

EMPREENDEDORISMO FEMININO DE EMPRESÁRIAS DE BELO HORIZONTE: história de vida, características, desafios e fatores determinantes.

Aparecida Fátima Oliveira¹, Maria Celeste Vasconcelos², Ester Eliane Jeunon³

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN BUSINESSWOMEN BH: life history, characteristics, challenges and determinants.

RESUMO

O objetivo deste estudo foi verificar como aconteceu o processo de empreendedorismo, a história de vida, as características empreendedoras e desafios enfrentados por um grupo de empresárias na cidade de Belo Horizonte. Para isso desenvolveu-se uma pesquisa qualitativa, descritiva com aplicação de entrevistas a um grupo de 16 mulheres empresárias. Os resultados mostraram que é preciso muita dedicação, paixão, responsabilidade e otimismo para se ter sucesso. Estes são traços importantes para a abertura e manutenção de um negócio nesse cenário de tantas mudanças. Algumas características foram identificadas para futuro desenvolvimento das entrevistadas como: poder de persuasão, autoconfiança e liderança.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Desafios. Características femininas.

ABSTRACT

The aim of this study was to investigate how did the process of entrepreneurship, life history, the entrepreneurial characteristics and challenges faced by a group of entrepreneurs in the city of Belo Horizonte. For this we developed a qualitative, descriptive research with application of interviews to a group of 16 women entrepreneurs. The results showed that it takes a lot of dedication, passion, responsibility and optimism to succeed. These are important for initiating and maintaining a business that so many changes of scene features. Characteristics have been identified for future development of the interviewees as persuasiveness, self-confidence and leadership.

Keywords: Female entrepreneurship; Challenges. Female characteristics

1 Introdução

O empreendedorismo tem papel relevante no desenvolvimento econômico de um país, pois envolve muito mais que gerar mais produção e mais renda. Envolve mudanças na estrutura dos negócios e na sociedade, permitindo que a riqueza seja distribuída a partir da criação de mais empresas, mais produtos e serviços ao mercado (HISRICH, PETERS, 2004).

O tema empreendedorismo feminino é relevante para a academia e para a sociedade, justificando-se na busca de mais informações sobre a forma como as mulheres vêm se decidindo pela abertura de novos negócios.

O objetivo deste artigo é analisar como se deu o desenvolvimento do processo de empreendedorismo feminino para um grupo de 16 empresárias na cidade de Belo Horizonte, levando-se em consideração sua história de vida, desafios e fatores determinantes.

O artigo está estruturado em cinco itens, incluindo esta Introdução. No item dois é apresentada a revisão da literatura sobre o tema, que é seguida pela metodologia utilizada para a pesquisa. O item quatro apresenta e analisa os resultados e o item cinco traz as considerações finais.

2. Empreendedorismo feminino

Os negócios criados pelas mulheres exibem algumas características diferenciadas. Normalmente são iniciados quando a mulher está na faixa dos 35-45 anos; são negócios menores, com crescimento mais lento e menos rentável, têm baixa taxa de sobrevivência, utilizam 30 a 50% menos de capital que os homens para a montagem do negócio e, por terem mais dificuldades na obtenção de recursos financeiros, são geralmente oriundos de poupança pessoal ou recursos da família (GEBRAN; NASSIF, 2010; HISRICH, PETERS, 2004).

A mulher brasileira é uma das que mais empreende no mundo e o faz para sustentar a si e à sua família, ter uma carreira da qual se orgulhar e independência financeira. Nos anos de 2007 os negócios criados pelas mulheres chegaram a 52,4% do total e em 2009 a taxa de novos negócios foi de 53%, percentual superior aos novos negócios criados pelos homens. Também em 2009, pela primeira vez, as mulheres foram maioria a empreender por oportunidade, superando os homens, que sempre foram maioria nessa categoria (GEM, 2007; GEM, 2009).

Esses resultados podem vir de uma participação cada vez mais efetiva das mulheres no mercado, do seu nível de escolaridade superior e mesmo pelo fato de virem cada vez mais assumindo o sustento da casa como chefe da família. A percepção de que o emprego que dura uma

vida inteira não mais existe leva as mulheres a identificar recursos e suas competências que viabilizem a criação do seu próprio negócio. O empreendedorismo tem sido visto como uma solução para o desenvolvimento de todas as sociedades como gerador de emprego e renda sendo um campo promissor para a atuação das mulheres (GEM, 2010; GONÇALVES; BERGANO, 2009).

2.1 História de Vida, Desafios e Fatores que levam a Mulher a Empreender

É comum as empreendedoras encontrarem modelos empreendedores na família, principalmente entre os pais e as pessoas mais próximas, “pois no processo de identificação desenvolvido com essas pessoas há um aprendizado cognitivo, afetivamente construído, que resulta na assimilação e na reprodução do modelo”. Autores ressaltam que um aspecto importante observado na história de vida das empreendedoras é a atividade anterior exercida e o tempo de exercício dessa atividade. Foram também encontrados exemplos de mulheres que abriram seus negócios de forma “gradual e muitas delas se desligaram da empresa em que trabalhavam somente quando a empresa que abriram estava dando resultados” (MACHADO *et al.*; 2003, p. 7).

Diversas características femininas tornam possível a entrada das mulheres no mercado de trabalho e também acabam por modificar a forma de se administrar as organizações. Essas características são: melhor administração do tempo, percepção aguçada para prestar atenção a detalhes, a multifuncionalidade em função de sua capacidade de exercer vários papéis, sua capacidade de trabalhar em grupo e “finalmente sua capacidade de administrar e mediar conflitos, sempre ponderando os interesses e as necessidades de todos os envolvidos” (NUNES, 2006, p. 37).

Para Jonathan (2011), as mulheres se tornam empreendedoras quando estão insatisfeitas com a liderança masculina, quando descobrem um nicho de mercado, pela satisfação em tomar as suas próprias decisões e pela necessidade de sobrevivência, entre outras. A autora comenta que a mistura da sensação de prazer com a mistura do desafio de fazer realizar todas as suas necessidades acaba por se constituir, para essas mulheres, no fator principal para empreender. Segundo o relatório GEM (2011), os motivos que têm levado as mulheres a empreender são: flexibilidade de horários, que possibilita conciliar crescimento na carreira e administração da vida familiar e educação dos filhos; possibilidade de melhores ganhos e independência financeira.

Nesse cenário, é importante compreender como as mulheres lidam com a multiplicidade de papéis e quais são as estratégias por elas utilizadas para melhor lidar com as diversidades. Segundo Tiedge (2004 como citado em JONATHAN; SILVA, 2007), as mulheres que trabalham e são mães utilizam cinco estratégias. Primeiro, elas usam a estratégia da supermulher, buscando ser eficiente em todos os papéis desempenhados; segundo, planejam adequadamente o tempo; terceiro, reavaliam o padrão de exigência consigo mesmas; quarto, elas evitam assumir mais

responsabilidades com tarefas pouco importantes; e finalmente utilizam também a estratégia multitarefa ao desempenhar várias atividades ao mesmo tempo.

Elas são motivadas a empreender pela necessidade de realização, pela necessidade de ter um emprego, pela busca de realização pessoal e de carreira que muitas vezes o trabalho não lhes proporciona e também por terem visualizado uma oportunidade de negócio (FERREIRA; SANTOS; SERRA, 2010). São as mulheres na faixa de 34 anos as mais atingidas pelo desemprego, pois é quando têm mais possibilidades de se ausentarem do trabalho para se tornarem mães, para cuidarem dos filhos e/ou da família, motivo que possivelmente as tornará mais empenhadas em empreender.

2.3 Características das mulheres empreendedoras

Um dos primeiros autores a contribuir para a compreensão do empreendedorismo a partir das ciências do comportamento foi David C. McClelland (1961). Para ele, empreender está relacionado à necessidade de sucesso, de reconhecimento, de poder e de controle. O autor ainda relaciona empreender a características como: “propensão a correr risco, a inovação, a postura estratégica e a personalidade”. O autor agrupou as características em três conjuntos: realização, afiliação e poder (SILVA, 2009, p. 18).

Dolabela (2008) ressalta que, apesar do elevado número de autores que estudam o perfil e as características dos empreendedores, observa-se que os resultados obtidos são diferentes entre si e que até o momento não foi possível estabelecer as relações de causa e efeito, dados e afirmações concretas. “O empreendedor é um ser social, produto do meio, época e lugar em que vive”. São inúmeras as variáveis que influenciam na formação de cada empreendedor, sua vida, sua formação escolar, sua religião, local onde vive e/ou viveu e mesmo sua cultura familiar. Além disso, cada empreendedor terá um perfil e experiência diferente de acordo com o tempo de atuação no mercado (DOLABELA, 2008, p.23).

O próximo item apresenta a metodologia utilizada na pesquisa.

3. METODOLOGIA

A pesquisa realizada foi caracterizada como descritiva que é indicada quando o objetivo é obter informações sobre as características de um problema ou de uma questão, pois “descreve o comportamento dos fenômenos” (COLLIS; HUSSEY, 2005, p. 24).

A abordagem foi qualitativa. A unidade de observação se constituiu de mulheres empreendedoras residentes na cidade de Belo Horizonte, que deveriam ser donas ou sócias da empresa, para que fosse possível analisar seu conhecimento anterior e atual sobre gestão, bem como

avaliar seus desafios frente ao negócio. A escolha das respondentes foi por facilidade de acesso, isto é, “os participantes são escolhidos por estarem disponíveis” (FREITAS *et al.*; 2000, p. 106). As primeiras respondentes foram empreendedoras conhecidas da pesquisadora e as outras foram indicadas pelas primeiras.

O roteiro de entrevistas foi composto de questões ressaltadas na literatura, visando atingir o objetivo geral e os objetivos específicos da pesquisa, abordando perguntas referentes à história de vida das mulheres, características empreendedoras, desafios enfrentados e os fatores que as levaram à opção de empreender. Utilizou-se a metodologia história de vida, que é uma modalidade do estudo qualitativo e trabalha com a “estória ou relato de vida”, narrada por quem a viveu, pois aqui interessava o ponto de vista do sujeito, interpretado por ele mesmo. As mulheres foram incentivadas a relatar a sua própria história, os fatores que as levaram a se tornar empreendedoras, quais as características mais presentes na vida dessas mulheres que empreendem e também incentivadas a relatar as facilidades e as dificuldades nessa jornada e como o negócio foi criado (SPINDOLA; SANTOS, 2003, p. 121).

Para a análise dos dados foi utilizada a ferramenta análise de conteúdo proposta por Bardin. “Análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (BARDIN, 2011, p. 24).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

As mulheres pesquisadas são na maioria, casadas, mães, possuem curso superior, somente uma das empreendedoras possui filhos com idades que ainda exigem mais atenção. São apaixonadas pelo trabalho e pelas empresas que constituíram. Esse grupo de empreendedoras fica muito próximo do perfil revelado em outras pesquisas sobre empreendedorismo feminino, realizadas anteriormente por autores como Jonathan (2011), Machado *et al.* (2003), Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008) e Boaventura(2010).

A formação acadêmica desse grupo de empreendedoras pesquisado foi de 11 mulheres com curso superior, sendo duas com pós-graduação *Master in Business Administration* (MBA), e duas com mestrado em administração na área de planejamento estratégico e outra com mestrado em Odontologia na área de lazer aplicado em Odontologia.

Para melhor caracterizar o grupo de entrevistadas, estas foram identificadas como E01 a E16.

4.1 História de Vida

Onze empreendedoras iniciaram seus negócios com algum membro da família (pai, irmã, irmão ou marido), exceção para a entrevistada E07, que iniciou a fábrica de embalagens junto com um amigo. Machado *et al.* (2003) afirmam em suas pesquisas que a maioria das empreendedoras começam seus negócios em sociedade, o que foi confirmado por esta pesquisa.

Mesmo tendo sócios, observou-se que as empreendedoras têm poderes de decisão em todas as áreas estratégicas de suas empresas. Resultado muito próximo dos achados de Nunes (2006), com 75% das empreendedoras respondendo que também têm poder de decisão em todas as áreas da organização.

As empreendedoras preocupam-se em gerar o desenvolvimento e o crescimento da comunidade ao redor da empresa e os depoimentos demonstram também o cuidado das mesmas com o desenvolvimento dos seus colaboradores e a atenção para não repetir os erros percebidos e muitas vezes vivenciados quando eram empregadas. As oportunidades de trabalho são sempre oferecidas inicialmente para as pessoas próximas com as quais essas mulheres já têm algum vínculo. Normalmente, as mulheres são mais comunicativas, são mais relacionais e menos individualistas, buscando, portanto, criar um ambiente mais amigável no trabalho.

É comum na história de vida de pessoas de sucesso encontrar modelos empreendedores na família, principalmente entre os pais e as pessoas mais próximas (MACHADO *et al.*; 2003). Nesse grupo pesquisado encontram-se as empreendedoras E15, E09 e E12, que tiveram exemplos de modelos empreendedores na família desde cedo, com exemplos simples vindos de seus pais, estimulando a criação de seus próprios negócios. No entanto, ter esses modelos não assegura o sucesso no mundo dos negócios.

O pai da empreendedora E15 é um grande empresário da área de educação e sempre se constituiu como modelo para a filha. A empreendedora narra, durante a entrevista, que semanas antes de abrir a sua primeira loja o pai foi visitá-la e a fez ver vários pontos importantes que ela estava deixando passar durante a reforma, exatamente os aspectos intangíveis e aqueles ligados à visão de longo prazo.

A ocupação das mães é predominantemente do lar, mais ainda assim foram modelos de empreendedorismo para as filhas. No entanto, é interessante perceber que as atividades escolhidas por essas empreendedoras nada têm a ver com as atividades dos pais, pelo contrário, são bem diferentes das exercidas por eles, como também ocorreu na pesquisa de Machado *et al.* (2003).

No caso da pesquisa em análise, três empreendedoras vieram da iniciativa privada: E01, E02 e E07. A experiência anterior vivida em outras empresas, segundo se apurou, ajudou na condução dos negócios. Novamente se confirmam as observações de Machado *et al.* (2003), quando as

autoras argumentam que outro aspecto importante na história de vida das empreendedoras é a experiência anterior de cada uma antes de iniciar o negócio.

A empreendedora E02 utilizou seus conhecimentos e gosto pela música, mais toda experiência em marketing e organização de eventos para rapidamente montar a sua escola de música. A empreendedora E07 menciona que havia possibilidades de carreira em um banco, mas percebeu que os trabalhos rotineiros eram muito pouco para sua ambição e capacidade.

A empreendedora E01 produzia as peças da coleção, mas a produção final era realizada por outra empresa. Esse processo não era mais satisfatório. Hoje todo o processo é feito em seu ateliê, local, inclusive, onde aconteceu a entrevista para este trabalho, da idealização até a criação final:

No caso das empreendedoras E04 e E05, há que se considerar a utilização de seus conhecimentos adquiridos ao longo da vida profissional vivenciada anteriormente para utilizá-los na abertura de seus negócios. A empreendedora E04 saiu do local onde trabalhava e montou sua própria estrutura, ampliando ainda mais os serviços especializados na área de beleza e estética feminina a serem oferecidos às suas clientes.

[...] É eu tive muito incentivo, já que eu trabalhava atendendo clientes nos outros horários, quando eu não estava nas, nas empresas que eu trabalhei, né, fazendo essa parte da beleza, e o incentivo das clientes me levaram a ter meu próprio negócio (E04).

A empreendedora E05, após se formar em Faculdade de Publicidade e Propaganda e considerando que o salário que receberia no mercado de trabalho não seria o desejado, voltou-se para a sua habilidade de costura, sempre sua segunda profissão, tornando-a efetivamente sua fonte de renda, de satisfação pessoal e profissional. Criou, assim, a sua própria empresa, que atualmente é o seu ateliê de roupas finas sob medida, que, inclusive, tem o seu nome.

De acordo com estudo de Machado *et al.* (2003), algumas mulheres permanecem nos seus empregos até o momento em que julgam adequado se desligarem e irem definitivamente para a direção da sua empresa. E foi exatamente o que fez a empreendedora E16, que trabalhava como secretária em uma instituição pública e foi levando paralelamente emprego e empresa, até o momento em que apareceu a oportunidade da demissão voluntária. Quase de forma similar, a empreendedora E11 organizou o seu empreendimento na área de agronegócio em sociedade com o irmão, mas não pretende, no momento, deixar a iniciativa privada, onde faz carreira e se realiza profissionalmente:

As demais empreendedoras - E03, E06, E08, E10, E13 e E14 - vieram das mais diferentes áreas e experiências profissionais. Elas eram: domésticas, vendedoras, profissionais autônomas e também empresárias de outras áreas. Iniciaram seus empreendimentos sem conhecimento anterior

do negócio a ser montado, algumas sem experiência e sem a referência de um modelo de empreendedorismo ao seu redor, e finalmente a empreendedora E03, sem qualquer experiência empresarial, se viu obrigada a assumir a empresa em sociedade com o marido.

O uso de um dom especial, o prazer de cozinhar, levou a empreendedora E13 inicialmente a montar em sociedade com a tia um *buffet*. O negócio não prosperou e, então, partiram para o restaurante, onde seu talento pôde ser amplamente utilizado. E, segundo a empreendedora, vem produzindo bons resultados:

[...] Sempre para tentar melhorar a renda. Então eu falei assim, era um dom, né, que quase todos da minha família têm que é gostar de cozinhar, e de cozinhar bem, e aí eu falei assim: “Ah não, vou ganhar um dinheirinho com esse dom” (E13).

A liberdade de poder fazer seu próprio horário, ter tempo para a filha e saber que está produzindo para si mesma são, de acordo com a empreendedora E14, os motivos que a levaram a empreender.

A melhoria da qualidade de vida e o resgate da autoestima levaram a empreendedora E10 a mudar o seu destino e caminhar para a criação de seu empreendimento, quando contou com o apoio de sua família: “[...] Muitos sofrimentos por onde passei muitas humilhações, por mais que eu fizesse o trabalho bem feito” (E10).

4.2 Desafios e fatores determinantes

Quando consultadas sobre a fonte de recursos iniciais para a abertura da empresa, tem-se que 75,0% das empreendedoras utilizaram os próprios recursos para iniciar os seus negócios. Normalmente, quando os recursos são próprios, os valores são mais baixos, o que acaba sendo um fator limitante para o crescimento da empresa nesse primeiro momento.

[...]Eu comecei o meu primeiro negócio com R\$ 5.000,00, recurso próprio, cinco mil reais, é... Hoje eu tenho quatro, cinco filiais (E06).

As empreendedoras E08 e E10 buscaram recursos com a família, da mesma forma que a empreendedora E15 que pediu antecipação de sua herança, e a empreendedora E03 buscou recursos junto a amigos para salvar a empresa.

Outro fato que foi revelado durante a pesquisa é o tratamento diferenciado que as instituições financeiras oferecem às mulheres quando elas comparecem sozinhas para solicitar empréstimos ou financiamentos ou mesmo quando percebem que são essas mulheres as responsáveis pela gestão do negócio. “[...] eu observo que toda vez que eu peço um apoio do meu marido que não trabalha na área, que não entende nada da área, ele tem uma negociação melhor com os fornecedores” (E04).

Também a empreendedora E05 identificou que em todos os momentos em que há necessidade de negociações, principalmente financeiras, o mundo se torna desigual em relação às mulheres:

[...] o mundo recebe melhor o homem do que a mulher, não tenha dúvida disso! Eu tive essa experiência na minha vida o tempo inteiro! É... mesmo que você, que você não mande seu marido na frente ou o seu sócio na frente, mas você diga que ele existe, o mundo te trata diferente! Isso não tenha dúvida, eu tenho uma experiência disso! Quando eu precisei do empréstimo, quando eu fui financiar meu apartamento, eu tive essa experiência, entendeu? Isso é, e muita gente vai falar que não existe, porque o mundo está diferente! Mentira, entendeu? As pessoas não sabem disso porque às vezes elas não são tão sozinhas quanto eu fui a vida inteira! (E05).

Em pesquisa realizada por Machado (2012) junto a 14 empreendedoras de empresas nascentes com características inovadoras, no Rio de Janeiro, algumas participantes reconheceram haver discriminação e tratamento diferenciado em relação às mulheres por empresas de serviços e instituições financeiras, como, por exemplo, os bancos.

O desconhecimento sobre finanças, gestão financeira, fluxo de caixa e estoques foram itens que dificultaram o sucesso das empresárias aqui pesquisadas e limitaram o crescimento de suas empresas. As pesquisas realizadas por Machado *et al.* (2003) evidenciaram que normalmente os homens possuem mais conhecimentos gerenciais e que experiência anterior em negócios faz diferença na condução da empresa. [...] *Porque eu não tinha conhecimento nenhum de gestão. Eu tinha formado em magistério e iniciado o curso de Psicologia, então não tinha nada a ver, né? (E03).*

Quando perguntadas se foi elaborado um plano de negócio, encontraram-se as seguintes posições: empreendedoras que fizeram e utilizaram esse plano para a gestão do negócio; empreendedoras que fizeram e o usaram como orientador; empreendedoras que não fizeram e empreendedoras que nem mesmo sabiam o que era um plano de negócio. As empreendedoras revelam, ainda, que uma das grandes dificuldades enfrentadas se refere à busca de fornecedores, que no primeiro momento somente oferecem matéria-prima com pagamento à vista e às vezes nem mesmo garantem as primeiras entregas.

As facilidades detectadas nas entrevistas estão relacionadas ao amor pelo negócio, à determinação, à autoconfiança e ao fato de cada empreendedora acreditar em si mesma. O ato de empreender permite às mulheres resgatar a sua realização pessoal e profissional e o seu bem-estar consigo mesma. Esse bem-estar pessoal permite que conduza a sua vida familiar de forma equilibrada:

A família, aliás, é um dos grandes facilitadores da vida das empreendedoras a partir do momento em que cuidam da casa, dos filhos e é o apoio necessário nos momentos difíceis. Para algumas empreendedoras, também são as pessoas que incentivaram a criação da empresa, inclusive

com o financiamento para as primeiras negociações. A confiança dos clientes, a implantação do Simples Nacional e às vezes a pouca concorrência no setor, foram outras facilidades citadas, aliadas sempre à vontade, à persistência e à busca incansável dessas mulheres pela satisfação pessoal e conciliação de família, empresa e qualidade de vida.

4.3 Características das empreendedoras

A partir de uma lista de características obtidas em estudos de autores encontrados na literatura pesquisada por Schwerz e Silveira (2010), Gebran e Nassif (2010), Campi, Takakura Jr. e Castro (2010) e Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008), Boaventura (2010), as empreendedoras foram incentivadas a escolher aquelas que consideram ser características empreendedoras e que fossem características que, com certeza, possuíam.

As mais escolhidas pelo grupo pesquisado em ordem de escolhas foram: responsabilidade (15); identificação com seu empreendimento (14); dedicação (14); apaixonada (13); fazer o que gosta (13); honestidade (13); otimismo (12); determinação (10); e busca de aperfeiçoamento (10).

Da mesma forma, com base na mesma lista apareceram as características menos presentes no grupo em ordem decrescente na opinião das empreendedoras: falta de controle interno, de habilidade de liderança, de criatividade, de ambição e de foco; como também ausência da tendência a correr riscos, do poder de persuasão e da autoconfiança.

Como as mulheres aqui pesquisadas, também Boaventura (2010, p. 109) encontrou em sua pesquisa com mulheres de um grupo de moda em Belo Horizonte que “coragem, determinação, persistência e ousadia” foram termos utilizados pelas empreendedoras mineiras para se avaliarem na condução de seus negócios. Elas têm orgulho pelo trabalho que realizam, pelo trabalho e renda que geram e são admiradas por isso.

Quanto à habilidade de liderança, as empreendedoras pesquisadas são mulheres fortes, mas com tendência maior a agradar e criar um ambiente agradável aos empregados, dividindo informações e o poder. Além disso, as estruturas das empresas são pequenas, não permitindo hierarquias muito burocratizadas, em que o exercício do poder e da liderança não são exigidos com muito rigor, razão pela qual essa característica talvez não tenha sido uma das mais assinaladas.

Ainda foi perguntado às empreendedoras, no decorrer da entrevista, quais as características marcantes que possuíam quando começaram a empreender e obteve-se resultado bem diferente do inicial. As respostas são muito mais variadas e não há características marcantes, como na marcação de uma lista predeterminada. A lista apresenta-se assim configurada: Iniciativa, criatividade e coragem. Depois, tendência a correr riscos, busca de oportunidades, autoconfiança, persistência,

determinação e independência aparecem cada uma com duas citações. E por último, com somente uma citação, aparecem: conhecimento de mercado, correr atrás de desafios, responsabilidade, preocupação com o outro, vontade, decisão, paixão pelo negócio, audácia, disciplina e motivação.

Outro item que esta pesquisa interessou levantar referiu-se a quais características tiveram que ser desenvolvidas ao longo do trabalho como empreendedora. Novamente os resultados foram diferenciados. Apareceram com quatro citações as características de habilidade com pessoas e paciência. Confiança e coragem com duas citações. E apareceram também organização, visão de mercado, iniciativa, versatilidade, ambição, coragem de assumir riscos mais altos, motivação, independência, habilidade de liderança, habilidade de negociação, tornar-se mais racional, conhecer do negócio, conhecer do mercado, perseverança.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi verificar como aconteceu o processo de empreendedorismo, a história de vida, as características empreendedoras e desafios enfrentados por um grupo de empresárias na cidade de Belo Horizonte.

Ter sua própria empresa proporciona às mulheres reconhecimento da sua capacidade, reconhecimento social e a construção de sua identidade como mulher e pessoa. Elas se tornam parte de algo maior, de sua própria construção, criam um mundo à sua volta e à medida que as empresas crescem, eleva-se também a autoestima. O exercício do empreendedorismo permite às mulheres vivenciar momentos de intensa realização profissional, satisfação e bem-estar consigo mesmas.

Os principais desafios encontrados para o gerenciamento das empresas estão relacionados à falta de conhecimento sobre gestão de negócios e conhecimentos sobre gestão financeira. Outros motivos são a falta de capital de giro e o acesso ao crédito, que acaba levando a sérios problemas financeiros. A falta de profissionais qualificados e a dificuldade de exercer a liderança também aparecem.

A pesquisa mostrou ainda, que as características pessoais mais citadas pelas mulheres participantes foram: responsabilidade; identificação com o seu negócio; dedicação; são apaixonadas; fazem o que gostam; são honestas; otimistas; e determinadas. São traços importantes para a abertura e manutenção de um negócio nesse cenário de tantas mudanças.

Por outro lado, foi identificada a necessidade destas empresárias desenvolverem características como: controle interno; habilidade de liderança; tendência a correr riscos; poder de persuasão; criatividade; ter foco; ambição; e autoconfiança. Essas características se tornam

importantes para a empreendedora, principalmente à medida que a estrutura organizacional e hierárquica da empresa vai crescendo.

Os fatores que levaram esse grupo de empresárias a empreender foram a busca por autonomia e independência financeira, qualidade de vida e flexibilidade de horários para dedicar às filhas e à saúde. Ainda são fatores motivadores a busca pela liberdade de criar, a oportunidade e a necessidade de criação de emprego para membros da família e a garantia de um futuro melhor e a necessidade de sobrevivência da família.

O trabalho procurou contribuir para o entendimento do mundo do empreendedorismo feminino, especialmente de um grupo de mulheres de Belo Horizonte, um universo rico de informações sobre as principais características desenvolvidas e mesmo sobre as características a serem desenvolvidas pelo grupo de empresárias, como também dificuldades, facilidades e os desafios vividos. Espera-se também contribuir para a criação de material didático que possa ser aplicado na educação e no desenvolvimento do perfil empreendedor de mais mulheres, incentivando o seu aprimoramento profissional e gerencial, além da divulgação do tema devido à relevância da participação das empreendedoras como geradoras de renda e emprego na sociedade.

Cada uma delas se tornou empreendedora por um motivo distinto, mas em todos se encontram determinação, coragem, ousadia, força de vontade, humildade para reconhecer erros e recomeçar e o acentuado desejo de ter o controle de sua própria vida.

É necessário reconhecer que o estudo qualitativo realizado junto à população de 16 empreendedoras estudada impede a generalização de resultados, ficando como sugestão para próximas investigações que a partir das características empreendedoras levantadas por esse grupo sejam feitas pesquisas quantitativas para analisar a sua confirmação ou não como perfil das mulheres empreendedoras desta cidade.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trad.). São Paulo: Edições 70. 2011.

BOAVENTURA, M. G. **Gênero e empreendedorismo: mulheres empreendedoras no setor de moda em Belo Horizonte**. Dissertação de mestrado, Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, MG, Brasil. 2010.

CAMPI, M.E.; TAKAKURA JÚNIOR, F.K.; CASTRO, L.T.E. Empreendedorismo feminino: o caso da Associação “Viva a Vida” em Tiete – Estado de São Paulo. **Anais...** Seminários em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 13. 2010.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. (2005). **Pesquisa em Administração:** um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. (2a ed., L. Simonini). Porto Alegre: Bookman. 2005.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa.** Rio de Janeiro: Sextante. 2008.

FERREIRA, M.P.; SANTOS, J.C.; SERRA, F.A.R. **Ser empreendedor:** pensar, criar e montar uma nova empresa. São Paulo: Saraiva. 2010.

FILION, L.J.; DOLABELA, F. **Boa ideia! E agora?** São Paulo: Cultura Editores Associados. 1999.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, v. 35, n. 3, 105-112. 2000.

GEBRAN, M.E. NASSIF, V.M.J. Empreendedorismo feminino: em um mundo masculinizado, como as mulheres conquistam seu espaço? **Anais...** Seminários em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 13. 2010.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2006:** relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2007.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2008:** relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2009.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2010:** relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2011.

GONÇALVES, V.; BERGANO, S. (2009). Empreendedorismo feminino: uma proposta de e-learnig. Instituto Politécnico de Bragança. **Anais...** Congresso Bragança, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 10. 2009.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P. **Empreendedorismo**. (5a ed., L. B. Ribeiro, Trad.). Porto Alegre: Bookman. 2004.

JONATHAN, E.G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, n. I, 65-85. 2011.

JONATHAN, E.G.; SILVA, T.M.R. Empreendedorismo Feminino: Tecendo a Trama de Demandas Conflitantes. **Psicologia & Trabalho**, v. 19, n. 1,77-84, jan/abr. 2007.

MACHADO, F.B. Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. **Anais...** Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 36. 2012

MACHADO, H.V.; ST-CYR, L. MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2. 2003.

NUNES, J.L.F. **O empreendedorismo feminino e o estilo de liderança no Conselho da Mulher Empreendedora da Associação Comercial de Minas Gerais.** Dissertação de mestrado, FEAD-MINAS, Belo Horizontes, MG, Brasil. 2006.

SCHWERZ, M.M.G.; SILVEIRA, A. (2010, setembro). O que significa sucesso pessoal e em organizações? a visão de mulheres que empreendem em micro e pequenas empresas no extremo oeste de Santa Catarina. **Anais...** Seminários em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 13. 2010

SILVA, A.V. **Como empreendedores sociais constroem e mantêm a sustentabilidade de seus empreendimentos.** Dissertação de mestrado. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. FGV, Rio de Janeiro, 2009.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A.B.C.T.; HOELTGEBAUM, A. Empreendedorismo feminino: características, considerações, e entendimentos de mulheres gerentes de micro e pequenas empresas de Santa Catarina, Brasil. **Anais...** Seminários em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 11. 2008.

SPINDOLA, T.; SANTOS, R.S. Trabalhando com a história de vida: percalços de uma pesquisa(dora?). **Revista Escola Enfermagem USP**, v. 37, n. 2, 119-26. 2003.