

EMPREENDEDORISMO FEMININO: NEGÓCIOS CRIATIVOS

Amanda Costa Cavalcante¹

Hamyd Silva de Andrade Souza²

RESUMO

O artigo buscou conhecer o perfil empreendedor das mulheres que desejam ou já ingressaram no mundo do empreendedorismo na região de Camaçari-Ba. Buscou também, mostrar sobre o contexto histórico do empreendedorismo feminino a sua importância na sociedade e a forma criativa das mulheres empreenderem, identificando suas dificuldades e os desafios ao longo de suas trajetórias. A pesquisa foi realizada através de uma abordagem metodológica quantitativa com aplicação de uma enquete, sendo questões de múltipla escolha, aplicado em uma rede social, por um período de 24 horas, com 66 mulheres. Através da computação dos dados da pesquisa e da pesquisa bibliográfica foi possível perceber que a maioria das mulheres da amostra desejam empreender e serem donas do seu próprio negócio. Nas considerações finais do artigo é feita uma explanação sobre o empreendedorismo e a criatividade das mulheres, evidenciando o crescimento que ocorre sobre elas no empreendedorismo e uma visão mais ampla dos resultados mostrados na pesquisa, falando de suas dificuldades e desejos.

Palavras-chave: Feminino, Empreendedorismo, Mulheres, Criatividade.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: CREATIVE BUSINESS

ABSTRACT

¹ Graduanda em Administração pela Faculdade Metropolitana de Camaçari, 8º semestre. E-mail: acavalca1@gmail.com

² Contador, Especialista em Administração Estratégica pela Faculdade Estácio Salvador (BA), Brasil. Professor e Coordenador do Núcleo de Estágio da Faculdade Metropolitana da Camaçari. E-mail: hamydsouza@gmail.com

The article sought to understand the entrepreneurial profile of women who want or have already entered the world of entrepreneurship in the region of Camaçari-Ba. It also sought to show, on the historical context of female entrepreneurship, its importance in society and the creative way women undertake, identifying their difficulties and challenges along their trajectories. The research was carried out through a quantitative methodological approach with application of a poll, with multiple choice questions, applied in a social network, for a period of 24 hours, with 66 women. Through the computation of research data and bibliographical research, it was possible to see that most of the women in the sample want to undertake and own their own business. In the final considerations of the article, an explanation is made about the entrepreneurship and creativity of women, showing the growth that occurs in entrepreneurship and a broader view of the results shown in the research, talking about their difficulties and desires.

Keywords: Feminine, Entrepreneurship, Women, Creativity.

1 INTRODUÇÃO

A palavra empreendedorismo surgiu há cerca de 800 anos, e significa a disposição para detectar problemas e soluções, realizar projetos ou movimentos que sejam capazes de desenvolver mudanças e gerar ações positivas no negócio da pessoa empreendedora ou até mesmo na vida da mesma. Segundo o teórico Joseph Schumpeter, o empreendedorismo está diretamente associado à inovação e a pessoa empreendedora é o responsável pela realização de novas combinações, ou seja, a pessoa empreendedora está à frente do seu tempo, possui visão de futuro, ela controla suas ações com base no planejamento futuro, o significado de empreendedorismo não limita-se ao presente.

A situação das mulheres que empreendem ainda é dificultada, empreender é uma tarefa tanto para homens quanto para mulheres, independente de sua profissão ou classe social. Basta que a pessoa corra atrás dos seus objetivos, seja criativa, inovadora, tenha motivação e não tenha medo de arriscar e ir à luta, pois na história da sociedade, sempre ouvimos dizer que homens são o provedor da casa e que as mulheres têm que ficar em casa, cuidando da família e dos filhos. Dessa forma, os homens acabam ganhando mais espaços, nas pesquisas de empreendedorismo. Segundo Dogen (1989, p. 11) [...] “O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”.

Sendo assim, para entender por qual razão a mulher empreende, é importante identificar a mulher empreendedora Brasileira; conhecer o cenário dessa mulher no mercado de trabalho; verificar em quais setores que o empreendedorismo feminino tem maior escala; ver de que forma criativa elas desenvolvem seus trabalhos e a importância do estilo de gestão feminino para a sociedade no momento atual.

O cenário feminino no empreendedorismo já é mais do que uma realidade, as mulheres empreendedoras seguem ganhando cada vez mais seu espaço na sociedade. Pois elas mostram que conseguem ser o que elas quiserem, que são fortes e não dependem de homens para sustenta-las, na realidade elas conseguem fazer os serviços de forma igual ou até melhor que eles.

Diante do que foi citado, o trabalho tem como finalidade identificar as motivações que levam ao avanço do empreendedorismo feminino. E como específico compreender os desafios, conquistas; e a criatividade das mulheres no mundo empreendedor.

2 METODOLOGIA

O método científico trata de estudos e observações a cerca de uma temática que tornam o objeto de estudo confiável e aceito na sociedade, dando direcionamento a uma estruturação e desenvolvimento de grandes conhecimentos. Sendo assim, faz com que os estudantes a busquem resultados à pesquisa a ser desenvolvida, produzindo explorações e avanços no crescimento do discente.

A aplicação da pesquisa descritiva para o desenvolvimento deste artigo foi feita através de uma percepção de tirar informações e dados de varias mulheres que empreendem na cidade de Camaçari, o principal objetivo da pesquisa descritiva é verificar as informações que foram reunidas sem que haja a interferência do pesquisador. Fazendo o uso de levantamentos para coleta de dados e descreve, com detalhes, experiências, processos, situações e fenômenos.

A metodologia aplicada no atual estudo foi feita com o uso de livros, sites e artigos científicos que falam sobre o empreendedorismo feminino e seus negócios criativos.

A abordagem de pesquisa é quali-quantitativo, sendo qualitativa, pois envolve uma compreensão e explicação do tema estudado, que permitiu à pesquisadora retratar os dados com mais confiança e também é quantitativa, pois tem o objetivo de verificar estatisticamente uma hipótese a partir da coleta de dados concretos e quantificáveis.

Segundo Knechtel (2014), a pesquisa quantitativa é uma forma de buscar referencias que age sobre um problema humano ou social, é baseada no teste de uma teoria e composta por variações quantificadas em números, as quais são analisadas de modo estatístico, com a função de determinar se as propagações previstas na teoria se mantem ou não. Sendo assim, a pesquisa é ligada ao dado, para comprovações a parti de números.

A pesquisa foi realizada através da rede social instagram, foram feitas perguntas e alguns seguidores do perfil acavalca1 da referida rede responderam, essas perguntas ficaram disponíveis por um período de 24 horas, do dia 22 á 23 de junho de 2021, com perguntas de múltipla escolha que ajudaram no apuramento o objetivo da pesquisa. Segundo (GIL, 2007 p. 17), “para realizar uma boa pesquisa é importante ter ferramentas adequadas que levam o agente da pesquisa ao resultado que espera”.

3 FUNDAMENTAÇÕES TEÓRICAS

As seções a seguir foram escolhidas por terem sido analisadas e avaliadas como essenciais para que a pesquisa fundamente-se em uma base bibliográfica, objetivando a contextualização e o embasamento da pesquisa. O artigo foi separado em cinco seções. Começando apresentando o tema empreendedorismo. Depois vem a parte do empreendedorismo feminino, no terceiro momento, mostra como é importante o ensino empreendedor, quarto a forma criativa de empreender das mulheres e por último, uma pesquisa para análise do perfil empreendedor das mulheres de Camaçari-Ba.

3.1 EMPREENDEDORISMO CONTEXTO HISTÓRICO

O empreendedorismo surgiu no século XVII com o início da industrialização que ocorria por todo o mundo devido a Primeira Revolução Industrial que ocorreu na Grã Bretanha.

Desde a época primitiva, se considerar a evolução humana, o homem desta época já tinha atitudes de empreendedor, pois sempre que era necessário, para manter a sobrevivência, inovava na construção de diversos materiais para ter rapidez na caça dos animais.

Segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo não é algo que esteja surgindo agora, ou por modismo: existe desde a primeira ação humana de inovar, com o intuito de melhorar as relações do homem com a natureza e com outras pessoas.

Para Leite (2000), empreendedorismo é a criação de valor por pessoas e organizações trabalhando em conjunto para programar uma ideia por meio da criatividade, transformação e o desejo de tomar algo inovador, muitas vezes chamado de ariscado.

O empreendedor deve está atento a tudo que acontece ao seu redor, ter uma visão clara e objetiva para identificar as oportunidades. Focando em pessoas e não somente nas empresas, pois essas atitudes irão determinar o sucesso ou o fracasso da empresa.

Chiavenato (2004), espírito empreendedor é impulsionar recursos, o desejo por novos talentos, a proatividade e a inovações de ideias. Pois, o empreendedor está disposto, a busca novos desafios de uma maneira rápida, aproveitando as chances que lhe aparecem, primeiro que outras pessoas.

Empreendedor é quem descobre uma chance e já elabora uma maneira de abrir um negócio para ganhar sobre ele, sabendo das ameaças previstas, segundo Dornelas (2008). Toda definição sobre empreendedorismo, podemos encontrar os vários aspectos quando refere ao empreendedor: ter iniciativa, sair da zona de conforto, ser apaixonado no que faz; ter criatividade com os recursos que aparecem, e aceitar os riscos que podem surgir ao longo da caminhada como também a hipótese de não dar certo.

O empreendedorismo pode ser captado como a forma de fazer dar certo com ideias criativas e motivadoras. É ter iniciativa diante de cenário que está inserido e precisa ser solucionado.

3.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

No século XX bem no início, as perspectivas das mulheres se resumiam a uma minúscula parte de atuação na sociedade, pois elas não tinham direito de votar ou atuar de outra forma relevante na sociedade. Uma Análise da história da mulher na sociedade, Bolson e Oliveira (2018) dizem que:

Desde os tempos antigos, As funções primordiais femininas eram: dona do lar, responsável por cuidar da casa, do marido e dos filhos, sempre submissa tanto aos pais quanto ao marido, eram governadas a todo o tempo, e não podiam expressar suas vontades ou desejos em cumprir os objetivos pessoais.

Depois da década de 1970, foi observado um grande crescimento de mulheres que começaram a buscar atividades fora de suas casas, segundo Bruschini e Lombardi (2002). O decorrer do século XX começou a haver mudanças, muitas mulheres ingressaram no mercado de trabalho no Brasil, porém o que não foi observado foi o desaparecimento das desigualdades salariais entre os sexos (SEBASTIANI, 2003).

Mesmo com o aumento da participação feminina no mercado de trabalho, é notório que as mulheres desde os princípios da sua inserção no mercado de trabalho enfrentam desvantagens em relação ao empreendedor masculino (HOELTGEBBAUM, 2007).

Com os avanços da sociedade, com o passar do tempo o comportamento dessas mulheres vem sendo modificado, elas não querem ser iguais ou melhor que os homens, mas querem conquistar seu espaço, ter vez e voz. É importante ressaltar que cada vez mais, elas ultrapassam grandes barreiras, que são impostas dia a dia, pelo preconceito, pelas pessoas,

pelos homens, pelo mercado de trabalho e diversas outras. Várias mulheres empreendedoras, com seus negócios elas têm mostrado verdadeiros poder, para construção de grandes negócios ou conseguindo altos cargos em empresas multinacionais, com posições de liderança onde há uns tempos atrás eram somente ocupados pelo sexo masculino.

3.3 A IMPORTÂNCIA DO ENSINO EMPREENDEDOR FEMININO

A educação é o único caminho para criar uma sociedade melhor para o país, e não é diferente para o empreendedorismo feminino. A importância da educação empreendedora para o crescimento de uma nação tem sido reconhecida, pelo Brasil, e por vários países do mundo. A cultura empreendedora é imprescindível, pois o comportamento empreendedor está ligado ao artístico, ao psíquico, bem como ao científico.

Segundo Dolabela (2008) a educação empreendedora tem que se desenvolver. Para ele, “a educação empreendedora no Brasil divergente dos países desenvolvidos: no Brasil as variáveis que definem a nossa ética e o nosso método educacional procede de contingências não encontradas lá: a miséria e os mecanismos históricos de sua preservação”.

Outro ponto importante é o papel que o empreendedorismo feminino exerce para diminuir as desigualdades entre os sexos. Também, beneficia a diversidade de negócios, em virtude de cenários inovadores e criativos identificados pela visão feminina. Segundo o SEBRAE, as mulheres brasileiras começam a maioria delas, a empreender a partir das suas necessidades financeiras, para ter uma renda maior, ou até mesmo, sustentar sua família e seus filhos. Fazendo com que essas mulheres fiquem ainda mais independentes, e não dependam de homens para sustenta-las.

Podemos ver abaixo uma lista de cinco mulheres empreendedoras, que mudaram suas vidas e poderão mudar a vida de muitas outras mulheres que conheceram a sua história e se inspiraram nelas.

Quadro 1: 5 Mulheres empreendedoras

Luiza Helena Trajano	Ela é responsável pelo sucesso e grande crescimento da Magazine Luiza. Quem iniciou foi seus tios com uma pequena loja em São Paulo, e quem fez o negocio expandir foi Luiza, transformando a empresa em uma das maiores redes de varejo do país que assumiu a liderança da empresa no ano de 1990.
-----------------------------	---

Isabella Delorenzo	Ela transformou sua loja virtual a The Brownie Shop em uma rede de lojas físicas. Fundada em 2009, Isabella foi iniciadora no ramo no Brasil: sua loja foi a primeira a comercializar brownies artesanais.
Zica Assis	Ela já trabalhou empregada doméstica, como babá, e faxineira, encontrou nos cabelos uma ideia para empreender fundou o Instituto Beleza Natural que ajuda a milhares de mulheres a se aceitar com seus próprios cabelos naturais.
Chieko Aoki	A empresária é fundadora e presidente de uma das maiores redes hoteleiras do Brasil, que é a Blue Tree Hotels. Conforme publicado pela revista Forbes no ano de 2013, ela ocupou o segundo lugar, como uma das figuras de mulheres de empreendedoras mais poderosas do Brasil.
Adelina Clara Hess	Na década de 1950 começou a produzi camisas com sobras de tecidos. Ela deu início à Dudalina, hoje é uma grande marca de camiseta da América Latina. No ano de 2003, sua filha Sônia assumiu o comando.

O ensino empreendedor ele também está nessas grandes mulheres, que dia a dia inspiram outras, a dar o seu melhor e ir atrás dos seus sonhos. Existem pelo mundo, muitas mulheres como essas, que inspiram outras mulheres a serem grandes empreendedoras.

3.4 A FORMA CRIATIVA DE EMPREENDER DAS MULHERES

A palavra criatividade se vincula ao termo 'criar', que tem origem do latim "creare", e significa: construir alguma coisa a partir do nada, dar existência a algo, criar e estabelecer, ou seja, pode ser definida de varias maneiras, como por exemplo, habilidade de pensar em caminhos que diferem das linhas de pensamento já estabelecidas.

Os negócios criativos são as atividades que envolvem conhecimento, criatividade e cultura, e além de tudo gera renda as pessoas envolvidas. Segundo Amabile (1997), A Criatividade possui um papel relevante no desenvolvimento de inovações tecnológicas.

Quando falamos em empreendedorismo feminino criativo, podemos observar que o talento criativo feminino é determinado, por diversos fatores, como por exemplo, o familiar, os pais têm papel importante na identificação do talento, no apoio da aprendizagem, o estímulo dos pais para a autoconfiança, independência e curiosidade da criança colaboram para o seu desenvolvimento criativo (Alencar&Fleith,2003).

São essa relação no início de suas vidas, que a tornam no futuro grandes mulheres, independentes e criativas.

Também podemos observar ao longo da história do empreendedorismo feminino, que as mulheres, em média, têm grau de escolarização maior dos que os homens, o que significa que estão mais preparadas para buscar alternativas.

Tendo em vista o aumento da quantidade de mulheres em posição de destaque nos diversos setores da sociedade. Elas sempre buscar conhecer ainda mais o que está trabalhando, se reinventam, sai da sua zona de conforto. O percentual de empreendedoras que vendem pela internet, usam redes sociais e inovam em produtos e serviços é superior ao de empresários do sexo masculino, fazendo com que aumentem suas vendas e conseqüentemente cresçam as suas empresas.

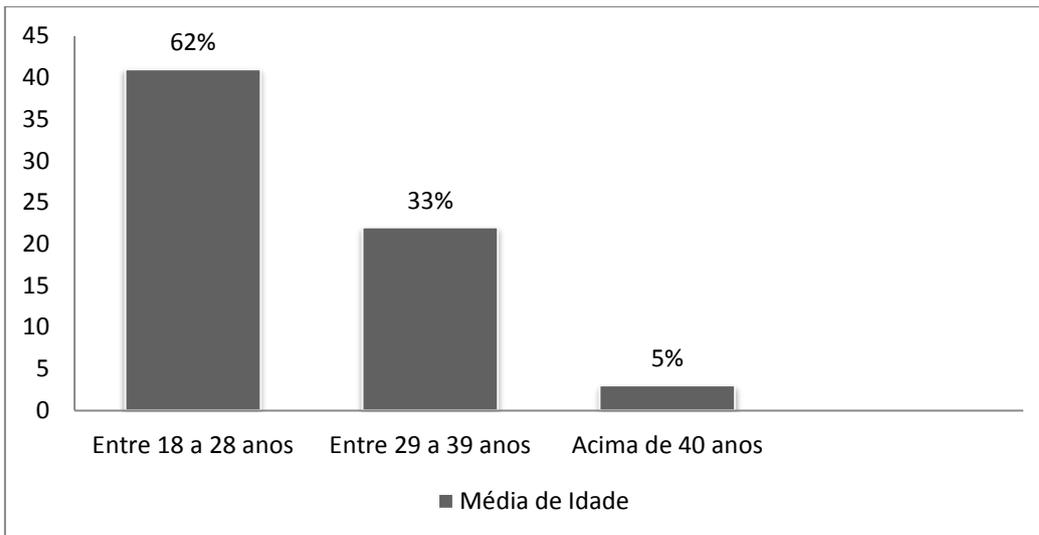
3.5 RESULTADOS DA PESQUISA: O QUE PENSAM MULHERES SOBRE EMPREENDEDORISMO.

A pesquisa foi aplicada na rede social instagram, com propósito de detectar o que as mulheres residentes de Camaçari-Ba pensam em relação ao empreendedorismo. Com uma quantidade de 66 mulheres, que participou respondendo, uma quantidade de seis perguntas no prazo de 24 horas. As apurações dos questionários da pesquisa estão apresentadas e simbolizadas através de gráficos, de acordo abaixo:

3.5.1 Qual a sua idade?

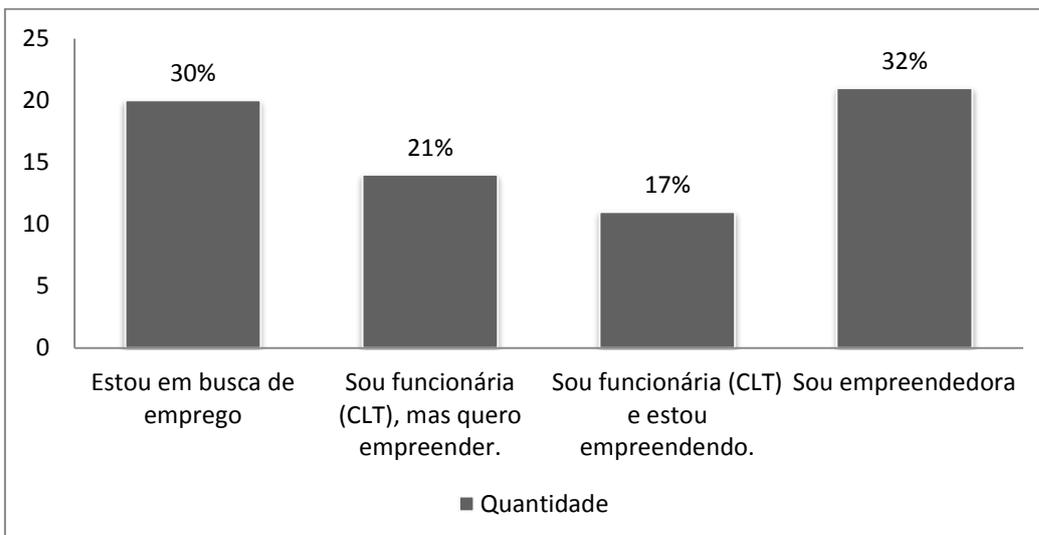
A primeira pergunta foi em sobre a idade dessas mulheres, conforme figura 1 abaixo, 62% das mulheres tem entre 18 a 28 anos, 33% tem entre 29 a 39 anos e só 5% tem acima de 40 anos. Podemos observar que a maioria das entrevistadas são mais jovens.

Figura 1 - Faixa etária de idade.



3.5.2 Qual das opções melhor retrata sua situação atual?

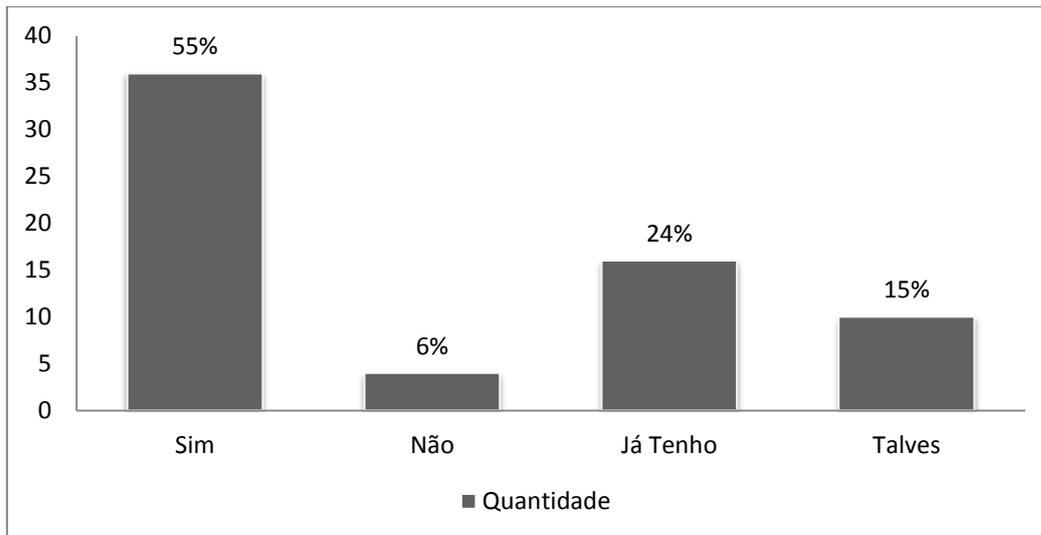
Figura 2 - Definição situação atual.



Na Figura 2 acima podemos observar os resultados mostram a sua real situação vivida, onde 30% estão desempregadas procurando trabalho, 21% são funcionárias com carteira assinada, porém desejam empreender, 17% são de carteira assinada e estão empreendendo, e 32% são empreendedoras. Sendo assim, é possível ver que muitas já são empreendedoras, porém existem muitas estão desempregadas, em busca de emprego.

3.5.3 Já pensou em abrir seu próprio negócio?

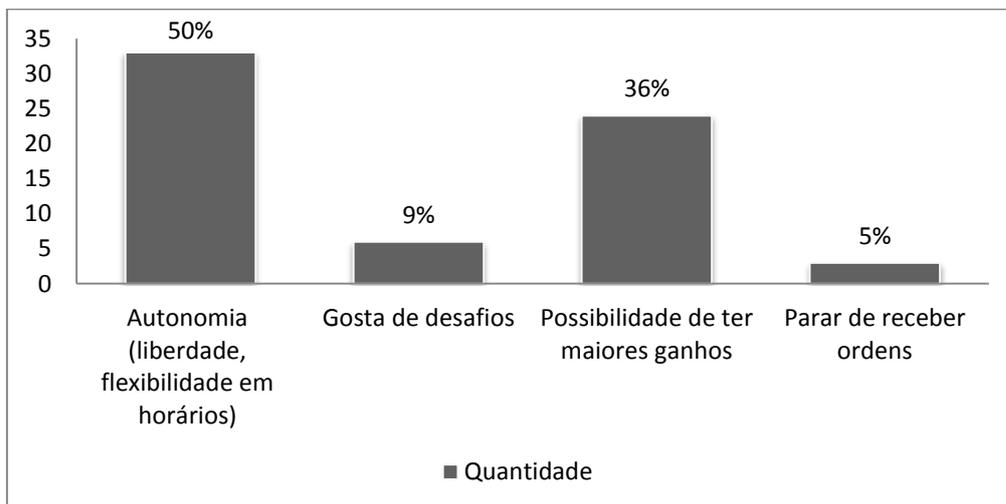
Figura 3 - Desejo de abrir o próprio negócio.



Conforme tabela acima, na figura 3, podemos ver grande parte já pensou em abrir seu próprio negocio em algum momento da vida com 55%, logo em seguida com 24% verificamos que muitas delas já têm seu próprio negócio, 15% tem duvida e apenas 6% não deseja empreender.

3.5.4 Qual o maior motivo te leva a ter um negócio próprio?

Figura 4 - Motivos que levam a empreender.

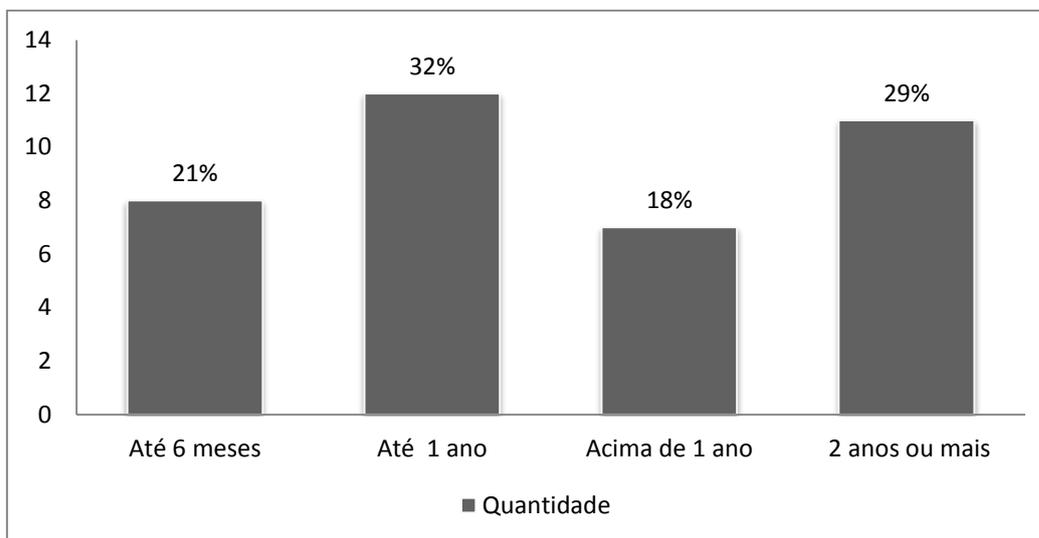


Na pergunta acima, conforme figura 4, observa-se que grande parte opta por ter mais autonomia liberdade e flexibilidade em relação ao horário de trabalho, pois muitas vezes quando se tem seu próprio empreendimento, a pessoa consegue ver um horário que tenha mais disponibilidade para poder trabalhar. E a segunda opção foi ter possibilidade de maiores

ganhos. Terceiro lugar por gostar de desafios e em último, com apenas 3% foi parar de receber ordens.

3.5.5 Em quanto tempo deseja abrir o seu negócio?

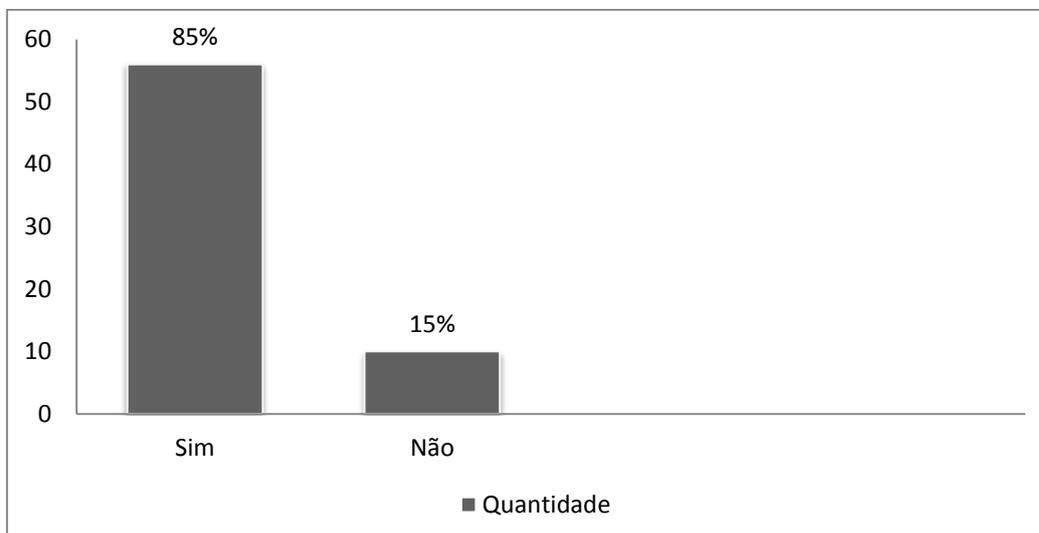
Figura 5 - Quanto tempo desejam abrir o próprio negócio.



Na figura 5, mostra que 21% responderam que deseja abrir seu próprio negocio em até seis meses, 32% em até um ano, 18% acima de um ano, 29% daqui a dois anos ou mais. Percebe-se que as mulheres que ainda não tem a maioria deseja abrir seu empreendimento, mesmo que demore um pouco mais, porém existe essa vontade e o desejo de se tornar independente financeiramente, com seu próprio negocio.

3.5.6 Alguma mulher na sua família é empreendedora?

Figura 6 - Exemplos de mulheres com negócios próprios na família.



Na figura 6 quando perguntado se alguma mulher na família é empreendedora, é impressionante como a maioria delas, disseram que sim com 85% e apenas 15% disseram que não. Podendo observar que isso é uma informação bem positivo, para que outras mulheres, possam se inspirar a abrir suas empresas, buscando informações e tirando suas duvidas, dentro de suas casas, ou com seus familiares, são mulheres levantando outras mulheres, pois apoiar e cuidar de outras mulheres é o principio básico da sororidade. Estendendo a mão, incentivando e fazendo outras crescerem e sejam ainda mais fortes.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo foi observado que conforme tempo vai passando, através de muitas lutas e reivindicações, a força feminina vem conquistando seu lugar no mundo. Mesmo com as lutas que são travadas dia a dia, até os tempos de hoje, no empreendedorismo feminino existe muita desigualdade e preconceito sobre a mulher em vários aspectos, mas principalmente empreendendo e sendo independentes financeiramente. Porém, ainda assim é luta constante, que não acabou e nem está perto de acabar. Só que as mulheres estão mostrando, através de dados e comprovações, a sua capacidade de ir aonde elas quiserem e a sociedade vem mudando seus pensamentos.

Por década as mulheres foram sinônimas de fragilidade, a que só servia para cuidar da casa e da família. Não poderia expressar seus desejos e vontades. Muitas eram infelizes nas suas relações, porém tinha obrigação de permanecer casadas, pois se pedissem separação, não eram mais vistas como boas para a sociedade. Uma sociedade que sempre foi extremamente machista, onde os homens podiam tudo e as mulheres não podiam nada.

Foi mostrado também, como é importante o ensino empreendedor, pois é através de estudos, que ocorreu a libertação de muitas mulheres, para ir busca seus objetivos e se tornar independentes e donas dos seus empreendimentos. Foi possível ver, o quanto as mulheres são criativas, se reinventam e se destacam nos seus negócios. Pois elas te visão de mercado, elas não tem medo de sair obvio e inovar, criar algo novo, algo irreverente, que chame atenção e ganhe destaque.

E com o último tópico, que foi a exibição dos resultados da pesquisa quantitativa, evidenciadas em formato de gráficos, é visível perceber quais são as preferencias dessas mulheres com o empreendedorismo o que levam a se tornar grandes empreendedoras. E a importância de dar voz às mulheres, para que possam alcançar lugares ainda maiores do que já estão.

5 REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice Maria Soriano; FLEITH, Denise de Souza. **Criatividade: múltiplas perspectivas**. Brasília: EdUnB, 2003

CHIAVENATO, I. (2004). **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva.

DOLABELA, F. **O ensino do empreendedorismo: panorama brasileiro. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI – IEL Nacional, 2000.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. (2008). **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier.

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

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

TOZONI-REIS, Marília Freitas de Campos. **Metodologia da pesquisa científica**. Curitiba: IESDE, 2007.

LEITE, A., & Oliveira, F. (2007). **Empreendedorismo e Novas Tendências**. Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, 5, 1-35.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

REZENDE, R. **Empreendedor – Negócios Criativos, Inovadores e Rentáveis. Cultura Empreendedora Deve Começar na Sala de Aula**. 2014.

SANTOS, J. A.; PARRA, D. P. **Metodologia científica**. São Paulo: Futura, 1998.

TONELLI, M. J; BETIOL, M. I. S. A Mulher Executiva e Suas Relações de Trabalho.

Revista de Administração de Empresas. Vol. 31, No. 4: 17-33, 1991.

6 APÊNDICE A – Questionário sobre o empreendedorismo feminino em Camaçari-BA.

1 - Qual a sua idade?

2 - Qual das opções abaixo melhor define sua situação atual?

3 - Já pensou em abrir seu próprio negócio?

4 - Qual o maior motivo te leva a ter um negocio próprio?

5 - Em quanto tempo pretendem abrir o seu negócio?

6 - Alguma mulher na sua família possui negocio próprio?