

**ESTUDO SOBRE O PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA
BRASIL-ARGENTINA
STUDY ON THE PROFILE OF THE ENTREPRENEUR
BRAZIL-ARGENTINA**

Keitilanger Grisa Hahn¹
Kleitson Telmo Grisa²
Adriana Maria De Grandi³
Valquiria Macario Corrêa⁴

RESUMO

O presente artigo traz um estudo sobre o perfil empreendedor e suas atribuições. Tem como proposta realizar uma análise do perfil da mulher empreendedora, Brasil-Argentina. A amostragem, foram mulheres empreendedoras de diferentes segmentos e classes sociais, que possibilitou intensificar a existência de semelhanças e características que as tornaram empreendedoras. Através desse estudo pretendeu-se conhecer o empreendedorismo, analisar o perfil empreendedor e o potencial criativo das entrevistadas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Mulher Empreendedora.

SUMMARY

This article presents a study about the entrepreneurial profile and its attributions. Its purpose is to analyze the profile of the entrepreneurial woman, Brazil-Argentina. Sampling were women entrepreneurs from different segments and social classes, which made it possible to intensify the existence of similarities and characteristics that made them entrepreneurs. Through this study it was intended to know the entrepreneurship, to analyze the entrepreneurial profile and the creative potential of the interviewees.

Keywords: Entrepreneurship. Profile Entrepreneur. Entrepreneurial Woman.

¹ Mestre do Programa de Mestrado Desenvolvimento Rural Sustentável pela UNIOESTE – *Campus* de Marechal Cândido Rondon., Graduada em Administração e Ciências Contábeis, na Faculdade FAMPER e FACEPAL, especialista em Finanças Empresariais e Docencia no Ensino Superior (FAMPER), docente Faculdade de Ampere - FAMPER, Ampère, Pr. keitigh@hotmail.com

² Mestre do Programa de Mestrado de Geografia pela UNIOESTE – *Campus* de Marechal Cândido Rondon. Graduada em Engenharia Ambiental, na Faculdade FAG, especialista em Gestão Ambiental e Docencia no Ensino Superior (FAMPER), docente Faculdade de Ampere - FAMPER, Ampère, Pr. Kleitson_realeza@hotmail.com

³ Doutora em Engenharia Agrícola UNIOESTE – Graduada em Engenharia Agrícola. Cascavel - PR docente UNIOESTE - *Campus* de Marechal Cândido Rondon. adrianadegrandi@yahoo.com

⁴ Especialista em Relações Internacionais - FAMPER – Graduada em Administração. Ampere - PR valcorrea@hotmail.com.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um fenômeno global que vem se sobressaindo nos últimos anos, e está ganhando destaque no meio empresarial e acadêmico. O estudo do assunto em questão é relevante, não apenas por assessorar o empreendedor a melhorar suas necessidades pessoais, mas também por conduzir o desenvolvimento econômico, gerando riquezas e proporcionando benefícios para a sociedade em que está inserido. Mendes (2009), enfatiza que o empreendedorismo é um processo eficaz para se criar riqueza, em que o indivíduo assume riscos e dedica seu tempo, com a finalidade de promover valor para um produto ou serviço.

Empreendedores são as pessoas que se diferenciam das demais, não medindo esforços para tornar seu sonho em realidade. Estão sempre à frente das outras pessoas, especialmente por terem iniciativa, autoconfiança, determinação, dentre outros, são ótimos líderes e capazes de detectar oportunidades em um ambiente em que outras pessoas só visam problemas (DORNELAS, 2002).

Características empreendedoras são essenciais para uma organização ter sucesso independente de sua área de atuação. Hoje, homens e mulheres apresentam características empreendedoras parecidas, porém pesquisas demonstram que as mulheres possuem habilidades que se sobressaem aos homens.

Esta pesquisa foi realizada visando identificar as principais características empreendedoras das mulheres brasileiras e argentinas, sua inserção e permanência no ramo de atuação. Utilizou-se da pesquisa descritiva e exploratória, para a coleta das informações necessárias para o desenvolvimento da pesquisa as ferramentas utilizadas foram um questionário com perguntas abertas e fechadas. Com a finalidade de identificar semelhanças empreendedoras nas mulheres brasileiras e argentinas.

2 ESTUDO SOBRE O PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA BRASIL-ARGENTINA

2.1 Perfil Empreendedor

Ao abordar sobre a definição de empreendedor Mendes (2009) utiliza-se dos ensinamentos de Schumpeter para afirmar que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos materiais”.

Sobre o mesmo assunto Drucker (1987) enfatiza que o empreendedor é a pessoa que está sempre em busca de mudança, e empreende essa transformação como uma oportunidade. Para Dornelas (2002) é aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.

Dolabella (1999), afirma que para se aprender a empreender, torna-se necessário um comportamento proativo do indivíduo, o qual deve refletir sobre o assunto em questão e agir por sua conta e risco, com criatividade, liderança e tendo em prática o planejamento do futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado em que atua.

Hisrich e Peters (2004), ressaltam que o comportamento do empreendedor independente de sua área de atuação, incide em quatro aspectos básicos. Primeiro, envolvimento de criação: cria algo novo e de valor; Segundo, dedicação do tempo e esforços necessários; Terceiro, assumir riscos necessários em torno de riscos psicológicos, sociais e financeiros; Quarto E último é a dependência seguida de satisfação, o que resulta no alcance do objetivo almejado.

2.2 Empreendedorismo Feminino

É perceptível que a participação feminina está cada vez mais presente nos mercados atuantes. Ou seja, cada vez mais mulheres estão se inserindo no mercado de trabalho e em cargos de liderança nas organizações. De acordo com dados fornecidos pelo GEM (apud SEBRAE, 2010), o Brasil apresenta atualmente 18,8 milhões de empreendedores em estágio inicial ou com menos

de 42 meses de existência, sendo, 53% mulheres e 47%, homens. O Brasil encontra-se na sétima posição do ranking mundial de mulheres empreendedoras, sendo aproximadamente 8 milhões delas donas do seu próprio empreendimento.

De acordo com a pesquisa do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), apresenta a ação de empreendedorismo feminino direcionado expressivamente no comércio varejista, sendo 37% produtos de vestuário e acessórios, 27% na indústria de transformação, confecções, fabricação de produtos alimentícios, fabricação de malas, bolsas, entre outros artigos para viagem e 14% na atividade de alojamento e alimentação. (GEM; apud SEBRAE, 2010).

Conforme Carter, Anderson e Shaw (2001), a partir da entrada em grande quantidade da mulher no mercado de trabalho, e principalmente no mundo dos negócios, tornou-se visível que uma nova forma das relações profissionais mais difícil se instalou nos ambientes de trabalho. Essa novidade revela um ambiente competitivo que não diferencia homens de mulheres. Profissionais, empreendedores ou não, disputam espaço no mercado, surgindo com intensidade a busca por competência.

Seguindo esse raciocínio Arnold (1996, p. 28) afirma que “[...] O líder é absolutamente responsável pela atmosfera em que os outros trabalham [...]”. Essa forma que a mulher possui de administrar e motivar é favorável para o mercado de trabalho.

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

Para Hisrich e Peters (2004), mesmo as características empreendedoras serem semelhantes tanto no sexo feminino com no sexo masculino, existem algumas com maior destaque para as mulheres. Sendo elas: habilidades empresariais, motivação e seus históricos profissionais. Nesse aspecto é que se deve utilizar de um comparativo das formas de se empreender entre os homens e as mulheres.

O empreendedorismo feminino gira em torno da sua contribuição para a economia, gerando empregos e contribuindo para a autonomia feminina (apud GEM, 2010).

2.3 Empreendedorismo Internacional

Entre os acontecimentos que marcaram a sociedade contemporânea, destaca-se a globalização como um dos mais importantes. Assim, a globalização aproximou os homens de diferentes países, proporcionando proximidade entre os povos de todo o mundo. Tal fenômeno, no setor econômico, vem se intensificando com o decorrer dos anos. Quanto a ele, pode-se destacar como características principais o aumento e surgimento relações comerciais, blocos econômicos, financeiras internacionais e empresas multinacionais.

O empreendedorismo Internacional tem uma intensa relação com as networks (representa uma rede de contatos profissional). A rede de negócios fará com que as empresas que tiverem interesse na expansão de seus produtos ou serviços possam interagir entre si, de modo tanto pessoal como profissional, proporcionando menor dificuldades para se inserirem no mercado internacional. A interação entre essas redes denominadas networks é desempenhar um dos papéis fundamentais, quando se fala sobre o relacionamento entre as empresas e mercados industriais (HILAL; HEMAIS 2002).

Sobre o assunto Oviatt e McDougall (1994, p. 49) destacam que o empreendedorismo internacional é "uma organização comercial que, desde sua criação, obtém significativa vantagem competitiva no uso de recursos e a venda de produtos finais em vários países". Então, a "arte" da internacionalização, a partir do momento que se opta por esse método, o indivíduo pode ser considerado um empreendedor aquele que apresenta as seguintes características: assumem riscos, tomam decisões e que estão dispostos a visionar novas oportunidades. Sabendo então as empresas que optam pela internacionalização tornam-se peça principal para a expansão dos recursos apresentados no decorrer do tempo pela organização.

Sendo assim, o crescimento constante do nível do comércio mundial, a abertura de mercados, o aumento do poder aquisitivo dos consumidores e a

concorrência intensificada, permitiram as empresas a expandir suas operações nesse novo cenário, ganha destaque a internacionalização de empresas. (CIZINKOTA; ROKAINEN, 2008).

3 DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Os resultados obtidos têm por finalidade responder os objetivos propostos pela pesquisa. Que tem como objetivo identificar o perfil das mulheres empreendedoras Brasil versus Argentina.

As empresas empreendedoras selecionadas foram de segmentos e classes sociais diferentes, sendo esses segmentos: farmácias, lojas de confecções, pet shops, clínicas de estética, restaurantes, financiadoras de crédito, lojas de utilidades, empresa de transportes, relojarias e lojas de segmento alimentício. Para que assim pudesse intensificar a existência de semelhança de características que as tornaram empreendedoras.

Desta forma foi possível fazer um comparativo entre as principais características empreendedoras das entrevistadas.

3.1 Perfil das Entrevistadas

Nesse primeiro momento buscou-se identificar as características semelhantes e as diferenças das entrevistadas. Com a finalidade de delinear um perfil em comum das mulheres empreendedoras.

Tabela 1 - Idade e grau de escolaridade das entrevistadas - 2016

Idade (em %)		Escolaridade (em%)	
Menos de 30 anos	40%	Primário	50%
De 30 a 39 anos	30%	Ensino Médio	30%
De 40 a 49 anos	20%	Ensino Superior	20%
De 50 anos a mais	10%		

Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

A Tabela 1 apresenta a idade e o grau de escolaridade das entrevistadas, a primeira característica a ser analisada corresponde a idade, é possível perceber que as entrevistadas se encontram em idade ativa, isto é, idade na qual o indivíduo está em boas condições de trabalho e conseqüentemente, mais

disposto a enfrentar os desafios. A média da faixa etária que as empresárias iniciaram a atividade empreendedora foi aos 30 anos.

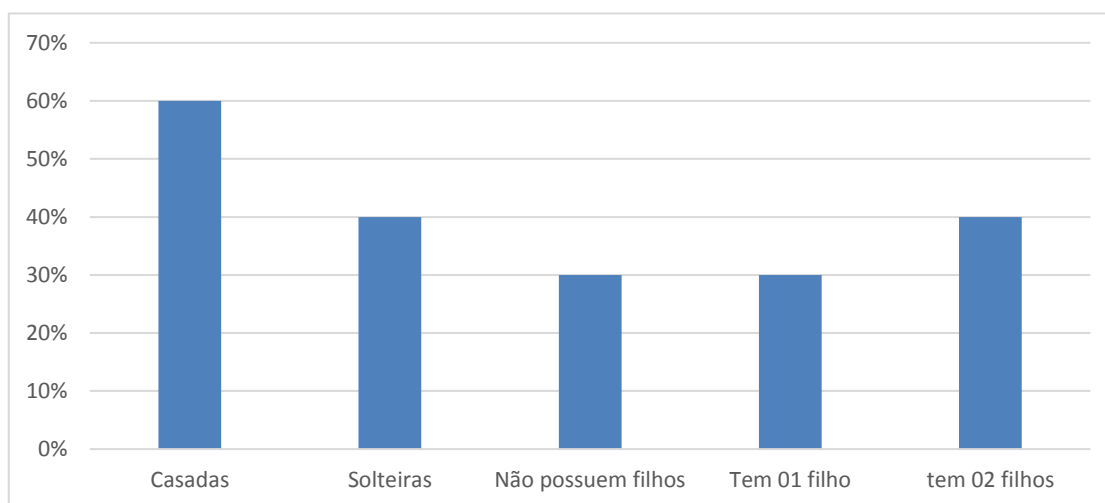
Em relação ao grau de escolaridade a pesquisa nos permite compreender quanto à educação formal de suas gestoras. Entre as entrevistadas são: 50% com ensino primário, 30% concluíram o ensino médio e 20% o ensino superior.

De acordo com o Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas elaborado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Sebrae (2014) em parceria com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEES), demonstra que atualmente 55% das empresárias iniciaram o ensino médio.

O mesmo estudo revela ainda que as mulheres, em relação aos homens, têm investido mais tempo nos estudos. Assim, ao fazer um comparativo é possível identificar que as empreendedoras entrevistadas apresentam uma porcentagem inferior ao resultado do Sebrae em relação ao ensino médio, onde a diferença foi significativa para incentivar as entrevistadas a concluírem o ensino médio e o superior.

O presidente do Sebrae, Luiz Barretto, afirma que as mulheres têm maior investimento na educação, sendo um ponto positivo para a qualidade do empreendimento. Quanto mais capacitado o empreendedor for, maior será sua chance de sucesso.

Gráfico 1-Estado Civil; Quantidade de filhos das entrevistadas.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

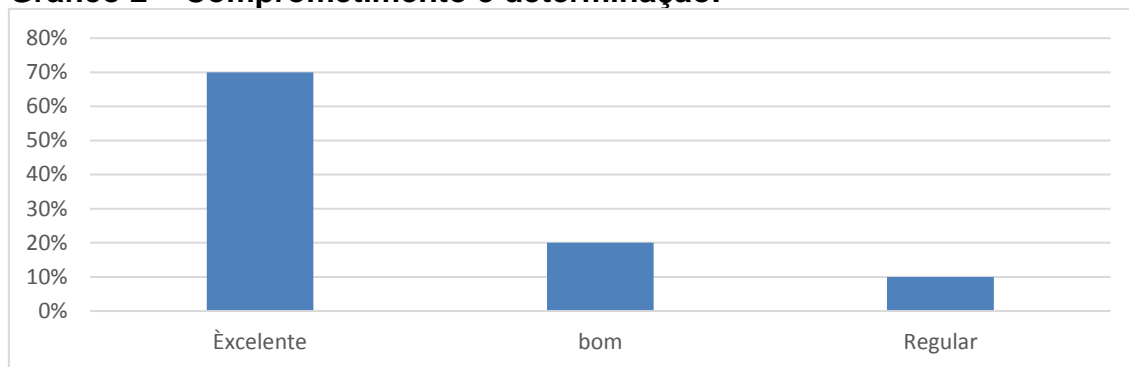
Posteriormente identificou-se o estado civil das entrevistadas e quantas possuem filhos, dessa forma observa-se no Gráfico 1, que a maioria é casada correspondendo a 60% e conseqüentemente 40% são solteiras. É possível identificar também que 30% das entrevistadas não possuem filhos, 30% tem apenas 1 filho e 40% tem 2 filhos ou mais, demonstrando que 60% das entrevistadas são mães de família.

De acordo com a pesquisa desenvolvida pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) Brasil em parceria com o SEBRAE (2014), o perfil da empreendedora muda de acordo com seu estado civil. Na avaliação da economista do SPC Brasil a empresária casada tem uma atribuição maior de responsabilidade devido as múltiplas tarefas, assim é visada como uma batalhadora por realizar várias tarefas por dia. As solteiras conseguem dedicar a maior parte do tempo as tarefas profissionais, enquanto as casadas têm uma participação menor, pelo fato de precisarem disponibilizar tempo para demandas domésticas.

Um estudo desenvolvido pelo Sebrae publicado em 2014, as mulheres empreendedoras além de se dedicarem ao seu trabalho por aproximadamente 35 horas semanais, a maioria delas são mães, assim tendo que driblar suas tarefas para dedicar um tempo para ficar com os filhos.

Em uma entrevista para o site Mulheres Empreendedoras, Isabela Portela (2015), (gerente de Inteligência de Mercado da empresa Sophia Mind) enfatiza que as mulheres dão prioridade aos filhos, família e ao lar, mas não abrem mão de serem bem sucedidas profissionalmente. Atualmente muitas mulheres desistem de cargos públicos onde atuaram por vários anos e abrem seu próprio negócio com o objetivo de dar mais atenção para a vida pessoal.

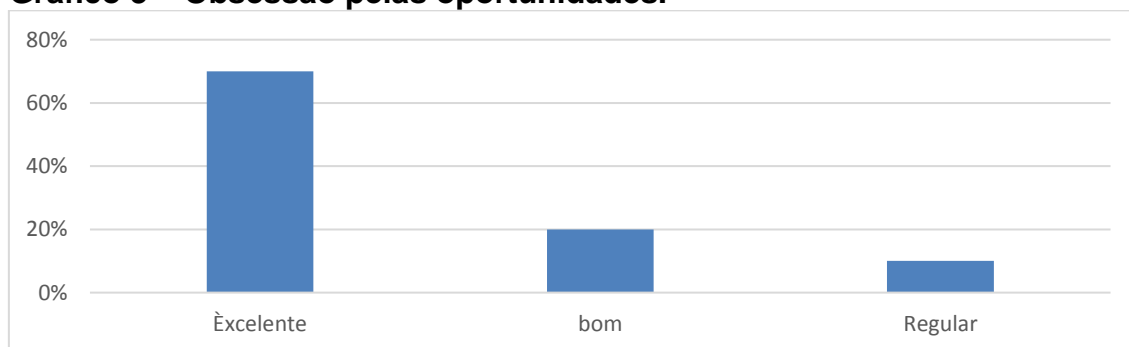
Buscou-se no segundo momento identificar o perfil empreendedor das entrevistadas, embasado em um questionário proposto por Dornelas (2002). Conforme o Gráfico 2, o instrumento teve por finalidade a auto avaliação características empreendedoras de acordo com: o comprometimento e determinação, obsessão pelas oportunidades, motivação e superação. Sendo estas características fundamentais para um empreendedor de sucesso.

Gráfico 2 – Comprometimento e determinação.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

O comprometimento e determinação são competências extremamente valorizadas entre uma pessoa e a organização. Araújo e Pinto (2006) afirmam que para o sucesso pleno de uma organização é fundamental o comprometimento e determinação de seus gestores e colaboradores. SEBRAE (1990), destaca que o comprometimento incide na dedicação e responsabilidades voltadas quase exclusivamente ao empreendimento.

Conforme o Gráfico 3, a disciplina e dedicação são as características com maior destaque entre as entrevistadas sendo que 70% consideram excelente sua disciplina e dedicação, 20% consideram bom e 10% regular. Através da disciplina as empreendedoras conseguem conciliar sua vida pessoal com a profissional. A persistência, disposição e imersão também se destacam no perfil das empreendedoras. Essas características são totalmente interligadas, sendo que uma dá continuidade à outra, com a finalidade de a empreendedora atingir suas metas traçadas. Ayres (et al, 2001) afirmam que ser persistente é saber agir rapidamente diante de um obstáculo significativo, ou mudar de estratégia para superar os obstáculos com a finalidade de alcançar metas e objetivos desejados.

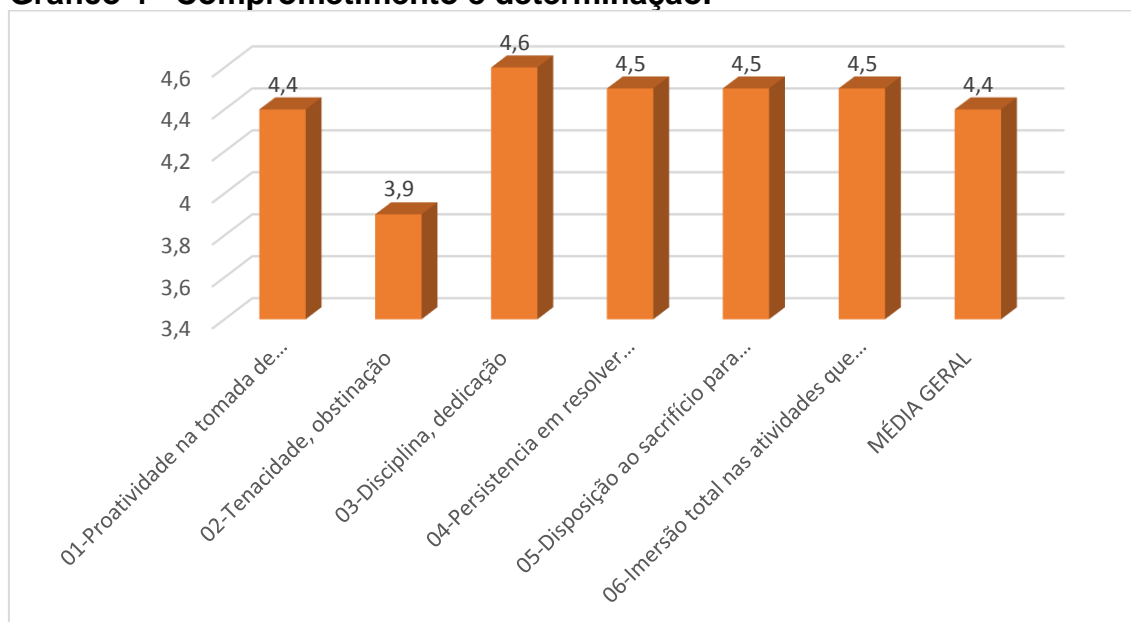
Gráfico 3 – Obsessão pelas oportunidades.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Quanto a obsessão por oportunidades, uma característica marcante do empreendedor. Bohnenberger; Schimdt (*apud* MAC, 2009) enfatiza que a capacidade para identificar oportunidades é de extrema importância para quem deseja ser empreendedor e incide em aproveitar toda e qualquer ocasião para propor um novo negócio. Sobre ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes é uma especialidade dominante entre as entrevistadas. Essa é uma característica de suma importância para o empreendimento se manter ativo no mercado competitivo.

A compreensão das necessidades dos clientes, desejos e comportamentos permite a organização a formulação de programas de marketing eficazes. No que se refere a obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes, 70% das entrevistadas atribuem essa característica a sua pessoa como excelente 20% como bom e 10% como regular, as empreendedoras demonstram que as organizações prezam em tem conhecimento profundo das necessidades, criar valores e satisfazer seus clientes, pois um bom empreendedor sabe que o cliente é a razão de sua empresa existir.

Gráfico 4– Comprometimento e determinação.



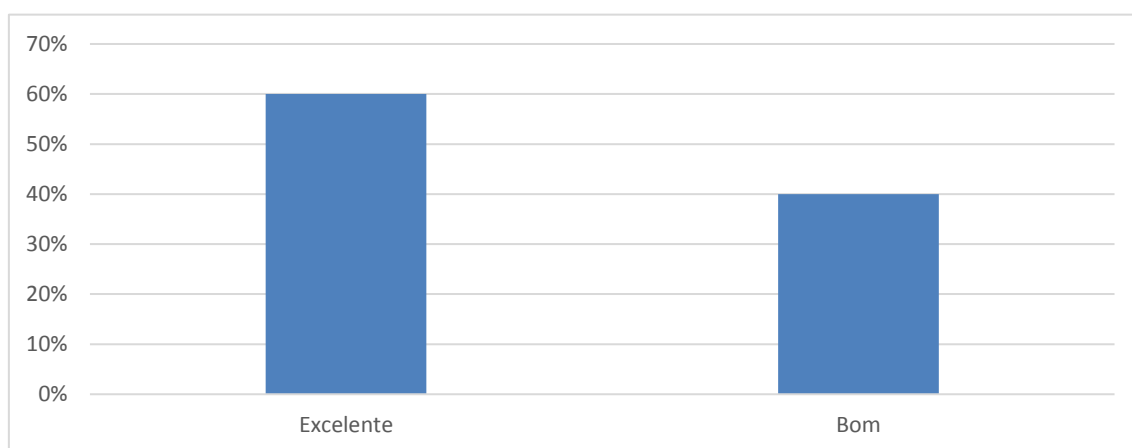
Fonte: Pesquisa de Campo, 2015.

Nota-se no Gráfico 4, que a questão que atingiu maior pontuação entre as empreendedoras foi sobre transmitir integridade e confiabilidade para seus clientes. Essas características são de suma importância para o empreendimento,

visto que a soma das duas proporcionam segurança aos consumidores, assim contribuindo para fidelizar e atrair novos clientes. Quando abordadas sobre a conscientização das forças e fraquezas, as entrevistadas relataram que se consideram conscientes de suas fraquezas e utilizam de forma positiva no aprendizado diante de outras situações, para evitar o temido fracasso, colocando suas forças em evidência.

Outra questão que obteve destaque para identificar o perfil das empreendedoras, como pode se observar no Gráfico 5, foi a que se refere a iniciativa, apresentando 40% das entrevistadas consideram essa característica excelente e 60% consideram bom. Depois que o empreendedor desenvolve uma ideia é necessário que tenha iniciativa para colocá-la em prática.

Gráfico 5-Iniciativa das entrevistadas.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Em uma matéria publicada no site UOL (2014) foi ressaltado a importância da iniciativa no ambiente empresarial, uma vez que essa característica destaca que o profissional mostra que está engajado e apresentando possibilidades de crescimento, já que o empreendedor não dá ênfase apenas na organização e nos funcionários, mas em todo o conjunto de elementos que envolvem seu ramo de atuação.

4 CONCLUSÕES

De acordo com Simões (2009), o empreendedorismo feminino está se sobressaindo a cada dia, é comum encontrar mulheres em funções que eram

tradicionalmente masculinas, estudos revelam que 30% dos novos empreendimentos no mundo são administrados por mulheres, constituindo 40% desse universo no Brasil, fazendo com que o país fique na sétima posição no ranking mundial de mulheres empreendedoras. Assim, é de suma importância fazer um estudo sobre o empreendedorismo feminino, identificando suas características e definindo seu perfil empreendedor.

Desta forma, o presente trabalho teve como objetivo principal identificar as principais características empreendedoras das mulheres no Brasil-Argentina, bem como, destacando a ocorrência do comprometimento e determinação em relação ao seu empreendimento, e verificando se há motivação das mesmas para gerir seu negócio e habilidades para enfrentar os riscos pertinentes ao empreendimento.

Pode-se compreender que elas possuem muitas características empreendedoras semelhantes, principalmente no que diz respeito ao seu comprometimento, determinação, obsessão pelas oportunidades, criatividade, autoconfiança, entre outras.

Permitiu destacar a ocorrência de comprometimento e determinação das entrevistadas em relação ao seu empreendimento, podendo concluir que elas se predispõem em ser pessoas comprometidas e determinadas, agindo de maneira concentrada e priorizando seu trabalho com a finalidade de alcançarem suas metas. Porém, devem continuar buscando novas formas de aprimorar seu potencial em relação a proatividade na tomada de decisões, visando antecipar futuros problemas e resolvê-los da melhor forma para obter uma carreira de sucesso.

Foi possível verificar se há motivação das empreendedoras para gerir seu negócio e suas habilidades para enfrentar os riscos pertinentes ao empreendimento, quando demonstraram estarem motivadas, cheias de atitudes e dispostas a satisfazer as necessidades de seus clientes, transmitindo integridade e confiabilidade para os mesmos.

Além de alcançar todos os objetivos propostos, a pesquisa permitiu fazer o comparativo nos aspectos positivos e limitantes das mulheres em relação ao seu perfil empreendedor.

Conclui-se que a pesquisa possibilitou a pesquisadora conhecimentos aprofundados teoricamente, permitindo vivenciá-los na prática, o que foi de suma importância para a sua formação.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, A.J.S.; PINTO, R.F.A. **A terceirização real na grande indústria pessoense na perspectiva de seus gestores**, Salvador-BA,2006.

ARNOLD, Willian W. **Liderança Orientada Para Pessoas: O Toque Humano Como Fator De Produtividade E Lucro**, 2ª Ed. - São Paulo: Atlas, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Campus,2007.

DOLABELLA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espirito empreendedor (ENTREPRENEURSHIO) Pratica e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

FACULDADE DE AMPÉRE (FAMPER). **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. Ampére: FAMPER, 2007.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2010**. Disponível em <[http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo /livro_gem_2010.pdf](http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf)> Acesso 20 Out 2014.

HISRICH, R.; PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5ª Ed. Porto Alegre: Bookman,2004.

MENDES, Jerônimo. **Manual do empreendedor: como construir um empreendimento de sucesso**. São Paulo:Atlas,2009.

SEBRAE. **Manual de implantação do projeto EMPRETEC**. Brasília: Sebrae, 1990.

SIMÕES, K. Mulheres empreendedoras: O que aprender com elas. **Pequenas empresas e Grandes negócios**. 2009.

UOL. **Empreendedores de sucesso tem iniciativa e autoconfiança**.2014.Disponivel em www.uol.com.br/sites/aun/uf. Acesso em 11 de outubro de 2015.