

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: O COMITÊ DE MULHERES EMPREENDEDORAS
DA ACI-NH/CB/EV**

ROSANE FONTOURA MACHADO
UNIVERSIDADE FEEVALE (FEEVALE)

MARIA CRISTINA BOHNENBERGER
UNIVERSIDADE FEEVALE (FEEVALE)

EMPREENDEDORISMO FEMININO: O COMITÊ DE MULHERES EMPREENDEDORAS DA ACI-NH/CB/EV

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade do conhecimento e da inovação, o futuro pode ser guiado pela capacidade empreendedora, criativa e inovadora das pessoas. Assim, o assunto empreendedorismo torna-se relevante no sentido de informar e preparar os empreendedores para os desafios relacionados com a gestão, planejamento e demais demandas que o negócio próprio exige. Além disto, o empreendedorismo é uma alternativa para o desenvolvimento econômico do país.

O negócio próprio é o sonho de uma grande parte da população brasileira de homens e mulheres entre 18 e 64 anos (GEM, 2018). A pesquisa afirma que 38% da população adulta está envolvida com alguma atividade empreendedora. Para a realização desse sonho, os empreendedores deparam-se com algumas barreiras e facilitadores, sejam eles de ordem comportamental, social, econômico ou ambiental.

Em relação ao gênero, as características de empreendedores e empreendedoras são geralmente muito semelhantes, porém as mulheres se diferem em relação aos homens em termos de motivação, habilidade empresarial e histórico profissional (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). Outros aspectos relacionados ao gênero podem diferenciar a forma de empreender, tais como: preconceitos no ambiente de negócios, dificuldades de financiamentos e dificuldades na conciliação das demandas organizacionais e familiares.

Dados apresentados em recentes pesquisas apontam uma ligeira baixa da participação feminina no empreendedorismo nos últimos anos. As mulheres correspondem a 23,8 milhões dos empreendedores no Brasil, enquanto que no ano de 2017 o número total foi de 24 milhões de empreendedoras (GEM, 2018).

O lócus deste estudo é o Comitê de Mulheres Empreendedoras da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI). O Comitê é formado por empresárias da região que têm como propósito fomentar o empreendedorismo feminino através de histórias de sucesso e rede de relacionamentos. A Região do Vale do Sinos prosperou com o setor coureiro calçadista entre as décadas de 1970 a 1980, tornando-se importante no cenário industrial e econômico do Rio Grande do Sul. Porém, a partir da década de 1990 o setor vem enfrentado crises e perdendo o mercado devido a fatores como pressão competitiva do mercado de importações, problemas cambiais e migração de empresas do setor para outras regiões do país (JARDIM, 2010).

Neste contexto, o objetivo deste trabalho é analisar o empreendedorismo feminino a partir da perspectiva do Comitê de Mulheres Empreendedoras (ACI-NH/CB/EV), analisando os fatores que levaram à ação de empreender e identificando as barreiras e facilitadores que encontraram para empreender.

A metodologia da pesquisa quanto aos objetivos é descritiva e os procedimentos técnicos para coleta de dados foram a entrevista e o questionário.

Este artigo pretende contribuir com reflexões sobre a relação das mulheres com seus empreendimentos, tendo em vista a motivação, os fatores favoráveis e os desafios que elas encontram ao empreender. Ademais, este estudo almeja colaborar no fortalecimento e desenvolvimento de futuras políticas públicas para o avanço do empreendedorismo feminino.

O presente trabalho está estruturado em cinco seções. A primeira apresenta a introdução; a segunda contempla o tema central deste trabalho, o empreendedorismo feminino; a terceira seção aborda o método de pesquisa utilizado e o quarto traz as análises da pesquisa e discussão do resultado. O estudo finaliza com a quinta seção trazendo as considerações finais.

2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O cenário empreendedor brasileiro atual conta com a participação ativa de mulheres (GEM, 2018). Os resultados mostram, ainda que incipiente, o aumento da participação feminina no empreendedorismo nos últimos anos, o que, segundo a pesquisa, é positivo para a economia, pois as mulheres tendem a investir mais em conhecimento e capacitações, o que pode ajudar no desenvolvimento e sucesso das empresas.

Ao longo dos anos, alguns padrões de valores mudaram na família e no mundo dos negócios (AVENI; CRUZ, 2012). A necessidade de ajudar o homem no sustento da casa aumentou o número de mulheres empreendedoras. Na pesquisa de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), 48% das empreendedoras participam em média de 50% do valor no orçamento familiar. Porém, quando inserida no mundo dos negócios, economia e comportamentos dentro e fora da organização, a mulher lida com conflitos diários, como maternidade, carreira, o preconceito, apoio (ou não) do cônjuge e da família, momento financeiro e outras dificuldades inerentes ao desafio de empreender (RME, 2016).

Segundo Amorim e Batista (2012), as mulheres empreendedoras, mesmo diante de tantas conquistas, possuem responsabilidades tradicionais, como dona de casa, mãe e esposa. Neste contexto, os diversos papéis e a dupla jornada as tornam empreendedoras versáteis, criativas e flexíveis, capazes de solucionar de diferentes maneiras as mesmas situações (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013).

Hisrich, Peters e Shepherd (2009) apontam que no perfil empreendedor, independentemente do gênero, é possível identificar frequentemente características como liderança, intuição, criatividade e senso de oportunidade. Porém, os autores destacam ainda que não há uma combinação única de características, experiências e habilidades que diferencia um empreendedor de sucesso de um que não obteve êxito. Lacombe (2008) destaca a capacidade dos líderes de motivar, orientar, conduzir, agregar pessoas e ideias em direção de um foco comum, caracterizando estas como sendo as principais competências no perfil empreendedor de uma liderança persuasiva e inspiradora.

A Rede Mulher Empreendedora (RME, 2016) divulgou uma das maiores pesquisas já realizadas sobre o perfil da mulher empreendedora brasileira. No relatório divulgado é possível observar 75% das mulheres decidem empreender depois da maternidade, sendo esta decisão também atrelada à liberdade financeira. Em relação a características dos perfis de homens e mulheres que atuam no ramo empreendedor, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) afirmam que as empreendedoras frequentemente são mais flexíveis e tolerantes em relação aos empreendedores. Quanto ao histórico das empreendedoras, os autores identificaram características como pai autônomo, primogênita, cônjuge e iniciam o negócio entre os 35 e 45 anos.

2.1 Motivações para empreender

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), desde 1990 o percentual de novas empreendedoras vem crescendo, sendo que houve um período em que as mulheres iniciaram novos empreendimentos até três vezes mais do que os homens. Os autores ainda afirmam que grande parte dessas mulheres é motivada a empreender pela necessidade de realização e frustração de um emprego que não lhe permite o desempenho e o crescimento pessoal e profissional.

O GEM apontou um ligeiro aumento na motivação por oportunidade no índice de empreendedoras iniciais de 2016 a 2018. A oportunidade no grupo feminino foi de 55,6% em 2018, 53,4% em 2017, 51,9% em 2016, contra 45,3% em 2015. Esse resultado foi considerado bom, pois significou a queda gradual do índice de empreendedoras por necessidade (GEM, 2018).

A pesquisa de Boas e Diehl (2012) aponta como principais motivações de empreender por parte das entrevistadas: identifiquei uma oportunidade no mercado, sempre quis ter um negócio próprio e busca por qualidade de vida (42,1%); quis transformar uma paixão em profissão (34,2%); queria ganhar mais dinheiro (25%); tive oportunidade de atuar na empresa da família (10,5%); recebi convite para entrar em empresa já existente (10,5%); e, queria construir uma empresa para deixar para minha família/meus descendentes (7,9%).

A pesquisa realizada por Machado, St-Cyr, Mione e Alves (2003) buscou explorar aspectos ligados ao perfil geral e gerencial de 90 empreendedoras do Brasil, Canadá e França. No que tange as razões ou motivações para empreender, os principais motivos mencionados pelas respondentes foram: realização pessoal (30%), percepção de oportunidade aliada com outros fatores (26,6%), problemas com o trabalho anterior, falta de perspectiva na carreira e perda de emprego (21,11%) e razões ligadas à perda do marido e questões familiares (17,78%). Os autores puderam concluir que, de modo geral, a realização pessoal foi o motivo principal que levou as mulheres a empreender.

No relatório divulgado pela RME (2016) é possível observar que as razões que levaram as mulheres a empreender foram de cunho emocional. Os principais motivos para que elas empreendessem foram: trabalhar com o que gostam ou para realizar um sonho (34%), renda melhor que trabalhando para os outros (13%), vislumbrou uma boa oportunidade de negócio (9%), ter flexibilidade de horário (8%), inspirar pessoas (7%), ter mais tempo com a família (7%), entender que sou competente e esforçada o suficiente para abrir um negócio próprio (5%) e trabalhar em casa (4%).

Boas e Diehl (2012) acreditam que uma das razões das mulheres empreender é possibilidade de autonomia e equilíbrio da vida pessoal com a profissional, pois mesmo que a jornada de trabalho dos empreendedores seja de mais horas trabalhadas do que em carreira convencional, as empreendedoras possuem mais liberdade para organizar sua própria rotina.

O relatório Itaú Mulher Empreendedora de 2018 destacou como principais desafios das empreendedoras a barreira psicológica contra seu crescimento. Segundo a pesquisa, as mulheres têm receio que o crescimento do negócio possa distanciá-las da família, assim sendo também, em muitos casos, o equilíbrio pessoal e profissional a principal motivação para que elas empreendessem. O relatório traz algumas representações contemporâneas sobre as características do público feminino, a ressignificação de multitarefas para visão

sistêmica, onde a mulher em sua trajetória tem a capacidade natural de olhar para o todo, ser mais holística. Segundo o estudo, isso amplia a percepção para a tomada de decisões (IME, 2018).

Neste sentido, observa-se que os estudos apresentados sobre as motivações que levam as mulheres a empreender podem envolver influências do histórico social e familiar de cada empreendedora. Então, quando inseridas em um contexto de autonomia e liderança, os desafios encontrados por elas podem se manifestar em diferentes intensidades (REM, 2018).

O Quadro 1 sintetiza as características de motivação contempladas nesta seção.

Quadro 1 - Síntese das características Motivação

Principais características	Autores
<ul style="list-style-type: none"> • Frustração no emprego anterior • Interesse e reconhecimento de oportunidade na área • Percepção de oportunidade • Realização pessoal; trabalhar com o que gosta • Conquista de meta • Independência • Busca de qualidade de vida • Aumento na renda • Oportunidade de atuar na empresa da família • Flexibilidade de horário • Inspirar pessoas • Ter mais tempo com a família 	<p>Hisrich, Peters e Shepherd (2009) Machado, Barros e Palhano (2003) Boas e Diehl (2012); Machado, St-Cyr, Mione e Alves (2003) RME (2016)</p>

Fonte: desenvolvido pelas autoras

Na sequência são descritas as barreiras e os facilitadores para empreender.

2.2 Barreiras e facilitadores para empreender

As mulheres encontram um conjunto de barreiras ao empreender, mas também identificam alguns facilitadores. Boas e Diehl (2012) concluíram, ao investigar as características, que as empreendedoras deram poucos votos às qualidades sensíveis e empáticas porque são qualidades completamente pertencentes e naturais das mulheres. Segundo as autoras, sensibilidade, empatia e audição atenta são atitudes inerentes, tão automáticas e involuntárias das mulheres que simplesmente “não aparecem no radar racional das principais explicações que elas dão para o sucesso!” (BOAS; DIEHL, 2012, p. 57).

Silva, Mainardes e Lasso (2016) identificaram que, em uma amostra de 109 mulheres empreendedoras, as habilidades que se destacaram foram a gestão das finanças (60 respondentes) e relacionamento com pessoas (58 respondentes). Para Vries (1997), as mulheres possuem habilidades desde muito cedo. Ele destaca que o comportamento interpessoal desde a infância é uma das habilidades mais marcantes das mulheres, pois elas possuem a capacidade de analisar o comportamento dos pais e assim começam a adquirir conceitos sobre a vida, maneira de pensar e agir. Com esse amadurecimento precoce as mulheres tendem a desenvolver um talento maior de relacionamento.

Acerca da capacidade de estabelecer uma rede de contatos, o relatório da RME (2016) apontou que 59% das empreendedoras participam de algum tipo de rede e 41%

relatam que não fazem networking ou não possuem relacionamentos com outras empreendedoras. O estudo ainda destacou que com o networking “elas melhoram sua capacidade de relacionamento com outras empreendedoras e com o mercado.” (RME, 2016, p. 28).

Boas e Diehl (2012) identificaram as experiências profissionais, lições aprendidas com sucessos/fracassos, anteriores e rede de contatos. Em relação aos aspectos apontados contribuírem para a ação empreendedora, Boas e Diehl (2012) destacam os requisitos experiência anterior, características pessoais, apoio de familiares e ter sócio/sócia como sendo os mais relevantes aspectos que contribuíram para ação empreendedora das mulheres

Em termos de origem dos recursos para iniciar um empreendimento, o estudo realizado por Boas e Diehl (2012) destacou que a maioria das mulheres entrevistadas relata que utilizou dinheiro próprio como fonte de recursos para a abertura da empresa, seguido de recursos familiares e sócios. Entre outras possibilidades, foram citadas pelas respondentes: empréstimos bancários, amigos, BNDS, governo, investidores, clientes, fornecedores e revendedores. De acordo com Machado, citado no estudo de Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), as fontes para o capital inicial das empreendedoras brasileiras são provenientes de economias pessoais e empréstimos de familiares e amigos.

O aporte de capital é um desafio. As empreendedoras encontram barreiras no acesso a recursos financeiros e, por essa razão, acabam optando por ajuda financeira do marido ou o aval deste para a viabilização de financiamentos (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). Atrelado a isso, muitas empreendedoras sentem medo de possíveis cobranças ou fracasso (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Quanto aos financiamentos e linhas de crédito, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) apontam como sendo um grande problema que as empreendedoras encontram, pois enquanto homens recorrem aos investidores, empréstimos pessoais e bancários, as mulheres contam com as economias pessoais e seus bens como fonte de capital inicial. No estudo de Silva, Mainardes e Lasso (2016), foi destacada a dificuldade das mulheres empreendedoras na obtenção de empréstimos. Por esse motivo, elas optam por utilizar fonte própria de recursos.

No que se refere a fonte apoio e informação, as mulheres mencionam como principais e mais importantes apoiadores seus maridos, amigos e associados. Além disso, as empreendedoras tendem a contar com o suporte de colaboradores externos, como grupos de mulheres e associações comerciais (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009). De acordo com a pesquisa realizada por Silva, Mainardes e Lasso (2016), mais da metade das empreendedoras respondentes apontou o esposo como o maior apoiador no negócio. As demais indicaram os pais, filhos e amigos como maiores apoiadores (SILVA; MAINARDES; LASSO, 2016). Os autores destacam a importância da família como incentivo às empreendedoras, seguido dos amigos. Para Silva, Mainardes e Lasso (2016, p. 159) foi possível observar que “as mulheres que recebem apoio dos que a rodeiam têm mais chance de dar certo.”

Boas e Diehl (2012) ressaltam que os empreendedores brasileiros não empreendem porque são incentivados, mas graças ao ambiente sociocultural, a mentalidade predominante e ao mercado consumidor os novos negócios nascem. Apesar do aumento da participação da mulher no ambiente de negócios, empreendedoras enfrentam desafios de um ambiente precário em programas e políticas governamentais, educação e capacitação,

pesquisa e desenvolvimento, infraestrutura comercial e profissional, proteção ao direito intelectual, procedimentos burocráticos, entre outros (BOAS; DIEHL, 2012).

Gouvêa, Silveira e Machado (2013) destacam que as principais dificuldades encontradas pelas empreendedoras se concentram em obter financiamentos (23,8%), falta de tempo para se dedicar à família ou à empresa (23,8%) e conciliar trabalho e família (9,5%). A pesquisa foi realizada com 21 gestoras participantes de uma associação empresarial de Santa Catarina.

Silva, Mainardes e Lasso (2016) detectaram em seus estudos que as mulheres empreendedoras enfrentam problemas pessoais devido aos diversos papéis que acabam desempenhando no dia a dia, além do pouco suporte que recebem. Para Amorim e Batista (2012), mesmo percebendo a diversidade das características das mulheres, quase não se compreende como elas fazem para realizar diversas tarefas simultaneamente. Isso pode ser considerado um ponto positivo na carreira empreendedora, pois elas possuem uma maneira única de administrar, buscando formas diferentes para conquistar o equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional.

Nesse sentido, a RME (2016) concluiu que a divisão de tarefas e a falta de organização e planejamento podem estar impactando os resultados das empreendedoras. O estudo ainda ressalta que a vontade de empreender nem sempre condiz com a realidade da mulher empreendedora.

Machado (2002) destacou que as dificuldades que as empreendedoras encontram para o crescimento das empresas estão relacionadas: ao equilíbrio entre profissional e pessoal; a maior satisfação pessoal do que ao exercício do poder formal; o papel de mãe está sobreposto ao papel de empreendedora; as dificuldades em encontrar o suporte necessário nas fases de crescimento das empresas e falta de tempo para si mesmas.

Takahashi, Graeff e Teixeira (2006) investigaram o perfil de 13 empresárias. Ao analisar e confrontar os dados, as pesquisadoras puderam observar as dificuldades apontadas pelas empreendedoras na gestão de pessoas; são dificuldades que elas tentam solucionar por meio de tarefas, qualificações, melhoria de comunicação e do clima organizacional. Estas ações, segundo as autoras, demonstram a preocupação das empreendedoras com o fator humano nas organizações.

Camargo, Lourenço e Ferreira (2018) destacam em sua pesquisa que as empreendedoras relatam ter medos relacionados ao futuro em relação à questão financeira, ao empreendimento na ausência da empreendedora; medo do negócio se tornar inviável e ela não conseguir se reposicionar no mercado de trabalho. As pesquisadoras ainda revelam que as empreendedoras do estudo possuem um forte vínculo pessoal com o empreendimento e, com isso, o medo futuro de não conseguir perceber a inviabilidade do negócio.

Ao contrário de alguns estudos sobre empreendedorismo feminino, Machado (2002) aponta que as mulheres por ele estudadas não apresentaram barreiras culturais, dificuldades de crédito, falta de mentores ou baixa autoestima.

Para Vries (1997, p. 115), "o desafio a ser enfrentado doravante por elas é encontrar o ponto de equilíbrio entre polaridades como firmeza e feminilidade, competitividade e solitude, fatos e sentimentos." O autor ressalta que ao encontrar o ponto de equilíbrio, as empreendedoras trazem à tona uma organização mais humana e criativa, pois leva-se em consideração o talento feminino no trabalho em equipe, compartilhamento de informações e de poder e trabalho em rede.

Analisando os estudos sobre as motivações, barreiras e facilidades das mulheres empreendedoras é possível fazer uma síntese dos aspectos apresentados.

O Quadro 2 apresenta as barreiras e os facilitadores para o processo de empreendedorismo contemplados nesta seção.

Quadro 2 - Síntese das Barreiras e Facilitadores

Dim.	Principais características	Autores
Barreira	<ul style="list-style-type: none"> • Maternidade • Preconceito • Família (maternidade, apoio familiar) • Financeiro (recursos, instabilidade, acesso) • Medos (cobranças ou fracasso; arriscar) • Políticas governamentais • Educação e capacitação • Infraestrutura comercial e profissional • Proteção ao direito intelectual • Burocracia • Conciliar trabalho e família • Carga Tributária • Maior carga de trabalho • Falta de benefícios • Relacionamentos 	RME (2016) Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) Boas e Diehl (2012) Gouvêa, Silveira e Machado (2013) Machado (2002) Takahashi, Graeff e Teixeira (2006) Hisrich, Peters e Shepherd (2009) Silva, Mainardes e Lasso (2016) Vries (1997)
Facilitador	<ul style="list-style-type: none"> • Persistência • Formação acadêmica / Capacitação • Relacionamentos / Rede de contatos • Aprendizados anteriores • Orientação capacitada • Fonte própria de recursos • Localização/ Ponto comercial; 	Boas e Diehl (2012) Hisrich, Peters e Shepherd (2009) Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) Amorim e Batista (2012)

Fonte: desenvolvido pelas autoras.

A próxima seção descreve a metodologia utilizada para a coleta e análise de dados deste estudo.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é descritiva e utiliza o levantamento como procedimento de coleta de dados. As técnicas de coleta de dados utilizadas foram a entrevista e o questionário. Conforme Gil (2010), a técnica de coleta de dados através de entrevistas pode assumir formas mais ou menos estruturadas (semiestruturada). Neste estudo foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado com perguntas abertas. As entrevistas foram presenciais com encontros marcados nas empresas das empreendedoras, tiveram duração de aproximadamente 30 minutos e foram gravadas e transcritas. Foram selecionadas três entrevistadas, pelo critério de acessibilidade, e serão identificadas no texto como E1, E2 e E3. O questionário foi estruturado em dois blocos: o primeiro contemplou informações referentes ao perfil demográfico, e o segundo bloco trouxe questões relacionadas às motivações, barreiras e facilitadores das empreendedoras

Foram contempladas todas as mulheres que fazem parte do Comitê de Mulheres Empreendedoras da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI-NH/CB/EV). O grupo foi criado e estruturado em 2007 com o propósito de fomentar o empreendedorismo feminino da região, através de histórias de sucesso e rede de relacionamentos (ACI-NH/CB/EV, 2018). No primeiro contato os sujeitos da pesquisa eram treze empreendedoras integrantes do comitê, sendo que após este primeiro contato desligaram-se duas destas empreendedoras. Mais tarde, uma das integrantes do comitê se recusou a participar deste estudo.

A análise dos dados foi feita de forma quantitativa, para os dados coletados por questionário, e qualitativa, com análise de conteúdo dos dados coletados nas entrevistas. As informações coletadas nas entrevistas contribuíram para aprofundar e compreender os dados coletados no questionário e foram agrupadas conforme as principais dimensões deste estudo (motivações, barreiras e facilitadores).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta a análise dos dados da pesquisa coletados através de entrevistas e questionários, confrontando-os com o referencial teórico do presente trabalho. Os resultados foram analisados e apresentados conforme proposto no objetivo deste trabalho: análise dos fatores que levaram a ação de empreender por parte destas mulheres e a identificação das barreiras e facilitadores do empreendedorismo na perspectiva das mulheres do Comitê.

O grupo de respondentes foi composto por dez mulheres. O Quadro 3 apresenta uma síntese do perfil demográfico das empreendedoras.

Quadro 3 - Síntese do perfil demográfico das empreendedoras

Empreendedora	Estado civil	Tempo de atuação	Área da empresa	Escolaridade
1	Solteira	15 anos	Comunicação	Superior
2	Casada	20 anos	Contabilidade	Pós-graduação
3	Casada	30 anos	Comércio	Superior
4	Casada	14 anos	Advocacia	Pós-graduação
5	Casada	16 anos	Serviços	Superior
6	Casada	12 anos	Jóias	Superior
7	Separada	6 anos	Imóveis	Pós-graduação
8	Viúva	40 anos	Comércio/Serviços	Superior
9	Casada	28 anos	Serviços	Superior
10	Casada	7 anos	Comércio varejista	Pós-graduação

Fonte: elaborado pela autora

Observa-se que a maioria das mulheres são casadas e que todas possuem formação superior (graduação ou pós-graduação). Além disso, possuem no mínimo 6 anos de atuação na empresa e operam em diversos segmentos focados no setor de serviços. É importante observar que este perfil de respondente é, de certa forma, privilegiado, pois é comum encontrar empreendedores com menor grau de formação. Este perfil pode ser uma característica das mulheres que participam de comitês, pois assumem uma posição de liderança que vai além da atuação da sua própria empresa.

4.1 Principais motivações que levaram a ação de empreender

A pesquisa investigou quais foram as principais motivações que levaram as empreendedoras, de fato, a empreender. Foram apresentadas oito possibilidades de resposta. As respondentes puderam assinalar até três alternativas. Os destaques foram “querer transformar uma paixão em profissão”, com seis apontamentos, seguido de “identifiquei uma oportunidade no mercado” e “queria ganhar mais dinheiro”, com cinco apontamentos, ao passo que “um convite para entrar em empresa já existente”, “a oportunidade de atuar na empresa da família” e o “desejo de construir uma empresa para deixar para família/descendentes” foram selecionados somente uma vez.

Na entrevista foi possível observar que a paixão por empreender foi identificada por elas na infância. As entrevistadas E1 e E2 disseram ter identificado a vontade de empreender desde crianças. E1 acredita que "é possível desenvolver habilidades empreendedoras nas pessoas, mas perfil empreendedor é relacionado à personalidade, acredito muito nisto. O liderar, o chefiar sempre foi muito natural e necessário para mim." Hisrich, Peters e Shepherd (2009) indicam a frequente possibilidade de identificar características como liderança, intuição, criatividade e senso de oportunidade no perfil dos empreendedores. Lacombe (2008) compreende que os líderes possuem a capacidade de motivar, conduzir, agregar pessoas e ideias em direção de um foco comum.

Quando questionadas sobre como identificaram a oportunidade de empreender, as três empreendedoras disseram ter identificado a oportunidade diante de uma carência no mercado. E1 relatou que foi uma das primeiras empresárias da região que investiu no ramo digital com o e-commerce: "pensei em montar um negócio novo voltado a fornecer consultoria de conteúdo digital para as lojas varejista da região". E2 foi a primeira a empreender no ramo de vendas de aparelhos auditivos em Novo Hamburgo. Já E3 identificou a oportunidade de empreender devido a uma necessidade pessoal: "eu era síndica e não me sentia bem atendida pelas administradoras de condomínios, então identifiquei a oportunidade de fazer diferente."

Na investigação de Boas e Diehl (2012) as respondentes citaram como principais motivações “identifiquei uma oportunidade no mercado”, seguida de “sempre quis ter um negócio próprio” e “busca por qualidade de vida”. Neste estudo, as empreendedoras do comitê apresentam como principais motivações “quis transformar uma paixão em profissão”, seguida de “identifiquei uma oportunidade no mercado” e “queria ganhar mais dinheiro”. Este resultado pode estar relacionado a uma possível exposição das mulheres à influência familiar e ao meio que elas convivem/conviveram. A pesquisa do GEM (2018) havia apontado um percentual maior de empreendedoras por oportunidade (55,6%) em relação aos empreendedores por necessidade.

A entrevista questionou qual foi a principal motivação ou motivo que levou a empreender. E1 afirmou que para ela o principal motivo foi a independência financeira. E2 relatou que empreender era uma realização pessoal. Segundo ela, alcançar este desejo foi o principal motivador. Já E3 afirmou que a motivação para empreender veio da "insatisfação do que eu estava fazendo, onde eu estava trabalhando." Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), a frustração no emprego e o desejo de mudança da vida pessoal são alguns dos principais pontos de partida para a mulher empreender.

Os resultados obtidos na pesquisa de Machado, St-Cyr, Mione e Alves (2003) se aproximam dos dados obtidos nesta pesquisa, pois os autores concluíram que, de modo geral, a realização pessoal é o principal motivo que leva as mulheres a empreender.

4.2 Facilitadores e barreiras da carreira empreendedora

Para identificar os facilitadores da carreira empreendedora, foi solicitado para as participantes que avaliassem os aspectos que contribuíram para que elas empreendessem, escolhendo entre as gradações "muito", "médio", "pouco" e "nada", conforme Tabela 1.

Tabela 1 - Aspectos que contribuíram para que as mulheres empreendessem

Questões	Muito	Médio	Pouco	Nada
1. Experiência anterior.	5	3	0	2
2. Apoio de outros empreendedores.	3	4	2	1
3. Apoio de familiares.	7	0	3	0
4. Cursos, graduações e seminários.	6	3	0	1
5. Características pessoais.	8	2	0	0
6. Ter dinheiro para investir.	1	4	4	1
7. Incentivo do governo.	0	0	1	9

Fonte: dados da pesquisa

Ao analisar a Tabela 1, percebe-se que as mulheres avaliam as características pessoais como o aspecto mais relevante para que elas empreendessem, seguido do apoio dos familiares, requisito julgado por elas como importante. Um mesmo aspecto ganhou destaque na pesquisa de Boas e Diehl (2012): características pessoais. Por outro lado, as empreendedoras do Comitê afirmaram que o incentivo do governo foi o que menos contribuiu para que elas empreendessem.

Para identificar de forma direta os principais facilitadores, a entrevista trouxe a seguinte pergunta: Qual foi o principal aspecto que facilitou a abertura ou manutenção do negócio? E1 identifica que "o networking é sempre um facilitador, acredito também ser o principal." A entrevistada comentou da importância das pessoas em acreditar, dar oportunidades e abrir as portas para as novas ideias e trabalhos. Ela afirma que isso só acontece quando se tem a capacidade de ter bons relacionamentos. E2 também relatou que o networking foi principal facilitador encontrado por ela: foram parcerias com empresas que acreditaram e apoiaram a iniciativa da empresa. A RME (2016) identificou que 59% das 1376 mulheres entrevistadas participam de algum tipo de rede de contatos. Na conclusão do estudo ainda foi destacado que com o networking elas podem melhorar o relacionamento com outras empreendedoras e com o mercado.

Já E3 relatou que a principal fonte de apoio, desde a fase inicial, foi da família (marido e filhos) e hoje sua principal fonte inspiradora é a única filha de 28 anos. Nesse sentido, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) destacam que como fonte de apoio as mulheres mencionam seus maridos, amigos e associados. Na pesquisa de Silva, Mainardes e Lasso (2016) as empreendedoras também apontaram os familiares como seus maiores apoiadores. Os autores ainda ressaltam que o resultado confirma a importância da família como incentivo para as empreendedoras, eles acreditam que as mulheres que recebem apoio dos que o cercam têm mais chance de sucesso.

A sondagem prosseguiu questionando as empreendedoras sobre os aspectos considerados como barreiras para que elas empreendessem. A Tabela 2 sintetiza os resultados encontrados.

Tabela 2 - Aspectos considerados como barreiras na carreira empreendedora

Questões	Muito	Médio	Pouco	Nada
1. Obtenção de financiamentos.	0	3	4	3
2. Falta de tempo para se dedicar a família ou à empresa.	1	6	2	1
3. Maternidade.	2	4	3	1
4. Instabilidade financeira.	3	5	2	0
5. Recursos financeiros.	2	5	3	0
6. Medo de arriscar/insegurança.	2	3	2	3
8. Carga tributária.	8	1	0	1
9. Maior carga de trabalho.	3	4	3	0
10. Relacionamento com sócio(a)/funcionário(a).	0	4	5	1
11. Não ter o apoio do cônjuge e da família.	1	5	0	4
12. Preconceito em relação ao ingresso como empreendedora	0	2	3	5

Fonte: dados da pesquisa.

Ao analisar a Tabela 2, observa-se que a maior barreira na carreira das empreendedoras é a carga tributária. Esta resposta vai ao encontro da questão apontada como fator que menos facilitou para que as mulheres empreendessem, o "Incentivo do governo" (Tabela 2). O estudo realizado por Boas e Diehl (2012) afirmou que as mulheres investigadas apontavam a carga tributária, seguida da instabilidade financeira, insegurança e maior carga de trabalho como pontos negativos no fato de ter o próprio negócio. Este resultado aproxima-se ao obtido na coleta de dados do Comitê.

E1 relatou que a falta de apoio da família é uma das barreiras encontrada por ela. Ao relatar seu relacionamento com a mãe, irmãs e especialmente com o pai, identificou-se que a relação dela com o genitor é conturbada quando se fala de negócios. Segundo ela, filha primogênita de pai autoritário, não ter apoio do pai e da mãe na sua carreira é uma das barreiras.

Assim como a identificação desta empreendedora, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) identificam no histórico das empreendedoras características como primogênita e pai autônomo. Buscam como apoio a família, amigos, cônjuge, grupos femininos e associações comerciais. Como já identificado neste estudo, o apoio da família, para elas, é bastante relevante.

A segunda maior barreira é a instabilidade financeira. Este item pode estar vinculado ao atual contexto político e econômico do país. Na análise de Boas e Diehl (2012) a instabilidade financeira também ocupou o segundo lugar no ranking dos principais pontos negativos no fato de ter o próprio negócio. Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) destacam que as empreendedoras estudadas por eles, quando questionadas sobre o âmbito financeiro, sentem medo de possíveis cobranças ou fracassos. As empreendedoras participantes da pesquisa de Camargo, Lourenço e Ferreira (2018) relataram a presença do medo futuro em relação à questão financeira do empreendimento.

Na análise também se observa que a "maior carga de trabalho" está atrelada com a "falta de tempo para se dedicar a família ou à empresa". Muitas outras razões podem estar relacionadas a esse comportamento, como a questão da organização e planejamento. A RME (2016) afirma que nem sempre é possível adequar a vontade de empreender com a realidade da mulher empreendedora. Boas e Diehl (2012) concluíram que as empreendedoras estudadas, mesmo tendo carga horária maior que as carreiras convencionais, possuem maior liberdade para organizar ou conciliar sua agenda.

Por outro lado, o aspecto menos visto como barreira pelas mulheres respondentes do questionário é o preconceito em relação ao ingresso delas como empreendedoras. E2 acredita que "hoje o respeito pela mulher como profissional mudou muito em relação alguns anos atrás", enquanto E3 relatou não ter identificado na sua carreira profissional o preconceito em relação ao ingresso como empreendedora, mas afirmou: "trabalhei fora do país por muito tempo. Na China, por exemplo, a mulher é menos valorizada que os homens, enquanto que na Inglaterra é completamente diferente, mas aqui no Brasil o preconceito ainda é muito forte." Independentemente do setor de atuação das mulheres em estudo, nota-se que o crescimento da mulher empreendedora vem acompanhando o desenvolvimento da sociedade, ocupando hoje cargos e funções que até alguns anos atrás eram ocupados somente por homens. Na pesquisa de Machado (2002) as mulheres empreendedoras também não apresentaram barreiras culturais relacionadas ao preconceito de gênero.

Os diversos papéis e a possível dupla jornada da mulher refletem características de uma empreendedora criativa, versátil e flexível, capaz de resolver de diferentes maneiras a mesma situação (GOUVÊA; SILVEIRA; MACHADO, 2013).

Outra barreira identificada na entrevista com as empreendedoras é a maternidade. Elas afirmam que, para a mãe, filho é prioridade. E1 complementa: "na primeira infância a criança tem uma necessidade fisiológica da mãe, pois é ela quem amamenta" e "estar presente na vida de um filho, para mim, tem um valor imensurável." O relatório da RME (2016) apontou que 75% das mulheres investigadas pelo estudo decidem empreender após a maternidade. O mesmo relatório ainda conclui que a decisão de empreender está atrelada à independência financeira e a maternidade.

E2 relatou que antes de empreender ela optou por viver exclusivamente para a maternidade e ressaltou: "eu tive o privilégio de passar muito bem a fase da maternidade, me dediquei exclusivamente para os meus filhos por 12 anos e depois decidi de fato empreender", no entanto, "uma mulher que já está trabalhando e engravida é sim diferente, da minha situação. Porém, acredito que hoje em dia está mais favorável e existem mais possibilidades, diferente da época que vivi a maternidade." Neste sentido, o Relatório Itaú Mulher Empreendedora (2018) aponta que a dupla jornada que as empreendedoras enfrentam é uma barreira psicológica desafiadora para o seu crescimento. O relatório ainda salienta o receio de que o empreendimento possa distanciá-la da família.

Na seção seguinte serão apresentadas as considerações finais do presente estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desafio das mulheres no seu ambiente de trabalho e a necessidade de aliar as atividades e o convívio da família com uma fonte de renda faz com que muitas iniciem o seu próprio negócio, sendo empreendedoras. Esta jornada se inicia a partir de motivações pessoais que são as mais variadas e se constrói a partir de um conjunto de facilitadores e de barreiras.

A partir deste contexto, este estudo identificou as motivações, as barreiras e os facilitadores das mulheres que participam do Comitê de Mulheres Empreendedoras da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha.

Constatou-se que a maioria das mulheres teve como estímulo para empreender o desejo de transformar uma paixão em profissão e, com isso, aumentar o seu rendimento para conquistar a independência financeira. Os dados demonstraram que grande parte das

mulheres apontam dois fatores que mais impactaram na decisão de empreender: i) o apoio da família; ii) as características de empreendedorismo reconhecidas desde criança. Estes achados confirmam outros resultados já apontados em estudos desta natureza.

As empreendedoras revelam a carência de políticas públicas e falta de incentivo por parte do governo, atribuindo também a carga tributária como a principal barreira na carreira empreendedora. Esta razão pode estar atrelada à segunda maior barreira apontadas por elas, a instabilidade financeira. Dentre outros aspectos mais citados na pesquisa, destacam-se a carga horária que elas dedicam aos seus negócios e a falta de tempo para se dedicar à família ou à própria empresa.

Entre outros obstáculos revelados pelas empreendedoras, é possível identificar que as razões emocionais predominam quando a questão é maternidade. Ainda há poucas pesquisas consolidadas que proporcionam cruzamentos de dados entre maternidade e a carreira empreendedora feminina.

As características descritas pelas empreendedoras ao longo do presente trabalho demonstram a capacidade de crescimento da mulher no mundo dos negócios. A evolução do empreendedorismo feminino vem acompanhando a evolução da sociedade, onde as mulheres podem ser empreendedoras, intraempreendedoras, diretoras, presidentes, assumindo cada vez mais cargos que antes eram ocupados somente por homens.

É importante destacar que este grupo se caracteriza por um conjunto de mulheres que atuam há mais de 6 anos junto às suas empresas e possuem um grau de instrução bastante elevado, pois todas cursaram, no mínimo, o ensino superior.

Este estudo oportuniza análises e discussões sobre os temas que envolvem o empreendedorismo feminino a fim de buscar resultados que possam ajudar a sociedade a articular alternativas que se adequem à vida empreendedora e à realidade da família contemporânea. Para os empreendedores em geral, o estudo pode ajudar a compreender melhor a visão de mercado e conhecer algumas trajetórias e rotinas da carreira empreendedora a partir da perspectiva de um comitê formado por mulheres empreendedoras da região Sul do país (Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha).

É importante destacar que os resultados deste estudo estão limitados ao grupo investigado e que uma amostragem maior envolvendo mais empreendedoras da região poderia alterar os resultados. Portanto, recomenda-se a continuidade de pesquisas relacionadas a este tema, pois o empreendedorismo feminino oportunizou importantes mudanças sociais, mentais e de valores, possibilitando à mulher condições de crescimento no mercado nacional e internacional.

Destaca-se a necessidade de estudos que identifiquem a influência da família no empreender das mulheres e qual é a visão dos familiares destas empreendedoras. Estes estudos podem ser conduzidos com mulheres que não participam do Comitê de Mulheres ou até mesmo por meio de uma amostra maior de mulheres de diferentes grupos.

REFERÊNCIAS

ACI-NH/CB/EV, **Comitê de Mulheres Empreendedoras**. [Recurso eletrônico]. Disponível em: <<http://www.acinh.com.br/institucional/comites/comite-de-mulheres-empreendedoras>>. Acesso em: 14 mai. 2020.

ALPERSTEDT, Graziela; FERREIRA, Juliane; SERAFIM, Maurício. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. [Recurso eletrônico]. **Revista de Ciências da Administração**: Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil, v. 16, n. 40, p. 221-234,

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino**: razão do empreendimento. Núcleo de Pesquisa da Finan, v. 3, n. 3, 2012. 13

AVENI, Alessandro; NUNES, Carlos; CRUZ, Lucineide. **Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no distrito federal**. [Recurso eletrônico]. Artigo. 22 p. 2012. Disponível em: <<http://www.facsenac.edu.br/portal/images/documentos/revista-nova-gestao/3artigo-1ed.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2020.

BOAS, Andréa; DIEHL, Bruna Villas Boas. **Elas empreendedoras**. São Paulo, SP: Prol Editora Gráfica, 2012.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2007.

CAMARGO, Raquel Adriano Momm Maciel de; LOURENCO, Mariane Lemos and FERREIRA, Jane Mendes. Mulheres empreendedoras no Brasil: quais seus medos? **Revista Brasileira Gestão Negócios**, v. 20, n. 2, p. 178-193, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: 2018. [Recurso eletrônico]. Curitiba: IBQP, 2019. 174 p. Disponível em: <<http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Livro%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%20-%20web%20compactado.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2020.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Análise dos resultados por gênero**: 2018. [Recurso eletrônico]. Curitiba: IBQP, 2019. 21 p. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%20C3%A1lise%20por%20g%20-%20Anero%202018%20finalv1%20\(002\).pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/GEM%20-%20An%20C3%A1lise%20por%20g%20-%20Anero%202018%20finalv1%20(002).pdf)>. Acesso em: 1 jul. 2020.

GOUVÊA, Anna Beatriz; SILVEIRA, Amelia; MACHADO, Hilka Vier Machado. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. [Recurso eletrônico]. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 2, p. 32-54, 2014.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 662 p.

ITAÚ MULHER EMPREENDEDORA. **Programa mulher empreendedora**: 2018. [Recurso eletrônico]. Disponível em: <<https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3614/2/CFL%20-%20Programa%20Mulher%20Empreendedora.pdf>>. Acesso em: 01 jul. 2020.

JARDIM, Ronise. **O setor coureiro-calçadista gaúcho e a crise internacional de 2008**. [Recurso eletrônico]. Porto Alegre, RS, 2010. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25426/000751020.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2020.

KETS DE VRIES, Manfred F. R. **Liderança na empresa**: como o comportamento dos líderes afeta a cultura interna. São Paulo, SP: Atlas, 1997. 215 p.

LACOMBE, Francisco José Masset; HEILBORN, Gilberto Luiz José. **Administração**: princípios e tendências. 2. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2008. 544 p.

MACHADO, Hilka Vier. **Identidade Empreendedora de Mulheres no Paraná** [recurso eletrônico]. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002. 192 p.

MACHADO, Hilka Vier; Barros, Gislaiane; Palhano, Dayane. **Conhecendo a empreendedora norte paranaense**: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. **Anais EGEPE**—3º Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresa, p. 171-197, 2003.

MACHADO, Hilka Vier; ST-CYR, Louise; MIONE, Anne; ALVES, Marcia Cristina. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 0-0, 2003.

RME - REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Quem são elas?**: uma visão inédita do perfil da mulher empreendedora no Brasil: 2016. [Recurso eletrônico]. Disponível em: <<http://materiais.redemulherempreendedora.com.br/pesquisa-quem-sao-elas>>. Acesso em: 28 jun. 2020.

SILVA, Mariana Santos da; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. Características do empreendedorismo feminino no brasil. [Recurso eletrônico]. **Revista Gestão e Desenvolvimento**. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2016.

TAKAHASHI, Adriana Roseli; GRAEFF, Julia; Teixeira, Rivanda. Planejamento estratégico e gestão feminina em pequenas empresas: o caso das escolas particulares em Curitiba. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 39, p. 29-44, 2006.