



Perfil do Empreendedor Feminino: Um Estudo de Caso no Município de Nossa Senhora da Glória e Itabaiana - Se

Lícia da Silva Gonçalves de Moura Barreto¹
Uisla Aniele Andrade Feitosa²
Érica Emília Almeida Fraga³
Cleide Ane Barbosa da Cruz⁴

Divisão Administração – Tema 1 – Marketing, Inovação e Empreendedorismo

RESUMO

A globalização vem fomentando um expressivo surgimento de novos empreendedores, cuja participação das mulheres vem crescendo significativamente. O objetivo desta pesquisa foi identificar o perfil das mulheres empreendedoras dos municípios de Nossa Senhora da Glória e Itabaiana – SE. A metodologia aplicada classifica-se como aplicada; no que trata dos objetivos compreende-se como descritiva e exploratória; quanto a abordagem quantitativa; no que diz respeito aos procedimentos, bibliográfica, de estudo de caso e de campo. No que concerne ao instrumento de levantamento dos dados, foi utilizado o questionário contendo 12 perguntas fechadas e aplicado a uma amostra de 25 empreendedoras em cada município pesquisado, perfazendo um total de 50 empreendedoras. Os dados foram exportados para o software *Excel* 2013, cujos resultados foram apresentados na forma de figuras para discussão foco da pesquisa. Os resultados mostraram que a maioria das pesquisadas são jovens e que possuem ensino superior completo. No entanto, algumas possuem apenas ensino fundamental e médio, o que mostra a desvinculação do grau de ensino com o espírito empreendedor. Além disso, percebeu-se que a maioria atua no setor de comércio (diferentes segmentos), mostrando que este ramo vem crescendo consideravelmente. Com relação ao tempo de existência da empresa, grande parte dos negócios possuem mais de 10 anos no mercado. As pesquisadas ainda destacaram que realizaram algum tipo de planejamento, evidenciando assim a busca por informações prévias ante a abertura de seus negócios. Ainda se tratando delas, a maioria enfatizou que não teve dificuldades para empreender.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Negócio; Planejamento.

INTRODUÇÃO

Atualmente, no Brasil e no mundo, um dos assuntos que vem sendo discutido profundamente é o empreendedorismo. A globalização vem fomentando um expressivo surgimento de novos empreendedores, cuja participação das mulheres vem crescendo

¹ Estudante do curso de Bacharel em Administração da Universidade Tiradentes – Campi Itabaiana. E-mail: licia_vitoriafebar@hotmail.com

² Estudante do curso de Bacharel em Administração da Universidade Tiradentes – Campi Itabaiana. E-mail: ani.andrade18@yahoo.com.br

³ Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual (UFS). Professora do Curso de Administração da Universidade Tiradentes (UNIT). E-mail: fragaerica@hotmail.com

⁴ Doutoranda e Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual (UFS). E-mail: cleideane.barbosa@bol.com.br



significativamente.

É importante ressaltar que a noção de empreendedorismo envolve pessoas que geram ou aproveitam oportunidades na sociedade, e por meio disso, desenvolvem uma atividade econômica que cria valor para si e também para a sociedade (CARREIRA et al., 2015).

Nos últimos tempos a mulher vem conquistando seu espaço no mercado de trabalho. Buscando oportunidades ou até mesmo pensando em ter seu próprio negócio, delineando um novo capítulo na história do empreendedorismo feminino no Brasil, mostrando sua grandeza e destacando-se cada vez mais nos diversos setores da economia. Elas estão no comércio, na indústria, na prestação de serviços e negócios digitais, mostrando que o empreendedorismo não é exclusividade masculina.

Percebe-se que as mulheres vêm alcançado mais espaço em diferentes áreas profissionais e isso também vem acontecendo no campo do empreendedorismo (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

O empreendedorismo feminino segundo dados de Greco (2017) a partir da pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor em 2016 percebeu-se que 51% dos novos empreendedores iniciais são mulheres. Em se tratando do Nordeste, a participação das mulheres é expressivamente superior à dos homens no grupo de empreendedores iniciais. Sergipe é o estado com maior percentual de mulheres comandando uma empresa (SEBRAE, 2017).

Mesmo com esse crescimento as empreendedoras ainda sofrem com a falta de oportunidades, excesso de burocracia, preconceito, entre outros obstáculos que as impedem de melhorar seus negócios. Porém, isso não é motivo para as fazerem desistir, pelo contrário, essas barreiras dão a estas mulheres mais determinação para buscar seus sonhos e objetivos, tal como em poder contribuir no desenvolvimento das comunidades as quais estão inseridas.

Em meio às transformações geradas pela crise econômica no Brasil, como o desemprego e falta de investimento por parte dos empresários, uma das saídas que as brasileiras têm buscado e encontrado é o empreendedorismo. Seja pela falta de uma renda ou identificação de novas ideias de negócio, empreender nos últimos anos está em ascensão no país.

Esta pesquisa se justifica dada a sua possível contribuição para as comunidades científicas e empresarial, no que diz respeito a importância de se identificar, analisar e ressaltar, o perfil do empreendedor feminino, cuja suas decisões empreendedoras, influenciam diretamente na economia dos municípios estudados.

Portanto, o objetivo deste artigo foi identificar o perfil das mulheres empreendedoras dos municípios de Nossa Senhora da Glória e Itabaiana – SE.

EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo foi uma atividade estritamente masculina até algumas décadas atrás, quando surgiu a necessidade de se feminizar tais atividades. Assim sendo na sociedade contemporânea o interesse pelo tema vem se acentuando cada vez mais.

Esse fenômeno foi um dos fatores fundamentais que permitiram o nascimento e desenvolvimento do empreendedorismo feminino no mundo dos negócios, o que, devido aos avanços promovidos pelo empreendedorismo, não poderia deixar de ser notável tal expansão (FERNANDES; CAMPOS; SILVA, 2013).

Ainda, a nova economia tem demandado atributos femininos, que vão desde maior capacidade de relacionamento e aprendizado até o respeito à intuição inteligência emocional. Porém, entende-se que as mulheres à frente de organizações enfrentam muitos desafios na gestão de seus negócios, pois empreender não é uma tarefa fácil (PETERS, 2004; BOMFIM; TEIXEIRA, 2015).



No entanto, para Fernandes, Campos e Silva (2013), o talento feminino tanto se desponta na produção das fábricas, na prestação de serviços, quanto na área do empreendedorismo. Entre os fatores que têm colaborado para essa presença feminina no mundo dos negócios estão: a) as transformações estruturais da economia; b) o grau de escolaridade das mulheres cada vez maior; c) as indigências ou necessidades; d) além da identificação de uma oportunidade de desenvolvimento na área profissional a qual já está inserida ou pretenda se inserir.

Além disso, nos últimos anos vem se observando que o número de jovens empreendedoras que iniciam seus próprios negócios ainda cursando uma faculdade vem aumentando, principalmente em relação a universidades que possuem programas voltados ao empreendedorismo (CARREIRA et al., 2015).

METODOLOGIA

Esta pesquisa intitula-se quanto à natureza como aplicada; no que trata dos objetivos compreende-se como descritiva e exploratória; quanto a abordagem intitula-se quantitativa; no que diz respeito aos procedimentos, bibliográfica, de estudo de caso e de campo. No que concerne ao instrumento de levantamento dos dados, foi utilizado o questionário contendo 12 perguntas fechadas e aplicado a uma amostra de 25 empreendedoras em cada município pesquisado, perfazendo um total de 50 empreendedoras dos municípios estudados. Os dados foram compactados e exportados para o software *Microsoft Office Excel* 2013, com o propósito de melhor estruturá-los. Os resultados encontrados foram apresentados na forma de figuras para discussão foco da pesquisa.

RESULTADOS

Esta seção destaca os resultados encontrados através de questionários aplicados a empreendedoras presentes no Municípios de Nossa Senhora da Glória e Itabaiana.

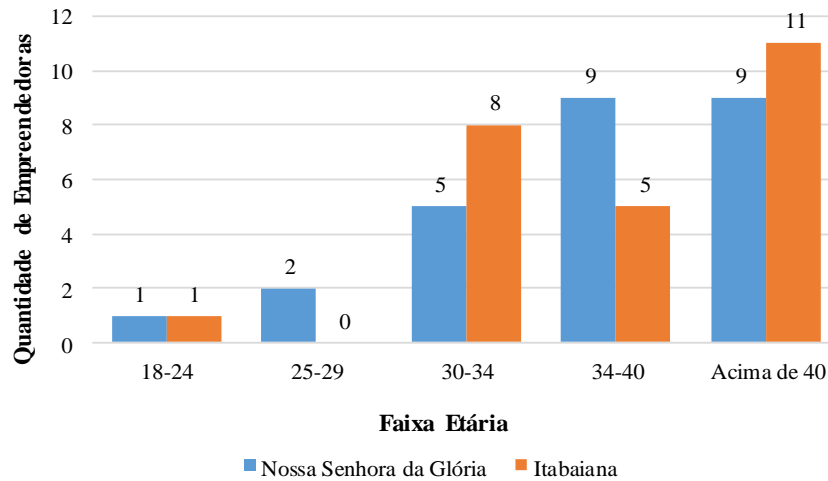
Perfil Socioeconômico

A Figura 1 apresenta a faixa etária das empreendedoras entrevistadas. Percebeu-se que em Nossa Senhora da Glória a maioria das pesquisadoras, 69%, possui entre 34 a 40 anos e mais de 40 anos. Já as de Itabaiana tem em sua maioria idade entre 30 a 34 anos e acima de 40 anos, respectivamente 76% das empreendedoras. Em complemento, ao analisar a pesquisa GEM (2016) observa-se que a maioria dos empreendedores, 22,9% tem idade entre 25 a 34 anos (GRECO, 2017).

Esses dados revelam que são poucas as empreendedoras jovens nas regiões analisadas e que há concentração de pessoas com uma maior idade desenvolvendo seus próprios negócios.



Figura 1 – Faixa Etária das Empreendedoras



Fonte: Autoria Própria, 2017.

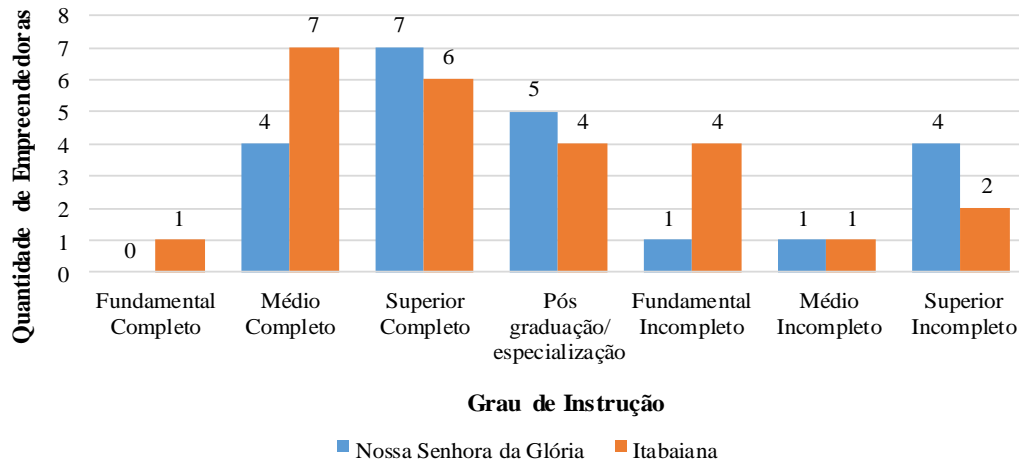
A Figura 2 destaca que em Nossa Senhora da Glória, 32% das empreendedoras possuem Ensino Superior Completo, enquanto em Itabaiana 28% possuem o Médio Completo e 24% possuem o Ensino Superior Completo. A pesquisa também mostrou que nenhuma das pesquisadas não tem algum tipo de grau de instrução, porém, alguns dados foram relevantes como 5 delas somente tem o Fundamental Incompleto.

Comparando esses dados com a GEM (2016), observa-se que essa pesquisa mostrou que ainda a pós-graduação não apresenta expressividade nos negócios do Brasil, sendo que a GEM apresentou 22,9% com experiência na pós-graduação (GRECO, 2017), mostrando que ainda é necessário incentivo a qualificação profissional.

Porém, essas informações remetem a compreender que não importa o grau de instrução que se tenha, se você deseja montar seu próprio negócio, seja por necessidade ou oportunidade, pode se conseguir, visto que na pesquisa encontrou-se desde empreendedoras com baixo nível de instrução até aqueles que já possuem alguma especialização.



Figura 2 – Grau de Instrução das Empreendedoras



Fonte: Autoria Própria, 2017.

Perfil Empreendedor

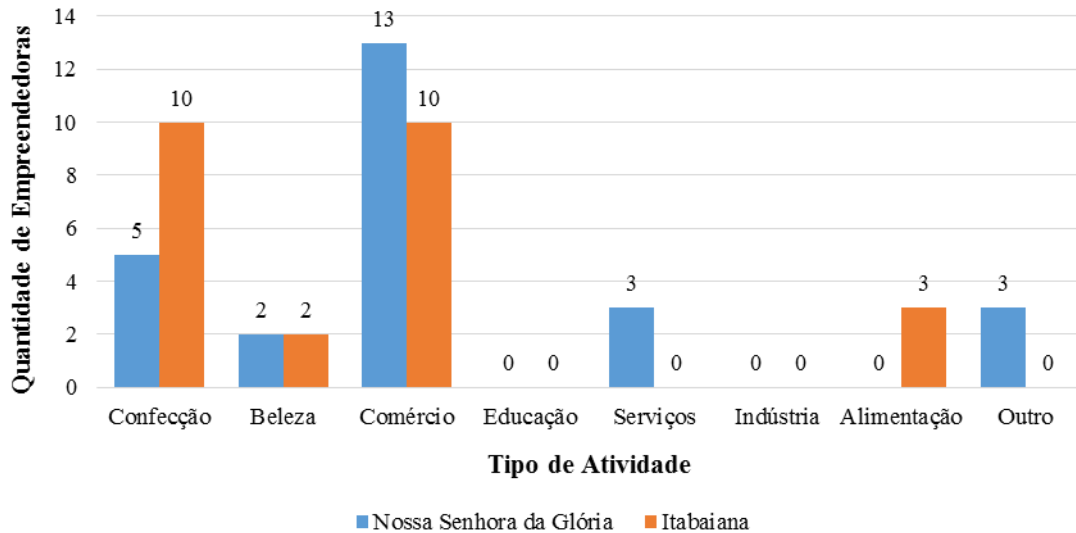
A Figura 3 traz que a maioria das entrevistadas em Nossa Senhora da Glória, 50%, tem como atividade o comércio, enquanto que em Itabaiana 80% atuam com confecção e comércio.

Percebe-se, também, que as empreendedoras não atuam em atividades relacionadas a educação e a indústria, porém, atuam em atividades menores como comércio, confecção, beleza, serviços, alimentação, entre outros.

Ao comparar os dados com a GEM (2016), percebeu-se que no Brasil a maioria 24% iniciam suas atividades na Indústria de transformação (GRECO, 2017), porém, no caso dessa pesquisa, o comércio e a confecção obtiveram maior ênfase, visto que nos municípios analisados, tais atividades se configuram com maior representatividade, o que favorece o surgimento de mais negócios nesses ramos de atuação.



Figura 3 – Tipo de Atividade do Negócio

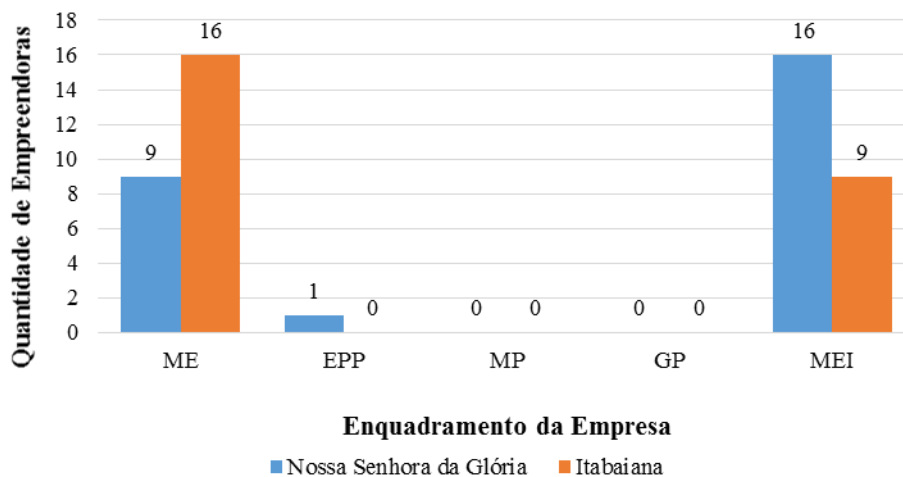


Fonte: Autoria Própria, 2017.

Por sua vez, a Figura 4 enfatiza que as empreendedoras em Nossa Senhora da Glória têm suas empresas enquadradas como Microempreendedor individual, ou seja, 61%, enquanto em Itabaiana, os negócios estão enquadrados como Microempresa, 64%. Apenas uma é Empresa de pequeno porte, e nenhuma empresa foi enquadrada como Médio e Grande Porte.

Isso mostra que as empreendedoras pesquisadas possuem micro pequenos negócios, sendo que estes negócios podem crescer e se tornar futuramente empresas de médio e grande porte, dependendo do segmento de atuação.

Figura 4 – Enquadramento da Empresa



Fonte: Autoria Própria, 2017.

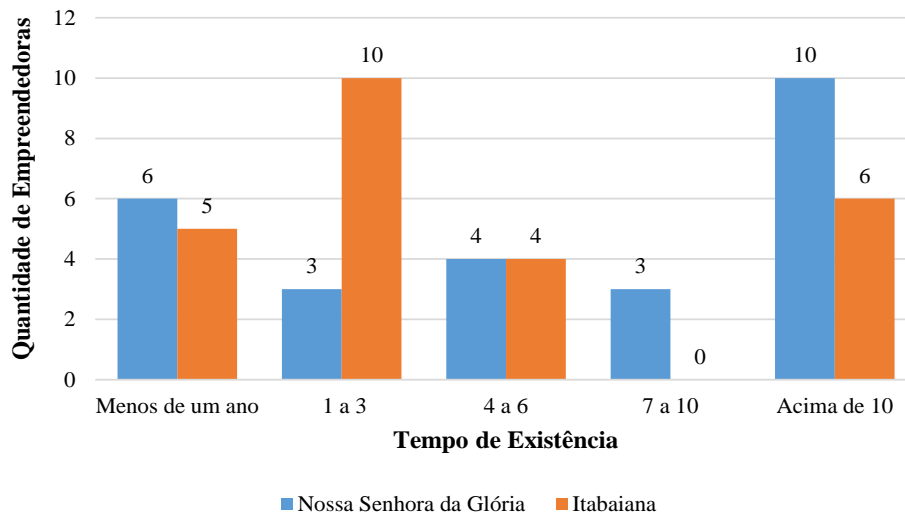
Em relação a Figura 5, percebe-se que a maioria das empreendedoras de Nossa Senhora da Glória, 38%, tem seus negócios com mais de 10 anos, enquanto as de Itabaiana, cerca de 40%, tem seus empreendimentos entre 1 e 3 anos.

Foi interessante visualizar, também, que 23% das pesquisadas de Nossa Senhora da



Glória e 20% das de Itabaiana possuem seus negócios com menos de um ano, mostrando assim, que estas criaram seus negócios recentemente. Seja pela necessidade ou pela oportunidade, estas possuem o desejo genuíno de arriscar e montar seu próprio empreendimento.

Figura 5 – Tempo de Existência da Empresa



Fonte: Autoria Própria, 2017.

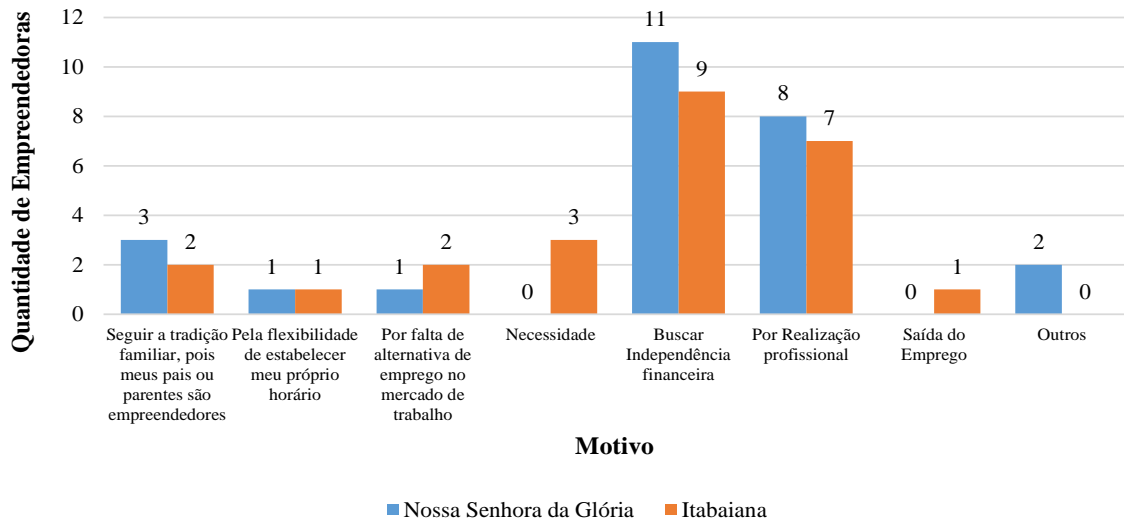
A Figura 6 enfatiza que o motivo que impulsionou o empreendedorismo destas empreendedoras, em sua maioria, foi a busca pela independência financeira e pela realização profissional. Em Nossa Senhora da Glória configura-se o número de 42% e, em Itabaiana, 36% empreendedoras foram motivadas pela independência financeira.

Em se tratando da motivação pela realização profissional, em Nossa Senhora da Glória perfazendo-se o número de 31%, e, em Itabaiana, 28%. Porém, apenas três destacaram que foram motivadas pela necessidade, mostrando dessa forma que existem diferentes motivações para se montar um empreendimento e se tornar um empreendedor. Nesta pesquisa, em particular, evidenciou-se que a maioria das empreendedoras dos municípios pesquisados se tornaram empreendedoras na busca de se tornarem independentes financeiramente.

Ainda conforme Machado (2012), há outras motivações como, por exemplo, os obstáculos existentes nas organizações, que repetidamente impossibilitam o crescimento na carreira das profissionais e a probabilidade de auto realização da mulher empreendedora.



Figura 6 – Motivo que Impulsionou o Empreendedorismo

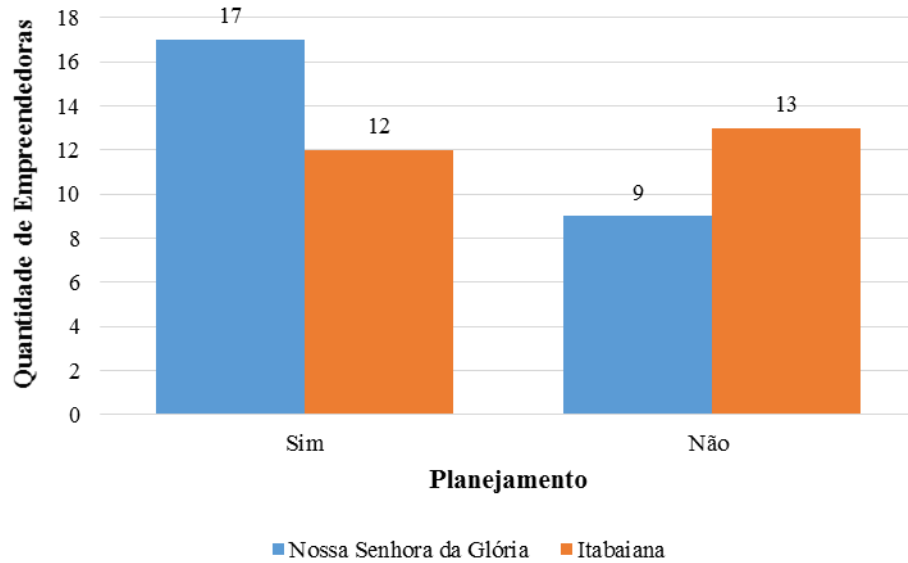


Fonte: Autoria Própria, 2017.

A Figura 7 destaca que a maioria das pesquisadas, 65%, de Nossa Senhora da Glória realizaram algum tipo de planejamento para abrir seus negócios, enquanto que em Itabaiana, 52%, não realizaram planejamento para abrir seus empreendimentos. A falta de planejamento na abertura de um negócio é uma das principais razões para o fracasso de empresas no Brasil. De acordo com o SEBRAE (2016), mais de 70% das micro e pequenas empresas brasileiras fecham as portas nos primeiros cinco anos de vida.



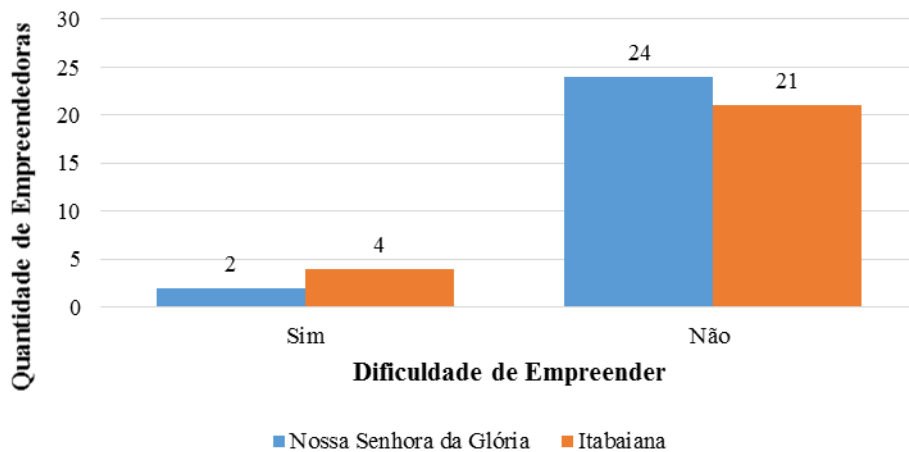
Figura 7 – Planejamento para a Abertura do Negócio



Fonte: Autoria Própria, 2017.

A Figura 8 evidencia que a maioria das pesquisadas não teve dificuldade de empreender ou não sofreu preconceito por ser mulher, perfazendo um total de 92% em Nossa Senhora da Glória e 84% em Itabaiana. Isso mostra que o mercado possibilita oportunidades para todos que buscam ser dono do próprio negócio, independente do gênero.

Figura 8 – Dificuldade de Empreender

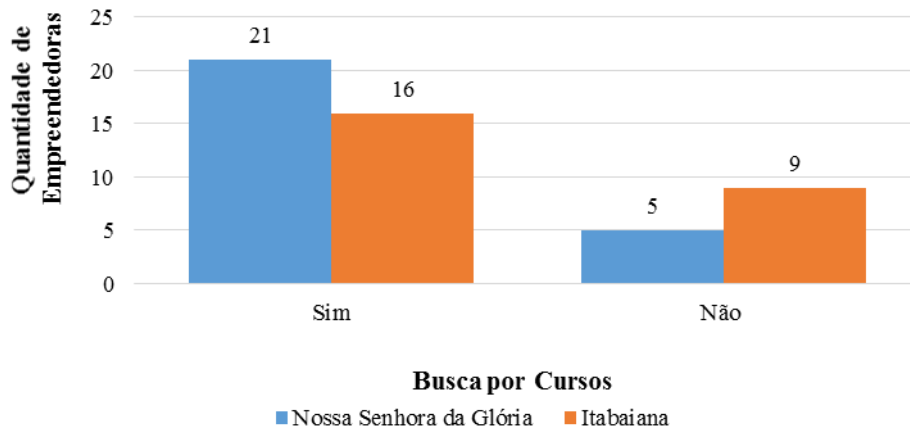


Fonte: Autoria Própria, 2017.

A Figura 9 destaca que, em Nossa Senhora da Glória 81%, e, Itabaiana 64%, das empreendedoras buscam cursos que ajudam no conhecimento de como gerir melhor seu negócio. É importante ressaltar que a busca por cursos é um meio de qualificação e uma ferramenta relevante para tornarem seus negócios competitivos.



Figura 9 – Busca por Cursos



Fonte: Autoria Própria, 2017.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa possibilitou identificar o perfil das mulheres empreendedoras dos municípios de Nossa Senhora da Glória e Itabaiana – SE, tendo em vista a importância e o crescimento do empreendedorismo feminino e sua relevância econômica, social, política e cultural.

Através do levantamento dos dados, foi possível identificar que a maioria das pesquisadas são jovens e que possuem ensino superior completo. No entanto, levantou-se, também, que algumas possuem apenas ensino fundamental e médio, o que mostra a desvinculação do grau de ensino com o espírito empreendedor, pois tais empreendedoras estão conseguindo lograr êxito e fixar seus empreendimentos.

Além disso, percebeu-se que a maioria atua no setor de comércio (diferentes segmentos), mostrando que este ramo vem crescendo consideravelmente. Com relação ao tempo de existência da empresa, grande parte dos negócios possuem mais de 10 anos no mercado, revelando a maturidade dos negócios e como essas mulheres conseguiram desenvolver e fixar seus empreendimentos nos mercados de Itabaiana e Nossa Senhora da Glória. As pesquisadas ainda destacaram que realizaram algum tipo de planejamento, evidenciando assim a busca por informações prévias ante a abertura de seus negócios. Ainda se tratando das pesquisadas, a maioria enfatizou que não teve dificuldades para empreender. Tal fato pode ser explicado em função de terem buscado informações acerca de planejamento antes da abertura do negócio.

É importante ressaltar que o quesito, buscaram e buscam cursos para se qualificar, uma minoria respondeu que não leva em consideração a alternativa de busca por cursos, sendo estes elementos essenciais para desenvolvimento de um negócio.

Através da pesquisa de campo, foi possível identificar o perfil das empreendedoras que fazem parte dos municípios de Nossa Senhora da Glória e Itabaiana – SE. Permitindo assim, que o objetivo proposto foi realmente alcançado.

Dada a importância do assunto, sugere-se pesquisas futuras que possam ampliar a amostra do trabalho, podendo ser realizado com empreendedoras de todo o estado de Sergipe, sem se limitar apenas a dois municípios.

A principal contribuição dessa pesquisa foi despertar o interesse da comunidade acadêmica e da sociedade em geral para com o tema empreendedorismo feminino, haja visto, que os grandes debates atualmente estão em torno do empoderamento das mulheres.



REFERÊNCIAS

BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (UFF)**, v. 9, p. 48-69, 2015.

CARREIRA, S. S.; FRANZONI, A. M. B. ; Gramkow F. B. ; Pacheco D. C. ; ESPER. A ; CARREIRA, M. F. . Empreendedorismo Feminino: um estudo fenomenológico. **Navus Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, p. 6-13, 2015.

FERNANDES, J. A. T.; CAMPOS, F. de; SILVA, M. O. da. (2013). Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender. **Contribuciones a las Ciencias Sociales**, junho de 2013. Disponível em < <http://www.eumed.net/rev/ccss/24/familia-trabalho.html>> Acessado em: 06/10/2017.

GRECO, S. M. S. S. (Coord.). **Empreendedorismo no Brasil**. GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Curitiba: IBQP, 2017.

MACHADO, F. B. **Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes**. XXXVI Encontro do ANPAD. Rio de Janeiro/RJ – 22 a 26 de setembro de 2012.

PETERS, Tom. As mulheres reinam. **HSM Management**, v. 43, p. 51-56, março-abril 2004.

SEBRAE. **Maioria das mulheres abrem empresa por necessidade**. Disponível em: < <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-de-empreendedorismo-inicial-e-maior-entre-mulheres,650299f83bcd510VgnVCM1000004c00210aRCRD/> > Acessado em: 06/11/2017.

_____. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Disponível em: < <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-102016.pdf> > Acessado em: 06/11/2017.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, p. 44-63, 2016.