ver meus colaboradores, que alguns já estão comigo há mais de vinte anos, terem suas casas próprias, suas coisas pagas e trabalharem com alegria”.*

Após 28 anos de seus primeiros confeitos, dona Ivete é dona de uma cozinha industrial para a confecção dos bolos e outros confeitos, duas lojas na cidade de Jundiaí/SP, e mais cinco lojas representantes na região.

A empresa tem o nome fantasia de “Ivete Bolos” e conta com 47 empregados, sendo 44 mulheres e 3 homens. Enfrentou grandes desafios que a fizeram crescer mais ainda, a ponto de uma grande marca de chocolates procurá-la para que, tornando-se parceira, pudesse desenvolver receitas que determinariam a consistência do produto.

### ***A história da Carla***

Carla é uma jovem senhora de 43 anos, casada, mãe de dois filhos. Tem formação no ensino médio completo, nascida no Rio de Janeiro no Bairro de Madureira onde viveu com seus familiares até aos 23 anos quando se casou e veio com o marido morar na cidade de Campinas/SP, pois, seu marido, também carioca, era funcionário de uma grande empresa na cidade paulista.

Antes de seu casamento, Carla trabalhava para uma instituição bancária, o salário que recebia era para o seu próprio sustento. Trabalhou mais alguns meses depois de seu casamento, mas desistiu do trabalho porque percebeu que não havia espaço para que ela subisse de cargo, percebeu também que o preconceito era muito forte.

*“... a vaga estava aberta, havia necessidade de um profissional e eu era a primeira na fila de espera para promoções, mas eu era preterida”.*

Depois de seis anos cuidando das tarefas domésticas e de seus dois filhos, Carla uma vez ou outra era chamada pelas vizinhas para cortar cabelos, fazer escovas, trabalhos de tratamento de mãos e pés, surgindo daí a idéia de fazer seu primeiro curso de Cabeleireira e logo passou a atender funcionárias e funcionários de uma grande empresa de convênio médico.

Depois de algum tempo de dedicação teve outra idéia que realmente revolucionou sua vida, a de abrir um salão de estética e beleza.

Alugou uma casa num bairro nobre da cidade e começou efetivamente suas atividades abrindo seu próprio negócio. Sua clientela aumentava a cada dia e Carla foi buscar novos conhecimentos, participou de cursos em Paris, na França e em Barcelona, na Espanha se especializando em química, alisamento, balayagem, reflexos e tratamento profundo dos fios de cabelo.

*“Olhar para o que eu pude construir durante esses dezesseis anos, me deixa muito feliz me deixa satisfeita. Tenho consciência de que tudo começou por enxergar uma grande oportunidade e que supriu minhas necessidades. Agradeço sempre a Deus, pois Ele me fez enxergar tudo isso. Com meu próprio negócio pude ajudar meu marido no sustento da casa, pude ajudar mais pessoas a encontrar seu caminho na vida profissional, pude dar bons estudos aos meus filhos e o principal a minha total e plena satisfação profissional. E como mulher me sinto muito bem”.*

Com o passar do tempo, Carla comprou a casa que antes era alugada e formou então o “Instituto de Beleza e Estética Carla Motta”. Tem três funcionárias de tempo integral que atende a área administrativa, limpeza e ajudante de cabeleireira, além dessas colaboradoras tem também colaboradoras autônomas que trabalham com maquiagem, pé e mão, estética corporal e facial, manicure e podologia. Oferece também um amplo trabalho para noivas, madrinhas, debutantes, formandas, etc..

### ***A história da Melise***

Melise é uma jovem de 22 anos, está cursando o último ano de graduação de Administração de Empresas, também cursa o CAD – Curso de Aperfeiçoamento de Docentes. Começou a trabalhar com o pai no negócio da família no ramo de Vídeo Locação. Aos 14 anos de idade. Em 2004, com a transformação total da tecnologia que transformou o mundo das fitas VHS’s em DVD’s percebeu-se um aumento considerado de clientes.

Olhando para essa oportunidade, Melise fez uma pesquisa em seu bairro sobre a aceitação de mais uma loja, buscando informações no SEBRAE e também com fornecedores, ela abriu a segunda loja, agora em seu nome.

Com bastante conhecimento nesse ramo de negócio e mais as informações que obteve não teve dificuldades para tocar seu próprio negócio.

Ao iniciar sua graduação Administração de Empresas teve um aumento fantástico de conhecimento para administrar seu próprio negócio, agora ao invés de só alugar os DVD’s seu cliente encontra uma grande variedade de petiscos, refrigerantes, sucos e chocolates, implantou algumas promoções para fazer girar todos os filmes e cobra um pouco a mais pelos filmes em lançamento.

*“Ter iniciado a faculdade foi um marco de vitória em minha vida, pois não somente agregou valor aos meus conhecimentos como entre quatro irmãos eu fui a privilegiada em poder continuar os estudos”.*

Na verdade sua loja é concorrente da loja que é administrada pelo pai em ponto diferente, porém no mesmo bairro. Além de ajudar no orçamento da família, o empreendimento dessa jovem empreendedora dá emprego para mais duas pessoas que são suas colaboradoras. Ela conta que seus irmãos também já passaram por ali em ocasião de desemprego.

A partir da visão de uma excelente oportunidade, Melise pôde abrir seu próprio negócio e incentivar outras pessoas a buscar oportunidades saindo de sua zona de conforto.

*“Ajudando meu pai administrar sua loja, fui aprendendo a lidar com os clientes e com fornecedores. O avanço tecnológico que transformou radicalmente o mundo das fitas em VHS me mostrou a possibilidade de abrir meu próprio negócio. Foi aí que busquei informações no SEBRAE, fiz uma boa pesquisa de mercado e em 2004 abri a loja em meu nome, acreditando em meu potencial mas também confiando a Deus o sucesso que estava batendo em minha porta. Sou feliz, agradeço sempre meus pais por estarem comigo nessa empreitada e a Deus por me dar a chance de enxergar essa oportunidade”.*

Além de administrar o empreendimento a que se propôs, ela participa ativamente dos eventos familiares, participa de uma comunidade de evangélicos cuidando de adolescentes e outras moças que precisam de um conforto.

Em síntese, pelos relatos acima, pode-se verificar que muito do que as empreendedoras trouxeram como história de suas vidas, sobressai o desejo de vencer e crescer em seus ramos de negócio. Não obstante existir diferença de idade, formação educacional e estado civil, todas elas se revelaram muito competentes no negócio que se propôs iniciar. Não sofreram grandes ataques de preconceitos, porém de certa forma, houve insinuações quanto à capacidade de serem gestoras eficazes e com completo domínio sobre o empreendimento.

## CONCLUSÃO

Longe do sentimento de superioridade ou imposição da auto-afirmação, as mulheres lutam pelo reconhecimento profissional muitas vezes exercendo inclusive funções masculinas com grau elevado de satisfação.

Hoje a mulher é educada para primeiro pensar em sua vida profissional. Continua sendo esposa, mãe e dona de casa, por quanto muitas vezes todas essas tarefas não são divididas com seus parceiros, mas a visão de um futuro melhor não se detém somente em ser a “submissa” dona de casa, muito mais do que isso são excelentes profissionais e dedicadas mulheres.

Num mundo masculinizado, são poucos os que reconhecem essa postura feminina e se colocam à disposição para ajudá-las. Ainda não se libertaram do pensamento que as tarefas domésticas são exclusivamente femininas e devem ser feitas pelas mulheres. Não reconhecem que o salário da mulher não é somente complementar, mas parte integrante para o sustento familiar.

A pesquisa mostrou que as mulheres buscam estudos não para se comparar ao homem, mas, todavia, para buscar conhecimento e se tornar eficaz e eficiente naquilo que faz.

Os casos estudados revelaram que as mulheres se empenham para ganhar a independência, contudo, harmoniosamente continuam com suas tarefas de casa desempenhando bem os papéis de filha, esposa, mãe e profissionais.

As participantes da pesquisa viram em consequência da necessidade, oportunidade para abrirem seus próprios negócios, buscar a autonomia e independência financeira agregando valor à renda da família.

A pesquisa também revelou que independente de buscar o sucesso profissional por causa da necessidade, elas são empreendedoras porque se comportam como tal. São otimistas e não desistem nem das tarefas mais difíceis em seu percurso. As mulheres empreendedoras desse estudo são motivadas e também são mulheres de fé, conquistam seu espaço com simpatia e um elevado grau de alegria por aquilo que fazem.

Todas as entrevistadas revelaram que foram apoiadas por familiares e amigos, e tiveram ajuda dos mais íntimos para as tomadas de decisão, mas ainda há muito trabalho a ser feito, para que as mesmas tenham reconhecimento total, pois, o que se vê nos dias de hoje esbarra no disfarce e “hipocrisia” por parte de uma sociedade, ainda machista.

Como dificuldade para tornar realidade seus negócios, as entrevistas citaram falta de centralização para as informações de procedimentos burocráticos e demora nos processos de abertura de empresa. Os relatos trouxeram também respostas ao problema dessa pesquisa.

As respondentes demonstraram um lado espiritual muito atuante confessando a fé cristã em dois seguimentos, ou seja, uma mulher é católica romana e duas são evangélicas praticantes. Mostraram-se preocupadas com seus colaboradores, oferecendo-lhes boas condições de trabalho, ambiente organizacional satisfatório, registro em carteira profissional e todos os direitos trabalhistas. Por fim, observa-se nesta pesquisa que independente da necessidade a que levou as mulheres ao empreendedorismo, o comportamento empreendedor levou-as ao sucesso.

A pesquisa demonstrou ainda que atitudes eleitas como importantes para empreender, facilitou o ingresso para o mundo do empreendedorismo, sendo assim, algumas características como coragem, otimismo, equilíbrio e autoconfiança puderam auxiliar a lidar nos momentos de dificuldades. As mulheres conquistaram destaque como empreendedoras ou intra-empreendedoras.

Essa pesquisa não tem um fim em si mesmo e, seus dados não podem ser generalizados. Há limites no que tange ao número de entrevistadas e, em relação do local em que se situam. Poucos casos de sucessos são apresentados em formato científico, dificultando a socialização de experiências de sucesso e que poderiam servir de parâmetro para iniciantes ou mesmo como fonte inspiradora para pessoas que necessitam revisar seus projetos de vida.

Pela relevância do assunto, faz-se necessário a continuidade de novos estudos dentro desse escopo, com o intuito de ampliar essa base de dados e, assim, trazer à luz, novos conhecimentos. Sugere-se que outras variáveis ainda, possam ser associadas ao papel da mulher empreendedora, tais como cultura, ambiente, formação e orientação empreendedora.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFIA

ARMOUND, A. e NASSIF, V. M. J. Comportamento de liderança do empreendedor. **Revista de Administração Mackenzie**. 2009.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Edições 70, 2008.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo – Uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007 – Capítulos 1 e 2.

BOTELHO, L. **Percepções sobre o papel da mulher na sociedade do conhecimento**. In Seminário Internacional Fazendo Gênero VII, 2006, Florianópolis. **Anais Seminário Internacional Fazendo Gênero VII**, 2006.

- CAVEDON, N. R. & GIORDANI, C. G. & CRAIDE, A. **Mulheres trabalhando e administrando espaços de identidade masculina**, 2006.
- CONSTITUIÇÃO FEDERAL DO BRASIL, **Artigo 113**, inciso 1, São Paulo: Saraiva, 2009.
- DAS, M. Women entrepreneurs from southern India: na exploratory study. **The Journal of Entrepreneurship**, Thousand Oaks, v.8, no. 2, p.147-163, 1999.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro, 2001.
- FERRARI, C. E.; SILVA, L. B.; As dificuldades para Empreender do Ponto de Vista dos Cegos. **Anais do EGEPE**. 2008.
- FILION, L. J.; Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos Negócios. **Revista de Administração**. Abr./Jun. 1999, p. 5-28.
- GEM, **Global Entrepreneurship Monitor**, 2007.
- GIMENEZ, F. A. P.; MACHADO, H. P. V.; Empreendedorismo de diversidade: uma abordagem demográfica de casos brasileiros. In: **Encontros de estudos sobre empreendedores e gestão de empresas**. Maringá(PR), 2000.
- IBGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Programa Nacional de Amostragem Domiciliar. Brasil, 2006.
- JAMALI, D. Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective. **Gender in Management**, 24(4), 232-251. ABI/INFORM Research. (Document ID: 1972991811) 2009.
- JUNIOR, F. G. P.; **O Empreendedor e Sua Identidade Cultural: Em busca do Desenvolvimento Local**. 2006.
- KETS DE VRIES, M. F. R. **Organization paradoxes**. 2<sup>nd</sup> ed. London: Routledge, 1995.
- MACEDO, M.; FURLAN, A.; REGINA, K.; SOARES, M. Atitude Empreendedora: Mulheres ganhando espaço em Incubadoras no setor da Tecnologia. **ANAIS DO CONGRESSO SEMEAD-USP. SÃO PAULO**, 2007.
- MACHADO, V.H.; **Identidades de Mulheres empreendedoras**. Maringá(PR): EDUEM, 2009.
- NASSIF, V.M.J.; AMARAL, D.J.; CERRETTO, C e RUBIM, M. T. Quem é Empreendedor? Entendendo o Conceito à Luz da Representação. **Anais do EGEPE**, 2008.
- OECD, **Proceedings of women entrepreneurs in small and medium enterprises**. Paris, 1998.
- PEREIRA, F. E. O conhecimento como agente de promoção do empreendedorismo social nas comunidades indígenas amazônicas: um estudo de caso. In: **VI Simpósio Internacional de Gestão do Conhecimento**, 2003, Curitiba. Criatividade para o desenvolvimento, 2003. P. 1-1.
- SEBRAE**, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas acesso em <[http://www.sebraesp.com.br/principal/documento\\_de/sobrevivência\\_mortalidade\\_empresas\\_p\\_aulistas](http://www.sebraesp.com.br/principal/documento_de/sobrevivência_mortalidade_empresas_p_aulistas)>, 2006 e 2008.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico:** Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultura, 1982.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas.** 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.