# **EMPREENDEDORISMO FEMININO:** Estudo no segmento da moda em Belo Horizonte

Aline de Souza Assis\*

#### RESUMO

O empreendedorismo feminino tem aumentado muito nos últimos anos e tem sido uma oportunidade para as mulheres conquistarem seus espaços no mercado. Este artigo tem como objetivo identificar e analisar quais as características percebidas da mulher empreendedora na percepção de uma empreendedora do segmento da moda em Belo Horizonte. Para este fim, foi realizada uma pesquisa qualitativa, de natureza descritiva, por meio de uma entrevista semiestruturada com uma mulher empreendedora que atua no ramo de moda feminina e franquias em Belo Horizonte e região metropolitana. Os resultados da pesquisa apontam que a mulher empreendedora inovadora é aquela que transforma sua forma de sustento em algo que contribua na vida dos clientes de forma criativa, sempre atenta as oportunidades. Contudo, percebe-se que o desafio maior enfrentado pela empreendedora foi o financeiro, ela faliu algumas vezes por não saber administrar o dinheiro da forma correta. O que caracteriza uma mulher empreendedora é a busca pelo conhecimento, tirando-a da zona de conforto e impulsionando a ser diferente no mercado em que atua.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino. Desafios do empreendedorismo. Inovação empreendedora.

#### **ABSTRACT**

Female entrepreneurship has increased a lot in recent years and has been an opportunity for women to conquer their spaces in the market. This article aims to identify the profile of a successful entrepreneurial woman. To this end, a qualitative research, of a descriptive nature, was carried out through a semi-structured interview with an entrepreneurial woman who works in the field of women's fashion and franchises in Belo Horizonte and the metropolitan region. The survey results show that an innovative entrepreneurial woman is one who transforms her livelihood into something that contributes to the lives of clients in a creative way, always aware of opportunities. However, it is clear that the biggest challenge faced by the company was the financial one, it sometimes failed because it did not know how to manage money correctly. What characterized an entrepreneurial woman is a search for knowledge, removing a comfort zone and driving a different market in which she operates.

**Keywords:** Female entrepreneurship. Challenges of entrepreneurship. Entrepreneurial innovation.

\*Estudante do 8º semestre do curso de Administração do Centro Universitário Unihorizontes

## 1 INTRODUÇÃO

O Empreendedorismo segundo Schumpeter (1988) é necessário para o desenvolvimento do sistema econômico capitalista, e partindo desse pressuposto entende-se que o empreendedorismo é a engrenagem dentro desse sistema econômico, e de acordo com Chiavenato (2004) ele estimula o crescimento da economia, sendo a força motriz dentro desse processo.

O empreendedor é aquele que através da criatividade em meios a dificuldades dispõe sua energia nesse processo, ou seja, ele é uma pessoa que empenha toda sua energia na inovação e no crescimento (FILION, 1999, p. 25). O Empreendedor é aquele que busca uma oportunidade quer seja no mercado de trabalho ou fora dele segundo (VALE; CORRÊA; REIS; 2014) "resultando em dois tipos de empreendedorismo conhecidos o de necessidade ou de oportunidade (DOLABELA, 2008, p. 125)."

Nesse cenário existem várias circunstâncias e personagens que desempenham papéis que vão além do âmbito capitalista, esses personagens atuam na sociedade e podem "beneficiar ou dificultar o ato de empreender, em concordância com Dornelas (2008), Hilsdorf (2016, p. 19), diz que os empreendedores são homens e mulheres que, de maneira ética e responsável, assumem desafios e riscos, transformando dificuldades em oportunidades."

É necessário ressaltar que esse papel importante que a mulher exerce na sociedade, como também suas conquistas e dificuldades enfrentadas no dia a dia. Na busca por sua independência social e financeira a figura feminina, vem se empoderando de liberdades, das quais as duras penas têm sido conquistadas desde a revolução industrial, segundo Kanan (2010 p. 243) "depois com a revolução industrial o poder ganhou novo rosto e definição e chegou até as organizações, como a forma de assegurar a alcance das metas organizacionais".

Na sociedade em que se vive onde a mulher em grande maioria conta com extensas jornadas de trabalho, lutando por remunerações igualitárias, exercendo o papel de profissional, esposa e mãe. Diante deste contexto, obteve o problema de pesquisa: Quais as características percebidas da mulher empreendedora?

Sendo o objetivo geral desta pesquisa, identificar e analisar as caracteristicas percebidas da mulher empreendedora na percepção de uma empreendedora do segmento da moda em Belo Horizonte. Para isso a pesquisa teve como objetivos específicos correlacionar as áreas da inovação com o empreendedorismo feminino; identificar quais as características da mulher empreendedora; identificar quais os desafios para empreender.

Este estudo pode contribuir para a academia disponibilizando este material de pesquisa para futuros trabalhos científicos voltados para o empreendedorismo feminino. Podendo contribuir também para a sociedade colocando em evidência a figura feminina e sua busca por espaço dentro do empreendedorismo auxiliando atuais e futuras empreendedoras para adquirirem maior conhecimento. Para as organizações pode auxiliar no desenvolvimento de parcerias estratégicas e adesão a novos processos, considerando a relevante participação da mulher no empreendedorismo, ao descrever como tem se desenvolvido este modelo de negócio, que possibilita a mulher combinar suas responsabilidades na vida pessoal com o desenvolvimento profissional.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: Na primeira seção elaborouse a introdução, que traz a contextualização do tema, a problematização, o objetivo geral e os específicos. Na segunda seção elaborou-se o referencial teórico que trata dos conceitos de empreendedorismo feminino e inovação. Na terceira seção elaborou-se a metodologia, onde demonstra qual o tipo de pesquisa utilizada para realizar o estudo. Na quarta seção elaborou-se a apresentação e análise de dados, mostrando se a teoria é de fato aplicada na prática. Na quinta seção elaborou as considerações finais, um relatório do que foi concluído através desse estudo. Em seguida as referências bibliográficas pesquisadas para fundamentar e dar base teórica para o estudo.

# 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção foi dedicada a fundamentação da teoria pesquisada a partir de leituras feitas sobre o tema proposto, bem como dar suporte na análise de dados apresentando conceitos e teorias para fundamentar a pesquisa.

#### 2.1 Empreendedorismo

A origem de empreendedorismo se remete a raiz da palavra empreendedor que vem de 800 anos atrás com o verbo francês entreprendre que significa fazer algo (WEVER; BRITTO, 2003).

Sendo que primeira utilização do termo empreendedor foi historiada em 1755 com Richard Cantillon ao tentar explicar a receptividade ao risco de comprar algo por um determinado preço e posteriormente revendê-lo em um regime de incerteza (HASHIMOTO, 2010) o que gera valor e atuação sobre riscos.

O conceito de empreendedorismo é diverso segundo Schumpeter (1988) a ideia de empreender é a de destruir a ordem econômica existente introduzindo um novo produto ou serviços, criando novas formas de organização ou exploração dos recursos e materiais.

No Brasil, o empreendedorismo tem sido o protagonista das mudanças sociais e econômicas a partir de 1990. Por ser um país diversificado, apresenta várias oportunidades de negócios que, junto com o perfil dinâmico do brasileiro, torna-o um país empreendedor (ALVES *et al.*, 2016).

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto levam a transformação de ideias em oportunidades. E a eficácia da implementação destas oportunidades leva a criação de negócios e sucesso (DORNELAS, 2012).

O empreendedorismo é viabilizado através das características do empreendedor sobre a percepção de oportunidade que possui cinco elementos: a criatividade e inovação, habilidade ao aplicar esta criatividade, força de vontade, fé e foco na geração de valor e correr riscos (WEVER; BRITTO, 2003).

O empreendedorismo se entende também como uma autorrealização segundo Dolabela (1999, p.43) "...empreendedorismo é a transformação de uma realidade e a busca de uma obtenção de autorrealização, trazendo valores positivos para a sociedade".

Para Dornelas (2012) o empreendedorismo é definido com o comprometimento de pessoas e táticas que convertem ideias para que a implementação desses métodos influencie na criatividade de negócios bem sucedidos. Empreender para Baggio e Baggio (2015) é a forma de fazer acontecer por meio de encorajamento e motivação, referindo-se a satisfação de fazer algum

tipo de projeto com inovação e sinergismo, sendo esses empresariais ou pessoais, assim sendo um estímulo contínuo as possibilidades e riscos.

### 2.2 Empreendedorismo Feminino

Entendendo o papel fundamental da mulher perante a sociedade limitando o temporal pós-querra até sociedade contemporânea recorte а empreendedorismo feminino o que segundo Probst (2003, p. 12) fez com que a mulher ocupasse espaços na sociedade "...As mulheres começaram a se inserir dentro das organizações durante a I e a II Guerra Mundial, pois os homens foram para as batalhas e as empresas não podiam ficar sem mão de obra". E ainda nota-se que esse papel importante exercido pela mulher dar-se a apenas pelo fato do gênero feminino o que segundo Probst (2003, p. 12) fica imputado a esse grupo especifico "...pelo fato de que muitos homens morreram, outros foram mutilados, ficando incapazes de voltar para o trabalho as mulheres tiveram que dar continuidade ao trabalho que antes era feito pelo seu marido, com isso a mulher passou a ter uma tripla jornada de trabalho: casa, filhos e o trabalho remunerado..."

O tema empreendedorismo está sendo muito discutido atualmente nas empresas e no meio acadêmico. Conforme Schumpeter (1988) a inovação tem um papel muito importante na maneira de empreender que provoca a criação de novas formas de fabricar novos produtos e novos mercados.

De acordo com Machado *et al.* (2003) a mulher empreendedora é a junção das características masculinas, de coragem, iniciativa e determinação com as características femininas como intuição, capacidade de assumir riscos, ambição, competitividade, cooperação e sensibilidade, por isso as mulheres de forma geral tem a vocação para lidar com a variedade de papéis desenvolvidos no ambiente profissional e familiar, além da capacidade de alcançar resultados para situações inesperadas.

Mcclelland (1972), identificou no perfil das mulheres empreendedoras as principais importantes características que definem seu sucesso, como: iniciativa e busca de oportunidades que definem empreendedores proativos e que desfrutam das oportunidades singulares para obter o aumento dos negócios; ser responsável sobre os riscos, e ter disposição para aceitar e assumir desafios que podem ter consequências negativas ou positivas.

Loden (1988) ressalta que as mulheres apresentam capacidades variadas na forma de entender um vocabulário não formal, enxergam o ser humano por completo e não meramente como funcionário, em suas tomadas de decisões elas instigam a participação de todos da empresa para demonstrarem seus sentimentos e os estimulam em metas de forma clara e direta.

Com isso, percebe-se que as mulheres têm um retrato empreendedor e que possibilita a participação dos funcionários que constitui a empresa, considerando que elas não enxergam os problemas e oportunidades de modo isolado e sim como um todo.

Para Maximiano (2012) algumas características do perfil empreendedor feminino são elas: estar disposta a assumir riscos, pois é algo fundamental na esfera dos negócios, visto que, é necessário ousar e estar disposta a encarar as consequências dos resultados; ser inovadora é ter a competência de implementar e construir coisas novas, e usar sua capacidade de fazer acontecer, ter senso de

liberdade, para ser capaz de resolver sozinha os problemas pois empreender é trabalhar para si próprio gerando soluções para outras pessoas.

Já para Villas Boas (2010) existem várias e importantes formas feminina de empreender, visto que as mulheres dominam a capacidade de persuasão e se importam com os clientes e fornecedores, o que favorece a evolução da empresa, ou seja, as diversas habilidades que influem positivamente na empresa.

As mulheres detêm da capacidade de multiprocessamento de conhecimentos e circunstâncias que contribuem para ter um ponto de vista mais sistêmico e não contínuo da realidade, tendo a melhor agilidade e habilidade de perceber as pessoas como um todo e não somente na área profissional (FLEURY, 2013).

Em função da obtenção de espaços no mercado de trabalho, as mulheres empreendedoras chamam atenção não somente pelas situações de trabalho que se sujeitam, mas pela dupla jornada de trabalho que contém várias responsabilidades no ambiente familiar, principalmente pelo cumprimento e resultados obtidos (NASSIF; ANDREASSI; TONELLI & FLEURY, 2011).

Para Amorim e Batista (2017) o valor das mulheres como empreendedoras na sociedade, gira em redor da sua contribuição na economia, visto que produz emprego para outras e para si, na relevância da sua conduta em administrar a sua vida social e o crescimento da independência feminina que anteriormente era considerado desnecessário.

#### 2.2.1 Desafios do empreendedorismo feminino

Para Casagrande e Martins (2018) o empreendedorismo feminino não é uma missão simples. Uma das dificuldades mais encontradas é o exagero burocrático para abrir uma empresa e registrá-la, visto que são várias as inscrições e licenças essenciais para que sejam capazes de começar exercer suas atividades empreendedoras.

Quando se abre uma empresa, independente se ela vai dar certo ou não, é levado em consideração também que irá começar um vínculo com o governo e ele pegará a parte dele dos impostos. Além do mais, os meios burocráticos do Brasil é um grande obstáculo para o desenvolvimento de qualquer empreendimento, sendo assim a futura empreendedora deve saber tudo sobre regulamentação, leis, impostos, etc. (BREGA, 2017).

Ainda para Brega (2017), a mão de obra não qualificada, a logística, os impostos, a burocracia, as incertezas que podem surgir vão carregar muitas dúvidas sem garantia de sucesso, e muitas horas de trabalho. Além de toda essa dificuldade, ainda existem empreendedoras que aceitam estes desafios e começam seus sonhos de construir seu próprio negócio no país burocrático em que se vive.

Os principais desafios, conforme Oliveira, Vasconcelos e Jeunon (2015) estão associados com a falta entendimento sobre gestão financeira e gestão de negócios. Os autores também destacam outros motivos como a disponibilidade de crédito e necessidade de capital de giro. Em contrapartida, Jonathan (2005) definiu em seu estudo que as mulheres empreendedoras em suas realizações apresentam sentimento de vitória e orgulho por suas conquistas, algumas são tidas como exemplo de motivação e inspiração para outras mulheres, e se destacando com sucesso na execução de vários papeis, conciliando a vida familiar e pessoal.

#### 2.2 Inovação Empreendedora

O mundo tem passado por diversas transformações em curtos períodos principalmente pelas invenções criadas no século XX revolucionando a vida das pessoas. No foco das invenções existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais, que são visionárias questionam, arriscam querem algo diferente fazem acontecer e empreendem (REIS; ARMOND, 2012).

Os empreendimentos inovam constantemente em vários ramos, incluem inovações em produtos, serviços, processos, gestão desenvolvimento de novos mercados, melhoramento na logística e inovações organizacionais. O lançamento de algo novo é essencial diante de um padrão de competição assentado na diferenciação (TIGRE, 2006).

Inovação é fruto de algo inédito, uma visão de algo existente que alguém passa olhar de outra maneira, por trás das invenções existe pessoas com características especiais que querem algo diferente fazem acontecer e empreendem. Os empreendedores possuem motivação singular, querem ser reconhecidos e admirados. Uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo com seu comportamento e o próprio processo de empreender é estudado e compreendido (DORNELAS, 2008).

O empreendedor inovador está sempre atento às necessidades do cliente, em busca do diferente, quer entender a lógica de tudo, é muito criativo e consegue avaliar os dois lados de cada situação (SEBRAE, 2019). Por fim foi estabelecido o perfil visionário, sendo aquele que está sempre atento a uma oportunidade, assume mais riscos por conhecer o seu negócio, é autoconfiante e está sempre pesquisando para se manter informado (SEBRAE, 2019).

A inovação é o instrumento específico do espirito empreendedor, ele aumenta as capacidades da criação de riquezas, ou seja, a inovação cria um recurso, seja ele alguma coisa da natureza e assim dote um valor econômico (DRUCKER, 2003).

Já para Bessant e Tidd (2019) a inovação é movida pelo empreendedorismo, é uma combinação forte de visão, paixão, entusiasmo, energia, bom senso e muito esforço, permitindo que as idéias se transformem em realidade. Ainda para Bessant e Tidd (2019) a inovação é um instrumento muito importante para os gestores, pois buscam a mudança como uma oportunidade de movimentar um empreendimento de forma diferente.

A inovação dentro do empreendedorismo age de forma influenciadora levando as pessoas a um desenvolvimento econômico projetado por um novo comportamento segundo Dolabela (2008. p. 61) "...o empreendedorismo inovador tem o poder de influenciar pessoas, a desenvolver-se economicamente".

Vale ressaltar que nem toda inovação consiste em sinônimo de sucesso financeiro segundo Rocha (2016, p. 12) "...há inovações que não transformam empreendimentos em novos, podendo até não ser lucrativa para o empreendedor..." mas a inovação serve como instrumento especifico do espirito empreendedor (DRUCKER, 2003) pois segundo Rocha (2016, p. 12) "...existe empreendedores que visam apenas o ganho financeiro, sem buscar nenhuma inovação para sua empresa..."

A inovação empreendedora tem o poder de quebrar vários paradigmas, por que mesmo a economia solidária a qual propõe uma ruptura social através do trabalho, haja visto dentro da perspectiva econômica ainda denota ao fator gênero certas associações "...Ela também o faz reproduzindo as mesmas associações culturais que hierarquizam gênero na cultura, como é o caso das tarefas de cuidado do lar e dos

familiares no espaço doméstico, mais geralmente delegadas as mulheres" (NOBRE, 2003, p. 23).

Além do que essa inovação deve ser utilizada como ferramenta específica pelo próprio empreendedor, por vezes o próprio empreendedor lhe imputa limites, quer seja sociais, culturais e históricos. Exemplo disso é a figura feminina que mesmo inserida no mercado de trabalho limita-se por vontade própria dando continuidade a paradigmas impostos como barreira ao seu crescimento pessoal sobre isso (NOBRE, 2003; FERRARINI, 2016). "Muitas mulheres ao optarem pela economia solidária, estão também "optando" por uma ocupação de tempo parcial e flexível e por trabalhos que facilitam a administração do tempo..." mas as mulheres não fazem isto pensando somente nelas segundo (KERGOAT, 2009, p. 67) "..Isso possibilita maior disponibilidade para o cuidado de crianças, idosos e doentes, tarefa considerada "feminina".

Ainda dentro da inovação empreendedora a de se falar no empreendedorismo social que é aquele empreendedorismo que visa de forma inovadora trazer resoluções para várias demandas sociais, tanto em âmbito privado quanto público, segundo Drucker (2003):

"...o empreendedorismo social precisa fazer-se presente independente do tipo de organização, pública ou privada, isso porque ele traz inovação, aos setores novos direcionamentos, embora o empreendedor se depare em meio a constantes entraves que podem inviabilizar ideias, existe uma demanda social enorme..."

Este modelo inovador visa não apenas o lucro financeiro, mas também o auxílio a pessoa humana "..este modelo de empreendedorismo tem como seus aspectos principais novas resoluções para situações humanas de risco, que já são conhecidas, problemas sociais evidenciados pelas pessoas e que em sua maioria não encontram nas políticas públicas o suficiente para sanar estes problemas.." (MELO NETO; FROES, 2001, p. 11).

#### 3 METODOLOGIA

Esta seção aborda os elementos da metodologia, como a abordagem, o tipo de pesquisa, unidade de observação, unidade de análise, sujeito de pesquisa, critério de escolha dos pesquisados, instrumentos de coleta de dados e análise dos dados.

Foi utilizada a pesquisa qualitativa, definida por Vergara (2007) como subjetiva ao pesquisador, sendo o responsável pela confiabilidade, através do detalhamento da metodologia utilizada na pesquisa, enquanto o leitor concebe a validação à medida que o texto expõe os objetivos do pesquisador.

O tipo de pesquisa realizada é de natureza descritiva. Bardin (2006) descreve a pesquisa descritiva como uma pesquisa que consiste em procedimentos sistemáticos e objetivos com a finalidade descrever o contexto, as características das informações, compreendendo a significação das variáveis estruturadas.

A unidade de observação foi uma loja expoente da moda brasileira e da influência nas redes sociais, possui 8 franquias no estado de Minas Gerais, sendo que a matriz onde foi realiza a pesquisa está localizada em Belo Horizonte - MG. Segundo Collis e Hussey (2005), a unidade de observação consiste em possibilitar os dados associados ao ambiente de estudo, observando as atividades, ações e comportamento entre os sujeitos envolvidos.

A unidade de análise teve como objetivo identificar o perfil da mulher empreendedora de sucesso em Belo Horizonte-MG.

Fontanella, Ricas e Turato (2008), afirmam que o sujeito de pesquisa é uma ferramenta utilizada para pesquisas qualitativas em diferentes áreas ou campos. É empregado para definir o tamanho da amostra do estudo e com base nesta afirmação fica definido como sujeito de pesquisa a proprietária e fundadora da loja no segmento da moda feminina.

O critério de escolha da participante foi por acessibilidade, pois existe um vínculo de amizade com a entrevistada. De acordo com Vergara (2005), esse critério permite adquirir os dados e as informações necessárias devido ao fácil acesso aos mesmos.

A coleta de dados se deu por meio de um roteiro de entrevista semiestruturado, enviado por meio do aplicativo WhatsApp no formato de áudio.

Para Mazini (2012), a entrevista semiestruturada é um método que permite perguntas abertas, com o objetivo de obter os dados necessários relativos à unidade de análise.

Os dados foram tratados por meio da análise de conteúdo que segundo Bardin (2006), consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações.

# **4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Nesta seção, apresenta-se os dados coletados por meio de uma entrevista com uma mulher empreendedora. Será informado faixa etária, estado civil, número de filhos, formação acadêmica e profissional, tempo na organização, cargo ocupado e tempo no cargo.

#### 4.1 Breve história da empreendedora entrevistada

Este estudo foi realizado por meio de uma entrevista com uma mulher empreendedora de 38 anos, casada, sem filhos, possui ensino superior incompleto, está atuando no mercado empreendedor há 20 anos. Ela começou como sacoleira e logo depois abriu a sua primeira loja de 25 metros quadrados, não durou muito tempo e ela faliu. Sempre persistente, logo quando conseguiu um empréstimo ela voltou a comprar roupas e começou a vender no andar de cima da sua própria casa, foi o começo de uma volta por cima. Hoje ela tem 2 lojas próprias em Belo horizonte e 11 franquias espalhas em Minas Gerais.

#### 4.2 As áreas da inovação com o empreendedorismo feminino

O empreendedor inovador está sempre atento às necessidades do cliente, em busca do diferente, quer entender a lógica de tudo, é muito criativo e consegue avaliar os dois lados de cada situação (SEBRAE, 2019). Por fim foi estabelecido o perfil visionário, sendo aquele que está sempre atento a uma oportunidade, assume mais riscos por conhecer o seu negócio, é autoconfiante e está sempre pesquisando para se manter informado (SEBRAE, 2019).

Considero que empreender é muito mais do que fazer negócios, mas sim, transformar sua forma de sustento em algo que realmente contribua com a vida dos clientes, algo de forma criativa, seja em termos de facilidade, rapidez, ou melhor, qualidade. Dessa forma, inovar é fundamental pra empreender com excelência. O dinamismo do mundo e dos avanços que alcançamos precisa andar lado a lado com a inovação. (RELATO DA ENTREVISTADA).

Com essa fala da entrevistada, pode-se entender que a preocupação é o cliente, sem deixar a criatividade de lado que ele receba o serviço/produto com eficiência, qualidade e rapidez, pois o empreendedorismo e a inovação devem andar juntos.

Já para a inovação é movida pelo empreendedorismo, é uma combinação forte de visão, paixão, entusiasmo, energia, bom senso e muito esforço, conforme Bessant e Tidd (2019) permitindo que as ideias se transformem em realidade.

Não tem como um empreendedor fazer tudo que faz sem ser inovador, o que atrai o cliente é o "diferente", e quando você inova você acaba criando algo e para isso tem que gostar do que faz, ser corajosa, ter garra e se esforçar muito até chegar nos melhores resultados. Pra mim é muito gratificante ver a satisfação dos meus clientes, isso mostra que realmente todos os meus esforços estão valendo a pena. (RELATO DA ENTREVISTADA).

A partir dessa fala da entrevistada, entende-se que a bússola para empreender de forma inovadora é a satisfação do cliente, é o que o cliente dá de retorno para ela. Isso fica bem claro quando os autores afirmam que que empreendedorismo e inovação andam juntos e combinam intensamente com visão, paixão entusiasmo e etc.

Vale ressaltar que nem toda inovação consiste em sinônimo de sucesso financeiro, segundo Rocha (2016, p. 12) "...há inovações que não transformam empreendimentos em novos, podendo até não ser lucrativa para o empreendedor.." Mas a inovação serve como instrumento especifico do espirito empreendedor (DRUCKER,2003) pois segundo Rocha (2016, p. 12) "...existe empreendedores que visam apenas o ganho financeiro, sem buscar nenhuma inovação para sua empresa".

Tudo que eu faço hoje é pensando no bem-estar e comodidade dos meus clientes, no início eu não tinha condição financeira pra acomodar todo mundo em um espaço, quando eu mudei para uma loja bem maior vi que meu negócio começou a crescer e foi muito rápido a ponto de me fazer pensar em grandes coisas como abrir franquias, hoje me sinto realizada em poder fazer meu negócio crescer através de franquias e passar o meu conhecimento para empreendedores crescerem no seu próprio negócio. (RELATO DA ENTREVISTADA).

#### 4.3 Características da mulher empreendedora

O perfil das mulheres identificado por Mcclelland (1972) mostra as principais características que definem a mulher empreendedora de sucesso como: iniciativa e busca de oportunidades que definem empreendedores proativos e que desfrutam das oportunidades singulares para obter o aumento dos negócios; ser responsável sobre os riscos, e ter disposição para aceitar e assumir desafios que podem ter consequências negativas ou positivas. Isso pode ser percebido pelo relato da entrevistada quando ela comenta sobre algumas características da mulher empreendedora.

Sede de aprender, ter iniciativa, humildade para reconhecer e ajustar seus erros, visionar as oportunidades, dedicação, determinação diante dos desafios e a cereja do bolo: descobrir (e oferecer ao outro) o que você tem de especial para agregar na vida de quem está "do outro lado". (RELATO DA ENTREVISTADA).

Isso pode ser percebido pelo relato da entrevistada quando ela comenta sobre algumas características da mulher empreendedora, pois não adianta ter vontade de empreender e não ter as características da mulher empreendedora.

De acordo com isto, a entrevistada ainda destaca que:

Pra mim mulher tem que ser independente financeiramente, e para isso ela tem que ter garra, disposição e ser persistente no que quer, sem focar nos problemas porque eles vão passar. Acredito que o perfil da mulher empreendedora é também ser resiliente. (RELATO DA ENTREVISTADA).

Para Maximiano (2012) algumas características do perfil empreendedor feminino são elas: estar disposta a assumir riscos, pois é algo fundamental na esfera dos negócios, visto que, é necessário ousar e estar disposta a encarar as consequências dos resultados; ser inovadora e ter a competência de implementar e construir coisas novas, e usar sua capacidade de fazer acontecer, ter senso de liberdade, para ser capaz de resolver sozinha os problemas pois empreender é trabalhar para si próprio gerando soluções para outras pessoas.

Entendo que, quem não cria coisas novas ou melhora a sua forma de vender seu produto acaba ficando para trás, e pra isso é preciso também buscar conhecimento, ser boa naquilo que faz pensando em como pode ser útil na vida de outras pessoas, e buscando sempre melhorar. (RELATO DA ENTREVISTADA).

As mulheres estão cada vez mais dominando o empreendedorismo de forma geral, e podemos perceber que para isso, ela não pode estar na zona de conforto, a mulher tem que ir atrás e buscar ser diferente no mercado construindo coisas novas gerando soluções na vida das pessoas.

O empreendedorismo age de forma influenciadora levando as pessoas a um desenvolvimento econômico projetado por um novo comportamento segundo Dolabela (2008. p. 61) "...O empreendedorismo inovador tem o poder de influenciar pessoas, a desenvolver-se economicamente".

Influenciar é algo impalpável, na maioria das vezes, mas, pela repercussão de vendas e divulgações que eu faço pela internet, gera um alcance muito grande de pessoas e como consequência os lucros. Acaba que as empresas se inspiram na forma em que eu influencio as pessoas. Sinto que tenho alcançado sim, muito respeito e credibilidade com meus clientes e com empreendedores que me seguem. (RELATO DA ENTREVISTADA).

A fala da entrevistada deixa clara o quanto é importante fazer um bom trabalho que gera resultados e influência para outros empreendedores que de alguma forma buscam se inspirarem quando vê que alguém tem um retorno satisfatório, quando o número de cliente aumenta, logicamente aumenta os lucros.

#### 4.4 Desafios para empreender

O empreendedorismo feminino não é uma missão simples. Casagrande e Martins (2018) afirmam que uma das dificuldades mais encontradas é o exagero burocrático para abrir uma empresa e registrá-la, visto que são várias as inscrições e

licenças essenciais para que sejam capazes de começar a exercer suas atividades empreendedoras.

Um dos meus desafios no início foi em como abrir minha loja física, eu já tinha criado meu CNPJ, mas como começar foi difícil, precisei de uma amiga que na época era contadora pra me ajudar nos tramites da loja física e como ela que já sabia como eu deveria fazer fiquei mais tranquila e consegui resolver tudo sobre as documentações. (RELATO DA ENTREVISTADA).

Conforme a fala da empreendedora entrevistada, percebe-se que ela não teve dificuldade para abrir a loja física, pois mesmo que a pessoa não tenha conhecimento em como abrir uma loja física, basta conhecer ou contratar alguém capacitado para instruí-la em como proceder.

Os desafios citados por Oliveira, Vasconcelos e Jeunon (2015) estão associados com a falta de entendimento sobre gestão financeira e gestão de negócios. Os autores também destacam outros motivos como a disponibilidade de crédito e necessidade de capital de giro.

O meu início foi bem complicado financeiramente, fiz vários empréstimos para conseguir fazer meu negócio girar, já quebrei algumas vezes mas persisti e venci. Foi com meus erros que consegui fazer a minha gestão financeira. Houveram muitas dificuldades, quando você decide percorrer o caminho mais duradouro, e cria uma estratégia e precisa ser firme no que quer e no que não quer, e não deixar a necessidade do dinheiro falar mais alto, pois pode ser um tiro no pé. Isso pode te fazer desistir, mas eu nem sei como consegui persistir, e como toda dificuldade que a gente passa, saímos sempre mais preparados para as próximas etapas. Muitas surpresas boas acontecem e continuarão acontecendo pra quem tem amor pelo que faz e busca soluções para o mundo a sua volta. (RELATO DA ENTREVISTADA).

Percebe-se pelo relato da entrevistada que a partir do momento em que ela comenta sobre como foi seu início mesmo sem saber em como proceder em algumas situações que ela não estava preparada, ela ainda aprendeu com os erros e conseguiu dar a volta por cima, isso mostra que independente da dificuldade enfrentada, quando se tem um objetivo maior, um sonho, os problemas não são suficientes para te fazer desistir, e a cada recomeço sempre volta mais preparado.

Persistir quando se acredita e não deixar os tropeços te derrubarem é algo que além de ser importante na trajetória, faz com que nos tornemos mais aptas para prosseguir. Já tive muitos desafios, muitas pessoas que não acreditava no meu negócio falando pra eu desistir, e invasão de privacidade. Por incrível que pareça, quando algo assim acontece, sempre saímos alguns degraus a cima do que estávamos antes, apesar de pensarmos que vamos cair, acontece justamente o oposto. (RELATO DA ENTREVISTADA).

Percebe-se através da fala da entrevistada, que empreender não é uma tarefa fácil, mesmo que os desafios aparecem para te derrubar, deve-se perseverar, pois as experiências dão força para prosseguir.

# **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante da importância do empreendedorismo feminino para as mulheres alcançarem seu espaço no mercado de trabalho, esta pesquisa teve como objetivo identificar e analisar as características percebidas da mulher empreendedora na percepção de uma empreendedora do segmento da moda em Belo Horizonte. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa e descritiva, por meio de uma entrevista semiestruturada, enviado para uma empreendedora de sucesso que atua no ramo de moda feminina e franquias na cidade de Belo Horizonte e região metropolitana.

Verificou-se que a mulher empreendedora, é uma mulher adulta e casada que busca neste empreendimento conquistar a fidelidade dos seus clientes e colocar uma loja da sua marca em cada canto do mundo e também como a realização pessoal, profissional e independência financeira.

Usando a criatividade e a capacidade de inovar, ela está sempre à procura de novidades, comodidade para seus clientes, roupas com o melhor preço e qualidade para oferecer ao cliente o novo e diferente. Mesmo com essas atitudes típicas do perfil empreendedor feminino, que é independente e inovador, o comportamento do perfil empreendedor foi o mais percebido na pesquisa, pressupõe que o mesmo tenha ocorrido devido aos fatores motivacionais relacionados à realização pessoal e profissional.

Os resultados da pesquisa apontam que a mulher empreendedora inovadora é aquela que transforma sua forma de sutento em algo que contribua na vida dos clientes de forma criativa, sempre atenta as oportunidades, assumindo os riscos e levando para seus clientes o seu produto de forma diferente, sendo que o empreendedorismo e a inovação andam juntos.

Percebeu-se que a inovação e o empreendedorismo é uma combinação perfeita de visão, entusiasmo e muito esforço, permitindo transformar as idéias em realidade e pensando na satisfação dos clientes que é o combustível para empreender de forma inovadora.

Entretanto, as características da mulher empreendedora são muito evidentes quando se tem resultados satisfatórios, e foi identificado que as características importantes de uma empreendedora de sucesso é ser humilde, buscar conhecimentos, visionar oportunidades e principalmente ser dedicada. Isso mostra o quanto é importante ter essas caracteristicas para agregar na vida das pessoas e clientes.

É possível perceber também, que ao empreender deve-se criar coisas novas, melhorar a forma de fazer gestão e vendas ao cliente, quem não se adequa a isso acaba ficando para trás. Por isso o que caracteriza uma mulher empreendedora é a busca pelo conhecimento, tirando-a da zona de conforto e impussionando a ser diferente no mercado em que atua.

Ao contrário disso surgem desafios que toda empreendedora enfrenta para alcançar seus objetivos. Percebe-se que o desafio maior enfrentado pela empreendedora foi o financeiro, ela faliu algumas vezes por não saber administrar o dinheiro da firma correta, ela considera que através dos erros ela faz uma gestão melhor das finanças. Com isso, compreende-se que independente da dificuldade enfrentada, quando se tem um objetivo maior, um sonho, os problemas não são suficientes para te fazer desistir, e a cada recomeço sempre volta mais preparado.

Foi possível perceber também, que mesmo existindo muitos desafios e tropeços no caminho da empreendedora, ela perseverou naquilo que acredita. Os desafios

mostraram que quando isso acontece ela sai degraus acima do que estava antes por acreditar e perseverar.

A partir dos dados coletados pode-se inferir que diante de tantos desafios e conquistas, as atitudes da empreendedora ficam em evidência. Pois ela é persistente ao acreditar em seu negócio independente da opinião das pessoas. Ela procura se destacar no mercado em que atua, buscando profissionais capacitados para compor a equipe das lojas e procura sempre ficar atenta às novidades do seu segmento. Ela é uma inspiração para qualquer pessoa que deseja empreender, pois ela começou sem nada no bolso e hoje é uma grande potência no mercado da moda feminina, fazendo valer o perfil da mulher empreendedora de sucesso.

A pesquisa teve como limitação o fato de ter entrevistado somente uma empreendedora, e com pouco tempo disponível para responder as perguntas, por ser de um único segmento, e se a pesquisa tivesse sido feita com o público maior de pessoas o resultado poderia ser diferente. Outro fator limitador foi a entrevista por meio do Whatsaapp, não permitindo o contato direto com a entrevistada devido à crise do Covid-19 em que estamos vivendo.

Propõe-se que novos estudos sejam realizados em segmentos diferentes do empreendedorismo e com um público maior de pessoas, ou um estudo comparativo para analisar se a mesma percepção da empreendedora mulher é diferente do empreendedor homem, pois essa pesquisa limitou-se a uma empreendedora no segmento da moda feminina da cidade de Belo Horizonte.

## **REFERÊNCIAS**

ALVES, Viviane; VIANA, Helena; MORGAN, Levi; LANDIM, Alexandro. Empreendedorismo feminino: Uma análise do perfil de mulheres proprietárias de pequenas e médias empresas. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**. Brasil, n. 225, nov. 2016. 17p. Disponível em: http://bit.ly/2PnmUmj. Acesso em: 02 abr. 2020.

AMORIM, Rosane Oliveira e BATISTA, Luiz Eduardo. MPREENDEDORISMO FEMININO: RAZÃO DO EMPREENDIMENTO disponível em http://uniesp.edu.br/sites/\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em 01 abr. 2020.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa. Edições 70. Edição Revista Atualizada, 2006.

BESSANT, Jhon; TIDD, Joe, Inovação e empreendedorismo, 3ª Edição. Porto Alegre. Bookman 2019.

BREGA, Cristiano. Não vale a pena empreender no Brasil. Endeavor, Disponível em: <a href="https://endeavor.org.br/nao-vale-a-pena-Empreender-no-brasil/?gclid=EAlalQobChMloLKb6byj2wlVhQ2RCh1S4wl-EAAYASAAEgJdYfD\_BwE>. Acessado em 23 mar.2020.">https://endeavor.org.br/nao-vale-a-pena-Empreender-no-brasil/?gclid=EAlalQobChMloLKb6byj2wlVhQ2RCh1S4wl-EAAYASAAEgJdYfD\_BwE>. Acessado em 23 mar.2020.</a>

COLLINS, Jill; HUSSEY, Roger. Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. Ed. Porto Alegre: Brookman, 2005.

CASAGRANDE, Robson: MARTINS, Patrícia. Empreendedorismo social: As dificuldades para abertura de um empreendimento e a formação de gestores sociais-Desafios e perspectivas. Periódicos, 2018. Disponível em:

http://periodicos.unifil.br/index.php/revista-empresrial/article/view/340/1088. Acesso em 23 mar. 2020.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. – São Paulo: Saraiva, 2004.

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luisa. Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 1ª ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios/ José Carlos Assis Dornelas. 4. ed. Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2012.

DORNELAS, Jose Carlos Assis, 1971. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios- 3. ed.- Rio de Janeiro. Elsevier 2008. -2º reimpressão. Disponível em: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=eventos&d=Jev1883 Acesso: 18 mar. 2020.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor (entepreneurship): Práticas e princípios/ São Paulo: Pioneira Thomsom, 2003.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 6-28, 1999.

MELO NETO, F.P. de: FROES, C. Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002. 208 p.

FERRARINI, Adriane. O Ethos da Inovação Social: implicações ético- políticas para o estudo de práticas produzidas em diferentes ambientes. Revista contemporânea, 2016. Disponível em:

http://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/430. Acessado em 27 mar.2020.

FONTANELLA BJB, RICAS J, TURATO ER. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. Cad Saúde Pública 2008. Disponível em: https://www.scielosp.org. Acesso em: 27 mar. 2020.

FLEURY, M. T. L. Liderança feminina no mercado de trabalho. GV - Executivo, v. 12, n. 1, janeiro-junho, 2013.

HASHIMOTO, M. Evidências do empreendedorismo interno em organizações no contexto da inovação. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 9, n. 2, p. 144-156, 2010.

HILSDORF, Carlos. Atitudes empreendedoras. Penguin, 2016. Disponível em: https://www.companhiadasletras.com.br/trechos/75029.pdf. Acessado em 28 mar. 2020

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: Medos, conquistas e qualidade de vida. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.

KANAN, L. A.Poder e liderança de mulheres nas organizações de trabalho. Organizações & Sociedade, v. 17, n. 53, art. 1, p. 243-257, 2010.

KERGOAT, Danièle. O empreendedorismo na ação de empreender: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schutz. São Paulo: UNESP, p. 67-75, 2009.

LODEN, Marilyn. Liderança feminina: como ter sucesso nos negócios sendo você mesma. São Bernardo do Campo, SP: Bandeirante, 1988.

MACHADO, H. P.; DE BARROS, G. V., PALHANO, D. Y. M., Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. Anais do III EGEPE, Brasília, Nov./2003.

MAZINI, José Eduardo. Uso da entrevista em dissertações e teses produzidas em um programa de pós graduação em educação. Revista Percurso, v.4, n.2, 2012.

MAXIMIANO, A. C. A. Empreendedorismo: bibliografia universitária Pearson / Antonio Cesar Amaru Maximiano. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MELO NETO, Francisco Paulo de Melo e FROES, César Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MICHEL, Maria Helena. Metodologia e pesquisa cientifica em ciências sociais. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MCCLELLAND, D. C. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; TONELLI, M. J., FLEURY, M. T. L. Mulheres Empreendedoras: Uma Discussão sobre suas Competências. III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho/EnGPR. João Pessoa, PB, 20 a 22 Nov, 2011.

NOBRE, Miriam. A Outra Economia organizado por Antonio Cattani. Editora Veraz e Unitrabalho, Porto Alegre, janeiro de 2003.

OLIVEIRA. Dijalma, P. R. Sistemas, organização e métodos: uma abordagem gerencial, 11ª. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, A. F.; VASCONCELOS, M. C.; JEUNON, E. E. Empreendedorismo feminino de empresas de Belo Horizonte: história de vida, características, desafios e fatores determinantes. Revista do CCEI. v. 19, n. 34. 2015.

PROBST, Elisiana Renata. A evolução do trabalho da mulher no mercado de trabalho. Disponível em: <a href="http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf">http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-05.pdf</a>>. Acesso em: 02 abr. 2020.

REIS, Evandro Paes dos; ÀRMOND, Álvaro Cardoso. Empreendedorismo. Curitiba: IESDE Brasil S. A, 2012.

Rocha, Renata Malagoli. Empreendedorismo e inovação na jornada da startup:um framework da sintonia entre os processos. São Paulo, 2016.

TIGRE, Paulo Bastos, 1952- Gestão da inovação: A economia da tecnologia do Brasil / Paulo Bastos Tigre. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Descubra se você é um empreendedor inovador.** 25 fev. 2019. Disponível em: http://bit.ly/36cjKYm. Acesso em: 01 abr. 2020.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Descubra se você é um empreendedor visionário.** 25 fev. 2019 . Disponível em: http://bit.ly/32UJypW. Acesso em: 01 abr. 2020.

SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. Journal of Economic History, p. 149-159, nov, 1988.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORREA, Victor Silva and REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade *versus* oportunidade?. Rev. adm. contemp. 2014,

vol.18, n.3, pp.311-327. ISSN 1982-7849. http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612.

VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração. Atlas, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 8ª Ed. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: http://bit.ly/31PCFVL. Acesso em: 7 abr. 2020

VILLAS BOAS, A. Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você. São Paulo: ed. do autor, 2010.

WEVER Luiz, BRITTO Francisco, Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2003.