

UNIJUÍ – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul.

DACEC – Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação.

Curso de Administração.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: DAS DIFICULDADES AO SUCESSO NA GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES.

Documento sistematizador do Trabalho de Conclusão de Curso

CAROLINE DOS SANTOS PERES

Prof^ª. Orientador: Ariosto Sparemberger

Santa Rosa, junho de 2014.

*"Ser um empreendedor é executar os sonhos,
mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas,
mesmo não tendo forças.
É caminhar por lugares desconhecidos,
mesmo sem bússola.
É tomar atitudes que ninguém tomou.
É ter consciência de que quem vence sem obstáculos,
triunfa sem glória. É não esperar uma herança,
mas construir uma história..."*

Augusto Cury

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me concedido saúde e sabedoria para seguir em busca dos meus sonhos e objetivos.

Aos meus pais, Antonio e Rosane, que estão sempre ao meu lado e não medem esforços para me auxiliar e sempre me ver feliz.

Ao meu irmão, Mateus, por ser sempre meu companheiro e me proporcionar momentos de extrema alegria.

Ao meu orientador, professor Doutor Ariosto SpareMBERGER, que sempre esteve disposto a me ajudar, me auxiliando em todas as etapas do meu estudo.

À minha amiga Gisele, que sempre me apoiou e apoia com um ombro amigo em todos os momentos.

À universidade e todo o seu corpo docente e administrativo, que me proporcionaram imensa alegria e gratidão em fazer parte desta instituição, absorvendo conhecimentos e construindo um sonho.

Às empresárias que responderam aos meus questionários, colaborando para o desenvolvimento do meu estudo.

À toda a minha família e amigos, que me apoiaram durante todos estes anos, torcendo sempre pela minha vitória.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte deste percurso.

Muito obrigada!

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 01 - Perfil de empreendedores iniciais (TEA) segundo características demográficas: proporções – Brasil e regiões – 2012.....	25
Figura 02 - Perfil de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo características demográficas: proporções – Brasil e regiões – 2012.....	26
Figura 03 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo características sociodemográficas e regiões – 2013.....	27
Figura 04 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo características sociodemográficas e regiões – 2013.....	28
Figura 05: Faixa etária.....	43
Figura 06: Estado civil.....	44
Figura 07: Grau de escolaridade.....	44
Figura 08: Tempo de existência da empresa.....	45
Figura 09: Quantidade de funcionários.....	45

TABELAS

Tabela 01 – Características do Empreendedor.....	22
Tabela 02: Competências em Administração.....	34
Tabela 03: “Qualidades de liderança – no sentido amplo”.....	36
Tabela 04: Razões e motivações para empreender.....	46
Tabela 05: Próximos objetivos como empresárias.....	49
Tabela 06: Mão de obra qualificada.....	55
Tabela 07: Tecnologia/Sistema de informação.....	56
Tabela 08: Relação com clientes.....	57
Tabela 09: Relação com fornecedores.....	57
Tabela 10: Dificuldades enfrentadas no empreendedorismo.....	60
Tabela 11: Elementos para o sucesso na gestão.....	67
Tabela 12: Mensagens motivacionais para futuras empreendedoras.....	69

SUMÁRIO

ÍNDICE DE APENDICE.....	07
RESUMO EXPANDIDO.....	08
INTRODUÇÃO.....	12
1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO.....	14
1.1 Apresentação do tema de Estudo.....	14
1.2 Problema ou questão de estudo.....	15
1.3 Objetivos.....	15
1.3.1 <i>Objetivo Geral</i>	15
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	15
1.4 Justificativa.....	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1 Conceitos de Empreendedorismo.....	17
2.1.1 <i>Empreendedor/Empreendedorismo</i>	17
2.1.2 <i>Intraempreendedor/Intraempreendedorismo</i>	20
2.1.3 <i>Características do empreendedor</i>	21
2.1.4 <i>Empreendedorismo no Brasil</i>	24
2.2 A inserção da mulher no mercado de trabalho.....	29
2.3 O empreendedorismo feminino e sua importância.....	30
2.4 Competências e habilidades.....	32
2.5 Liderança e decisão.....	35
3 METODOLOGIA.....	39
3.1 Classificação da pesquisa.....	39
3.2 Universo amostral.....	40
3.3 Coleta de dados.....	40
3.4 Análise e interpretação dos dados.....	42
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	43
4.1 Perfil socioeconômico das entrevistadas.....	43
4.2 Razões e motivações das entrevistadas para empreender.....	46
4.3 O empreendedorismo sobre o olhar feminino.....	50
4.4 Dificuldades e desafios no empreendedorismo feminino.....	53
4.5 Fatores responsáveis pelo sucesso na gestão.....	61
CONCLUSÃO.....	71

SUGESTÕES E RECOMENDAÇÕES.....74
BIBLIOGRAFIA.....75
APÊNDICE.....80

ÍNDICE DE APÊNDICE

Apêndice A

Roteiro de perguntas utilizado para a realização da entrevista com as empresárias, e respostas transcritas.....80

RESUMO EXPANDIDO

Introdução

O empreendedorismo tem despertado a atuação de profissionais que buscam o desenvolvimento da economia através de seus empreendimentos e inovações, introduzindo novos produtos e serviços de acordo com as necessidades de consumo. De acordo com Dolabela (1999) o indivíduo portador das condições para empreender saberá aprender o que for necessário, para criar, desenvolver e realizar sua visão.

O gênero feminino vem se destacando em diversas áreas com seus empreendimentos e vem aumentando significativamente o número de mulheres que deixam de ser apenas donas de casa e vão em busca da independência profissional através do empreendedorismo.

Para Gomes (2005) o primeiro atrativo pela mão de obra feminina ainda é a possibilidade de pagar pelo mesmo trabalho, seguindo pelas habilidades de relacionamento mais desenvolvidas nas mulheres e, também, a flexibilidade feminina é apontada. Ou seja, o que vem facilitando a entrada da mulher no mercado de trabalho é a maior desenvoltura nos assuntos interpessoais, assim como a flexibilidade quanto ao horário do expediente para melhor compatibilizar o trabalho com a família. A multiplicidade de papéis e a tríplice, família, trabalho e pessoa contribui para a satisfação pessoal das mulheres, enriquecendo assim sua vida profissional.

O presente estudo teve como objetivo geral identificar as principais dificuldades e as razões para praticar o empreendedorismo de pequenas e médias empresas do município de Santa Rosa para o gênero feminino.

A escolha desse estudo justifica-se pelo fato do empreendedorismo feminino estar crescendo cada vez mais, gerando certa curiosidade quanto às razões e as dificuldades encontradas para empreender, bem como os principais fatores que contribuem para o crescimento e o perfil empreendedor das mulheres de sucesso.

Metodologia

Para a elaboração do presente estudo foi utilizada a pesquisa exploratória e descritiva. Para Gil (2002) a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, envolvendo, na maioria dos casos, levantamentos bibliográficos, entrevista com pessoas relacionadas ao tema pesquisado e análises de exemplos para facilitar a compreensão do assunto. Considera-se que descritiva, pois descreve as diversas percepções das empresárias entrevistadas acerca do empreendedorismo feminino. Quanto à pesquisa descritiva, Vergara (2000) explica que este tipo de estudo expõe características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo correlações entre variáveis e a definição de sua natureza.

Quanto aos meios ou procedimentos técnicos a investigação foi bibliográfica, documental e de campo. De acordo com Vergara (2000), bibliográfico é o estudo desenvolvido em materiais que são acessíveis ao público em geral como, por exemplo, livros, revistas, jornais e redes eletrônicas; fornecendo material a todos os tipos de pesquisas, mas mesmo assim, podendo esgotar-se. Quanto a pesquisa documental, Gil (2002) explica que é nada mais do que materiais que não receberam ainda um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os referidos objetivos da pesquisa. Para Vergara (2000) a pesquisa de campo pode incluir entrevistas, aplicações de questionários, testes e observação participante ou não, realizada no local onde ocorrerá o estudo.

Os dados foram coletados por meio de entrevistas, que foram realizadas através de um roteiro de perguntas semiestruturadas com respostas abertas juntamente com empresárias do município de Santa Rosa, sendo que não foi utilizada toda a população feminina empreendedora, apenas uma amostra de cinco empresárias escolhidas pelo método de

acessibilidade, que de acordo com Vergara (2000) é uma forma de escolha caracterizada pela facilidade de acesso entre elas.

Após a realização das entrevistas, os dados foram transcritos e todas as informações coletadas no decorrer do estudo foram utilizadas para fazer a análise do conteúdo das respostas para atender aos objetivos do estudo, para realizar a análise, os dados foram divididos de acordo com o tema relacionado, em seguida receberam uma análise qualitativa seguidas de fundamentações teóricas que comprovam a informação divulgada.

Resultados

Dentre as cinco entrevistadas, os resultados mostram que a maioria possui faixa etária de 26 a 35 anos, sendo 60%, contra 20% de 46 a 55 anos e também 20% acima de 56 anos. Quanto ao estado civil 60% delas são casadas e 40% solteiras, mostrando um equilíbrio na questão de estado civil das empresárias entrevistadas. Em relação ao grau de escolaridade o maior percentual encontra-se no ensino médio completo, com 60% das entrevistadas, sendo que 40% delas possuem o ensino superior completo. Referente ao tempo de existência das empresas estudadas, percebe-se que 80% delas estão entre 2 a 5 anos, e apenas 20% com mais de 16 anos no mercado. Com relação ao número de funcionários, nota-se que as respostas foram bastante diversificadas, sendo que 40% possuem de 2 a 5 funcionários, 20% apenas 1 funcionário, 20% de 6 a 10 funcionários e também 20% acima de 16 funcionários.

Quando questionadas sobre quais as razões para empreender, de que forma perceberam que poderiam ser empreendedoras e como decidiram o ramo que iriam empreender, identificou-se que as principais razões para tornarem-se empreendedoras, foram as oportunidades, insatisfação com o trabalho realizado, a necessidade de superar dificuldades, vontade de ter um negócio próprio (autorealização) e o amor pelo que faz. Quanto à percepção do momento certo para serem empreendedoras identificou-se a experiência, o amor e a oportunidade. Já quanto ao ramo de negócio, as entrevistadas decidiram ser empreendedoras, naquele ramo que já tinham experiências ou que tinham admiração. De acordo com isso, segundo Dornelas (2008) os empreendedores estão sempre em busca de novas ideias e oportunidades, ficando atentos a tudo que ocorre a sua volta.

Com relação ao termo “empreendedorismo”, constatou-se que pode ser explicado de diversas maneiras, mas de acordo com as empresárias, empreendedorismo quer dizer “fazer negócios”, de acordo com relatos de uma das entrevistadas: *“empreendedorismo para mim significa ter visão do mercado, perceber, saber avaliar e analisar o que realmente é importante para o cliente, ter força de vontade e muita dedicação, [...] ter amor pelo que faz e muita garra para fazer de sua empresa um negócio de sucesso”*. Identificou-se também que as entrevistadas tem conhecimento do valor que tem a mulher hoje para o mercado empreendedor, apontando que estão tendo mais liberdade e igualdade perante os homens. Segundo Hisrich e Peters (2004) o empreendedorismo é criar algo novo dedicando tempo e esforços necessários, assumindo riscos correspondentes e recebendo as consequentes recompensas.

Observou-se que de acordo com as dificuldades e desafios enfrentados no empreendedorismo o que mais preocupa as empresárias é a burocracia existente para abrir uma empresa, por ser um processo longo e cansativo e que muitas vezes é o responsável pela desistência de muitos empreendedores em dar continuidade ao seu negócio, também foram citadas as altas cargas tributárias que existem. Constatou-se também que os problemas que podem afetar um empreendimento, não são exclusivamente femininos, pois as mulheres já ocuparam seu espaço sendo livres para exercer a função que desejarem. Problemas como carga tributária e alto custo, não envolvem apenas empreendimentos criados por mulheres, mas sim qualquer tipo de negócio.

Para Antonello e Boff (2005) competência empreendedora é como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que viabilizam a um indivíduo imprimir sua visão, estratégias e ações na criação de valor para a sociedade. Os resultados da pesquisa apontam 10 fatores que as entrevistadas acreditam ser competências para ser um empreendedor de sucesso: Coragem, seriedade, persistência, habilidade com pessoas, ser multitarefas, ter dedicação, responsabilidade, planejamento, gostar do que faz e ter foco.

Quando a liderança é perceptível o conhecimento das entrevistadas, pois cada uma delas respondeu com palavras diferentes, porém com mesmos significados, alegando que o líder deve trabalhar em equipe, delegar e participar, ir à busca de objetivos e respeitar seus colaboradores.

Identificou-se também que inúmeros são os fatores que podem ser levados em conta em uma tomada de decisão, para as empresárias entrevistadas. Fatos como o custo do benefício, ter segurança no que faz, ser persistente e definir metas e objetivos, são fundamentais para a tomada de decisão.

Observou-se também que a fidelização do cliente, o foco e o comprometimento no trabalho, amar o trabalho que faz, ter dedicação, inovar e persistir, são fundamentais para obter o sucesso no empreendedorismo, é um conjunto de elementos que se interligam um ao outro para ir em busca do sucesso.

Conclusões

A realização deste estudo possibilitou um conhecimento mais amplo sobre temas relacionados ao empreendedorismo, onde foi possível identificar o conhecimento das empresárias sobre o referido tema.

Os resultados obtidos foram através de uma amostra de cinco empresárias do município de Santa Rosa que responderam a uma entrevista, questões sobre o perfil socioeconômico e também empreendedor.

Constataram-se através do estudo os elementos que fazem parte das razões e motivações que as empresárias entrevistadas tiveram para empreender, bem como suas definições para o tema “empreendedorismo”, as dificuldades e desafios enfrentados e os fatores que acreditam fazer parte do empreendedor de sucesso.

O estudo limitou-se em entrevistas realizadas com cinco empresárias do município de Santa Rosa, não podendo ter seus resultados generalizados às demais empresárias do município.

Entende-se que os objetivos do presente estudo foram cumpridos, pois pode-se fazer uma interligação entre os objetivos estipulados, a fundamentação teórica utilizada e os resultados obtidos através das entrevistas realizadas, sendo de extrema importância para o conhecimento da acadêmica, que pode aprofundar seus conhecimentos na área do empreendedorismo.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo feminino, razões e motivações, dificuldades e desafios, sucesso.

Referências Bibliográficas

- ANTONELLO, C. S.; BOFF, L. H. e colaboradores. **Os novos horizontes da gestão: Aprendizagem organizacional e competências.** Porto Alegre: Bookman, 2005.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa.** 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

- GOMES, A. F. **Mulher e Gestão**. São Paulo: Revista de Gestão USP, v.12, n.3 p.1-9, julho/setembro 2005.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 4ª Edição, 2002.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem despertado a atuação de profissionais que buscam o desenvolvimento da economia através de seus empreendimentos e inovações, introduzindo novos produtos e serviços de acordo com as necessidades de consumo. De acordo com Dolabela (1999) o indivíduo portador das condições para empreender saberá aprender o que for necessário, para criar, desenvolver e realizar sua visão.

O gênero feminino vem se destacando em diversas áreas com seus empreendimentos e vem aumentando significativamente o número de mulheres que deixam de ser apenas donas de casa e vão em busca da independência profissional através do empreendedorismo.

Seguindo este entendimento, o presente estudo trata-se de uma análise dos resultados do perfil socioeconômico e empreendedor de uma amostra de cinco empresárias do município de Santa Rosa.

O trabalho está estruturado em quatro capítulos. Inicia com a contextualização do estudo em que se apresenta o tema, a questão de estudo, a justificativa e os objetivos gerais e específicos.

No segundo capítulo, apresenta-se o referencial teórico em que são abordados estudos realizados com base em autores sobre o referido tema, trazendo conceitos sobre empreendedorismo, intraempreendedor, características do empreendedor, empreendedorismo no Brasil, inserção da mulher no mercado de trabalho, o empreendedorismo feminino e sua importância, competências e habilidades e também liderança e decisão.

O terceiro capítulo ocupa-se dos procedimentos metodológicos utilizados, onde se caracteriza o tipo de pesquisa que foi realizada, o universo amostral bem como a explicação de como se procedeu a coleta e análise dos dados.

No quarto capítulo, apresenta-se a análise do estudo, sendo dividida em duas partes: a primeira análise desenvolvida foi quantitativa, onde se refere ao perfil socioeconômico das cinco empresárias entrevistadas, após esta etapa é apresentada a análise quantitativa, com base nas respostas das entrevistas realizadas, apresentando os resultados sobre as razões e motivações para empreender, conceitos e conhecimentos das entrevistadas sobre o empreendedorismo, as dificuldades e os desafios enfrentados pelas empresárias entrevistadas e por fim as competências do empreendedor e características de liderança e tomada de decisão para o desenvolvimento do sucesso na gestão. Foram utilizadas como base teórica as ideias de alguns autores sobre o tema estudado.

Por fim, é apresentada a conclusão do estudo, a bibliografia com todos os livros e autores utilizados para desenvolver o embasamento teórico e os apêndices, onde constam as entrevistas realizadas.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO

Este capítulo contém a apresentação do tema, formulação do problema e questão de estudo, a definição dos objetivos geral e específicos bem como a justificativa do estudo.

1.1 Apresentação do tema de estudo.

O empreendedor é o indivíduo que possui ou busca desenvolver uma atitude de inquietação, ousadia e pró-atividade na relação com o mundo, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, que favorece a interferência criativa e realizadora, no meio em busca de ganhos econômicos e sociais (SEBRAE).

De acordo com Dornelas (2008, p. 22), o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades, leva a criação de negócios de sucesso.

Para Chiavenato e Sapiro, (2004), o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois ele é dotado de forte sensibilidade para os negócios e capacidade de identificar oportunidades que passam despercebidas para os outros. Transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para o benefício da organização ou da comunidade.

Para Gomes (2005) o primeiro atrativo pela mão de obra feminina ainda é a possibilidade de pagar pelo mesmo trabalho, seguindo pelas habilidades de relacionamento mais desenvolvidas nas mulheres e, também, a flexibilidade feminina é apontada. Ou seja, o que vem facilitando a entrada da mulher no mercado de trabalho é a maior desenvoltura nos assuntos interpessoais, assim como a flexibilidade quanto ao horário do expediente para melhor compatibilizar o trabalho com a família. A multiplicidade de papeis e a tríplice, família, trabalho e pessoa contribui para a satisfação pessoal das mulheres, enriquecendo assim sua vida profissional.

Segundo o presidente do SEBRAE Nacional, Luiz Barretto, entre 2001 e 2011 o número de mulheres donas do próprio negócio aumentou em 21%, mais do que o dobro do crescimento verificado entre os homens. O estudo *As Mulheres Empreendedoras no Brasil*, realizado pelo SEBRAE, mostra que as empresárias estão mais escolarizadas, têm mais acesso à informações e ousam empreender em atividades antes predominantemente masculinas.

1.2 Problema ou questão de estudo

Com base em informações sobre o empreendedorismo feminino no Brasil e, nos dias atuais, a sua importância em frente à grandes empreendimentos, pode-se observar o crescimento significativo da mulher no mercado de trabalho, despertando curiosidades referente aos métodos aplicados para o gerenciamento e o perfil empreendedor das mulheres de sucesso. Porém os dados referentes ao fechamento de empresas ainda representam grande porcentagem no Brasil, pois a atuação na área do empreendedorismo necessita de muitas competências por parte do empreendedor. Dados do SEBRAE divulgados em 2014, apontam que a taxa de mortalidade de empresas com mais de 2 anos de existência representam 24,6%, ou seja, uma em cada quatro empresas fecha após 2 anos de criação.

De acordo com a temática apresentada e o problema envolvendo as dificuldades na gestão, no presente estudo, teve-se como questão central: **Quais as principais dificuldades e razões para desenvolver o empreendedorismo em pequenas e médias empresas, do município de Santa Rosa, no estado do Rio Grande do Sul, para o gênero feminino?**

1.3 Objetivos

Costuma-se definir, para os estudos de natureza acadêmica, um objetivo geral e alguns objetivos específicos, que operacionalizam o objetivo geral.

1.3.1 Objetivo geral

Identificar as principais dificuldades e as razões para praticar o empreendedorismo de pequenas e médias empresas do município de Santa Rosa para o gênero feminino e os fatores que colaboram para o sucesso empresarial.

1.3.2 Objetivos específicos

Para a consecução do objetivo geral, espera-se atingir os seguintes objetivos específicos:

- a) Conhecer o perfil das entrevistadas;
- b) Identificar o nível de conhecimento das mulheres em relação ao empreendedorismo;

- c) Apontar as principais características, competências e habilidades empreendedoras;
- d) Constatar os elementos presentes no processo de decisão da mulher no atual mercado de trabalho;
- e) Verificar quais são as habilidades necessárias para alcançar o sucesso na gestão.

1.4 Justificativa

A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nos últimos anos, onde pôde se perceber o aumento gradativo de mulheres em busca da independência financeira ultrapassando barreiras para ir em busca de seus objetivos.

Um estudo realizado pelo SEBRAE mostra que as empresas comandadas por mulheres estão se mantendo mais no mercado. Na última década, subiu de 48% para 54% a taxa de empreendedoras com negócios em atividade há mais de cinco anos, frente à redução da proporção de empresárias que tocam empreendimentos com até dois anos de criação.

De acordo com a Pesquisa GEM - Global Entrepreneurship Monitor (2012), 65% das iniciativas de empreendedorismo entre as mulheres nasceu a partir da identificação de uma oportunidade de mercado. Os dados revelam uma forte mudança no perfil das empreendedoras nos últimos dez anos, quando em 2002 esse percentual era de apenas 39%.

As mulheres estão presentes em qualquer ramo empresarial, seja ele comércio, serviço ou indústria, buscam obter maior grau de escolaridade e estão se adaptando facilmente à sua rotina diária, profissional e familiar.

A escolha desse estudo justifica-se pelo fato do empreendedorismo feminino estar crescendo cada vez mais, gerando certa curiosidade quanto às razões e as dificuldades encontradas para empreender, bem como os principais fatores que contribuem para o crescimento e o perfil empreendedor das mulheres de sucesso.

Para a acadêmica o estudo é de grande importância, pois possibilitou uma pesquisa ampla sobre o tema escolhido, desvendando suas principais curiosidades que envolvem o empreendedorismo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo é abordado o embasamento teórico de autores com relação ao tema estudado através de diversas bibliografias, conceituando o empreendedorismo e intraempreendedorismo, bem como suas características e desenvolvimento no Brasil, inserção da mulher no mercado de trabalho, a importância do empreendedorismo feminino, competências, habilidades e atitudes e por fim liderança e decisão.

2.1 Conceitos de Empreendedorismo

Há inúmeros conceitos que englobam o termo empreendedorismo, para melhor entendê-los, foi descrito nos tópicos a seguir os conceitos pertinentes ao empreendedor (empreendedorismo), intraempreendedor (intraempreendedorismo), características do empreendedor e o empreendedorismo no Brasil.

2.1.1 Empreendedor/empreendedorismo.

Segundo Dolabela (2003) a origem da palavra empreendedorismo veio do verbo francês *entrepreneur* que significa “incentivo a briga”, “aquele que está entre ou intermediário”. Quem deu a projeção ao tema empreendedorismo foi Schumpeter, que associou “o empreendedor ao conceito de inovação e apontando-o como elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico”.

De acordo com Hisrich e Peters (2004) o empreendedorismo teve início já na idade média, onde o termo descrevia tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos, que não corria riscos, apenas administrava utilizando recursos fornecidos. Já no século XVII, o empreendedor passou a ser visto como alguém que operava com risco, pois fazia contratos com o governo para realizar serviços ou fornecer produtos, porém qualquer lucro ou prejuízo que o serviço resultasse, eram do empreendedor, pois o valor do contrato era fixo, um exemplo mencionado são os proprietários individuais, como comerciantes, que compram um produto com um determinado preço e vendem à outro, operando, assim, com risco.

No século XVIII, a pessoa que possuía capital foi diferenciada da pessoa que precisava de capital, sendo assim, o empreendedor era considerado aquele que precisava de capital para realizar seus projetos, enquanto os fornecedores eram aqueles que possuíam capitais e faziam

os chamados “investimentos de risco”, onde investiam a partir de um devido montante de capital próprio para em determinado prazo receber uma alta taxa sobre seus investimentos.

Nos séculos XIX e XX, o empreendedor era visto a partir de uma perspectiva econômica onde ele organiza e trabalha em uma empresa para lucro pessoal, contribuindo com sua própria iniciativa e habilidade nos planejamentos. A partir daí, em meados do século XX, o empreendedor passou a ser considerado inovador, onde era possível reformar ou revolucionar os padrões de produção.

No livro *O Segredo de Luiza*, Dolabela (2006), o Empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo.

Para Chiavenato (2007, p.07),

o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado. (CHIAVENATO. 2007, P. 07)

Conforme Drucker (2003), um empreendedor é qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar. Ele compreende o empreendedorismo como um comportamento, e não como um traço de personalidade; as bases do empreendimento, portando, seriam o conceito e a teoria, e não a intuição.

O autor Fillion (1999) destaca que o administrador concentra-se apenas na organização dos recursos e processos enquanto o empreendedor define conceitos se antecipando aos fatos por meio de uma visão futura da organização.

Nos entendimentos de Schumpeter (1934) o empreendedor é associado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios.

Para Dornelas (2001), no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores, pelo fato de que eles organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização.

No entendimento de Dolabela (2006) o empreendedorismo existe desde sempre e não é algo novo ou modismo, pois para ele a existência é justificada desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Para Fillion (1991) um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, no mesmo entendimento, Chiavenato (2006) diz que o empreendedor é a energia da economia, pois o empreendedor não é apenas um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios; é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias e quem fareja as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam.

O conceito de Robbins (2001) é de que o empreendedorismo é uma ação na qual os indivíduos buscam oportunidades, estabelecem e organizam os recursos indispensáveis e, abrem seu próprio negócio, procurando melhor qualidade de vida e se arriscando no mercado a fim de satisfazer suas necessidades e desejos.

De acordo com Fillion (1991, *apud* DOLABELA, 1999) a palavra “empreendedor” muda seu significado de acordo com o país e a época. Este termo evoluiu à partir do fim do século 17, onde empreender era fazer qualquer coisa, no início do século 20 os comandantes das indústrias eram considerados empreendedores, atualmente a atividade pode ser desenvolvida por qualquer pessoa.

O empreendedorismo pode mudar suas características de acordo com cada região, onde pode ser aplicado e entendido de diferentes maneiras.

Gerber (1996) afirma que o empreendedor é alguém inovador, estrategista, criador de métodos e novos mercados, além de ter criatividade como uma das características de sua personalidade e o dom de transformar as possibilidades e o caos em harmonia.

Seguindo nos mesmos conceitos de inovação, Drucker (1998) também acredita que os empreendedores são inovadores que exploram e transformam todas as mudanças e oportunidades de negócios.

O termo inovação significa modificar algum método já existente ou criar algo novo, de forma resumida significa novidade ou renovação.

2.1.2 *Intraempreendedor/Intraempreendedorismo.*

O intraempreendedorismo é considerado um novo tema dentro das organizações, o termo foi criado pelo consultor em administração Gifford Pinchot III na década de 1980. A definição do termo intrapreneur é mencionada a pessoa que assume responsabilidade direta de transformar ideias ou projetos em algo lucrativo, e para isso, utilizará de meios inovadores e assumirá riscos (ÂNGELO, 2003).

Segundo conceito de Schumpeter (1982), para uma pessoa ser empreendedora, o primeiro fator é a sua capacidade de inovação. O empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos empreendimentos, mas também pode ser aquele que inova dentro de um empreendimento já constituído, ou seja, um intraempreendedor, que é a pessoa que inova dentro de uma empresa já estabelecida..

Os intraempreendedores têm o papel de modificar contextos internos e externos à empresa, assim Ângelo (2003, p. 28) define que:

“No ambiente externo, será responsável por procurar novos parceiros e investigar novas tecnologias e oportunidades de negócios. No ambiente interno, terá como atribuições mobilizar pessoas, aproveitar inteligentemente recursos materiais e financeiros, potencializar e adaptar os mecanismos produtivos já existentes, modificar hábitos e regularmente prestar contas de suas iniciativas (ÂNGELO. 2003, P. 28).”

Chiavenato (1999) diz que o intraempreendedor é qualquer pessoa que dentro de uma organização utiliza seus talentos para criação, inovação e condução de projetos empreendedores. Ele sempre existirá em qualquer organização, ou cultura organizacional que favoreça ou não o seu surgimento. Também pode-se identificar os intraempreendedores pela simples observação de suas realizações organizacionais, como aquelas de alto valor agregado, que não estavam previstas no planejamento original da empresa. Atrás destes projetos haverá pessoas que formularam e estruturaram uma ideia promovendo internamente a busca de apoio para sua implementação.

Para Dornelas (2008) o intraempreendedor pode ser definido como o indivíduo que está interessado em efetuar um ato de inovação, que se comprometa e se responsabilize com todas as etapas necessárias para atingir seu objetivo e gerar resultados. Esse indivíduo deverá se preocupar não somente com a criação de novos empreendimentos, mas também em colaborar para o desenvolvimento e sucesso da empresa, assumindo os riscos calculados, identificando as oportunidades, inovando, sendo criativo e trabalhando em equipe.

Para Hisrich e Peters (2004) pode-se identificar certas características individuais que constituem a liderança intraempreendedora, que são elas:

- Entender o ambiente;
- Ser visionário e flexível;
- Criar opções administrativas;
- Estimular o trabalho em equipe;
- Incentivar a discussão aberta;
- Construir uma coalizão de defensores;
- Persistir.

Pode-se perceber algumas diferenças entre gerentes tradicionais, empreendedores e intraempreendedores. Conforme Hisrich e Peters (2004):

“Enquanto os gerentes tradicionais são motivados em primeiro lugar pela promoção e compensações corporativas típicas, os empreendedores e intraempreendedores lutam pela independência e pela possibilidade de criar. Os intraempreendedores também esperam que seu desempenho seja recompensado. Existe uma orientação diferente no que tange o tempo nos três grupos, com gerentes enfatizando o resultado imediato, os empreendedores, o resultado a longo prazo, e os intraempreendedores ficando em um ponto intermediário. Da mesma forma, o principal modo de atividade dos intraempreendedores situa-se entre a atividade dos gerentes de delegar tarefas e o envolvimento direto dos empreendedores. Enquanto os intraempreendedores e empreendedores assumem riscos moderados, os gerentes são muito mais cautelosos quando se trata de correr riscos” (HISRICH E PETERS, 2004, pag. 61).

Ainda nas concepções de Hisrich e Peters (2004), a cultura corporativa tradicional difere significativamente da cultura intraempreendedora, pois tem como diretrizes principais: aderir às instruções recebidas, não cometer erros, não fracassar, não tomar a iniciativa e esperar instruções, tendo assim um ambiente bastante restritivo, bem ao contrário da cultura intraempreendedora que tem por diretrizes: desenvolver perspectivas, objetivos e planos de ação, ser recompensado pelas ações empreendedoras, sugerir, tentar e experimentar, criar e desenvolver em qualquer área e assumir responsabilidade e propriedade.

2.1.3 Características do empreendedor

Para Bernardi (2003) o que diferencia um empreendedor bem sucedido, são suas características e aptidões ditas como “personalidade empreendedora”, que são o perfil

característico mais comumente encontrado nos empreendedores de sucesso, além de terem uma correta modelagem do negócio e um planejamento bem elaborado.

Livesay (1982) diz que um empreendedor é qualquer homem de negócio bem sucedido, pois seu sucesso era prova suficiente de todas as suas habilidades.

Para Fillion (1999) um empreendedor é uma pessoa que percebe possíveis oportunidades e toma decisões que objetivam a inovação, pois é uma pessoa criativa, com capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive detectando todas as oportunidades de negócio.

De acordo com o SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o empreendedor possui algumas características fundamentais, as quais estão descritas no quadro abaixo.

Tabela 01 – Características do Empreendedor.

Características relativas à realização	Características relativas ao planejamento	Características relativas ao poder
Busca de oportunidades e iniciativa;	Busca informações;	Possui persuasão e rede de contatos;
Exige qualidade e eficiência;	Estabelece metas;	É independente e autoconfiante.
É persistente;	Possui planejamento e monitoramento sistemático.	
É comprometido.		

Fonte: Elaborado a partir do SEBRAE Nacional.

Seguindo as mesmas concepções, o SEBRAE, apresenta os aspectos fundamentais no comportamento do empreendedor, destacando ainda as seguintes características:

- Criatividade: Aceitar os desafios propostos e solucionar problemas;
- Liderança: Delegar responsabilidade, formar equipe;
- Perseverança: Se manter firme nos propósitos e buscar metas;
- Flexibilidade: Ajustar-se às mudanças;
- Vontade de trabalhar: Dedicar-se ao seu negócio;
- Automotivação: Ir em busca e encontrar sua realização profissional;

- Formação permanente: Atualização profissional;
- Organização: Compreender relações internas e estruturar a empresa;
- Senso Crítico: Analisar os problemas friamente.

Para Dornelas (2005) o empreendedor possui características que o torna especial no mundo dos negócios, que são elas: visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados, são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade.

Segundo Birley e Muzyka (2001) os empreendedores são orientados para realizações, gostam de assumir a responsabilidade por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro, além de serem muito criativos e dispostos a correr riscos em busca de realizações.

Mai (2006) manifesta o entendimento de que se uma pessoa possuir características comportamentais e aptidões encontradas em empreendedores bem sucedidos, ela terá maior facilidade em empreender. Mesmo que as características empreendedoras não sejam a garantia de pleno sucesso, sem elas dificultará mais ainda a chegada ao sucesso empresarial. Antes de ingressar em uma atividade empresarial, é importante que o empreendedor realize uma autoavaliação e reflita sobre os aspectos fundamentais de sua personalidade.

Entre as principais características femininas no empreendedorismo, estão um maior nível de preparo: em geral, elas planejam melhor e procuram compreender mais o mercado em que atuam.

O site Rede Mulher Empreendedora, destaca algumas características exclusivamente femininas no empreendedorismo, que são:

- Multi-tarefa: Mulheres normalmente conseguem fazer várias coisas ao mesmo tempo;
- Gene cooperativo: São construtivas e colaborativas, e somam ideias para atingir um bom resultado;
- Detalhismo: Tem um dom claro de ver coisas minuciosas;

- Interpretação de Pessoas: Captam mais do que os olhos podem ver, mais conhecido como “sexto sentido feminino”.

2.1.4 Empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2005), o movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso não se falava em empreendedorismo e em criação de empresas.

O Brasil participa da Pesquisa GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, desde o ano de 2000, essa pesquisa é de âmbito mundial e foi iniciada em 1999, por duas instituições: Babson College e London Business School. No Brasil, a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com a parceria técnica e financeira do SEBRAE.

De acordo com os resultados da pesquisa realizada no ano de 2012, as figuras 01 e 02 demonstram o perfil dos empreendedores, considerando suas características como grau de escolaridade e renda, bem como o gênero, tanto para empreendedores nascentes e iniciais (proprietários que ainda não pagaram, salários ou pro labore por mais de três meses ou que já pagaram e estão no mercado entre 3 e 42 meses), quanto para empreendedores já inseridos no mercado trabalhista (que administram e são proprietários e já geraram remunerações, pro labores por mais de 42 meses).

Figura 01 - Perfil de empreendedores iniciais (TEA) segundo características demográficas: proporções – Brasil e regiões – 2012

Características Demográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Gênero						
Masculino	50,4*	50,9	48,2	52,3	52,8	48,2
Feminino	49,6	49,1	51,8	47,7	47,2	51,8
Faixa etária						
18-24 anos	18,3	17,6	13,4	22,2	20,8	18,0
25-34 anos	33,8	29,8	34,8	37,2	32,0	35,1
35-44 anos	26,6	28,7	28,9	23,7	27,5	23,9
45-54 anos	14,4	15,9	17,0	9,8	12,7	16,1
55-64 anos	7,0	8,0	6,0	7,1	7,0	6,9
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	1,7	4,5	1,8	0,9	0,0	0,7
Primeiro grau incompleto	18,8	19,6	27,5	18,8	15,1	11,8
Primeiro grau completo	10,1	11,4	8,7	9,8	8,8	11,8
Segundo grau incompleto	8,3	8,8	6,9	9,8	7,0	8,9
Segundo grau completo	36,9	37,5	36,7	31,7	43,0	36,1
Curso superior incompleto	10,3	9,7	7,2	12,0	8,8	14,1
Curso superior completo	11,5	6,8	9,3	14,2	15,1	13,1
Pós-graduação incompleta	1,0	0,9	0,9	0,9	1,1	1,3
Pós-graduação completa	1,4	0,9	1,2	1,8	1,1	2,3
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	47,1	40,0	47,4	49,8	49,3	50,0
3 a 6 salários mínimos	47,9	51,0	47,7	47,0	46,4	47,0
6 a 9 salários mínimos	3,2	4,3	3,3	2,2	3,6	2,6
Mais de 9 salários mínimos	1,7	4,6	1,5	0,9	0,7	0,3

Fonte: GEM Brasil (2012).

De acordo com a figura 01 pode-se visualizar que nas regiões nordeste e sul as proporções de empreendedorismo feminino chegam a 51,8%, sendo as maiores encontradas no ano de 2012, e 49,6% dos empreendedores iniciais no Brasil, são mulheres.

Destacam-se também, alguns fatos que podem ser percebidos em todas as regiões pesquisadas, como o maior percentual de empreendedorismo na faixa etária dos 25 aos 34 anos, com 33,8% e, também, o maior percentual de escolaridade concentra-se no segundo grau completo, com um índice de 36,9%.

Quanto a faixa de renda, os resultados apontam que 47,9% dos empreendedores iniciais recebem entre 3 a 6 salários mínimos. Sendo que em regiões como centro-oeste, sudeste e sul, a maior porcentagem da faixa de renda gira em torno 3 salários mínimos.

Figura 02 - Perfil de empreendedores estabelecidos (TEE) segundo características demográficas: proporções – Brasil e regiões – 2012

Características Demográficas	Brasil	Região Norte	Região Nordeste	Região Centro-Oeste	Região Sudeste	Região Sul
	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)	Prop (%)
Gênero						
Masculino	56,0*	56,1	52,9	56,1	54,7	59,5
Feminino	44,0	43,9	47,1	43,9	45,3	40,0
Faixa etária						
18-24 anos	4,0	4,7	2,2	3,3	3,2	6,3
25-34 anos	19,2	16,6	17,3	20,3	22,3	19,3
35-44 anos	29,8	29,4	30,6	28,6	30,4	30,2
45-54 anos	28,5	28,5	30,9	27,9	27,5	28,1
55-64 anos	18,4	20,8	19,1	19,9	16,5	16,0
Grau de escolaridade						
Nenhuma educação formal	3,3	6,8	4,3	2,3	1,3	1,5
Primeiro grau incompleto	30,7	36,6	34,9	33,6	25,9	23,0
Primeiro grau completo	12,6	9,5	13,7	11,6	14,6	13,9
Segundo grau incompleto	5,9	6,5	4,7	7,0	3,6	7,6
Segundo grau completo	29,3	29,8	28,4	23,6	35,9	28,4
Curso superior incompleto	6,0	3,9	4,7	8,0	5,5	8,2
Curso superior completo	8,9	4,8	7,9	11,6	9,7	10,9
Pós-graduação incompleta	1,2	1,2	0,7	0,7	1,9	1,2
Pós-graduação completa	2,1	0,9	0,7	1,7	1,6	5,4
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	48,5	40,6	52,7	50,0	43,0	54,7
3 a 6 salários mínimos	45,2	41,2	41,0	45,3	52,8	43,5
6 a 9 salários mínimos	3,0	4,8	2,6	3,7	2,9	0,9
Mais de 9 salários mínimos	3,2	13,4	3,7	1,0	1,3	0,9

Fonte: GEM Brasil (2012).

Na figura 02, a proporção de mulheres empreendedoras já inseridas no mercado de trabalho é menor se comparada aos homens, onde 56% são homens e 44% mulheres.

A faixa etária predominante é de 35 a 44 anos e o primeiro grau incompleto é consideravelmente maior, se comparado aos empreendedores iniciais (tabela 01). Quanto a faixa de renda pode-se notar que 48,5% recebem menos de 3 salários mínimos.

De maneira a comparar a evolução do empreendedorismo, foi pesquisado o resultado da pesquisa GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, realizada no ano de 2013, que teve como resultado o perfil de empreendedores iniciais e estabelecidos, os dados apresentados nas figuras 03 e 04:

Figura 03 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo características sociodemográficas e regiões – 2013.

Características sociodemográficas	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
% da população da mesma classe						
Gênero						
Masculino	17,2	15,1	15,9	14,9	20,5	12,0
Feminino	17,4	19,4	13,9	18,1	19,9	15,0
Faixa etária						
18-24 anos	16,2	12,9	14,2	17,6	19,3	12,8
25-34 anos	21,9	19,7	18,2	20,7	26,6	16,9
35-44 anos	19,9	20,0	16,0	15,8	24,1	16,2
45-54 anos	15,2	18,1	14,7	14,6	15,9	13,4
55-64 anos	8,8	12,8	6,9	10,1	10,1	5,7
Nível de escolaridade						
Menor que segundo grau completo	17,0	16,2	13,2	16,1	20,3	14,3
Segundo grau completo	18,5	18,0	16,5	17,4	21,8	12,9
Maior que segundo grau completo	15,8	20,3	15,7	16,8	16,4	11,9
Tamanho da família						
Até 4 pessoas	17,3	17,5	14,9	16,6	19,9	14,0
5 ou mais pessoas	17,3	16,8	14,9	16,0	20,9	11,5
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	16,8	16,8	13,6	15,6	20,9	12,9
3 a 6 salários mínimos	18,3	17,7	18,4	19,1	19,4	14,6
6 a 9 salários mínimos	22,6	29,7	22,5	13,2	24,5	15,6
Mais de 9 salários mínimos	18,8	15,1	10,8	27,0	23,6	11,7

Fonte: GEM Brasil (2013).

De acordo com a pesquisa, no que diz respeito ao gênero, pode-se observar que a taxa de empreendedores iniciais no Brasil é relativamente similar entre homens e mulheres, destacando que nas regiões norte, centro-oeste e sul o índice é maior entre as mulheres. Com isso vimos que os índices femininos vêm crescendo a cada dia mais, mostrando o interesse da mulher no empreendedorismo.

Quanto a faixa etária, o maior percentual está alocado nas idades de 25 a 34 anos, com 21,9%, sendo esta também, a faixa etária de maiores índices por região, porém, a região norte possui 0,3% a mais na faixa etária de 35 a 44 anos.

Em relação aos níveis de escolaridade pode-se notar que em nível nacional 18,5% possuem segundo grau completo, porém, vale mencionar que na região norte 20,3% possui nível de escolaridade maior que segundo grau completo e na região sul, a maioria dos empreendedores iniciais possui menor que o segundo grau completo, com 14,3%.

Os índices referentes ao tamanho da família mostram que no Brasil as taxas de famílias de até 4 pessoas ou maior que 5 pessoas, são semelhantes, com 17,3%, no que diz respeito as regiões, a região sul destaca-se com 14% a mais de famílias de até 4 pessoas.

Com relação a faixa de renda, o maior índice verificado no Brasil foi de 6 a 9 salários, índice superior ao resultado apontado em 2012. Quanto as regiões, pode-se notar que na

região centro-oeste, existe uma maior valorização, chegando a mais de 9 salários mínimos por famílias de empreendedores iniciais.

Figura 04 - Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo características sociodemográficas e regiões – 2013.

Características sociodemográficas	Brasil	Regiões brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
% da população da mesma classe						
Gênero						
Masculino	18,6	13,7	17,2	23,0	19,6	18,2
Feminino	12,6	10,6	11,9	16,9	12,7	12,1
Faixa etária						
18-24 anos	4,5	2,2	3,4	6,2	4,8	6,4
25-34 anos	11,8	7,4	10,6	16,6	12,4	12,7
35-44 anos	18,9	18,1	19,2	23,6	18,8	16,4
45-54 anos	24,3	22,0	24,6	27,3	24,4	23,0
55-64 anos	18,7	16,9	16,6	29,4	19,5	15,7
Nível de escolaridade						
Menor que segundo grau completo	17,4	13,8	16,5	22,1	18,1	16,3
Segundo grau completo	13,9	10,7	13,7	17,8	13,8	14,9
Maior que segundo grau completo	12,1	8,7	9,9	15,4	13,6	11,5
Tamanho da família						
Até 4 pessoas	15,5	12,7	14,6	20,1	15,7	15,4
5 ou mais pessoas	15,1	11,3	13,6	19,1	16,9	14,0
Faixa de renda						
Menos de 3 salários mínimos	13,6	10,2	13,5	18,2	13,8	13,1
3 a 6 salários mínimos	17,9	16,2	16,6	22,5	18,3	17,3
6 a 9 salários mínimos	18,2	19,6	18,6	20,7	16,7	23,0
Mais de 9 salários mínimos	19,6	25,6	14,2	22,7	21,5	17,3

Fonte: GEM Brasil (2013).

A maior taxa de empreendedores estabelecidos quanto ao gênero, é maior entre os homens, tanto em nível de Brasil (com 18,6%), quanto nas demais regiões.

Referente a faixa etária, pode-se perceber que o maior índice está entre 45 e 54 anos, com exceção da região centro-oeste, onde 29,4% de empreendedores estabelecidos está entre 55 e 64 anos.

O nível de escolaridade é relativamente maior no item menor que o segundo grau, semelhante aos resultados da pesquisa de 2012.

Quanto ao tamanho das famílias de empreendedores estabelecidos, o resultado foi semelhante, destacando apenas que nas regiões norte e sul, esse índice é maior em famílias com até 4 pessoas, e na região sudeste, famílias maiores que 5 pessoas.

Em nível nacional, o maior índice de faixa de renda para empreendedores estabelecidos encontra-se com mais de 9 salários mínimos, bem diferente do índice pesquisado no ano de 2012.

De acordo com estes dados divulgados na Pesquisa GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*, dos anos de 2012 e 2013, pode-se notar que em relação aos empreendedores iniciais

os índices referentes ao gênero, faixa etária e grau de escolaridade permanecem padronizados, porém, nos dados referentes a faixa de renda, houve um aumento considerável no ano de 2013, passando de 3 à 6 salários mínimos (2012) para 6 à 9 salários mínimos em 2013.

Quanto aos empreendedores estabelecidos, o único dado que demonstra grande crescimento também foi referente a faixa de renda, passando de 3 salários mínimos (nos dados pesquisados de 2012), para mais de 9 salários mínimos, nos resultados de 2013.

Estes dados numéricos comprovam que há um crescimento das mulheres como empreendedoras, como verificado nas pesquisas de empreendedores iniciais, tanto no ano de 2012, quanto 2013.

2.2 A inserção da mulher no mercado de trabalho

Tudo começou com a I e II Guerra Mundial (1914 – 1918 e 1939 – 1945, respectivamente), quando os homens iam para as batalhas e as mulheres eram responsáveis pelos cuidados com a família e pelas obrigações que antes pertenciam aos seus maridos no mercado de trabalho.

Após o fim das Guerras, muitos homens estavam impossibilitados de voltar a rotina trabalhista, começando aí a participação efetiva da mulher no mercado de trabalho.

No século XIX, com o capitalismo, iniciaram várias mudanças através da tecnologia e maquinarias, fazendo com que as mulheres fossem transferidas para as grandes fábricas exercerem sua mão de obra. A partir daí surgiram algumas leis e benefícios voltados para as mulheres.

Porém as condições de trabalho ainda eram precárias e, em 08 de março de 1857, operárias de uma fábrica de tecidos dos Estados Unidos, decidiram entrar em greve reivindicando melhores condições de trabalhos. Mas, a manifestação das trabalhadoras não foi aceita, o que resultou em violência, onde tecelãs foram trancadas dentro das fábricas onde atearam fogo, matando aproximadamente 130 mulheres carbonizadas. Após esse fato histórico desumano, a ONU decretou o dia 08 de março como o Dia Internacional da Mulher.

Blay (1978) destaca a presença da mulher no desenvolvimento da industrialização:

A expansão do mercado de trabalho industrial brasileiro se fez com a utilização do trabalho feminino e masculino. Mais do que dados censitários, inexpressivos para todo o século XIX e começo do XX, são os movimentos sindicais e as lutas operárias que contam sobre a participação econômica da mulher naquela época. (Blay, 1978,p.137).

Silva (2013; *apud* Raposo e Astoni 2007) ressalta que:

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina (RAPOSO E ASTONI, 2007).

Aos poucos as mulheres foram conquistando melhores espaços no mercado de trabalho, nos mais diversos setores e hoje ocupam importantes cargos empresariais.

Porém, o trabalho das mulheres não depende apenas da demanda de serviços, mas de muitas questões pessoais e familiares. O que mais influencia na permanência, ou não, das mulheres no mercado de trabalho, são a presença de filhos, quando elas optam por buscarem melhores condições financeiras para auxiliar no sustento de seu lar.

A sobrecarga de trabalho é o que mais afeta as pessoas do sexo feminino, pois além de se dedicar as tarefas dentro as empresas, as mulheres ainda são as principais responsáveis pelos cuidados e afazeres domésticos, bem como o cuidado com os filhos.

Segundo Cintra (2003) a maior presença feminina no mercado de trabalho não garante os melhores salários ou salários iguais aos dos colegas homens.

Para o diretor técnico do Dieese, Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos, Clemente Ganz Lúcio (2013):

“será preciso um conjunto de outras transformações na vida pública e política com a presença das mulheres nos negócios, mas a situação precisará mudar também dentro dos lares, no que trata da divisão de tarefas domésticas, do cuidado com os filhos e das atribuições da vida familiar. As mulheres promoverão transformações no mundo dos homens e a sociedade toda irá se beneficiar.”

“A mulher vem aumentando consistentemente a sua participação no mercado de trabalho formal e o vem fazendo, sobretudo, nos ensinos médio completo e incompleto e superior completo (Revista Exame - Ministério do Trabalho, 2013).”

2.3 O empreendedorismo feminino e sua importância

Algumas das justificativas para o alto crescimento de empreendimentos comandados por mulheres são o avanço educacional e também as mudanças que vem ocorrendo nas estruturas familiares, onde o número de filhos diminuiu e a participação das mulheres na vida econômica aumentou.

Segundo Raposo e Astoni (2007), o empreendedorismo feminino se configura como importante iniciativa da classe na busca por seus direitos de Independência.

Conforme Loden (1988) as qualidades que definem a liderança feminina não são características limitadas exclusivamente para as mulheres, pois estes traços também podem ser encontrados em homens. Existem também mulheres que se sentem mais a vontade no estilo de liderança masculino e homens que preferem a abordagem mais natural da liderança feminina.

De acordo com Lages (2008), as mulheres ainda trabalham com remunerações inferiores e ainda são restritas a alguns departamentos do mercado, mesmo que comprovem possuir uma escolaridade mais avançada que a dos homens.

Camargo (2008) afirma que o empreendedorismo feminino é visto como uma forte opção para a geração de trabalho e renda, para que as mesmas possam se satisfazer em termo de tempo, futuro e destino profissional. Porém, as mulheres ainda possuem a obrigação de se preocupar com afazeres domésticos, procurando através do emprego, se organizar em seus horários sem se preocupar com cargas horárias rígidas, podendo assim amenizar os conflitos entre sua vida familiar e sua vida profissional.

Pode-se perceber que as mulheres optam por atividades relacionadas a serviço ou ligadas ao comércio varejista, sendo eles, empreendimentos menores, mas que possuem uma alta taxa de sobrevivência.

Para reconhecer e estabelecer uma melhor valorização do sexo feminino, o SEBRAE implantou em 2004 o “Prêmio Mulher de Negócios”, que é voltado para proprietárias de micro e pequenas empresas ou membros de cooperativas e associações.

O prêmio é composto por duas etapas, a etapa estadual e regional. As finalistas concorrem ao prêmio nacional e a vencedora de todas as etapas é convidada a conhecer um polo de empreendedorismo em uma viagem internacional.

De acordo com Luiz Barreto (2013), Presidente do SEBRAE, há algumas décadas, o avanço feminino no mercado de trabalho é percebido em frentes variadas, com isso, não poderia ser diferente no empreendedorismo.

As mulheres ainda não se igualaram aos homens empresários brasileiros, mas tiveram um aumento significativo de empreendimentos comandados por elas de 21,4%, em um período de 10 anos, conforme o diagnóstico do Anuário das Mulheres Empreendedoras e

Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas (2013), elaborado pelo SEBRAE em parceria com o Dieese.

Lisa Nicole Bell, colunista da Forbes, listou em sua última publicação (2014) quatro itens que toda mulher deve fazer e considerar, antes de abrir um negócio, que são eles:

- Defina o que é sucesso para você: É importante que tenha claro na cabeça o que é sucesso e que pense na vida que deseja levar como empreendedora;
- Considere sua família e seus filhos: Equilibrar a vida pessoal e profissional e ter uma estratégia bem traçada e horários bem determinados.
- Prepare-se para a batalha: Começar uma empresa é um grande desafio, mas a recompensa vale a pena.
- Escolha seu time com cuidado: É extremamente importante você saber o que procura em seu sócio e em seus funcionários.

2.4 Competências e habilidades.

Silva (2008, pg. 17) destaca a competência como um conjunto de conhecimentos, habilidades, comportamentos e atitudes de que uma pessoa necessita para ser eficaz em um vasto campo de atividades administrativas, em vários tipos de organizações.

Para Hisrich e Peters (2004), as principais habilidades que são exigidas dos empreendedores são: as habilidades técnicas que abrangem redação, atenção, apresentações orais, organização, treinamento, trabalho em equipe e know-how técnico; as habilidades administrativas de empresas que incluem as áreas envolvidas no início, o desenvolvimento e a administração de qualquer empresa; as habilidades empreendedoras pessoais como controle interno (disciplina), capacidade de arriscar-se, espírito de inovação, persistência, liderança visionária e orientação para mudanças.

Loden (1988) destaca as seguintes habilidades e atitudes:

- Habilidade de percepção: a habilidade de colocar-se no lugar do outro e entender seus sentimentos ou reações; entender dicas não verbais;
- Habilidade de Ouvir: deixar as pessoas concluírem seus pensamentos sem interrompê-las. Prestar muita atenção no que está sendo dito por outras pessoas e como está sendo dito. Usar dicas não verbais para encorajar discussões abertas.

- **Administração de sentimentos:** usar suas reações de sentimentos como um barômetro emocional dentro do grupo. Estar sintonizada nos sentimentos dos outros e nas condições ambientais que envolvem estes sentimentos. Expressar sentimentos como um método para aumentar a comunicação e pedir demonstrações de sentimentos dos outros. Quando tomar decisões, levar os sentimentos em consideração. Reagir espontaneamente as situações.

- **Intimidade/Autenticidade:** compartilhar dados pessoais sobre si mesmo e encorajar os outros a fazer o mesmo; desenvolver uma harmonia pessoal com as outras pessoas. Concentrar o indivíduo como um todo, e não apenas como funcionário.

- **O Uso do Posicionamento:** usar o posicionamento para modificar seu comportamento. Dar um posicionamento claro e direto sobre o desempenho, focalizado nas ações. Solicitar um posicionamento dos colegas e funcionários.

- **Calcular o Impacto Pessoal:** compreender e reconhecer o impacto de seu comportamento sobre os outros, e as consequências de suas ações na construção de relacionamentos.

O SEBRAE apresenta três tipos de competências, que são:

- **Técnicas:** Fazem parte da atividade operacional do negócio, como produção, processos e controles.
- **Estratégicas:** São as competências referentes a sua visão sobre o mercado e sobre como você explora as informações vindas do mesmo.
- **Comportamentais:** Maneira de empreender, negociar e liderar pessoas e equipes.

Através destas competências o SEBRAE criou em seu site o Mapa das competências que possibilita descobrir seus pontos fortes e fracos auxiliando em melhorias no comportamento empreendedor.

Para Silva (2008, pg. 13) as habilidades são destrezas específicas para transformar conhecimento em ação, que resulte no desempenho desejado para alcance dos objetivos. Estas por sua vez podem ser divididas em três tipos: as habilidades técnicas, que são relacionadas as funções dentro da organização; as habilidades humanas, relacionadas ao tratamento com pessoas e as habilidades conceituais, que são relacionadas a capacidade de ver a empresa de maneira total.

Um bom empreendedor precisa ser antes um bom administrador, para isto, foram criadas algumas competências esperadas de um administrador. No Guia Acadêmico para Estudantes de Administração, elaborado pelos professores de Administração da UNIJUÍ (2011), é apresentado as competências que foram tabuladas em pesquisas realizadas pelo CFA (Conselho Federal de Administração), conforme a tabela 03:

Tabela 02: Competências em administração.

COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS
Pesquisa Sistema CFA/CRAs
- Atuar com visão sistêmica da organização;
- Formar, liderar e motivar equipes de trabalho;
- Articular as diversas áreas da organização;
- Promover ações inter e intradepartamentais, criando sinergia entre os indivíduos e os recursos disponíveis, gerando processos eficazes;
- Negociar conflitos e interesses;
- Otimizar a utilização de recursos;
- Zelar pelo clima organizacional;
- Identificar problemas, formular e criar soluções;
- Desenvolver, raciocínio lógico, crítico e analítico sobre a realidade organizacional;
- Assumir o processo decisório das ações de planejamento, organização e controle;
- Desenvolver e socializar o conhecimento alcançado no ambiente de trabalho;
- Elaborar e interpretar cenários;
- Visão do todo;
- Relacionamento interpessoal;

- Adaptação a transformação;
- Liderança;
- Criatividade e inovação;
- Comportamento ético;
- Profissionalismo;
- Comprometimento;
- Aprendizado contínuo;
- Atitude empreendedora.

Fonte: Uma versão modificada da tabela de “Correlação das competências em Administração”. Guia Acadêmico para Estudantes de Administração Modalidade Presencial (UNIJUÍ – 2011) *apud* Material utilizado no seminário pedagógico de 08/11/2010, coordenado pelo professor administrador Mauro Kreuz.

2.5 Liderança e decisão

Cunha e Ferla (1997) acreditam que as qualidades e habilidades de um líder, são determinadas de acordo com as exigências das situações nas quais terá de agir.

Para Chiavenato (1999) a liderança é uma forma de influência, onde uma pessoa age intencionalmente para provocar ou modificar o comportamento de outra.

De acordo com Cunha e Ferla (1997) o empreendedor possui forte capacidade de liderança, pois é capaz de agregar e mover pessoas em torno de si, empregando estratégias para desenvolver e manter relações comerciais.

Hunter (2004) acredita que é comum nos dias de hoje as pessoas acreditarem que líder é quem possui QI elevado, ou possui bastante ambição, mas atualmente a liderança é a capacidade de influenciar outras pessoas e agir.

Chiavenato (2002) ressalta que a teoria que explica o estilo de comportamento dos líderes sem mencionar as características pessoais, diz respeito aos estilos de liderança “autocrática” e a “democrática”.

Para Cunha e Ferla (1997) os líderes podem ser nomeados, que são os que tem influência sobre outras pessoas devido ao cargo que ocupam; ou podem ser líderes naturais,

que não são nomeados, mas recebem poder dos demais membros da organização devido a sua capacidade de desenvolver as tarefas.

Ramos (1989) apresenta o líder como um agente da motivação.

Ainda nos entendimentos de Cunha e Ferla (1997, p. 103), os líderes podem assumir diferentes estilos de liderança:

- Líder autoritário e explorador: Aquele que toma todas as decisões em relação ao trabalho e manda seus subordinados cumprirem;
- Líder autoritário benevolente: Também dá as ordens, mas seus subordinados tem certa liberdade de fazer comentários;
- Líder consultivo: Discute com os subordinados e depois estabelece objetivos e dá ordens.
- Líder participante: Todas as decisões de formas de trabalhos são decididas em grupo.

Cunha e Ferla (1997), dizem que a decisão é um processo mental que deve ser muito bem administrado, faz parte de um processo que inicia com a identificação de um problema e termina quando uma alternativa for escolhida. Para os autores, esse processo se desenvolve em cinco etapas, que são elas: formulação de uma questão, busca de informações, definição de alternativas, as consequências e, por fim, a decisão.

Para Ferreira (2005), os indivíduos sempre precisaram tomar decisões, pois o processo de escolha e tomada de decisão tem um papel cada vez mais importante no que diz respeito à economia, administração, finanças e principalmente no processo de gestão de investimentos.

Chiavenato (1997) define decisão como uma escolha entre várias alternativas que estão disponíveis no caminho em que a pessoa deverá seguir.

De acordo com o autor John Adair, no livro “Como tornar-se um líder”, existem algumas qualidades de lideranças que são consideradas genéricas, que estão expostas na tabela 02:

Tabela 03: “Qualidades de liderança – no sentido amplo”.

Entusiasmo	Você consegue imaginar algum líder que não tenha entusiasmo? É muito difícil, não é?
------------	--

Integridade	Essa é a qualidade que faz com que as pessoas acreditem em você. E confiança é essencial em todos os relacionamentos humanos, sejam profissionais ou pessoais. Integridade significa tanto inteireza pessoal como a adesão a valores externos a você, principalmente bondade e sinceridade.
Firmeza	Muitas vezes os líderes são pessoas exigentes, sendo incômodo tê-los por perto, pelo fato de seus padrões serem muito elevados. Eles são obstinados e persistentes. Líderes querem ser respeitados, mas não são necessariamente populares.
Imparcialidade	Líderes eficientes tratam indivíduos diferentemente, porém de forma igualitária. Eles não têm favoritos. Eles são imparciais ao darem recompensas ou penalidades pelo rendimento.
Zelo	A insensibilidade não leva a bons líderes. A liderança envolve o coração, assim como a mente. Gostar do que você faz e importar-se com as pessoas é igualmente essencial.
Humildade	Uma qualidade curiosa, porém própria dos melhores líderes. O oposto da humildade é a arrogância. Quem deseja trabalhar para um administrador arrogante? Os sinais de um líder são o desejo de ouvir as pessoas e ausência de egocentrismo.
Confiança	Confiança é essencial. As pessoas sentem a sua presença, e portanto o desenvolvimento de autoconfiança é sempre anterior ao exercício da liderança. Mas não se permita que a autoconfiança seja excessiva, que é o primeiro passo no caminho para a arrogância.

Fonte: Cópia da tabela “Qualidades de liderança – no sentido amplo” de John Adair em Como tornar-se um líder (2002, p. 12).

Seguindo o mesmo entendimento, Adair (2002), afirma que a liderança existe em três diferentes níveis:

- Liderança de equipe: Lidera uma equipe com cerca de 5 a 20 pessoas;
- Liderança operacional: Lidera uma unidade significativa na empresa, onde os líderes se reportam ao líder operacional;
- Liderança estratégica: Lidera uma empresa inteira.

Hunter (2004, p. 25) define liderança como a habilidade de influenciar pessoas para trabalharem entusiasticamente visando atingir aos objetivos identificados como sendo para o bem comum.

De acordo com Silva (2008, pg. 229 e 230) o administrador tem cinco tipos de poder que servem de base para desenvolver a liderança, que são:

- Poder de recompensa: É a capacidade de oferecer algo de valor, um resultado positivo, como meio de influenciar o comportamento de outras pessoas;
- Poder coercitivo: É a capacidade de punir ou reter resultados positivos, como meio de influenciar o comportamento de outras pessoas;
- Poder de especialização: É a capacidade de influenciar o comportamento de outras pessoas por causa do conhecimento específico ou do entendimento que alguém detém;
- Poder de referência: É a capacidade de influenciar o comportamento de outras pessoas por causa de seu desejo de se identificar pessoal e positivamente com alguém admirado;
- Poder legítimo: É a capacidade de influenciar o comportamento de outras pessoas em virtude dos direitos do cargo ou da função ocupada.

3 METODOLOGIA

Nesta seção apresentam-se os processos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa. Descrevendo a classificação da pesquisa, universo amostral, coleta de dados e a análise dos dados coletados.

3.1 Classificação da Pesquisa

Para Vergara (2000), a pesquisa pode ser classificada quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, o autor destaca que a pesquisa pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada ou intervencionista; E quanto aos meios de investigação pode ser: Pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, pesquisa documental, pesquisa bibliográfica, pesquisa experimental, ex post facto, participante, pesquisa-ação e estudo de caso.

Para a elaboração do presente estudo foi utilizada a pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória por que embora o tema seja bastante conhecido, não se percebeu muitos estudos que apontassem as razões e as dificuldades enfrentadas para a entrada das mulheres no empreendedorismo no município de Santa Rosa. Para Gil (2002) a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, envolvendo, na maioria dos casos, levantamentos bibliográficos, entrevista com pessoas relacionadas ao tema pesquisado e análises de exemplos para facilitar a compreensão do assunto.

Considera-se que descritiva, pois descreve as diversas percepções das empresárias entrevistadas acerca do empreendedorismo feminino. Quanto à pesquisa descritiva, Vergara (2000) explica que expõe características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo correlações entre variáveis e a definição de sua natureza.

Quanto aos meios ou procedimentos técnicos a investigação foi bibliográfica, documental e de campo, conforme abordagens de Vergara (2000) e Gil (2002).

Bibliográfica, porque se trata de um estudo em materiais já publicados por autores que trataram sobre o tema Empreendedorismo feminino, abordando os seguintes assuntos: Conceitos de empreendedorismo, empreendedor, intraempreendedor, características do empreendedor, empreendedorismo no Brasil, inserção da mulher no mercado de trabalho, empreendedorismo feminino e sua importância, competências, habilidades e atitudes, e por fim, liderança e decisão. De acordo com Vergara (2000), é o estudo desenvolvido em

materiais que são acessíveis ao público em geral como, por exemplo, livros, revistas, jornais e redes eletrônicas; fornecendo material a todos os tipos de pesquisas, mas mesmo assim, podendo esgotar-se. Para Gil (2002, p. 44) a pesquisa bibliográfica “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Documental, pois foram utilizados materiais descritivos sobre o objeto de estudo, pesquisados em registros externos em órgão como o SEBRAE. Segundo Vergara (2000) a investigação documental é realizada em documentos conservados no interior de órgãos públicos e privados de qualquer natureza, ou com pessoas como registros, anais, regulamentos, circulares, ofícios, memorandos, balancetes, etc. Gil (2002) explica que a pesquisa documental é nada mais do que materiais que não receberam ainda um tratamento analítico ou que podem ser reelaborados de acordo com os referidos objetivos da pesquisa.

Pesquisa de campo, pois foram coletados dados primários através de uma entrevista com as empresárias selecionadas no município de Santa Rosa. Conforme Gil (2002, p. 53) “a pesquisa é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo.” Para Vergara (2000) a pesquisa de campo pode incluir entrevistas, aplicações de questionários, testes e observação participante ou não, realizada no local onde ocorrerá o estudo.

3.2 Universo amostral

De acordo com as definições de Vergara (2000), a população é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objetos do estudo, e a amostra é a parte do universo (população) que será escolhido segundo algum critério de representatividade.

Com relação ao universo amostral, a pesquisa foi realizada com empresárias no município de Santa Rosa, onde foi feito uma entrevista com uma amostra de cinco empresárias de ramos diferentes.

3.3 Coleta de dados

Segundo Vergara (2000), na coleta de dados deve ser informado os dados da pesquisa, onde os mesmos respondam ao problema, correlacionando os objetivos aos meios para obter o resultado esperado, justificando a adequação de um e outro.

A pesquisa foi realizada com empresárias do município de Santa Rosa, sendo que não foi utilizada toda a população feminina empreendedora, apenas uma amostra de cinco empresárias escolhidas pelo método de acessibilidade, que de acordo com Vergara (2000) é uma forma de escolha caracterizada pela facilidade de acesso entre elas.

Os dados foram coletados por meio de:

Pesquisa bibliográfica em livros, revistas especializadas com temas relacionados ao empreendedorismo feminino, desde a inserção da mulher no mercado de trabalho até as suas características empreendedoras, sendo coletados em jornais, obras literárias, dicionários, etc. Além de pesquisa em diferentes bibliotecas para obter o maior número de informações referentes ao tema, que foram usados de referência para o levantamento das questões para a pesquisa de campo.

Pesquisa documental, na biblioteca do SEBRAE, referente a conceitos sobre o empreendedorismo e também pesquisa de campo, através de uma entrevista com questionários semiestruturados que foram aplicados as cinco empresárias individualmente.

Entrevistas, que aconteceram no período de janeiro à fevereiro de 2014, sendo que em um momento inicial o objetivo era realizar todas as entrevistas gravadas, porém duas das cinco empresárias escolhidas, optaram por responder as questões por escrito, devido a falta de tempo para responder a entrevista pessoalmente e por alegarem ter maior facilidade na escrita do que na fala.

Primeiramente foi feito o contato pessoal e visita na empresa, apresentando o questionário a ser respondido, uma das empresárias optou em ficar com o questionário e fazer a devolução do mesmo no dia seguinte e a outra preferiu ficar com o questionário também e respondê-lo via e-mail. As outras três empresarias entrevistadas, tiveram a entrevista gravada e o momento possibilitou também uma conversa mais informal referente ao tema, fazendo com que as entrevistadas tivessem maior liberdade ao responder as perguntas, as gravações tiveram em média 1 hora e 30 minutos cada uma. As entrevistas foram transcritas e estão no apêndice.

De acordo com Vergara (2000) o questionário é uma série de perguntas apresentadas ao respondente por escrito, podendo ser ele aberto, pouco ou não estruturado, fechado ou, ainda, estruturado; e a entrevista, ainda nos entendimentos de Vergara (2000), é um procedimento onde são feitas perguntas a alguém que oralmente irá responder. Para o presente estudo foi escolhido ser realizado o questionário aberto, em forma de entrevista, onde as

respostas dadas pelos respondentes serão livres, sem nenhuma opção de escolha ou alternativa.

3.4 Análise e interpretação dos dados

Nesta etapa explica-se como os dados coletados foram tratados, justificando, assim, por que tal tratamento é adequado aos objetivos do presente relatório.

De acordo com Vergara (2000), os objetivos são alcançados com a coleta, o tratamento e a interpretação dos dados estabelecendo uma correlação entre os objetivos e as formas de atingi-los. O autor também define, duas formas pelas quais o estudo pode ser tratado, sendo elas: quantitativa, quando são utilizados procedimentos estatísticos, e qualitativa quando os dados são apresentados de forma mais estruturada e analisados.

Para Gil (1999):

A análise tem como objetivo organizar e sumariar os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos (Gil, 1999, p. 168).

No presente relatório, os dados coletados receberam inicialmente um tratamento quantitativo onde se refere ao perfil socioeconômico das empresárias, inserindo os resultados em gráficos com análises de questões como: estado civil, idade, quantidade de colaboradores na organização, grau de escolaridade e tempo de existência da empresa. Após foi realizado um tratamento qualitativo nas questões pertinentes ao perfil empreendedor, onde foram analisadas questões como razão de empreender, problemas e dificuldades enfrentadas, características de liderança e obtenção de sucesso.

Os dados foram coletados através das pesquisas bibliográficas, documentais e também dos questionários que foram aplicados nas entrevistas. Após a realização das entrevistas, os dados foram transcritos e todas as informações coletadas no decorrer do estudo foram utilizadas para fazer a análise do conteúdo das respostas para atender aos objetivos do estudo, para realizar a análise, os dados foram divididos de acordo com o tema relacionado, em seguida receberam uma análise qualitativa seguidas de fundamentações teóricas que comprovam a informação divulgada.

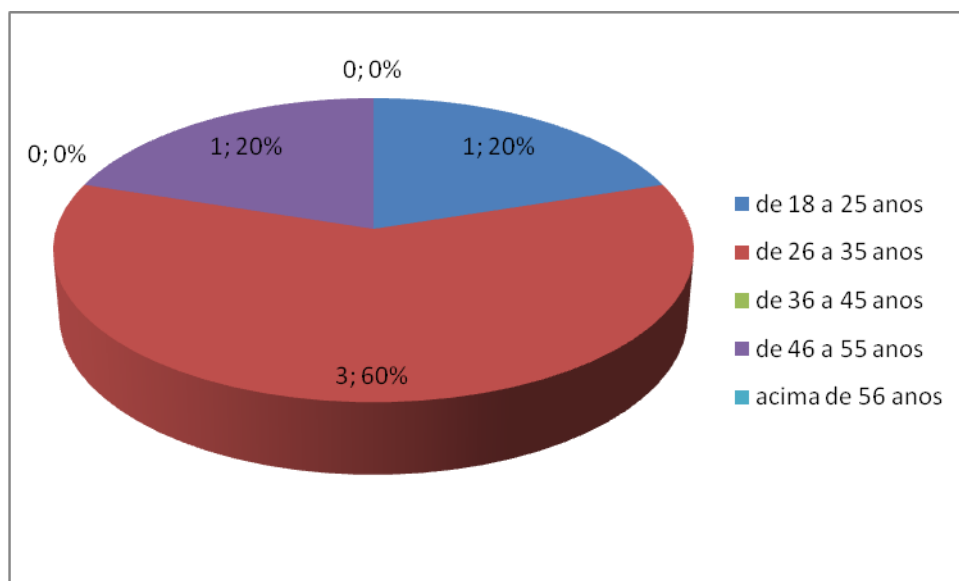
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo é apresentado o perfil socioeconômico das entrevistadas bem como os resultados das pesquisas qualitativas realizadas, que abrangem questões como as razões e motivações das empresárias para empreender, o empreendedorismo sobre o olhar feminino, dificuldades e desafios no empreendedorismo feminino e por fim as características de liderança, decisão, competências e habilidades para o sucesso na gestão.

4.1 Perfil socioeconômico das entrevistadas

O estudo identificou o perfil socioeconômico das empresárias entrevistadas, com intuito de conhecer melhor pontos como idade, estado civil, grau de escolaridade, tempo de existência da empresa, quantidade de funcionários e o ramo do negócio.

Figura 05: Faixa etária.

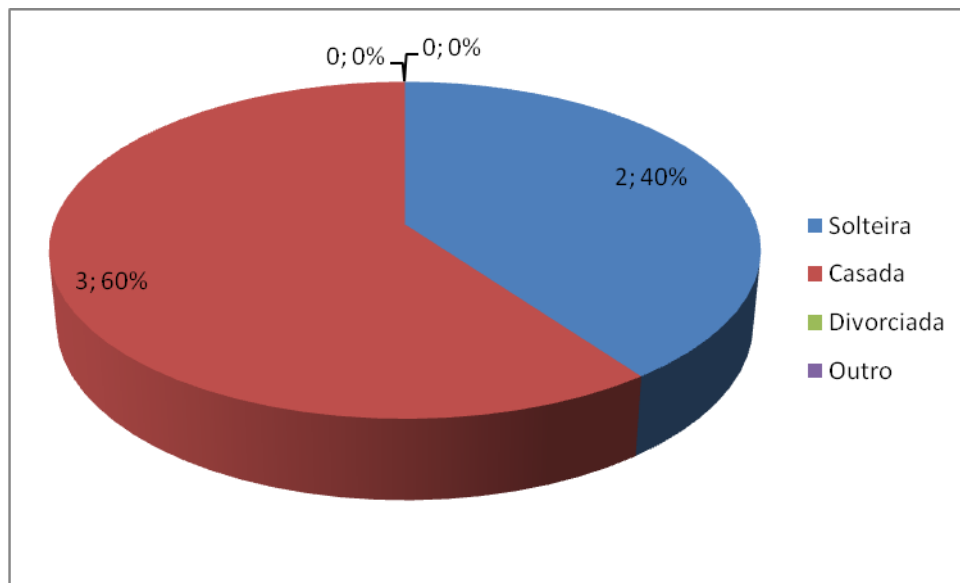


Fonte: Dados da pesquisa, 2014

A figura 05, demonstra que a maioria das empreendedoras entrevistadas possui faixa etária de 26 a 35 anos, sendo 60%, contra 20% de 46 a 55 anos e também 20% acima de 56 anos.

Esta amostra de cinco empresárias mostra que cada vez mais cedo estas mulheres empreendedoras buscam entrar para o mundo dos negócios, mostrando sua capacidade e características empreendedoras cada vez mais jovens.

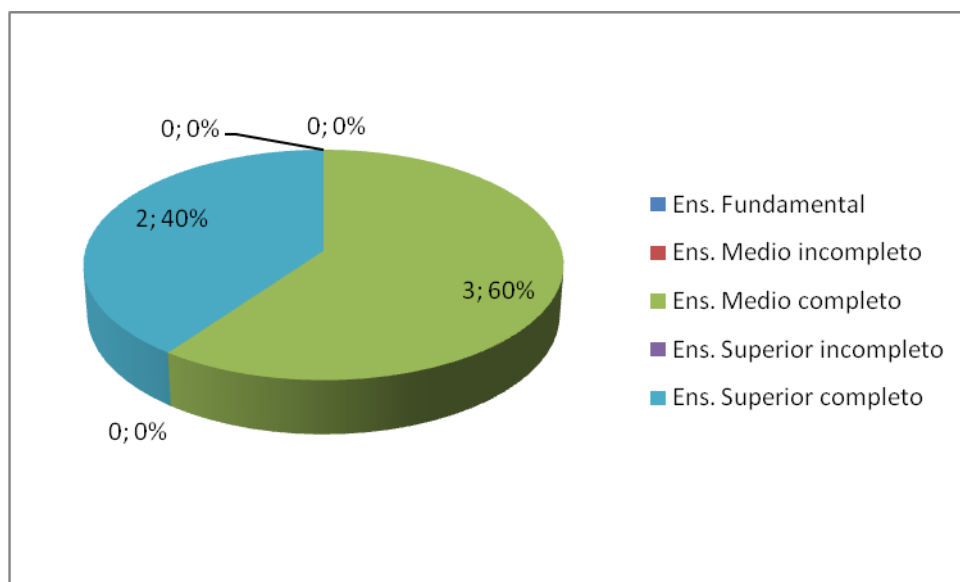
Figura 06: Estado civil.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014

Na figura 06, pode-se notar o resultado dos dados quanto ao estado civil das entrevistadas. Das 5 empreendedoras, 60% delas são casadas e 40% solteiras, mostrando um equilíbrio na questão de estado civil das empresárias entrevistadas.

Figura 07: Grau de escolaridade.

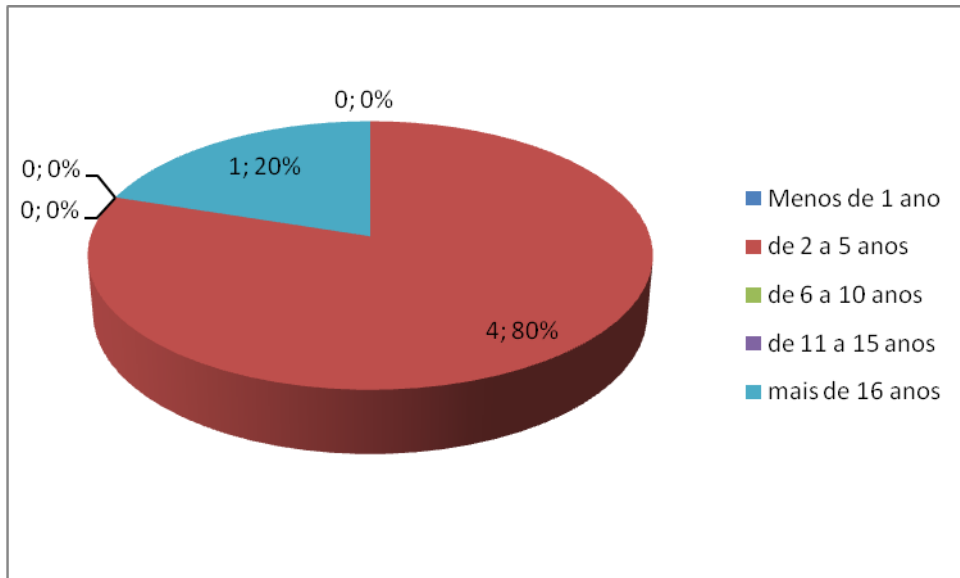


Fonte: Dados da pesquisa, 2014

Quanto ao grau de escolaridade o maior percentual encontra-se no ensino médio completo, com 60% das entrevistadas, sendo que 40% delas possuem o ensino superior completo. Estes dados demonstram que as mulheres estão buscando aperfeiçoamento, se comparado com dados antigos, onde os empreendedores, num total, possuíam baixo grau de escolaridade conforme os dados apresentados pela pesquisa GEM – *Global Entrepreneurship*

Monitor, (2012), na figura 02, que mostrou que o grau de escolaridade de empreendedores estabelecidos, chegava a 30,7% em nível nacional.

Figura 08: Tempo de existência da empresa.

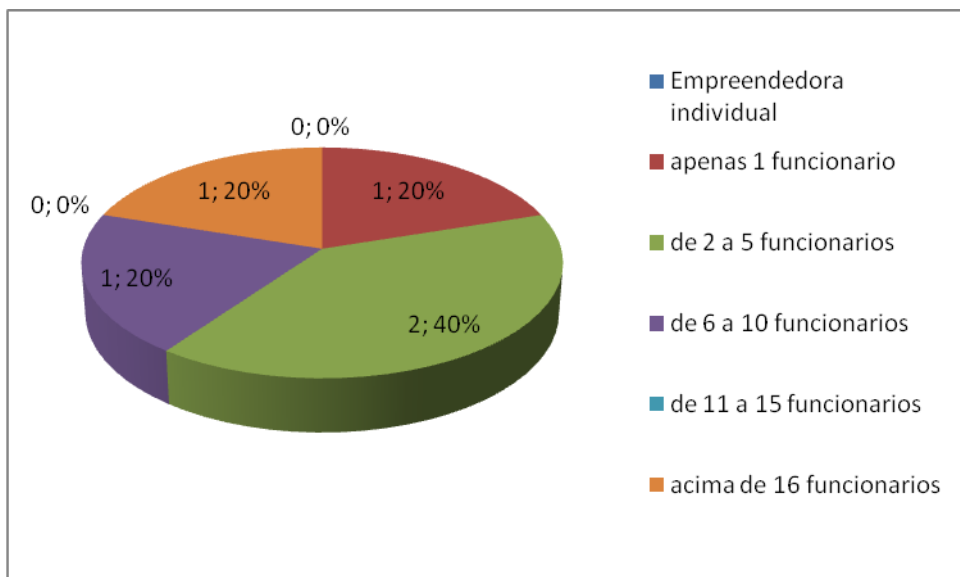


Fonte: Dados da pesquisa, 2014

Referente ao tempo de existência das empresas estudadas, percebe-se que 80% delas estão entre 2 a 5 anos, e apenas 20% com mais de 16 anos no mercado.

Isto justifica-se também, pela faixa etária das empreendedoras, que são mais jovens conforme relacionado na figura 05, que apresentou que 60% das entrevistadas possuíam idade de 26 a 35 anos, e por isso em sua maioria possuem empresas novas.

Figura 09: Quantidade de funcionários.



Fonte: Dados da pesquisa, 2014

Com relação ao número de funcionários, nota-se que as respostas foram bastante diversificadas, sendo que 40% possuem de 2 a 5 funcionários, 20% apenas 1 funcionário, 20% de 6 a 10 funcionários e também 20% acima de 16 funcionários.

Conclui-se nesta primeira parte o perfil socioeconômico das empreendedoras, onde pode-se perceber que todas elas possuem empresas consolidadas no mercado de trabalho, sendo administradas exclusivamente por elas, mulheres.

4.2 Razões e motivações das entrevistadas para empreender

O fato de uma ideia ser ou não inédita, não tem importância, o que importa é que o empreendedor saiba transformá-la em um produto ou serviço, fazendo sua empresa crescer. (DORNELAS, 2008).

As cinco empresárias entrevistadas são de diferentes ramos de atuação e para classificá-las na apresentação dos resultados e apresentar mais sobre a atuação de cada uma, foi elaborada uma tabela (tabela 04), para apresentar as razões e as motivações que as fizeram empreender.

Legenda:

- Entrevistada 1: **E1**. Ramo de atuação: **Turismo**.
- Entrevistada 2: **E2**. Ramo de atuação: **Saúde e bem estar**.
- Entrevistada 3: **E3**. Ramo de atuação: **Comércio de confecções**.
- Entrevistada 4: **E4**. Ramo de atuação: **Fotografia**.
- Entrevistada 5: **E5**. Ramo de atuação: **Decoração de festas**.

Tabela 04: Razões e motivações para empreender.

Entrevistadas/Questão	Quais foram as razões que fizeram você abrir uma empresa?
E1	<p><i>“Foi quando estudei fora para me especializar em um intercâmbio na Austrália, pensei em voltar para ficar mais perto da minha família e abrir um negócio que não fugisse do meu ramo, inicialmente pensei em uma empresa de intercâmbio, após pesquisas pensei em uma agência de viagens que também poderia trabalhar com intercâmbio. Então analisei, fiz um plano de ação com a ajuda do SEBRAE e abri a agência na cidade de Santa Rosa.”</i></p>

E2	<i>“A insatisfação com o ambiente em que eu trabalhava. Achava aquele modelo muito limitador.”</i>
E3	<i>“A necessidade de superar as dificuldades e vontade de ter meu próprio negócio.”</i>
E4	<i>“Pela profissão que eu e minha irmã escolhemos. Trabalhávamos para outras pessoas e nosso salário continuava o mesmo, então pensamos “Por que não abriremos uma empresa se nós duas escolhemos a mesma profissão e temos o mesmo objetivo?”, assim o lucro vem para nós e como toda a família se uniu foi bom para todos.”</i>
E5	<i>“Foi o amor. Essa foi a principal razão.”</i>

Fonte: Autora do estudo (2014).

Quando questionadas sobre como perceberam que poderiam ser empreendedoras e como decidiram o ramo que iriam empreender, a empresária “E1” alega que foi quando era chefe de departamento de um hotel onde começou a liderar e viu que tinha muitas ideias, porem muitas vezes não tinha a liberdade de por em pratica tudo o que pensava e a partir daí começou a surgir a ideia de abrir um negocio. Quanto ao ramo a empresária ”E1” diz que *“Foi justamente porque eu sou formada em hotelaria e eu não queria fugir dessa área e daí que eu criei a agência de viagens, [...]”*. Já a empresária “E2”, percebeu que poderia ser uma empresária após anos de experiência como empregada e o ramo do negócio decidiu juntamente com seu esposo, onde resolveram virar sócios e abrir empresas de acordo com a experiência de cada um, sendo que ela é quem administra uma das empresas.

A empresária E3 afirma que resolveu ser empresária quando viu que suas ações davam certo e quase sempre acertava mais do que errava; e o que a impulsionou para decidir o ramo foi seu bom gosto e amor pela moda. Seguindo as entrevistas, a empresária E4 diz que *“[...] tudo aconteceu por que o pai se aposentou e daí a gente já tinha combinado que quando ele se aposentasse a gente ia abrir a loja pra trabalhar juntos e também pelo nosso profissionalismo, pois se não fossemos boas profissionais, não teria dado certo [...]”*, o ramo, justamente foi pela experiência que a entrevistada já tinha e pelo amor pela fotografia. A empresária “E5” viu que poderia ser uma empreendedora quando realizou a festa de aniversário de sua filha, onde fez toda a decoração e recebeu vários elogios pelo trabalho desempenhado, passando a ver que era um ramo de negócio que poderia dar certo, desta maneira foi que escolheu o ramo, através desta oportunidade.

O resultado do estudo aponta que as principais razões para tornarem-se empreendedoras, foram as oportunidades, insatisfação com o trabalho realizado, a necessidade de superar dificuldades, vontade de ter um negócio próprio (autorealização) e o amor pelo que faz. Quanto a percepção do momento certo para serem empreendedoras, como relatado pela empresária E2, a experiência foi algo que contou muito para sua vida empreendedora. O amor e a oportunidade também andam juntos conforme relatos das empresárias E1, E3, E4 e E5, que através de uma oportunidade ou necessidade realizaram seus sonhos trabalhando com amor. O intraempreendedorismo também, pode ser verificado através da empresária E1, que tinha inúmeras ideias para por em prática, porém algumas vezes era “barrada”, por não ter liberdade suficiente para executá-las, mas nada o impediu de passar de uma intraempreendedora para uma empreendedora. Já quanto ao ramo de negócio, todas elas decidiram ser empreendedoras, naquele ramo que já tinham experiências ou que tinham admiração, como foi o caso da entrevistada “E5”, que por gostar do ramo de decoração de festas, decorou a festa de sua filha e a partir daí foram surgindo oportunidades de desenvolver o empreendedorismo no ramo da decoração.

De acordo com isso, segundo Dornelas (2008) os empreendedores estão sempre em busca de novas ideias e oportunidades, ficando atentos a tudo que ocorre a sua volta.

Dando continuidade nas entrevistas, foi questionado qual é a motivação principal como empreendedora, as palavras da empresária “E1” foram as seguintes: *“Provar para mim mesma que eu fui, fiz e venci. Fui capaz. Acho que a gente pode perder a batalha, mas não pode perder a guerra. [...] ser forte mais que tudo, como mulher a gente tem esse sentimento de fragilidade e as vezes começa a chorar né, o homem é mais razão e a mulher mais sentimento, então tem que pensar como homem mesmo. Então essa motivação é mais assim, provar para mim mesma que eu consigo”*. Já a empresária “E2”, diz *“Eu já trabalhei por necessidade, hoje trabalho mais por uma causa. Vou trabalhar todos os dias para realizar alguma coisa. Quero ter independência, mas eu sinto que faço tudo na vida por um objetivo maior, quero através do meu trabalho, deixar o mundo melhor e criar oportunidades para quem precisa de trabalho e dos meus produtos e serviços”*.

As empresárias “E3”, “E4” e “E5” relatam alguns sentimentos, como motivação principal. A empresária “E3” diz que sua empresa é um trabalho realizado de corpo e alma, que honra seus compromissos com colaboradores, clientes e fornecedores, suas principais palavras foram *“Realizamos as tarefas com amor e dedicação, eis o resultado de uma grande família constituída por pessoas que amam o que fazem”*. Para a empresária “E4” a maior motivação é poder trabalhar com a família, *“Mudou nossa vida [...], pois tínhamos pouca*

convivência, minha irmã morava aqui em Santa Rosa e meu pai trabalhava com viagens, a única convivência maior era a minha e da minha irmã, então pra gente como família e financeiramente mudou bastante". E para a empresária "E5" o que motiva é o amor pelo que faz, pois é um trabalho que exige muito esforço e dedicação, suas palavras foram "[...] *é muito complicado ser decoradora, porque eu trabalho aqui na loja a semana inteira, ai eu chego em casa tarde da noite, de sábados trabalho o dia todo e domingo também, então se eu não amasse muito o que eu faço acho que não daria certo [...]*".

"Para compreender o comportamento humano é fundamental o conhecimento da motivação humana. Motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma isto é, tudo aquilo que dá origem a alguma propensão a um comportamento específico" (CHIAVENATO 1982, p. 414).

Constata-se que inúmeros são os fatores que podem ser considerados motivacionais para as empresárias, porém destaca-se o amor, sendo relatado por 3 das empresárias entrevistadas. Onde dizem que o amor pelo que fazem é essencial para o sucesso profissional, outro fato muito interessante relatado por uma das entrevistadas é trabalhar por uma causa, fazer o bem para outro, dar oportunidades a quem precisa através de suas oportunidades de emprego assim como produtos e serviços, conforme abordado pela entrevistada "E2". A superação também é muito importante como motivação no empreendedorismo, mostrar para si mesma que é capaz é algo realizador, poder dizer que lutou e conseguiu, é extremamente importante para dar continuidade em seus sonhos.

A pesquisa também identificou quais seriam seus próximos objetivos como empreendedoras, o relato de cada uma segue na tabela 05.

Tabela 05: Próximos objetivos como empresárias.

Entrevistadas/Questão	Quais são seus próximos objetivos?
E1	<i>"Os meus objetivos são com a empresa, é poder ter outras agências em outras cidades [...], quem sabe transformar em franquia e talvez trabalhar na minha área de novo, na hotelaria."</i>
E2	<i>"Lançar novos produtos e serviços."</i>
E3	<i>"Crescer com mais lojas, colocar em prática o projeto de franquias e consultoria e também um site de compras que está em desenvolvimento."</i>
E4	<i>"Crescimento tanto financeiramente quanto estruturalmente, ter mais funcionários [...], queremos que a empresa nunca perca a</i>

	<i>qualidade que sempre tenha bastante inovação para que as pessoas sempre queiram tirar fotos com a gente.”</i>
E5	<i>“Não penso muito longe, eu prefiro ir mais devagar, claro que quero crescer, mas eu prefiro mais qualidade do que quantidade [...].”</i>

Fonte: Autora do estudo (2014).

Com relação aos objetivos, pode-se perceber que cada uma possui uma prioridade, as empresárias “E1”, “E2” e “E3” foram mais objetivas em suas respostas, destacando com ênfase o que realmente esperam dos seus negócios como a criação de franquias e consultoria, lançamento de novos produtos e serviços e também a criação de um site de compras; As empresárias “E4” e “E5” enfatizam a qualidade nos seus serviços, como algo que nunca desejam perder e que está sempre nos seus objetivos, a empresária “E5”, como se pode notar em sua resposta, vive mais o presente, sem muitos planos a longo prazo, preferindo mais trabalhar com qualidade do que com quantidade.

4.3 O empreendedorismo sobre o olhar feminino

De acordo com Dornelas (2008) o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que transformam ideias em oportunidades.

Quando questionadas sobre o que quer dizer empreendedorismo, as empresárias “E1”, “E4” e “E5” demonstraram certa dificuldade em quais palavras utilizar para descrever o tema. Para a empresária “E1”, empreendedorismo quer dizer *“fazer negócios”*, suas palavras foram: *“[...] o que mais vem na cabeça é negócios, business [...], gostar de fazer coisas novas, atividades, poder implantar outras coisas [...]”*. A empresária “E4” diz que *“empreendedorismo é tu investir em um empreendimento, no nosso caso aqui, colocar uma empresa e esperar que essa empresa tenha lucro”*. Já a empresária “E5”, diz que é difícil colocar em palavras, mas que no caso dela, é a realização de um sonho profissional.

As entrevistadas “E2” e “E3” foram mais objetivas em suas respostas, para a empresária “E2” empreendedorismo significa realizar, colocar em prática suas ideias e seus sonhos; e a empresária “E3” diz que *“empreendedorismo para mim significa ter visão do mercado, perceber, saber avaliar e analisar o que realmente é importante para o cliente, ter força de vontade e muita dedicação, [...] ter amor pelo que faz e muita garra para fazer de sua empresa um negócio de sucesso”*.

Segundo Hisrich e Peters (2004) o empreendedorismo é criar algo novo dedicando tempo e esforços necessários, assumindo riscos correspondentes e recebendo as consequentes recompensas.

Os resultados da pesquisa apontam que o termo empreendedorismo, pode ser explicado de diversas maneiras, mas de acordo com as empresárias, empreendedorismo quer dizer “fazer negócios”. Para as entrevistadas, foi difícil encontrar palavras que descrevessem o empreendedorismo, mas mesmo assim souberam se expressar e demonstrar o seu conhecimento referente o tema. As empresárias “E1”, “E4” e “E5”, embora ótimas profissionais, demonstraram certa dificuldade até encontrar as palavras certas que soubessem explicar exatamente o que queriam, já as empresárias “E2” e “E3”, demonstraram com objetividade o que quer dizer empreendedorismo. Conclui-se que realmente em uma entrevista, é difícil encontrar rapidamente palavras que possam expressar o que está na mente de cada uma, todas são ótimas profissionais e com certeza em seu intelectual, sabem exatamente a resposta para todas as perguntas.

Em relação ao empreendedorismo feminino, foi feita a seguinte pergunta: **“O empreendedorismo feminino vem crescendo constantemente. De que forma você acredita que ele iniciou e qual a importância que tem para o mercado empreendedor?”**, a empresária “E1” utilizou das seguintes palavras *“[...] a mulher tem conquistado o espaço dela hoje em dia, [...] uma vez a mulher não podia trabalhar, hoje ela consegue conciliar filhos, família... Então eu acho que hoje o papel delas está crescendo, está podendo se colocar igual aos homens e tendo mais liberdade de expor suas ideias [...], sendo mais valorizada e vista com outros olhos.”* Nas mesmas concepções, a empresária “E3” diz que *“a mulher está em tudo, na política, em grandes empresas e ela ganhou espaço quando decidiu que queria ser mais do que uma dona de casa, queria igualdade entre os homens e não se submeter a ser escrava do machismo da sociedade e mostrar que é capaz de ser igual ou até melhor do que qualquer homem de sucesso”*.

As empresárias “E2” e “E5” acreditam que a independência financeira foi a maior impulsionadora para o empreendedorismo feminino, suas palavras foram, **“E2”**: *“Acredito que iniciou com a necessidade e o desejo da mulher em ajudar no orçamento familiar e em seguida passou a ser uma maneira de a mulher conquistar independência financeira e realização pessoal”*. **“E5”**: *“Na minha opinião ele iniciou pela necessidade da mulher ter sua independência financeira e é fundamental, sem a mulher no mercado hoje em dia não tem como, elas tem realmente um papel fundamental”*. Em outras concepções, mais voltado para a

historia, a entrevistada “E4” acredita que *“Começou a partir daquele movimento das mulheres em 1970 mais ou menos, que as mulheres começaram a se sobressair no trabalho e depois nos negócios, hoje as mulheres são bem mais autônomas e tem empresas que as mulheres são bem mais requisitadas que homem [...]”*.

Constatou-se que as entrevistadas tem conhecimento do valor que tem a mulher hoje para o mercado empreendedor, apontando que estão tendo mais liberdade e igualdade perante os homens, na questão pode-se perceber que a empresária “E4” demonstrou um maior conhecimento abordando partes históricas da mulher no mercado de trabalho.

Foi questionado também, qual é o papel da mulher no mercado de trabalho, as empresárias “E1”, “E2” e “E5” foram bastante sucintas em suas respostas conforme segue: “E1” *“Está crescendo e sendo respeitado, se destacando cada vez mais”*; “E2” *“Humanizar as relações de trabalho e contribuir para uma sociedade mais justa”* e a empresária “E5” *“Muito importante, ainda não é tão valorizado quanto o masculino, como por exemplo na diferença salarial, mas eu acho que tem coisas que não existem sem a mulher. As empresárias “E3” e “E4” foram mais longas em suas respostas, as palavras da empresária “E3” foram “A mulher em qualquer ramo de negocio e mais sensível, conseguindo tomar decisões com mais certeza e segurança,ou seja, ela realiza tudo com muito amor, fazendo com que a empresa supere suas expectativas, enquanto homens iriam agir pelas normas gerais”*. A empresária “E4” ressalta que *“O papel da mulher é fundamental hoje, acho que 60% dos trabalhadores e técnicos do Brasil são mulheres, principalmente em áreas que precisa mais estudos, como áreas técnicas, até porque a mulher tem mais facilidade para estudar e pensa em se especializar mais do que homens [...]”*.

As empresárias “E1”, “E2”, “E3” e “E4” acreditam que o papel da mulher vem sendo a cada dia mais valorizado, contribuindo para uma sociedade mais justa, como mencionado nas palavras da empresária “E2”, pois a mulher possui características mais sentimentais e emotivas do que o homem e consegue resolver as coisas com amor, conforme relatos da empresária “E3”. Para a empresária “E5” é possível notar sua insatisfação quanto a valorização da mulher no mercado de trabalho, ela acredita que as diferenças salariais ainda são grandes entre homens e mulheres.

Baseado no crescimento que o empreendedorismo feminino vem tendo nos dias atuais, foi solicitado às empresárias, que explicassem com suas palavras, como acreditam que será o empreendedorismo feminino no futuro. A empresária “E1” tem as seguintes palavras *“[...] a mulher cada vez mais pode estar em qualquer área, uma costureira pode se tornar uma*

mulher de negócios, na culinária fazer algum negócio, vender um docinho, bater de porta em porta [...], um dom que ela tem as vezes na decoração, artesanato, ela forma uma empresa, então tem cada vez mais chances de crescer pelas habilidades que a mulher tem". A empresária "E2" acredita que as mulheres vem tendo certa igualdade com os homens, tanto em cargos quanto salários e acredita também que as empresas constituídas por mulheres aumentarão cada dia mais. A empresária "E3" diz *"acho que as mulheres dominarão muitos negócios, não só na área do empreendedorismo, mas também na saúde e outros negócios"*. Para a empresária "E4" *"[...] você encontra mulheres no exercito, trabalhando na aeronáutica, construção civil, coisa que antigamente era difícil, então acredito que esse numero tende só aumentar nestas e em muitas outras áreas também, pois a cada dia a mulher vem conquistando seu espaço"*. Por fim, respondendo a esta questão a empresária "E5" diz *"eu acho assim, não vai tirar o lugar dos homens, assim como a gente tem a presidenta, isso sempre tende a crescer, sem tirar o lugar de ninguém, porque tem espaço pra tudo, tem espaço pra homens, tem espaço pra mulheres e hoje é difícil um cargo que não tenha mulher"*.

As entrevistadas acreditam que de acordo com as habilidades que as mulheres tem, simples coisas podem tornar-se grandes negócios, que a cada dia mais a mulher vem assumindo papeis que antes eram considerados apenas masculinos. Isso mostra a independência da mulher nos dias de hoje, onde ela assume papeis sem medo de correr riscos. Comparando essa questão, com a questão anterior, percebe-se a primeira divergência entre respostas, com relação a salários de homens e mulheres, onde a empresária "E2", nesta questão, acredita que as mulheres tem sim igualdade perante os homens, e a empresária "E5", na questão anterior cita o contrário. Isso demonstra que cada empresária possui sua própria opinião formada referente ao assunto, talvez por serem de ramos totalmente diferentes, elas enxergam esse fato de maneiras diferentes, sem serem julgadas, apenas respeitadas por suas opiniões.

4.4 Dificuldades e desafios no empreendedorismo feminino

Chiavenato (2008, p. 15) descreve os principais fatores e causas mais comuns para o fracasso do empreendedorismo, sendo estes: a incompetência do empreendedor; falta de experiência gerencial; lucros insuficientes; juros elevados; perda de mercado; mercado consumidor restrito; pouca competitividade; recessão econômica; vendas insuficientes;

dificuldades de administração de estoque; localização inadequada; dívidas e cargas tributárias demasiadas; capital e ativos insuficientes.

Com relação as dificuldades enfrentadas no empreendedorismo, as empresárias foram questionadas sobre quais foram as maiores dificuldades ao abrir a empresa e de que forma superaram isto; De acordo com a empresária “E1” *“[...] tem que ir atrás de CNPJ, tem que registrar a empresa, fazer toda a burocracia e isso cansa muito porque demora, [...] aí tu tem que fazer o plano de ação, quando chega nessa parte de fazer o plano de ação da empresa tem muita gente que desiste, [...] também quando a gente fez os móveis pra montar a empresa, tu sempre depende de uma terceira pessoa e isso é ruim, porque por exemplo nós, eles falaram que iriam entregar em dezembro, a gente teve que abrir em janeiro por causa do atraso deles, [...] então essas foram as dificuldades [...]”*. Já para a empresária “E2” a maior dificuldade foi o pouco conhecimento em gestão. A empresária “E3” também acrescenta que uma de suas maiores dificuldades foi a parte burocrática, suas palavras foram *“a maior dificuldade foi a parte burocrática dos papéis e a mão de obra qualificada, superei fazendo treinos e procurando acessoria”*. A empresária “E4” respondeu o seguinte *“Em princípio hoje muitas das empresas e pequenas empresas que são constituídas no Brasil, quebram no primeiro ano, então meu pai que era a cabeça mais pensante nessa área da administração, pensava muito nisso, em construir alguma coisa solida pra não ser mais uma empresa que acontecesse isso, [...] as maiores dificuldades foram a inexperiência em abrir um negócio, a gente ainda esta aprendendo muito, aqui em Santa Rosa também, uma grande dificuldade é a publicidade e também foi achar um local, os alugueis são muito caros, o custo da empresa é muito alto pra quem não tem renda, então é muito imposto e pouca renda (lucro)”*. A empresária “E5” também destaca a divulgação do trabalho como a maior dificuldade, alegando que no começo é bem complicado, pois não adianta investir apenas em propaganda se a qualidade não é boa, para isto ela decidiu investir mais na qualidade do que na quantidade.

De acordo com os dados das entrevistas o que mais preocupa as empresarias é a burocracia existente para abrir uma empresa, por ser um processo longo e cansativo e que muitas vezes é o responsável pela desistência de muitos empreendedores em dar continuidade ao seu negócio devido a grande burocracia e também cargas tributárias que existem. A dependência de serviço de terceiros também é preocupante, fazendo com que haja atrasos em obras como mencionado pela empresária “E1”.

Ainda sobre dificuldades e desafios, foi solicitado que as empresárias comentassem suas dificuldades referentes aos quesitos mencionados conforme as tabelas 06, 07, 08 e 09.

Tabela 06: Mão de obra qualificada.

Empresária/Questão	Mão de obra qualificada
E1	<i>“Na agência por exemplo, bom seria contratar alguém da área do turismo, mas numa agencia tu consegue treinar, [...] porque é vendas né, então se tu não saber vender nem atender, não vai saber conquistar o cliente. Então mão de obra mesmo não é tão difícil, só tem que ter um perfil [...]”.</i>
E2	<i>“Continua sendo sempre uma dificuldade e desafio até hoje”.</i>
E3	<i>“O maior problema como a maioria das empresas”.</i>
E4	<i>“É muito difícil encontrar alguém especializado na nossa área, porque aqui em Santa Rosa não tem nenhum curso específico em photoshop, por exemplo, [...] se a pessoa nunca buscou algo relacionado a isso fora, ou se não tem conhecimento já de outra empresa, é difícil, e a gente não quer tirar ninguém de outra empresa, então muitas vezes buscamos pessoas sem experiência, que nós treinamos aqui dentro e mandamos fazer cursos fora para especializar, porque aqui em Santa Rosa não tem como especializar ninguém nessa área, não tem curso [...]”.</i>
E5	<i>“É complicado, até porque o ramo é final de semana e é difícil quem queira, tanto é que as minhas ajudantes são parentes, então intercalo elas de sexta de noite, sábado de manhã; Eu tenho uma funcionária que trabalha aqui durante a semana que me ajuda nas coisas aqui e daí final de semana são as outras duas”.</i>

Fonte: Autora do estudo (2014).

Com relação a mão de obra qualificada os dados mostram que é uma questão bastante relativa, tudo depende do setor. Das empresárias entrevistadas, percebe-se que a questão de mão de obra não é um problema para a empresária “E1”, pois é algo que pode ser treinado internamente, já para as demais entrevistadas, é algo que exige muito treinamento e que continua sendo sempre uma dificuldade muitas vezes devido a falta de cursos

profissionalizantes nas áreas na cidade de Santa Rosa. A questão de horários também afeta na contratação de mão de obra/funcionários, pois como relatado, no ramo de decoração de festas é necessário que a pessoa abra mão dos finais de semana e isso nos dias atuais é bastante complicado quando falado em jovens.

Tabela 07: Tecnologia/Sistema de informação.

Empresária/Questão	Tecnologia/Sistema de informação
E1	<i>“Tranquilo, acredito que nessa área de informática a gente esta bem tranquilo assim, se da um probleminha a gente tem onde recorrer”.</i>
E2	<i>“Uma necessidade para se manter no mercado”.</i>
E3	<i>“Tecnologia aprende que temos que ter o máximo de suporte possível”.</i>
E4	<i>“Tecnologia hoje é fácil, tu compra pela internet qualquer tipo de produto, a gente compra muito pela internet, lentes, equipamentos, a maioria é pela internet e a forma de pagamento e o custo é bem acessível, mas mesmo que quiséssemos comprar aqui em alguma loja, não tem nenhum tipo desses equipamentos profissionais [...]”.</i>
E5	<i>“Tecnologia só computador e internet para pesquisar [...]”.</i>

Fonte: Autora do estudo (2014).

A tecnologia é de extrema importância para as organizações, seja para manter um contato ou para fazer determinadas pesquisas, assim como diz Chiavenato, (2000, p. 96) *“As empresas precisam utilizar alguma tecnologia para executar operações e realizar sua tarefa”*. Para as entrevistadas, a questão da tecnologia não é um problema, pois na visão delas estão bem colocadas no mercado e cada uma possui o suporte necessário. A compra de aparelhos tecnológicos, também já não é mais um problema, pois podem ser encontrados no comércio eletrônico, muitas vezes por preços mais acessíveis do que o mercado local. A empresária “E3” menciona que aprendeu que tem que ter o máximo de suporte possível, isto demonstra a preocupação com as tendências tecnológicas e as atualizações necessárias, pois como é de conhecimento de todos, a tecnologia passa por constantes mudanças.

Tabela 08: Relação com clientes.

Empresárias/Questão	Relação com clientes.
E1	<i>“Sempre tentamos fazer o diferencial no bom atendimento, sempre atender bem, sempre oferecer um chimarrão, um cafezinho... então mais isso”.</i>
E2	<i>“Base de tudo, sem eles não existe empresa.”</i>
E3	<i>“Ter confiança, criar credibilidade e ver o cliente em 1º lugar em tudo”.</i>
E4	<i>“É ótimo, muito legal, estou falando por ter ouvido eles falarem mesmo, que se sentem em casa até por ser uma empresa familiar”.</i>
E5	<i>“Minha relação com os clientes eu acredito que é boa, até porque todas as festas que faço de 1 aninho, 2 aninhos, sempre voltam, sempre me procuram, então nossa relação é boa”.</i>

Fonte: Autora do estudo (2014).

Para Chiavenato (2004) as organizações são constituídas de pessoas e dependem delas para atingir seus objetivos e cumprir suas missões. E para as pessoas, as organizações satisfazem vários objetivos pessoais através de diversos fatores.

Os resultados apresentam que as entrevistadas acreditam possuir uma boa relação com seus clientes, baseada em bom atendimento, confiança e credibilidade. A entrevistada “E2” utilizou uma frase que resume isto: *“Base de tudo, sem eles não existe empresa”*. A confiança de um cliente é uma peça chave para a evolução de uma empresa, são os clientes que fazem o negócio mover e mostrar resultados, para isto, é necessário manter um bom relacionamento e sempre oferecer ao cliente, algum tipo de diferencial e produtos ou serviços de qualidade.

Tabela 09: Relação com fornecedores

Empresária/Questão	Relação com fornecedores.
E1	<i>“Como que funciona, como somos uma agência de viagens, nós trabalhamos com operadoras, então elas operam a viagem e nós somos tipo o local, [...] o cliente ele não pode comprar direto, precisa procurar seu agente local, como a gente vê nas propagandas né [...], sempre falam isso porque daí além deles, tu</i>

	<i>vai ter uma assistência para a pessoa, se caso acontecer alguma coisa tu pode ir atrás deles para resolver, então é tranquilo a gente não tem nenhum problema com ninguém, até a gente pede muito a ajuda deles caso a gente tem alguma dúvida, então nossa relação com fornecedores é bem tranquila”.</i>
E2	<i>“Parceria importante para se fortalecer no mercado”.</i>
E3	<i>“Ser honesto e honrar com seus fornecedores, uma das ferramentas para sua empresa ser um sucesso”.</i>
E4	<i>“A relação com fornecedores é boa, maioria das coisas compramos pela internet, que eu lembro não tivemos ainda nenhum problema”.</i>
E5	<i>“Compro praticamente tudo de fora, na cidade é bem complicado, tanto assim na parte de balão, vem de fora, enfeites, vem de fora, a única coisa que eu consigo aqui em Santa Rosa, são os móveis, que eu tenho um marceneiro que faz. No mais tudo pela internet”.</i>

Fonte: Autora do estudo (2014).

A pesquisa identificou que as entrevistadas levam um relacionamento harmonioso com seus fornecedores, mantendo uma parceria em relação aos produtos ou serviços comprados. Para as entrevistadas “E4” e “E5”, a maioria das compras são relacionadas através do comércio eletrônico, por não haver fornecedores dos materiais necessários na cidade de Santa Rosa e embora a maioria das compras sejam via internet, as entrevistadas mostram-se satisfeitas com os resultados que possuem.

Com relação aos possíveis problemas que possam afetar exclusivamente o empreendedorismo feminino, as entrevistadas foram questionadas se realmente existem e se algum deles lhes afeta. A entrevistada “E1” diz *“acredito que não há mais problemas que possam afetar apenas mulheres, como o preconceito antigamente, pois acho que já conquistamos nosso espaço [...], não tem mais problemas por ser mulher”*. A entrevistada “E2” acredita que a alta carga tributária no Brasil é um problema para qualquer empreendedor, já a entrevistada “E3” tem medo que a insegurança possa afetar, por muitas vezes achar que possa falhar por ser frágil.

A entrevistada “E4” ressalta que *“eu acho que é a falta de financiamento para as ideias, que todo mundo tem uma ideia na área do seu interesse só que não tem como*

financiar isso, por isso que muitas pessoas hoje trabalham como empregados, é muita burocracia [...], o custo no Brasil é muito e o prazo para ter uma empresa, pequenas e medias empresas, é muito curto". Já a entrevistada "E5" acredita que não existe nada que possa afetar apenas o empreendedorismo feminino, principalmente em seu ramo de negócios que é a decoração de festas.

Analisando as respostas das entrevistadas, conclui-se que os problemas que podem afetar um empreendimento, não são exclusivamente femininos, pois as mulheres já ocuparam seu espaço sendo livres para exercer a função que desejarem. Problemas como carga tributária e alto custo, não envolvem apenas empreendimentos criados por mulheres, mas sim qualquer tipo de negócio.

A concorrência para muitos pode ser incomoda, mas para outros ela é considerada um auxílio ou estímulo na busca de melhorias para o próprio negócio. Considerando isso, foi questionado às entrevistadas, de que maneira encaram seus concorrentes. A entrevistada "E1" é convicta em sua resposta e afirma o seguinte: *"Eu sou tranquila quanto aos concorrentes, mas os concorrentes não são tranquilos comigo, então eu acho assim ó, o sol nasce para todos, tem mercado para todo mundo e eu não vim aqui para pegar cliente de ninguém, eu vim para conquistar o meu cliente [...], eu acho que quando tu tem uma concorrência, nesse momento a pessoa se mexe mais, porque daí tu pensa assim 'Opa, não posso perder meu cliente pra outra pessoa' [...], é errado tu ter uma empresa e ela ser única, porque daí tu não vai atender bem e o cliente não vai ter outra opção e entra praticamente numa zona de conforto e se tem concorrência, a pessoa vai buscar mudar algo na empresa [...]"*. No mesmo sentido, a entrevistada "E2" encara como um desafio para ser melhor.

A entrevistada "E3" afirma que não pode viver sem os concorrentes, pois sem concorrência nenhuma empresa seria boa, devido ao fato da acomodação sem a busca por melhorias. A "E4" acrescenta *"bem tranquilo, a gente acha que tem mercado para todo mundo, nunca teve nada de concorrência, a gente se dá ao máximo, porque é melhor tu agregar com o outro do que ser inimigo, até indicar trabalho, já indicamos [...]"*. Na mesma linha de pensamento a entrevistada "E5" ressalta *"eu tento encarar como meus colegas de profissão, até um estímulo a mais pra trazer mais novidades [...], quanto mais melhor, mais tu vai querer trazer coisas novas, mais tu vai querer ta inovando [...]. Encaro como colegas, mas vejo que muitos não tem a mesma visão*.

De acordo com os resultados pesquisa é notável que as cinco empresárias encaram seus concorrentes como um desafio na busca por melhorias na sua empresa. As entrevistadas

“E1” e “E5” afirmam que encaram seus concorrentes como colegas de trabalho, porém percebem que os mesmos, não os encaram da mesma maneira, já a entrevistada “E4” menciona o contrário, que é amiga dos concorrentes e muitas vezes indica trabalho para eles também.

Conhecendo a concorrência, é possível melhorar no desenvolvimento dos seus produtos e serviços, objetivando a melhoria contínua dentro da sua organização. A melhor maneira é vê-los como colegas de profissão e manter um bom relacionamento, pois quando há bom relacionamento entre profissionais, agrega muito mais valor ao seu negócio.

Os resultados das questões referentes aos desafios e dificuldades no empreendedorismo, possibilitaram a criação de um quadro síntese, com intuito de apresentar e caracterizar todos os pontos citados, como dificuldades, pelas empresárias conforme a tabela 10.

Tabela 10: Dificuldades enfrentadas no empreendedorismo.

Dificuldades enfrentadas no Empreendedorismo	
<ul style="list-style-type: none"> • Burocracia 	Por ser um processo longo e cansativo e que muitas vezes é o responsável pela desistência de muitos empreendedores em dar continuidade em seus negócios.
<ul style="list-style-type: none"> • Altas cargas tributárias 	Empreendimentos que dificilmente seguem adiante devido as altas tributações, pois o recolhimento de tributos no Brasil é bastante burocrático e nada simples apresentando uma forma de cálculo para cada tipo de caso.
<ul style="list-style-type: none"> • Mão de obra qualificada 	Muito relativa, depende do setor. Na maioria dos casos exige bastante treinamento e é considerada uma dificuldade no município de Santa Rosa devido a falta de determinados cursos profissionalizantes.
<ul style="list-style-type: none"> • Dependência de serviços de terceiros 	O que gera atraso em determinados casos.
<ul style="list-style-type: none"> • Financiamento/custos altos 	Os financiamentos e os custos para adquirir um imóvel para empreender e muito caro e o

	tempo para financiá-lo, muito curto, tornando-se inviável para muitos.
--	--

Fonte: Autora do estudo (2014).

4.5 Fatores responsáveis pelo sucesso na gestão.

Para obter o sucesso na gestão, muitos são os fatores que colaboram para isto, características de liderança, de decisão, competências, habilidades e também o bom relacionamento com clientes, são elementos chave para alcançar o sucesso no empreendedorismo.

Hoffman (2003) destaca que os clientes altamente satisfeitos trazem diversos benefícios para as empresas: são menos suscetíveis a preço e permanecem clientes durante muito tempo, compram produtos adicionais à medida que a empresa lança novos produtos e falam de modo favorável sobre a empresa e seus produtos para outras pessoas.

Nessa linha de pensamento, foi questionado às empresárias, qual a maneira que elas utilizam para fidelizar um cliente. A entrevistada “E1” diz *“Eu acho que dando um suporte do início ao fim, no nosso caso, se ele viajou com nós, ele vai querer viajar de novo [...]”. Mandar um e-mail para ele, eu acho que isso do e-mail quem não é visto não é lembrado [...]. Outra coisa, o contato hoje em dia com a internet o pessoal perdeu o contato de falar e o telefone tem gente que gosta de ouvir e falar, mas tem gente que não tem mais esse hábito de ligar”*. A entrevistada “E2” foi curta em sua resposta, mas convicta, respondeu que deve ter uma relação de confiança. A entrevistada “E3” ressaltou o seguinte *“transmitir segurança, credibilidade, tratar um cliente como amigo, sentir o que ele necessita e deixar ele satisfeito, com o que esta comprando mais do que uma simples roupa, mas sim seu bem estar e fazer ele se sentir bem e feliz”*.

Segundo a entrevistada “E4” *“bom atendimento e qualidade do serviço, porque tem muitas opções aqui em Santa Rosa, criatividade, qualidade, o mais próximo da perfeição, pós venda, atendimento bem marcante, quanto mais as pessoas se sentirem em casa aqui é melhor, ela vai querer vir sempre. Até hoje nós nunca investimos em marketing, só facebook. O facebook é a maior ferramenta, porque a pessoa vem aqui, tira a foto, a gente posta, varias pessoas curtem, compartilham e isso atinge várias pessoas. A entrevistada “E5” diz que a chave para a fidelização do cliente é o bom atendimento, *“tentar sempre agradar [...], e tentar buscar sempre seu máximo, nas festas assim eu sempre tento dar alguma coisa a mais**

né do que o cliente pediu, do que foi orçado, sempre dou algo a mais para agradar, até para depois trazer o cliente de novo, até assim a sinceridade com o cliente é muito importante, eu sempre digo ‘o que dá, dá.. o que não dá, não dá’... Acho que é isso”.

Após os resultados, conclui-se que todas as empresárias entrevistadas sabem que para fidelizar um cliente é necessário ter um bom atendimento, além da comunicação que é um grande diferencial para as organizações. Empresas que se comunicam bem com seus clientes e repassam informações de novos produtos e serviços, tem maiores chances de trazer o cliente para dentro de seu estabelecimento, pois todo o cliente gosta de ser lembrado. Ferramentas como facebook hoje em dia contribuem muito para o marketing e divulgação da empresa, como relatado pela entrevistada “E4”, o compartilhamento de fotos na rede social, leva muitas pessoas ao conhecimento do estúdio, resultando em novos clientes. Transmitir segurança, confiança, credibilidade e tratar clientes como amigos, conforme mencionado pelas entrevistadas “E2” e “E3”, é fundamental para a satisfação e fidelização do cliente.

Para Antonello e Boff (2005) competência empreendedora é como um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que viabilizam a um indivíduo imprimir sua visão, estratégias e ações na criação de valor para a sociedade.

Quando questionadas sobre quais as competências básicas da pessoa que quer empreender, as entrevistadas foram claras e objetivas em suas respostas, para a entrevistada “E1” *“Eu acho que é coragem, para enfrentar tudo até as vezes uma situação de crise que tu pode ter e o que tu tem que fazer para contornar a situação [...], tem que ter coragem, seriedade, persistência, acho que é o principal, não desistir na primeira porque a gente vê quantas empresas grandes já chegaram lá embaixo e deram a volta por cima e isso porque não desistiu [...]”*. A entrevistada “E2”, respondeu a questão com as seguintes palavras *“Habilidade com pessoas, ser multitarefas, ter coragem para correr riscos, ser organizado”*. Para a entrevistada “E3” *“Saber o que realmente faz bem, se dedicar, ter responsabilidade com o fornecedor, colaborador, cliente, fazendo e honrando com essas três peças chaves a empresa consegue se manter e crescer nesse mercado cada dia mais competitivo”*.

Para a entrevistada “E4”, *“Planejamento e responsabilidade. Pois sem isso não segura o negócio por muito tempo [...]”*, a entrevistada “E5” acredita que *“A primeira coisa é gostar do que vai fazer, isso é o principal, não adianta querer começar a fazer algo que não gosta [...], ter o pé no chão e não querer dar o passo maior que a perna. O ‘foco’, decidir algo, não expandir muito, manter um foco”*.

Os resultados da pesquisa apontam 10 fatores que as entrevistadas acreditam ser competências para ser um empreendedor de sucesso, coragem, seriedade, persistência, habilidade com pessoas, ser multitarefas, ter dedicação, responsabilidade, planejamento, gostar do que faz e ter foco, foram as competências citadas pelas entrevistadas. Fazendo uma análise das respostas é possível verificar que a coragem é um grande aliado ao empreendedor de sucesso, somente aquele que tem coragem em correr risco e apto a mudanças, está mais perto da chegada ao sucesso empresarial, aliando-se a responsabilidade e um bom planejamento e como destacou a entrevistada “E3”, honrando as três peças chaves: Fornecedor, cliente e colaborador.

Com relação as características empreendedoras, as entrevistadas responderam a seguinte questão: **Quais são as características de um empreendedor de sucesso e quais delas você acredita possuir?**

A entrevistada “E1” acredita que a característica de um empreendedor de sucesso é a persistência, cuja característica também se identifica e acredita possuir. Para a entrevistada “E2” é necessário gostar de pessoas, ter visão holística, ser flexível e ser humilde. A entrevistada “E3” destacou *“honestidade, responsabilidade, credibilidade e ideias e visão empreendedoras, que fazem o negócio acontecer, me identifico com todas”*. Para a entrevistada “E4”, a responsabilidade, honestidade e saber planejar. A entrevistada “E5” ressalta *“Persistência. É porque assim, tem momentos que tu pensa, poxa vida da vontade de largar tudo, mas daí tu pensa em todas as coisas boas que aconteceram e que ainda podem acontecer. Persistência é o principal”*.

Os resultados da pesquisa apontam diversas características que as entrevistadas acreditam possuir e que fazem parte do empreendedor de sucesso, no caso das entrevistadas “E1” e “E5” foi citado a persistência como a característica do empreendedor de sucesso, pois para alcançar os objetivos é necessário insistir no seu negócio. As entrevistadas “E2”, “E3” e “E4” citaram um conjunto de características, também extremamente importantes para o empreendedor de sucesso, gostar de pessoas, ter visão holística, ser flexível, ser humilde, ser honesto, responsável, ter credibilidade, ideias e visão empreendedoras e saber planejar, foram as características citadas e que fazem a diferença na vida de qualquer empreendedor.

Para Bennis (1996), existem líderes de todo tipo e todos parecem abrigar alguns dos seguintes ingredientes: Ter uma visão maior, ter paixão pelo que faz e ter integridade (autoconhecimento, sinceridade e maturidade).

Com relação a questão da liderança, as entrevistadas formularam rapidamente suas respostas, a entrevistada “E1” diz que *“ser líder é ensinar, é falar como fazer, sem mandar, acho que tu tem que estar junto como uma equipe, liderar é fazer o negócio dar certo, participando. Vibrando nas comemorações. O líder pra mim não é aquele que diz assim ‘eu mando e tu faz o que eu mandar’, é aquele que participa”*. A entrevistada “E2” acrescenta, *“ser líder envolve escolher o caminho correto, que nem sempre é o mais seguro, e tomar a melhor decisão para a empresa e não para si”*. Para a entrevistada “E3”, *“ser líder é saber treinar, ter boa vontade, gerar entusiasmo, dizer ‘nós’ (nunca ‘eu’), corrigir as falhas, mostrar como fazer, desenvolver pessoas, dar créditos, confiar e acreditar nelas [...]”*. A entrevistada “E4” ressalta que *“é a pessoa que toma frente né, que vai em prol do seu objetivo e faz tudo andar”*. Por fim a entrevistada “E5” acredita que *“é alguém que tem que delegar e saber tratar os funcionários, além de serem funcionários tem que serem amigos também, essa é a melhor forma de trabalho”*.

É perceptível o conhecimento das entrevistadas quanto a liderança, pois cada uma delas respondeu com palavras diferentes porém com mesmos significados, alegando que o líder deve trabalhar em equipe, delegar e participar, ir em busca de objetivos e respeitar seus colaboradores. Uma frase bastante importante, foi a da entrevistada “E3” que diz que o líder nunca pode dizer “eu”, e sim, “nós”. Também, de acordo com as respostas das entrevistadas, o líder deve motivar os seus colaboradores, saber treinar e repassar informações, tomar a frente sem pisar em ninguém e manter um bom ambiente de trabalho.

Ainda com relação a liderança, foi questionado as entrevistadas, o seguinte: **Em sua opinião, uma pessoa nasce com traços de liderança ou é possível tornar-se um líder no decorrer da vida?**

A entrevistada “E1” ressalta que *“não nasce, acho que as pessoas aprendem, até porque tem muitas pessoas que eu conheço que eram muito tímidas e hoje são grandes líderes, porque desenvolvem isso, então um líder aprende, ele vai buscando ser, porque até eu quando me tornei líder, foi da noite para o dia, então tu pensa assim, um dia tu é liderado e no outro tu é o líder, tu tem que aprender, foi uma surpresa e pra verem que eu era uma líder, devem ter enxergado que eu tinha uma característica de liderança, mas eu tive que desenvolver e mostrar pras pessoas, o porquê eu fui capaz de estar naquele cargo, então eu acho que é desenvolvido*. A entrevistada “E2” usou poucas palavras, destacando que tem convicção de que pode ser desenvolvido. A entrevistada “E3” afirma que *“ela nasceu com isso, mas muitas vezes aprende observando e adquirindo experiências”*. Para a entrevistada

“E4”, *“eu acho que ninguém nasce sabendo, tudo vai do objetivo que a pessoa tem, as vezes uma pessoa que não quer nada na vida um dia resolve mudar e corre atrás dos objetivos, se a pessoa tem objetivos ela pode ir atrás, para realizar eles e também ser um líder. A entrevistada “E5” segue com a mesma linha de raciocínio, “eu acho que desenvolve, eu nunca imaginei que a pessoa já nasce com o dom, acredito que pode aprender”.*

De acordo com os resultados da pesquisa, conclui-se que apenas a entrevistada “E3”, acredita que uma pessoa já nasce com traços de liderança, porém os desenvolve com o tempo. As demais entrevistadas, acreditam que ninguém nasce com isso, que é algo que pode ser adquirido com o tempo. Esta é uma questão bastante relativa e pessoal, cada um acredita naquilo que de alguma forma já teve como experiência.

A tomada de decisão é um dos fatores mais importantes para um empreendedor, pois é através dela que ele irá buscar melhores condições através de alternativas ou oportunidades para o seu empreendimento, visando sempre o desempenho da sua organização.

Para aprofundar os conhecimentos sobre tomada de decisão, foi questionado às entrevistadas, o que elas levam em conta para uma tomada de decisão. Para a entrevistada “E1”, *“pensar no caminho que pretende seguir. Eu acho que quando a gente decide por aquele caminho a gente tem que fazer aquilo dar certo e esquecer o outro, então na tomada de decisão, no momento que tu decidiu, tem que seguir em frente e ser melhor naquele caminho, não desistir, ser persistente [...]”*. Para a entrevistada “E2” o que deve ser levado em conta na tomada de decisão é ter definido qual a meta a atingir. A entrevistada “E3” ressalta que *“ter segurança e acreditar daquilo que vai fazer, o empreendedor que é empreendedor, já sabe o que realmente vai ser melhor para sua empresa”*. Para a entrevistada “E4”, o que deve ser levado em conta são os objetivos que pretende alcançar. Já a entrevistada “E5” alegou que o que ela mais leva em conta na tomada de decisão é o custo do benefício, por ser do ramo de decoração de festas que abrange tanto festas grandes, quanto festas pequenas.

Inúmeros são os fatores que podem ser levados em conta em uma tomada de decisão, para as empresárias entrevistadas, fatos como ter segurança no que faz, ser persistente e definir metas e objetivos, são fundamentais para a tomada de decisão. No caso da entrevistada “E5”, o que influencia muito é o custo do benefício, pelo fato de que trabalha com festas, de diversos tamanhos, para isto é necessário uma boa avaliação e análise de custos para então realizar o evento.

Alcançar o sucesso na gestão não é uma tarefa fácil, é necessário muito comprometimento e seriedade com os negócios. Para aprofundar essa questão, foi questionado às entrevistadas, como elas acreditam que pode ser alcançado o sucesso no empreendedorismo. Para a entrevistada “E1”, *“Conquistar o cliente, nós temos muito boca a boca também né, porque se uma pessoa foi viajar e gostou ela vai comentar com outra, então atender bem, não olhar assim ‘ah esse não tem condições’, a gente atende normal todo mundo, tem que confiar e atender todos iguais. Para ter sucesso tem que ter bom atendimento e conquistar o cliente”*. A entrevistada “E2” acredita que muito trabalho e comprometimento com um propósito são elementos para o sucesso. Para a entrevistada “E3” amar o que se faz e ter muita dedicação são fundamentais no empreendedorismo. A entrevistada “E4” ressalta, *“Sempre ir inovando né, buscando coisas diferentes, tem que ter um diferencial, se eu não tiver um diferencial, eu não vou obter o sucesso, ou seja, criatividade, positividade, se tu fizer o mesmo que teu vizinho faz, tu não vai chamar a atenção, alguma coisa tem que ter de diferente”*. Para a entrevistada “E5”, *“Não desistir nunca, persistir e ser real no que tu faz”*.

A questão possibilitou apontar um conjunto de elementos que contribuem para o sucesso, dentre eles os que se destacam são: fidelização do cliente, o foco e o comprometimento no trabalho, amar o trabalho que faz, ter dedicação, inovar e persistir. A inovação é muito importante para o sucesso na gestão, pois uma empresa que vive na monotonia tem tendência a perder clientes e com isso entrar a falência, por isso a necessidade de buscar sempre o melhor, sempre inovar e amar o trabalho que faz, pois o amor transforma o trabalho de qualquer pessoa.

Para melhor exemplificar todos os fatores que são responsáveis pelo sucesso na gestão, é possível verificar através de todos os relatos das entrevistadas que existe um conjunto de características, competências e habilidades que se entrelaçam para alcançar o sucesso empresarial. Para isso foi construído um quadro síntese, apresentado na tabela 11 onde aponta todas as qualidades citadas pelas empresárias no decorrer das entrevistas, de acordo com os resultados do estudo.

Tabela 11: Elementos para o sucesso na gestão.

Elementos para o sucesso na gestão.	
<ul style="list-style-type: none"> • Fidelizar o cliente 	Pois empresas que se comunicam bem com seus clientes e repassam informações de novos produtos e serviços, tem maiores chances de trazer o cliente para seu estabelecimento.
<ul style="list-style-type: none"> • Coragem 	Ter coragem para correr riscos e ser apto a mudanças é um passo a mais para o sucesso.
<ul style="list-style-type: none"> • Seriedade e responsabilidade 	Dois fatores que caminham juntos. Para ir em busca do sucesso profissional, é necessário trabalhar com seriedade e responsabilidade, respondendo sempre pelos seus próprios atos.
<ul style="list-style-type: none"> • Persistência 	Não desistir nunca. Para alcançar os objetivos é necessário insistir no seu negócio.
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidade com pessoas 	Saber trabalhar com pessoas, ter respeito pelos demais e nunca usar alguém para alcançar algum propósito.
<ul style="list-style-type: none"> • Ser multitarefas 	No caso das mulheres empreendedoras, saber conciliar e equilibrar o trabalho e a família.
<ul style="list-style-type: none"> • Dedicção 	Se empenhar no trabalho realizado.
<ul style="list-style-type: none"> • Planejamento/ Definir metas e objetivos 	Nada funciona sem planejamento, portanto, é extremamente importante realizar um bom planejamento prévio antes de qualquer decisão e especificar quais serão suas metas e objetivos a serem alcançados.
<ul style="list-style-type: none"> • Gostar do que faz 	Ter amor pelo que faz é o ingrediente das empreendedoras felizes, satisfeitas e realizadas no ambiente profissional.
<ul style="list-style-type: none"> • Ter foco 	Trabalhar com uma linha de raciocínio, não tentar se expandir demais para não perder o

	rumo.
<ul style="list-style-type: none"> • Visão holística 	Ter uma visão completa da organização, conhecendo todos os seus setores, organização, cultura e estrutura da empresa.
<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidade 	Ser apto a mudanças, saber contornar adversidades buscando a melhor solução e reconhecer comportamentos inadequados podendo corrigi-los.
<ul style="list-style-type: none"> • Humildade/Honestidade 	Ser reconhecido por seus próprios méritos, sem passar por cima de ninguém.
<ul style="list-style-type: none"> • Credibilidade 	A construção da credibilidade é extensa, e é reconhecida de acordo com as ações desempenhadas, é necessário demonstrar sempre muita responsabilidade e atitude.
<ul style="list-style-type: none"> • Ideias e visão empreendedora 	Analisar e colocar em prática as ideias de negócio, tendo visão e planejamento.
<ul style="list-style-type: none"> • Ser líder 	Trabalhar em equipe, delegar e participar; Ir em busca de objetivos; Saber treinar, repassar informações e motivar seus colaboradores.
<ul style="list-style-type: none"> • Ser seguro 	Ter sempre segurança no que faz e saber demonstrar confiança.
<ul style="list-style-type: none"> • Saber Inovar 	A inovação é, assim como os outros fatores, muito importante para o sucesso da gestão, pois uma empresa que vive na monotonia tem tendência a perder clientes e com isso entrar a falência, por isso existe a necessidade de sempre buscar por coisas novas para oferecer novos produtos e serviços.

Fonte: Autora do estudo (2014).

Para encerrar as apresentações dos resultados da pesquisa, foi sugerido que cada empresária deixasse uma mensagem motivacional para todas as pessoas que desejam empreender. As mensagens estão transcritas na tabela 10.

Tabela 12: Mensagens motivacionais para futuras empreendedoras.

Entrevistadas	Mensagem Motivacional para futuras empreendedoras.
E1	<i>“Bom, eu digo que se a pessoa tem vontade nem que seja pequena, ir atrás, não desistir do sonho, buscar, ter força, não desistir no primeiro empecilho ou primeira dificuldade e mostrar que é capaz e continuar. Se tiver algum probleminha, pensar naquele detalhe: Posso perder a batalha, mas a guerra não. Não desistir e mostrar que é capaz”.</i>
E2	<i>“Boa parte das mulheres empreende por oportunidade. É fundamental investir em conhecimento. Tanto para as mulheres que estão começando agora, quanto para as que já tem experiência no mercado, a reciclagem é indispensável. Não se pode confiar só na intuição, tem que se atualizar constantemente. Aproveite e participe de todas as opções de cursos que podem auxiliar a ampliar seu conhecimento”.</i>
E3	<i>“Ter um planejamento estratégico e competente; Desenvolver habilidades extraordinárias em pessoas comuns; Fazer as coisas acontecerem, acreditar, dedicar-se e dar o melhor de si, mas sempre com muita honestidade e responsabilidade; Transformar ideias em projetos e estes em ações, mas o principal, saber o que está fazendo e doar-se por inteiro. E lembre-se, para se tornar uma empreendedora de sucesso, você precisa fazer o seu negócio valer a pena e ter uma ideia que ninguém teve, pode fazer a diferença”.</i>
E4	<i>“Eu acho que as pessoas tem que arriscar né, em ter seu próprio negócio e sempre ter um apoio, que nem se fosse pra eu e a Gabi abrir um negocio agora assim sem nossos pais a gente não conseguiria manter nem resolver os problemas, e o pai e a mãe dão todo o suporte que a gente precisa, e tem que ter responsabilidade, não adianta abrir um negocio e achar que ele anda sozinho, tem</i>

	<i>que trabalhar, correr atrás e abrir mão de muita coisa. Tem que ter persistência, é uma coisa que tu abre a mão no início, mas é uma coisa para teu futuro e cada vez mais tu conhece teus clientes. Fidelizar clientes novos, buscar novos mercados, conquistar estes e fidelizar os que já tem”.</i>
E5	<i>“Primeiro ter o amor pelo que vai fazer, nunca começar alguma coisa sem gostar e a persistência né, persistir e persistir que a gente chega lá”.</i>

Fonte: Autora do estudo (2014).

Através das mensagens deixadas pelas cinco entrevistadas, pode-se ter uma noção do quão gratificante é ter seu próprio negócio e como é importante prestar atenção em cada detalhe e buscar a cada dia realizar um objetivo diferente. Como dizem as empresárias, *“persistir muito”, “perder a batalha, mas não a guerra”.*

CONCLUSÃO

A realização deste estudo possibilitou um conhecimento mais amplo sobre temas relacionados ao empreendedorismo, onde foi possível identificar o conhecimento das empresárias entrevistadas sobre o referido tema.

Os resultados obtidos foram através de uma amostra de cinco empresárias do município de Santa Rosa que responderam a uma entrevista, questões sobre o perfil socioeconômico e também empreendedor.

Constatou-se através do estudo, que as empresárias têm visões semelhantes quanto ao tema do empreendedorismo, embora tivessem dificuldades para se expressar, souberam explicar com clareza o que significa o termo empreendedorismo, constatando que na visão das entrevistadas, o termo quer dizer ter visão de mercado, fazer negócios e amar o que faz.

Este estudo também buscou revelar quais são as principais razões para as entrevistadas optarem por serem empreendedoras e como decidiram o ramo do negócio e dentre as principais razões estão: as oportunidades, a insatisfação com o trabalho que vinham desempenhando, a superação de dificuldades, a autorealização e o amor pelo que faz, quanto ao ramo que escolheram, surgiu de acordo com as experiências já desempenhadas ou pela admiração.

Um fato importante para que o empreendedorismo seja bem desempenhado é a motivação que o empreendedor carrega consigo e os objetivos que pretende alcançar. O estudo possibilitou identificar algumas das motivações e objetivos que as empresárias têm em seus negócios e o resultado foi de que o amor pelo que fazem é a maior motivação e o maior responsável pelo sucesso profissional, também a superação de um desafio e saber que o seu produto ou serviço pode ser uma oportunidade para outras pessoas. Como objetivos, as entrevistadas citaram a criação de franquias e consultoria, lançamento de novos produtos e serviços, criação de site de compras online e a qualidade nos serviços prestados.

Com relação ao empreendedorismo feminino, constatou-se que as entrevistadas demonstram bastante conhecimento, sabendo que diferentemente dos fatos históricos passados, onde a mulher sofria preconceito, nos dias atuais a mulher desempenha seu papel ao lado do homem, tendo mais igualdade e liberdade perante o sexo masculino. Tendo seu trabalho mais valorizado contribuindo para uma sociedade mais justa. Neste questionamento apenas uma entrevistada demonstrou insatisfação, no que se refere a salários, onde alega que

em determinados cargos, os homens continuam com salários superiores aos salários pagos às mulheres.

Constatou-se também que de acordo com as diversas habilidades que as mulheres vêm desempenhando nos dias atuais, é muito mais fácil entrar para o ramo dos negócios e se tornarem empreendedoras, pois as mulheres já conquistaram sua independência e não tem medo de correr riscos.

Os resultados do estudo revelaram também, que quanto as principais dificuldades encontradas no empreendedorismo, as entrevistadas destacaram a burocracia que se encontra para a abertura de empresas e a alta carga tributária, também citam a dependência do serviço de terceiros como um grande problema gerador de atrasos. Quanto a problemas relacionados a mão de obra, tecnologia, relação com clientes e fornecedores, o único que ainda causa dificuldades é a mão de obra qualificada, porém ainda que relativo, muito dependente do setor, a mão de obra no município é muito complicada em setores que necessitam de cursos profissionalizantes que muitas vezes não são encontrados aqui. Constatou-se também que não há problemas que afligem exclusivamente os empreendimentos criados por mulheres, mas sim, problemas que podem afetar um todo.

O estudo possibilitou também, buscar conhecer elementos que são considerados competências do empreendedor e os fatores geradores do sucesso e foi constatado que a fidelização de clientes, o bom atendimento, as competências empreendedoras como coragem, seriedade, persistência, habilidade com pessoas, ser multitarefas, ter dedicação, ter responsabilidade, planejamento, gostar do que faz e ter foco são peças chaves no comportamento do empreendedor de sucesso. Outras características como ser persistente, ter visão holística, ser flexível, ser humilde, ser honesto, ter credibilidade, ideias e visão empreendedoras também fazem a diferença na vida de qualquer empreendedor.

Porém, para ser um bom empreendedor, é necessário saber liderar, e o estudo possibilitou buscar um aprofundamento quanto as questões de liderança, onde constatou-se que na visão das entrevistadas o líder é alguém que deve trabalhar em equipe, delegar e participar, ir em busca de objetivos e respeitar seus colaboradores. É importante também que saiba identificar os fatores responsáveis para uma tomada de decisão consciente e no presente estudo, os fatores mais marcantes são o custo do benefício, ter segurança no que faz, ser persistente e definir metas e objetivos.

Por fim, para se ter uma visão mais completa de como alcançar o sucesso no empreendedorismo, pode-se concluir que a fidelização do cliente, o foco e o comprometimento no trabalho, amar o trabalho que faz, ter dedicação, inovar e persistir são fundamentais para ir em busca do sucesso empresarial.

Conclui-se então que o empreendedorismo é uma área que as mulheres podem atuar desempenhando seus serviços de acordo com suas necessidades e com suas competências empreendedoras.

O estudo limitou-se em entrevistas realizadas com cinco empresárias do município de Santa Rosa, não podendo ter seus resultados generalizados às demais empresárias do município.

Entende-se que os objetivos do presente estudo foram cumpridos, pois pode-se fazer uma interligação entre os objetivos estipulados, a fundamentação teórica utilizada e os resultados obtidos através das entrevistas realizadas, sendo de extrema importância para o conhecimento da acadêmica, que pode aprofundar seus conhecimentos na área do empreendedorismo.

SUGESTÕES E RECOMENDAÇÕES

O tema do empreendedorismo exclusivamente voltado ao sexo feminino ainda é pouco estudado, para isto sugere-se as seguintes propostas para estudos futuros:

- Desenvolver um estudo numérico apontando todas as empresas gerenciadas por mulheres no município de Santa Rosa/RS;
- Buscar detalhamento de todos os órgãos, estaduais e nacionais, que auxiliam as mulheres no empreendedorismo;
- Verificar qual o ramo de negócios com maior incidência de mulheres no comando, na região noroeste do Rio Grande do Sul.

BIBLIOGRAFIA

- ANGELO, E. B. **Empreendedor Corporativo: a nova postura de quem faz a diferença**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- ANTONELLO, C. S.; BOFF, L. H. e colaboradores. **Os novos horizontes da gestão: Aprendizagem organizacional e competências**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- ADAIR, J. **Como tornar-se um líder**. São Paulo: Nobel, 2002.
- BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.
- BIRLEY E MUZYKA. **Dominando os desafios do empreendedor**. 1ª edição. São Paulo: Makron Books, 2001.
- BLAY, E. A. **Trabalho domesticado: a mulher na indústria paulista**. São Paulo: Ática, 1978.
- BRASIL, Agência EBC. **Falta de gestão profissional ameaça pequenas empresas, dizem especialistas**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-02/falta-de-gestao-profissional-ameaca-micro-e-pequenas-empresas-dizem>>. Acesso em 19 de jun. de 2014.
- CAMARGO, D. et al. **O significado da atividade empreendedora: as práticas da mulher brasileira em 2008**.
- CHAGAS, F.C – FCC. **Lugar das mulheres no mercado de trabalho: Setores de atividade e estrutura ocupacional**. Disponível em: <<http://www.fcc.org.br/bdmulheres/serie4.php?area=series>>. Acesso: 14 de out. De 2013.
- CHAGAS, F.C – FCC. **Mulheres, trabalho e família**. Disponível em: <<http://www.fcc.org.br/bdmulheres/serie2.php?area=series>>. Acesso: 14 de out. De 2013.
- CHIAVENATO, I. **Administração de Empresas. Uma abordagem contingencial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1982.
- CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria da Administração**. 5 ed. São Paulo: Makron Books, 1997.
- CHIAVENATO, I. **Administração nos Novos Tempos**. São Paulo: Campus, 1999.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. São Paulo: Makron Books. 3. ed. 2000.
- CHIAVENATO, I. **Gerenciando Pessoas**. 4 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. São Paulo: 2004

CHIAVENATO, I; SAPIRO, Arão. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CINTRA, S. V. **A passos lentos: o percurso das mulheres operárias na indústria de calçados. Discriminação ou indiferença?** 2003. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) Faculdade de História, Direito e Serviço Social, UNESP, Franca.

CUNHA, J. C. de Almeida; FERLA, L.A. **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis. I.E.A, 1997.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 5. Ed. São Paulo: Cultura. 2003.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de Negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. 14. Ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship). Práticas e princípios**. São Paulo: Editora Pioneira, 1998.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Transformando ideias e negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 9º impressão. (2005)

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 5ª impressão.

EXAME, Revista. **Empreendedorismo feminino aumenta mais de 20%**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/empreendedorismo-feminino-aumenta-mais-de-20?page=1>> Acesso em: 14 de out. de 2013.

EXAME, Revista. **Mulheres ocuparam 65,5% dos empregos formais criados em 2012.** Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/mulheres-ocuparam-65-5-dos-empregos-formais-criados-em-2012>>. Acesso em: 13 de out. de 2013.

FERREIRA, Luiz Francisco Rogé. **O investidor em Ação: Gestão de investimentos para Pessoas Físicas.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

FILION, L. J. **Visions et relations: Clefs du succès de l'entrepreneur.** Montreal: Les Éditions de l'Entrepreneur. (1991)

FILION, L. J.. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, v.34, n. 2, abr/jun. 1999.

GERBER, Michael E. **O mito do empreendedor: Como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido.** São Paulo: Editora Saraiva, 1996.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2012.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/uf/pernambuco/downloads/estudos-e-pesquisas/copy3_of_seminario-web/pesquisa-gem-2012.pdf>. Acesso em: 10 de out. de 2013

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Editora Atlas S.A, 4ª Edição, 2002.

GUIA ACADÊMICO PARA ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO MODALIDADE PRESENCIAL. Editora UNIJUÍ. 2011.

GOMES, A. F. **Mulher e Gestão.** São Paulo: Revista de Gestão USP, v.12, n.3 p.1-9, julho/setembro 2005.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

História do Dia Internacional da Mulher. Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/dia_internacional_da_mulher.htm>. Acesso em: 12 de out. De 2013.

HOFFMAN, K. Douglas; BATESON, John E. G. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

HUNTER, James C. **O Monge e o Executivo: Uma história sobre a essência da Liderança.** Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. **Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda.** Revista Estação Científica, 2008. Disponível em: <www.jf.estacio.br/revista/artigos/Osonia_desafios.pdf>. Acesso em: 11 de outubro de 2013.

LIVESAY, Harold C. *Entrepreneurial history*. New Jersey: Prentice-Hall, 1982.

LODEN, Marilyn. **Liderança feminina: como ter sucesso nos negócios sendo você mesma**. São Bernardo do Campo, SP: Bandeirante, 1988.

MAI, Antonio Fernando. **O Perfil do empreendedor versus a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES**. Dissertação (Mestrado). Vitória: FUCAPE, 2006

PEQUENAS EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS. **4 coisas que toda mulher deve saber antes de abrir um negócio**. <<http://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/05/4-coisas-que-toda-mulher-deve-saber-antes-de-abrir-um-negocio.html>>. Acesso em: 14 de maio de 2014.

Portal Brasil. **Taxa de sobrevivência de empresas criadas por mulheres é maior**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/taxa-de-sobrevivencia-de-empresas-criadas-por-mulheres-e-maior>>. Acesso em: 14 de out. de 2013.

RAMOS, Alberto G. **A nova ciência das organizações: uma reconceituação de riqueza das nações**. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1989.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. **A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade**. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8. (2007)

REDE MULHER EMPREENDEDORA. <http://www.redemulherempreendedora.com.br/>. Acesso em 14 de maio de 2014.

ROBBINS, S. P.– **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva. (2001).

SEBRAE, *As Mulheres Empreendedoras no Brasil* (2012). Disponível em: <<http://www.sebrae-rs.com.br/index.php/noticia/1206-empendedorismo-feminino-avanca-na-ultima-decada>>. Acesso em: 05 de out. de 2013.

SEBRAE. **Características do Empreendedor**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comece-por-voce/empendedorismo/336-caracteristicas-do-empendedor/BIA_336>. Acesso em: 16 de out. de 2013.

SEBRAE. **Conheça o perfil necessário ao empreendedor**. <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Conhe%C3%A7a-o-perfil-necess%C3%A1rio-ao-empendedor>>. Acesso em: 14 de maio de 2014.

SEBRAE. **Mapa de Competências testa suas habilidades empreendedoras**. <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Mapa-de-Compet%C3%A2ncias-testa-suas-habilidades-empendedoras>> . Acesso em 14 de maio de 2014.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, MA: Harvard University Press. (1934)

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.

APÊNDICES

Apêndice A

Roteiro de perguntas utilizado para a realização da entrevista com as empresárias, e respostas transcritas:

Questões sobre o perfil empreendedor da entrevistada:

1) Para você, o que quer dizer “Empreendedorismo”?

Entrevistada 1: É fazer negócios, o que mais vem na cabeça é negócios, business, é ideias, mais isso. Gostar de fazer coisas novas, atividades, poder implantar outras coisas, também em outras cidades, para mim isso que é ser empreendedor.

Entrevistada 2: O termo empreender significa realizar, fazer ou executar, então é empreendedorismo é realizar, fazer e colocar em prática suas idéias e seus sonhos.

Entrevistada 3: Empreendedorismo pra mim significa ter visão do mercado, perceber, saber avaliar e analisar o que realmente é importante para o cliente, ter força de vontade e muita dedicação, mas acima de tudo para ser um empreendedor de sucesso, precisa ter amor pelo que faz e muita garra para conseguir fazer de sua empresa um negocio de sucesso.

Entrevistada 4: Empreendedorismo significa tu investir em um empreendimento, no nosso caso aqui, colocar uma empresa e esperar que essa empresa tenha um lucro bom né.

Entrevistada 5: É difícil botar em palavras, na minha visão é alcançar teus objetivos, de trabalho, realizar algo que deseja, é muito amplo, difícil de explicar em palavras. Mas para mim é mesmo a realização de um sonho profissional.

- 2) O empreendedorismo feminino vem crescendo constantemente. De que forma você acredita que ele iniciou e qual a importância que tem para o mercado empreendedor?

Entrevistada 1: Eu acho assim, que a mulher tem conquistado muito né o espaço dela hoje em dia, em tudo e principalmente na área dela né, no trabalho, uma vez a mulher não podia trabalhar, hoje ela já consegue conciliar filhos, família.. Então eu acho que hoje o papel dela é estar crescendo mesmo né, e a importância é que ela ta podendo se colocar igual, e tendo mais liberdade de expor as ideias, já que uma vez não podia e eu acho que ela esta sendo mais valorizada até, sendo vista com outros olhos, como por exemplo na área da política esta crescendo isso, uma vez na tinha e hoje tu pode ver o papel nas empresas, ate na própria fenasoja hoje a presidente da feira é uma mulher... e a gente se espelha, eu gostava de uma gerente de hotel na area de hotelaria, e eu me espelhava nela porque ela ela que fazia, ela que mandava, e eu gostava disso, então eu acho que é importante, que esta crescendo e é importante e as pessoas estão valorizando e respeitando né.

Entrevistada 2: Acredito que iniciou com a necessidade e o desejo da mulher em ajudar no orçamento familiar e em seguida passou a ser uma maneira da mulher conquistar independência financeira e realização pessoal.

Entrevistada 3: A mulher esta em tudo, na política, em grandes empresas e ela ganhou espaço quando decidiu que queria ser mais do que uma dona de casa, queria igualdade entre os homens e não se submeter a ser escrava do machismo da sociedade e mostrar que é capaz de ser igual ou até melhor do que qualquer homem de sucesso.

Entrevistada 4: Começou a partir daquele movimento das mulheres em 1970 mais ou menos, que as mulheres começaram se sobressair no trabalho né e depois nos negócios, hoje as mulheres são bem, mais autônomas, e tem empresas que as mulheres são mais requisitadas que os homens, aqui por exemplo é, aqui é um exemplo, nós preferimos 90% mulheres do que os homens, é que neste ramo da fotografia é mais interessante contratar mulheres, pois tem maior sensibilidade. E mesmo porque nós mulheres, de uns anos para cá, começamos a estudar bem mais do que os homens, e acabamos tendo mais oportunidades.

Entrevistada 5: Na minha opinião então ele iniciou pela necessidade da mulher ter sua independência financeira e é fundamental, sem a mulher no mercado hoje em dia não tem como, elas tem realmente um papel fundamental.

3) Quais foram as razões que fizeram você abrir uma empresa?

Entrevistada 1: Para abrir a empresa foi que quando eu estudei fora pra me especializar, eu fiz intercambio de línguas na Austrália, eu pensei em voltar pra ficar mais perto da minha família, então eu pensei, o que eu posso fazer para voltar e continuar na minha área, então eu pensei em abrir um negocio, porque eu sempre quis abrir um negocio, uma loja, alguma coisa mas pensei em abrir algo e não sair do meu ramo e ai eu comecei a pesquisar e eu pensei bom eu vou abrir uma empresa de intercâmbios e ai eu comecei a ver e pensei: Não, eu vou abrir uma agencia de viagens. Que também eu posso trabalhar com intercambio, e ai eu vi o mercado, analisei, fiz um planejamento de negócios com o SEBRAE, fiz esse plano de ação, analisei e pensei: Porque santa rosa né, porque meus pais são lá de Ijuí, escolhi Santa Rosa porque tem poucas agencias, e Ijuí tem mais, pelo numero da população eu vi que Santa Rosa comportaria, e ai eu abri aqui em Santa Rosa, já estou no 3^a ano e conheço um monte de gente já, fui atrás, porque eu acho assim que alem de não conhecer ninguém eu tinha o meu marketing pessoal, tinha que ir de atrás, participar de eventos, instituições para as pessoas conhecerem, porque o que eu quero, que se as pessoas pensarem em viagem que lembrem da minha agencia ou então que lembrem do meu nome (risos), para ligar os dois, o meu nome a agencia, o meu irmão sempre falou, ele é designer né, trabalha aqui na cidade, ele disse assim para vincular sempre meu nome à agencia. E o pessoal lembra bastante, desde o publico jovem até mais de idade.

Entrevistada 2: A insatisfação com o ambiente em que eu trabalhava. Achava aquele modelo muito limitador.

Entrevistada 3: A necessidade de superar as dificuldades e vontade de ter meu próprio negócio.

Entrevistada 4: Pela profissão que nós escolhemos, acabou que eu e minha irmã tivemos a mesma profissão e a gente estava trabalhando para pessoas e o nosso salário continuava o mesmo, e a gente tava as vezes trabalhando o dobro né, então a gente pensou “porque não abrir uma empresa nós duas se a gente tem o mesmo objetivo, e escolheu a mesma profissão”, pois daí o lucro vem pra gente né, e como nós somos duas e toda a família se uniu daí foi bom pra nós.

Entrevistada 5: Foi o amor (risos). Esse foi o principal.

4) Quando você percebeu que poderia ser uma empreendedora?

Entrevistada 1: Empreendedora foi quando eu era chefe do departamento da recepção lá do hotel, com 6 funcionários, e eu comecei a liderar e criar gosto disso e aí eu via que eu tinha muitas ideias que eu queria fazer muitas coisas no hotel e muitas vezes era barrada e então eu vi que eu gostava disso de implantar de dar ideias e aí começou a surgir essa vontade.

Entrevistada 2: Após alguns anos de experiência em outras empresas como empregada.

Entrevistada 3: Quando percebi que minhas ações davam certo e quase sempre acertava mais do que errava.

Entrevistada 4: Na verdade assim né, tudo aconteceu porque o pai se aposentou, e daí a gente já tinha combinado que quando ele se aposentasse a gente ia abrir a loja pra trabalhar juntos, e também a partir do nosso profissionalismo, pois se não fossemos boas profissionais, não teria dado certo, não adiantaria apenas ter um entendimento, sem a especialização e a profissionalização. Na verdade a gente sempre pensou que ia

estudar e ia trabalhar o máximo que desse porque a gente já tinha esse objetivo antigo, a gente decidiu uns dois anos antes de abrir a empresa, a gente decidiu ir trabalhando e tal juntando dinheiro e comprando coisas, eu fiz um curso de maquiagem porque a gente já sabia que ia precisar um dia. Então o planejamento aconteceu, tudo foi planejado antes de iniciar o negocio.

Entrevistada 5: Quando eu fiz a festa de 7 anos da minha filha, há 5 anos atrás, que eu decorei sozinha e todas as convidadas acharam linda a festa e começaram perguntar “ah, quem fez, quem fez” e foi aí que eu percebi que poderia dar certo.

5) Como decidiu o ramo que iria empreender?

Entrevistada 1: Foi justamente porque eu sou formada em hotelaria e eu não queria fugir dessa área e daí que eu criei a agencia de viagens. Eu morava em Ijuí, fui fazer hotelaria em Canela e daí a gente tem os estágios supervisionados que tem que ficar 3 meses em cada hotel e aí tem que fazer os estágios, fui pra Vitória e pra Campinas em um hotel como gerente de hospedagem, depois fui pra Austrália e da Austrália vim pra cá para abrir a agencia.

Entrevistada 2: Meu marido e eu (somos sócios em uma das empresas) escolhemos atuar na área em que ambos tinham experiência e o mercado tb tinha muita carência de empresas profissionalizadas.

Entrevistada 3: Decidi quando vi que tinha bom gosto e amor por moda.

Entrevistada 4: Experiência que já tínhamos e amor pela fotografia.

Entrevistada 5: Foi em consequência da festa da minha filha, e por eu gostar disto, mas não foi assim de repente “ah vou abrir uma empresa”, as pessoas começaram a pedir e foi indo, foi indo e aconteceu, não foi nada planejado.

6) Quais as maiores dificuldades que você encontrou ao abrir a empresa? E de que forma superou esses desafios?

Entrevistada 1: Dificuldade foi assim, sempre tu tem um receio né tipo meu abriu a empresa né, como que vai ser, tem que ir atrás de CNPJ, tem que registrar ela, fazer toda a burocracia e isso cansa muito, porque demora, e ai tu começa nessa fase ai tu tem que fazer o plano de ação, quando chega nessa parte de fazer o plano de ação da empresa tem muita gente que desiste, pensa ai eu não vou fazer, só que é o teu negocio, tem que fazer, pra fazer dar certo; quais são suas estratégias da tua empresa e acho assim essa parte foi difícil e ai tem assim ó, quando a gente fez os moveis pra montar ela, tu sempre depende de uma terceira pessoa e isso é muito ruim, porque por exemplo nós, eles falaram que iam entregar em dezembro, porque a gente ia inaugurar em dezembro, a gente teve que abrir aqui em janeiro, por causa do atraso deles né, ai tu vai ver a fachada da empresa, também na época que a gente abriu, eles eram pra entregar e dezembro também e eles simplesmente saíram de férias coletivas não nos avisaram e a gente teve que abrir em janeiro e eles não retornavam, tivemos que ficar ligando, então essas foram as dificuldades. Dependem dos outros.

Entrevistada 2: Maior dificuldade foi o pouco conhecimento em gestão.

Entrevistada 3: A maior dificuldade foi a parte burocrática dos papeis, e a mão de obra qualificada, superei fazendo treinos e procurando acessoria.

Entrevistada 4: Em principio hoje muitas das empresas e pequenas empresas que são constituídas no Brasil, elas quebram no primeiro ano, então meu pai, que era a cabeça mais pensante, nessa área de administração, pensava muito nisso, em construir alguma coisa solida, pra não ser mais uma empresa que acontecesse isso, mas baseado no nosso profissionalismo, pensamos que poderia dar certo. Maiores dificuldades foram, inexperiência em abrir um negócio, a gente ainda esta aprendendo muito, aqui em Santa Rosa também, uma grande dificuldade é a publicidade, e também foi achar um local, os alugueis são muito caros, o custo da empresa é muito alto, pra quem não tem renda, então é muito imposto e pouca renda (lucro).

Entrevistada 5: A divulgação do trabalho foi a maior dificuldade, porque no começo é bem complicado, e a qualidade conta mto na divulgação então não adianta tu querer fazer um monte de propaganda em revista se tua qualidade não é boa, superei na qualidade e não na quantidade.

7) Ainda sobre as dificuldades/desafios, como você pode comentar os seguintes itens:

a) Mão-de-obra qualificada;

Entrevistada 1: Na agencia por exemplo, bom seria contratar alguém da área do turismo, mas numa agencia tu consegue treinar, o que precisa assim pra uma agencia, é a pessoa ser organizada, ela ser simpática, ter bom atendimento, e isso a gente vai treinando, porque é vendas né então se tu não saber vender nem atender, não vai saber conquistar o cliente. Então na Mão de obra mesmo não é tão difícil, só tem que ter um perfil, ah quero uma pessoa mais nova agora ou uma pessoa mais responsável para cuidar da agencia, analisar o perfil mesmo.

Entrevistada 2: Continua sendo sempre uma dificuldade e desafio até hoje.

Entrevistada 3: O maior problema como a maioria das empresas.

Entrevistada 4: É muito difícil encontrar alguém especializado na nossa área, porque aqui em santa rosa não tem um curso especifico em photoshop por exemplo, que nem tem as metalúrgicas, tem um curso especifico que prepara as pessoas acho que no SENAI, e no nosso não, se a pessoa nunca buscou algo relacionado a isso fora, ou se não tem conhecimento já de outra empresa, é difícil, e a gente não quer tirar ninguém de outra empresa, então muitas vezes buscamos pessoas sem experiências, que nós treinamos aqui dentro, e mandamos fazer curso fora para especializar, pq aqui em santa rosa não tem como especializar ninguém nessa área, não possui curso. A ultima que contratamos, nós tivemos que mandar

pra novo Hamburgo pra poder fazer um curso, porque é o lugar mais próximo que tem, então primeiramente treinamos aqui para ela já ter uma noção e depois mandamos para lá, pois lá já é um lugar avançado.

Entrevistada 5: É complicado, até porque o ramo é final de semana e é difícil quem queira, tanto é que as minhas ajudantes são parentes, então intercalo elas de sexta de noite, sábado de manha, eu tenho uma funcionaria que trabalha aqui durante a semana que me ajudar, nas coisas aqui e daí final de semana são as outras duas.

b) Tecnologia/Sistema de informação;

Entrevistada 1: Tranquilo, acredito que nessa área de informática a gente esta bem tranquilo assim, se da um probleminha a gente tem onde recorrer.

Entrevistada 2: Uma necessidade para se manter no mercado

Entrevistada 3: Tecnologia aprendi que tem que ter o Maximo de suporte possível.

Entrevistada 4: Tecnologia hoje é fácil, tu compra pela internet qualquer tipo de produto, a gente compra muito pela internet, lentes, equipamentos, a maioria é pela internet, e a forma de pagamento e o custo é bem acessível, mas mesmo que quiséssemos comprar aqui em alguma loja, não tem nenhum tipo destes equipamentos profissionais. Alguns computadores compramos aqui, e estamos tendo boa assistência, antes comprávamos da Dell e a assistência muitas vezes deixava a desejar.

Entrevistada 5: Tecnologia só computador e internet para pesquisa e contato.

c) Relação com clientes;

Entrevistada 1: Sempre tentamos fazer o diferencial no bom atendimento, sempre atender bem, sempre oferecer um chimarrão, um cafezinho.. então mais isso.

Entrevistada 2: Base de tudo. Sem eles não existe empresa.

Entrevistada 3: Ter confiança, criar credibilidade e ver o cliente em 1º lugar em tudo.

Entrevistada 4: É ótimo, muito legal, estou falando por ter ouvido eles falarem mesmo, que se sentem em casa até por ser uma empresa familiar.

Entrevistada 5: Minha relação com os clientes eu acredito que é boa, até porque todas as festas que faço de 1 aninho, 2 aninhos, sempre voltam, sempre me procuram então nossa relação é boa.

d) Relação com fornecedores;

Entrevistada 1: Como que funciona, como somos uma agencia de viagens, nos trabalhamos com operadoras, então elas operam a viagem e nos somos tipo o local, vende essas empresas, tipo, o cliente ele não pode comprar direto, até pode mas tem que procurar seu agente local, como a gente vê nas propagandas: Procure seu agente de viagens, mais próximo. Sempre falam isso, porque? Porque daí além deles, tu vai ter uma assistência pra pessoa, se caso acontecer alguma coisa tu pode ir atrás deles pra resolver, alguma situação de emergência, então é tranquilo,a gente não tem problema com ninguém, ate a gente pede muito a ajuda deles caso a gente tem alguma duvida, então nossa relação com fornecedores é bem tranquila.

Entrevistada 2: parceria importante para se fortalecer no mercado

Entrevistada 3: Ser honesto e honrar com seus fornecedores uma das ferramentas para sua empresa ser um sucesso.

Entrevistada 4: Relação com fornecedores é boa, maioria das coisas compramos por internet, que eu lembro não tivemos ainda nenhum problema.

Entrevistada 5: Compro praticamente tudo de fora, na cidade é bem complicado, tanto assim na parte de balão, vem de fora, enfeites vem de fora, a única coisa que eu consigo aqui em Santa Rosa, são os móveis, que eu tenho um marceneiro que faz. No mais tudo pela internet.

8) Quais são os problemas que afligem o empreendedorismo feminino hoje e qual deles lhe preocupa?

Entrevistada 1: Acredito que não há mais problemas que possam afetar apenas mulheres, como o preconceito antigamente, pois acho que já conquistamos nosso espaço e até pessoas olham e dizem assim: Bah, olha que legal uma empreendedora, então eles já olham assim, já tem um respeito. Não tem mais problemas por ser mulher.

Entrevistada 2: Alta carga tributária - Custo Brasil

Entrevistada 3: Acho que a insegurança de as vezes achar que vou falhar por ser frágil, por ser mulher.

Entrevistada 4: Eu acho que é a falta de financiamento para as ideias, que todo mundo tem uma ideia na área do seu interesse só que não tem como financiar isso, por isso que muitas pessoas hoje trabalham como empregados, é muita burocracia, que nem agora a gente queria comprar esse lugar, porque estamos pagando esse aluguel e esse é um dinheiro morto, mas se tu vai financiar uma casa pra ti, tu tem 30 anos para pagar, mas uma empresa são 180 meses, e aqui em santa rosa é tudo muito caro, tipo

essas duas peças aqui custam 600 mil, que em 180 meses acabam ficando fora do nosso orçamento, pois temos que pagar funcionários, tem a manutenção, o custo no Brasil é muito alto, e o prazo para ter uma empresa, pequenas e medias empresas, é muito curto.

Entrevistada 5: Olha eu não vejo mais nenhum problema grave só em relação a mulher, eu acredito que a mulher já está “parelha” com os homens, não tem assim nada demais, ainda não enfrentei nenhum problema no meu empreendedorismo, ate porque meu ramo é mais feminino então acho que não tem.

9) De que maneira você encara os concorrentes?

Entrevistada 1: Eu sou tranquila quanto aos concorrentes, mas os concorrentes não são tranquilos comigo, então eu acho assim ó o sol nasce pra todos, tem mercado pra todo mundo e eu não vim pra pegar cliente de ninguém, eu vim pra conquistar o meu cliente e eu acho assim que a minha concorrência fica assim: Nossa o que essa guria veio fazer aqui, tipo eles ficam incomodados, eu acho que quando tu tem uma concorrência, nesse momento a pessoa se mexe mais, porque daí tu pensa assim: Opa, não posso perder meu cliente pra outra pessoa; e isso acontece muito aqui sabe, porque muita gente fala: Ah já viajei com fulano e não gostei, ah tem uma outra agencia então vamos ver como funciona. Entao eu acho que o publico precisa ter mais agencias, ter mais opções, é errado tu ter uma empresa e ela ser a única, porque daí tu não vai atender bem e o cliente não vai ter outra opção, e entra praticamente numa zona de conforto e se tem a concorrência a pessoa vai buscar mudar algo na empresa vai pensar assim: Opa, esse cliente viajava comigo agora foi viajar com outra pessoa, o que será que aconteceu, sabe sai daquela zona de conforto mesmo, então eu não tenho problema com meus concorrentes mesmo, eu gosto até, mas eles eu sei que tem.

Entrevistada 2: Desafio para ser melhor.

Entrevistada 3: Encaro como degraus para subir, não posso viver sem eles, sem concorrência, nenhuma empresa seria boa, porque iríamos nos acomodar sem melhorar.

Entrevistada 4: Bem tranquilo a gente acha que tem mercado pra todo mundo, nunca teve nada de concorrência, a gente se da o maximo, porque é melhor tu agregar com o outro do que ser inimigas, ate indicar trabalho nós já indicamos, e o mercado aqui em santa rosa ta bem tranquilo, todo mundo que a gente fala ta bem, então com a concorrência a gente ta tranquilo. O nosso método de trabalho tem uma personalidade própria né, e as pessoas procuram o que elas mais se identificam ne.

Entrevistada 5: Eu tento encarar como meus colegas de profissão, até um estímulo a mais pra trazer mais novidades, porque meus concorrentes, concorrentes entre aspas né, quanto mais melhor, mais tu vai querer trazer coisas novas, mais tu vai querer ta inovando, ate pra não perder. Encaro como colegas, mas vejo que muitos não tem a mesma visão.

10) Como fidelizar um cliente?

Entrevistada 1: Eu acho que e dando um suporte do inicio ao fim, no nosso caso, se ele viajou com nos, ele vai querer viajar de novo, gosta de viajar e procurar: Olha tu viajou ano passado, vamos ter outra viagem esse ano. Mandar um e-mail pra ele, eu acho que isso do e-mail quem não é visto, não é lembrado e a gente fez um teste há pouco tempo, a gente mandou uns e-mails de uma viagem que a gente esta lançando e a gente não percebeu o que a gente teve de retorno, assim, porque as vezes o cliente olha e fala assim, ah não é a que eu queria, e as vezes nem estava pensando em viajar, então é um canal bem legal de mostrar, tem o facebook também, mas o face não abrange todo mundo. Outra coisa, o contato hoje em dia com a internet o pessoal perdeu o contato de falar, e o telefone tem gente que gosta de ouvir e falar, mas tem gente que não tem mais esse habito de ligar.

Entrevistada 2: Com uma relação de confiança

Entrevistada 3: Transmitir segurança, credibilidade, tratar um cliente como amigo, sentir o que ele necessita e deixar ele satisfeito, com o que esta comprando mais do que uma simples roupa, mas sim seu bem estar e fazer ele se sentir bem e feliz.

Entrevistada 4: Bom atendimento e qualidade do serviço, porque como tem muitas opções aqui em santa rosa, criatividade, qualidade, o mais próximo da perfeição, pós venda, atendimento bem marcante, quanto mais as pessoas se sentirem em casa aqui é melhor, ela vai querer vir sempre. Até hoje nos nunca investimos em marketing só facebook. O facebook é a maior ferramenta, porque a pessoa vem aqui tira a foto, a gente posta, varias pessoas curtem, compartilham, e isso atinge varias pessoas.

Entrevistada 5: Bom atendimento, tentar sempre agradar, o cliente sempre tem razão, nem sempre mas a gente diz que tem né (risos), e tentar sempre buscar meu Maximo, nas festas assim eu sempre tento dar alguma coisa a mais né do que o cliente pediu, do que foi orçado, sempre dou algo a mais para agradar, ate pra depois trazer o cliente de novo, ate assim a sinceridade com o cliente é muito importante, eu sempre digo o que dá, dá o que não dá, não da. Acho que é isso.

11) No seu entender, quais são as competências básicas da pessoa que quer empreender?

Entrevistada 1: Eu acho que é coragem, pra enfrentar tudo até as vezes uma situação de crise que tu pode ter e o que tu tem que fazer pra contornar a situação, por exemplo quando tem as contas pra pagar, tem que fazer alguma coisa, então tem que ter coragem, seriedade, persistência, acho que é o principal, não desistir na primeira porque a gente vê quantas empresas grandes já chegaram la embaixo e deram a volta por cima e isso porque não desistiu e eu já tive problemas assim, porque em 2 anos de empresa não tem lucro então tu fica ali num equilíbrio, não tem prejuízo mas também não tem lucro, e muita gente falou pra mim, ate minha família, pra eu desistir, mas eu não queria eu sempre quis mais, sempre quis insistir, e pra mim assim mostrar que eu

sei que eu posso mais, e é isso que eu sempre falava, eu quero continuar e eu quero fazer dar certo.

Entrevistada 2: Habilidade com pessoas, ser multitarefas, ter coragem para correr riscos, ser organizado.

Entrevistada 3: Saber o que realmente faz bem, se dedicar, ter responsabilidade com o fornecedor, colaborador, cliente, fazendo e honrando com essas 3 peças chaves a empresa consegue se manter e crescer nesse mercado cada dia mais competitivo.

Entrevistada 4: Planejamento e responsabilidade. Pois sem isso não segura o negocio por muito tempo, muitas vezes as pessoas tem uma ilusão assim, vou montar um negocio e sair ganhando dinheiro, nós pensávamos isso no inicio, mas ate hoje não conseguimos ter um lucro ainda, nós apenas investimos em equipamentos, material, mas não tem lucro, no futuro com certeza vamos ter né, quando estivermos mais sólidas né e estruturadas mais tecnicamente, tecnologicamente... na tecnologia o material muda sempre, então tem muita coisa que perde o valor, por exemplo uma câmera, que custa 5 mil, tu usa ela 1 ano e ela passa a valer 800 reais, ai tu compra outra por 8000 e tem que começar do 0 né.

Entrevistada 5: A primeira coisa é gostar do que vai fazer, isso é o principal, não adianta querer começar a fazer algo que não gosta, estar a par se realmente vai dar certo, ter o pé no chão e não querer dar o passo maior que a perna. O foco, decidir algo certo, não expandir muito, manter um foco.

12) Quais são as características de um empreendedor de sucesso e quais delas você acredita possuir?

Entrevistada 1: Característica acho que é a persistência e a minha assim que eu me identifico é a persistência também, não desistir.

Entrevistada 2: Gostar de gente, ter visão holística, ser flexível e humilde

Entrevistada 3: Honestidade, responsabilidade, credibilidade e ideias e visão empreendedoras, que fazem o negocio acontecer, me identifico com todas.

Entrevistada 4: Responsabilidade, honestidade e saber planejar.

Entrevistada 5: Persistência. É porque assim tem momentos que tu pensa, poxa vida da vontade de largar tudo, mas daí tu pensa em todas as coisas boas que aconteceram e que ainda podem acontecer. Persistência é o principal.

13) O que é ser um líder?

Entrevistada 1: Um líder é ensinar, é falar como fazer, sem mandar, acho que tu tem que estar junto como uma equipe, liderar é fazer o negocio dar certo, participando. Vibrando nas comemorações. O líder pra mim não é aquele que diz assim, eu mando e tu faz o que eu mandar, é aquele que participa.

Entrevistada 2: Ser lider envolve escolher o caminho correto, que nem sempre é o mais seguro, e tomar a melhor decisão para a empresa e não para si.

Entrevistada 3: Ser um líder é saber treinar, ter boa vontade, gerar entusiasmo, dizer nós (nunca “eu”), corrigir as falhas, mostrar como fazer, desenvolver pessoas, dar créditos, confiar e acreditar nelas, perguntar sempre e nunca dizer “não”, e sim, vamos!

Entrevistada 4: É a pessoa que toma frente né, que vai em prol, do seu objetivo e faz tudo andar.

Entrevistada 5: É alguém que tem que delegar e saber tratar os funcionários, além de serem funcionários tem que serem amigos também, essa é a melhor forma de trabalho.

14) Em sua opinião, uma pessoa nasce com traços de liderança ou é possível tornar-se um líder no decorrer da vida?

Entrevistada 1: Eu acho que não nasce, acho que as pessoas aprendem, até por que tem muitas pessoas que eu conheço que eram muito tímidas e hoje são grandes líderes porque desenvolveram isso, então um líder aprende, ele vai buscando ser, porque até eu, quando me tornei líder, foi da noite pro dia, então tu pensa assim, um dia tu é liderado e no outro tu é o líder, tu tem que aprender, foi uma surpresa e pra verem que eu era uma líder devem ter enxergado que eu tinha uma característica de liderança, mas eu tive que desenvolver e mostrar pras pessoas, o porque que eu fui capaz de estar naquele cargo, então eu acho que é desenvolvido.

Entrevistada 2: Tenho convicção de que pode ser desenvolvido

Entrevistada 3: Ela nasceu com isso, mas muitas vezes aprende observando e adquirindo experiências.

Entrevistada 4: Eu acho que ninguém nasce sabendo, tudo vai do objetivo que a pessoa tem, as vezes uma pessoa que não quer nada da vida um dia resolve mudar e corre atrás dos objetivos, se a pessoa tem objetivos ela pode ir atrás para realizar eles, e também ser um líder.

Entrevistada 5: Eu acho que desenvolve, eu nunca imaginei que a pessoa já nasce com o dom, acredito que pode aprender.

15) O que deve ser levado em conta para uma tomada de decisão?

Entrevistada 1: Pensar no caminho que pretende seguir. Eu acho que quando a gente decide por aquele caminho a gente tem que fazer aquilo dar certo e esquecer o outro,

então na tomada de decisão, no momento que tu decidiu te que seguir em frente e ser melhor naquele caminho, não desistir, ser persistente. No momento que decidir, não voltar atrás.

Entrevistada 2: “Qual é a meta”

Entrevistada 3: Ter segurança e acreditar daquilo que vai fazer, o empreendedor que é empreendedor, já sabe o que realmente vai ser melhor para sua empresa.

Entrevistada 4: Os objetivos que pretende alcançar, acho que é isso.

Entrevistada 5: No meu caso o custo do benefício é o que mais conta. Eu penso assim eu pego uma festa, minhas festas são um pouquinho maiores, tem pessoas que acham que eu sou careira, mas não é, é de acordo com o tamanho, com o que eu mostro pra cliente, então eu sempre analiso assim se vale a pena fazer a festa que o cliente esta me pedindo, não vou assim dizer que faço sem analisar e viabilizar, pra tirar do concorrente, eu faço o que me convêm,

16) Como obter o sucesso no empreendedorismo?

Entrevistada 1: Conquistar o cliente, nos temos muito boca boca também né, porque se uma pessoa foi viajar e gostou ela vai comentar com outra, então atender bem, não olhar assim “ah esse não tem condições”, a gente atende normal todo mundo, tem que confiar e atender todos iguais. Para ter sucesso tem que ter bom atendimento e conquistar o cliente.

Entrevistada 2: Muito trabalho e comprometimento com um propósito.

Entrevistada 3: Amar o que se faz e ter muita dedicação.

Entrevistada 4: Sempre ir inovando né, buscando coisas diferentes, tem que ter um diferencial, se eu não tiver um diferencial eu não vou obter o sucesso, ou seja, criatividade, positividade, se tu fizer o mesmo que o teu vizinho faz, tu não vai chamar a atenção, alguma coisa tem que ter de diferente.

Entrevistada 5: Não desistir nunca, persistir e ser real no que tu faz.

17) Qual o papel da mulher no mercado de trabalho?

Entrevistada 1: Esta crescendo e sendo respeitado, se destacando cada vez mais.

Entrevistada 2: Humanizar as relações de trabalho e contribuir para uma sociedade mais justa.

Entrevistada 3: A mulher em qualquer ramo de negocio, é mais sensível, conseguindo tomar decisões com mais certeza, segurança, ou seja, ela realiza tudo com muito amor, fazendo com que a empresa supere suas expectativas, enquanto homens iriam agir pelas normas gerais.

Entrevistada 4: O papel da mulher é fundamental hoje, acho que 60% dos trabalhadores e técnicos no Brasil são mulheres, principalmente em áreas que precisam mais estudos, como áreas técnicas, ate porque a mulher ela tem mais facilidade para estudar, e a mulher pensa mais em se especializar do que os homens talvez porque dizem que a mulher amadurece mais cedo por exemplo, quando criança ela já sonha em casar ter filhos e tal e o homem so pensa em comprar o primeiro carro e depois vai curtir, e a mulher ela já começa pensando nisso em ter uma casa, em ter dinheiro, ela já pensa em um planejamento.

Entrevistada 5: Muito importante, ainda não é tão valorizado quanto o masculino, como por exemplo na diferença salarial, mas eu acho que tem coisas que não existem sem a mulher.

18) Qual é a sua motivação principal como empresaria?

Entrevistada 1: Provar pra mim mesma que eu fui, fiz e venci, fui capaz, acho que a gente pode perder a batalha mas não perder a guerra, e a gente esta ali todo dia tentando contornar e não entregar os pontos, ser forte mais que tudo, como mulher a gente tem esse sentimento, de fragilidade e as vezes começa chorar né, que o homem é mais razão e a mulher sentimento, então tem que pensar mais como homem mesmo. Entao essa motivação é mais assim provar pra mim mesma que eu consigo.

Entrevistada 2: Eu já trabalhei por necessidade, hoje trabalho mais por uma causa. Vou trabalhar todos os dias para realizar alguma coisa. Quero ter independência, mas eu sinto que faço tudo na vida com um objetivo maior. Quero através do meu trabalho deixar o mundo melhor e criar oportunidades para quem precisa de trabalho e dos produtos e serviços que ofereço.

Entrevistada 3: Minha motivação é saber que minha empresa é um trabalho realizado de corpo e alma e é reconhecido pela maneira que honra seus compromissos com colaboradores, clientes e fornecedores. Realizamos as tarefas com amor e dedicação, eis o resultado de uma grande família constituída por pessoas que amam o que fazem.

Entrevistada 4: Para nós é trabalhar junto com a família. Mudou nossa vida, agora vamos ter umas férias nos 4 juntos e nossa vida mudou tanto financeiramente quanto a nossa união, pois tínhamos pouca convivência, minha irmã morava aqui em santa rosa, meu pai trabalhava com viagens, passava bastante tempo fora e única convivência maior era minha e da mãe, então pra gente como família e financeiramente mudou bastante.

Entrevistada 5: È o amor pelo que eu faço, porque é muito complicado ser decoradora, porque eu trabalho aqui na loja a semana inteira, ai eu chego de noite tarde da noite, sexta-feira eu chego passado da meia noite, sábado eu trabalho o dia todo o domingo também, então se eu não amasse muito o que eu faço acho que não

daria certo. Também tenho que deixar a família de lado, normalmente festa de sábado eu vou assim a partir da sexta ao meio dia eu inicio a decoração, daí depende o tamanho da festa eu fico até de noite e no sábado eu vou as 8 horas da manhã e fico até o horário da festa. Ai depois se tem festa de domingo eu saio dessa de sábado e vou direto pra festa de domingo. As vezes tem locais que não permitem ir um dia antes então eu viro a noite mesmo. Encho os balões na loja e depois levo só o que tem que montar.

19) Quais são seus próximos objetivos?

Entrevistada 1: Os meus objetivos são com a empresa é poder ter outras agências em outras cidades, então meu plano é ter outras agências em outras cidades. As vezes as pessoas pensam que é uma franquia, mas nos que criamos, pra poder futuramente desenvolver isso e também talvez trabalhar na minha área de novo na hotelaria, continuar na hotelaria e turismo, e não desvincular o que eu fiz né, que é a hotelaria.

Entrevistada 2: Lançar novos produtos e serviços.

Entrevistada 3: Crescer com mais lojas, colocar em pratica o projeto de franquias e consultoria e também um site de compras que está em desenvolvimento.

Entrevistada 4: Crescimento tanto financeiramente quanto estruturalmente, ter mais funcionários, recém estamos no inicio, aprendendo bastante coisas. Aumentar o conhecimento do publico. Queremos que a empresa nunca perca a qualidade que sempre tenha bastante inovação para que as pessoas sempre queiram tirar foto com a gente.

Entrevistada 5: Não penso muito longe, eu prefiro ir assim devagar, claro que quero crescer, mas eu prefiro assim a qualidade do que a quantidade, prefiro pegar menos festas, e fazer do meu jeito, nunca deixo as funcionarias sozinhas decorando, sempre

eu to junto e nunca quero deixar se perder isso sabe, não adianta querer pegar tudo e deixar pela metade.

20) Como você acredita que será o empreendedorismo feminino no futuro, baseado no crescimento que vem tendo até os dias atuais?

Entrevistada 1: Assim eu sei que existe hoje por exemplo ate o SEBRAE mulher, até uma vez eles entraram em contato comigo e eu participei de algumas etapas, até porque eles viram assim esse lado empreendedora então fui convidada pra fazer parte desse SEBRAE mulher, então eu acho que cada vez mais a mulher pode estar em qualquer área, área da moda, ate uma costureira pode se tornar uma mulher de negocio, a mulher ela tem cada vez mais tudo que ela faz, na culinária fazer algum negocio, as vezes ate vender um docinho, bater de porta em porta, pequenos negócios, pequenas empresas, grandes negócios. Um dom que ela tem as vezes na decoração, artesanato, ela forma uma empresa, então tem cada vez mais chance de crescer pelas habilidades que a mulher tem.

Entrevistada 2: Acredito que estamos tendo uma igualdade com os homens tanto em cargos quanto salários e as empresas constituídas por mulheres aumentarão cada vez mais.

Entrevistada 3: Sou suspeita em falar, mas acho que as mulheres irão dominar muitos negócios, não só na área do empreendedorismo, mas também na saúde e outros grandes negócios.

Entrevistada 4: Hoje você encontra mulheres no exercito, trabalhando na aeronáutica, construção civil, coisa que antigamente era difícil, então acredito que esse numero tende só aumentar nestas e em muitas outras áreas também, pois a cada dia a mulher vem conquistando seu espaço.

Entrevistada 5: Eu acho assim, não vai tirar o lugar dos homens, assim como a gente tem a presidenta, isso sempre tende a crescer, sem tirar o lugar de ninguém, porque tem espaço pra tudo, tem espaço pros homens, tem espaços pra mulher é difícil um cargo que não tenha mulher.

- Deixe uma mensagem para as futuras empreendedoras:

Entrevistada 1: Bom, eu digo que se a pessoa tem uma vontade nem que seja pequena, ir atrás, não desistir do sonho, buscar, ter força, não desistir no primeiro empecilho ou primeira dificuldade, e mostrar que consegue que é capaz e continuar. Se tiver algum probleminha, pensar naquele detalhe: Posso perder a batalha, mas a guerra não. Não desistir e mostrar que é capaz”.

Entrevistada 2: Boa parte das mulheres empreende por oportunidade. É fundamental investir em conhecimento. Tanto para as mulheres que estão começando agora quanto para as que já têm experiência no mercado, a reciclagem é indispensável. Não se pode confiar só na intuição, tem que se atualizar constantemente. Aproveite e participe de todas as opções de cursos que podem auxiliar a ampliar o seu conhecimento.

Entrevistada 3: Ter um planejamento estratégico e competente;

1. Desenvolver habilidades extraordinárias em pessoas comuns;
2. Fazer as coisas acontecerem, acreditar, dedicar-se e dar o melhor de si, mas sempre com muita honestidade e responsabilidade;
3. Transformar ideias em projetos e estes em ações, mas o principal, saber o que está fazendo e doar-se por inteiro.

E lembre-se, para se tornar uma empreendedora de sucesso, você precisa fazer o seu negocio valer a pena, e ter uma ideia que ninguém teve, pode fazer a diferença.

Entrevistada 4: Eu acho que as pessoas tem que arriscar né, em ter seu próprio negocio e sempre ter um apoio, que nem se fosse pra eu e a Gabri abrir um negocio

agora assim sem nossos pais a gente não conseguiria manter nem resolver os problemas, e o pai e a mãe dão todo o suporte que a gente precisa, e tem que ter responsabilidade, não adianta abrir um negocio e achar que ele anda sozinho, te que trabalhar, correr atrás e abrir mão de muita coisa. Tem que ter persistência, é uma coisa que tu abre a Mão no inicio, mas é uma coisa para teu futuro e cada vez mais tu conhece teus clientes. Fidelizar clientes novos, buscar novos mercados, conquistar estes e fidelizar os que já tem.

Entrevistada 5: Primeiro ter o amor pelo que vai fazer, nunca começar alguma coisa sem gostar e a persistência né, persistir persistir que a gente chega lá.