



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE BACHARELADO EM  
ADMINISTRAÇÃO

**MAIRLA RAFAELA DANTAS MATIAS**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS  
EMPREENDEDORAS FEMININAS NO MUNICÍPIO DE INGÁ /PB**

CAMPINA GRANDE – PB

2016

**MAIRLA RAFAELA DANTAS MATIAS**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS  
EMPREENDEDORAS FEMININAS NO MUNICÍPIO DE INGÁ/ PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)  
apresentado à Coordenação do Curso de  
Administração da Universidade Estadual  
da Paraíba como requisito para obtenção  
do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Waleska Silveira Lira

CAMPINA GRANDE – PB

2016

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

M433e Matias, Mairla Rafaela Dantas  
Empreendedorismo feminino [manuscrito] : análise das características empreendedoras femininas no Município de Ingá - PB / Mairla Rafaela Dantas Matias. - 2016.  
20 p. : il. color.

Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2016.  
"Orientação: Profa. Dra. Waleska Silveira Lira, Administração e Economia".

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Características empreendedoras. 4. Liderança. I. Título.

21. ed. CDD 650.1

**MAIRLA RAFAELA DANTAS MATIAS**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS  
EMPREENDEDORAS FEMININAS NO MUNICÍPIO DE INGÁ /PB.**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)  
apresentado à Coordenação do Curso de  
Administração da Universidade Estadual da  
Paraíba como requisito para obtenção do título  
de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 23/05/2016

Banca examinadora

*Waleska Silveira Lira*

Prof. Dra. Waleska Silveira Lira  
Orientadora

*Viviane Barreto Motta Nogueira*

Prof. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira  
Membro

*Joaquim Carlos Lourenço*

MS. Joaquim Carlos Lourenço  
Membro

Campina Grande  
2016.

## RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar as características empreendedoras femininas no município de Ingá PB, para alcançar o objetivo foi desenvolvida uma pesquisa descritiva de caráter exploratório. Iniciando com o levantamento bibliográfico onde foram abordados temas como conceitos de Empreendedorismo, Empreendedorismo feminino, Características empreendedoras e Características das mulheres empreendedoras. Os dados foram coletados através de pesquisa qualitativa e utilizou-se como instrumento de coleta a entrevista semi-estruturada. Diante dos dados analisados concluiu-se que as características empreendedoras femininas do município pesquisado são: Criatividade, Inovação, Comprometimento, sensibilidade, planejamento, liderança e autoestima.

**Palavra Chaves:** Empreendedorismo, Empreendedorismo feminino, Características empreendedoras.

## 1. INTRODUÇÃO

A atuação feminina no papel de empreendedora é relativamente recente, portanto encontra-se maior quantidade de informações sobre empreendedores do sexo masculino, na maioria das vezes ainda as informações não estão divididas conforme o gênero. De acordo com Dolabela (2006) “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. A atividade empreendedora não é recente, existe desde sempre, pois inovar é parte da natureza humana.

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, na geração de empregos para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgada improvável e desnecessária (AMORIM e BATISTA, 2012).

O Relatório GEM realizado no ano de 2015 mostrou que as mulheres representam 49% do total de empreendedoras no país. No estado da Paraíba o empreendedorismo feminino tem ganhado cada vez mais espaço. A prova disso é que cerca de 45% dos micro empreendedores individuais no Estado são mulheres (SEBRAE, 2015).

As questões relacionadas na crescente inserção da mulher no cenário do empreendedorismo são abordadas em estudos a exemplo de Ferreira (2008), Natividade (2009), Amorim (2011), Franco (2014) e Fontes (2015). Esses estudos

apresentam e discutem as razões, características, políticas e tendências do empreendedorismo feminino.

Esse estudo tem como base as teorias apresentadas por (Schumpeter, 1942,1952), (Oliveira, 1997), (Dornelas 2001,2005 e 2008), (Machado 2003), (Chiavenato 2007,2008), (Villas Boas 2010), (GEM 2015), e SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas).

O município de Ingá escolhido como recorte geográfico esta localizado no agreste paraibano a cerca de 96 km da Capital do estado, possui área de 267,630 km<sup>2</sup> população estimada em 18.180 hab.(IBGE 2010).

O município de Ingá tem de modo geral, uma grande representatividade de mulheres empreendedoras, que são responsáveis pela gestão de empreendimentos de micro e pequeno porte. Esse panorama apresenta a oportunidade de realizar uma análise sobre as características empreendedoras dessas mulheres. Desse modo questiona-se: Quais as características empreendedoras femininas no município de Ingá PB? Esse estudo tem por objetivo analisar as características empreendedoras femininas no município de Ingá PB. No decorrer desse estudo é abordado os conceitos de empreendedorismo, empreendedorismo feminino, características empreendedoras e características das mulheres empreendedoras.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Empreendedorismo**

A palavra empreendedor origina-se da palavra entrepreneur que é francesa, literalmente traduzida, significa aquele que está entre ou intermediário. (HISRICH, 1986, p.96).

O empreendedorismo é considerado um fenômeno global, dada a sua força e crescimento, nas relações internacionais e na formação profissional. O Brasil é apontado como um dos países mais criativos do mundo e onde mais se desenvolvem empreendedores.

Para Chiavenato (2008) os empreendedores são heróis populares no mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovação e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas

fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento.

Segundo Dornelas (2001) os empreendedores podem ser definidos como "aquele que assume riscos e começa algo novo". E continua mais adiante indicando que as distinções fundamentais desse termo estão na iniciativa e na capacidade de utilizar os recursos disponíveis de maneira criativa.

De acordo com o SEBRAE a taxa de empreendedorismo no Brasil em 2015 foi de 39,3%, estima-se, portanto que 52 milhões de brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estava envolvido na criação ou manutenção de algum negocio na condição de empreendedor em estágio inicial ou estabelecido (GEM, 2015).

Ainda segundo a GEM (2015) o empreendedorismo no Brasil apresenta uma taxa de crescimento em relação ao ano anterior 2014, que foi de 34,4%, consolidando a trajetória de crescimento observado desde 2011. No panorama apresentado pela GEM (2015) a criatividade e a resiliência são citadas como características dos brasileiros que favorecem o empreendedorismo.

O empreendedor é considerado ser inovador nesse contexto Schumpeter, (1952) define a função do empreendedor como a de reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor.

Nesse universo o Empreendedorismo feminino vem apresentando um panorama com um modelo de gestão diferenciado. Para Villas boas (2010) "existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa".

O empreendedorismo direcionado as mulheres, vem se consagrando como um ramo promissor e diferenciado no universo que antes era dominado pelo universo masculino.

## 2.2 Empreendedorismo feminino

A atuação feminina no papel de empreendedora é relativamente recente. Embora esse panorama encontre-se em acelerada transformação a maioria dos dados são sobre empreendedores do sexo masculino.

De modo geral os conceitos existentes sobre o tema não fazem distinção entre os gêneros. Visto que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres.

Para Schumpeter (1947), é a inovação no processo empreendedor que resultam na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados: O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos materiais e tecnologias.

Segundo Machado (2003) as mulheres empreendem mais por necessidade do que por oportunidade; isso ocorre por diversos motivos: realização pessoal, frustração no emprego atual, mudança na situação pessoal, a exemplo de morte ou separação do cônjuge, ou ainda pela necessidade de buscar alternativas para suprir o sustento da família ou para autossustentar-se.

Nesta última década, o aumento do número de mulheres empreendedoras foi também favorecido pela estabilidade das condições econômicas e pela crescente inserção delas no mercado de trabalho em todo o Brasil. O Relatório Mundial da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) realizada no ano de 2015 mostrou que elas já representam 49% do total de empreendedoras no país.

A mesma pesquisa mostra que esse tipo de público investe em negócios tradicionalmente relacionados ao mundo feminino, como vestuário, serviços coletivos, sociais e pessoais, educação, comércio varejista de produtos farmacêuticos, de beleza, perfumaria e cosméticos, bem como fornecimento de comidas preparadas.

Para Machado (2003) as mulheres começam os empreendimentos sem ter uma visão clara do negócio, e muitas, o fazem apenas para exercitar algum *hobby*, por não ter uma profissão definida e, por incentivo familiar que veem no empreendedorismo uma alternativa.



Posteriormente o sucesso da gestão é dado pela forma que elas encaram o empreendimento como uma estratégia de vida e não meramente uma ocupação ou meio de ganhar dinheiro, (Hisrich e Peters, 2004).

De maneira geral o perfil empreendedor tem pontos em comum independente do gênero, porém as mulheres empreendedoras apresentam características específicas de gestão que refletem na satisfação dos clientes e colaboradores.

### **2.3. Características empreendedoras**

Os seres tidos como empreendedores possuem características específicas que os diferenciam dos demais. Dentre as muitas características a criatividade é vista, segundo Sales (2006) para o empreendedor como uma ferramenta para criar novas formas de produção, novos mercados e novos produtos. A criatividade é um diferencial para qualquer ramo de mercado Ela é essencial por diversos motivos: proporciona novos conhecimentos na elaboração de serviços e produtos.

A criatividade empreendedora tem como consequência a inovação, nesse sentido Drucker (1987), coloca que os empreendedores especulam a transformação como uma ocasião favorável para um negócio ou serviço diferente, podendo ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada. Ele também destaca a importância da inovação para o empreendedorismo.

Outra característica inerente ao empreendedor e a visão, os empreendedores são seres visionários, caracterizam tudo na sua mente antes de colocarem a ideia real em prática, eles têm a visão de cada detalhe do empreendimento. Portanto, “eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida, e o mais importante: têm habilidade de programar seus sonhos” (DORNELAS, 2005, p.33).

Nesse contexto os empreendedores utilizam as ferramentas administrativas como aliadas para obter a boa gestão de seus negócios como o planejamento, empreendedores são naturalmente planejadores Os empreendedores de sucesso planejam cada passo do seu negócio, definem estratégias e se organizam para alcançar os resultados almejados (SALES 2006, p. 126).

Empreendedores possuem ou desenvolvem fortemente a característica de líderes e tomadores de decisões, a capacidade de liderar é necessária em todos os tipos de organização humana. Ela é essencial em todas as funções da Administração: o administrador precisa conhecer a natureza humana e saber

conduzir as pessoas, isto é, liderar. Chiavenato (2000, p. 134). Shwartz (1994) aponta que os empreendedores dominam o processo de tomada de decisões e estão sempre bem informados, analisam friamente a situação e avaliam as alternativas antes de escolher a solução mais adequada.

As características empreendedoras de modo geral não apresentam distinção entre os gêneros, porém, algumas são mais presentes, ou melhor, desenvolvidas nas empreendedoras do sexo feminino, as características gerais em conjunto com as específicas atribuídas ao sexo feminino contribui para um modelo de gestão diferenciado.

## **2.4 Características das mulheres empreendedoras**

Os empreendedores exercem a função de atender às necessidades em constante transformação da sociedade, auxiliando o crescimento do mercado. Eles “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento” (CHIAVENATO, 2007, p.18).

Oliveira (1997) aponta que “o funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas”. De modo geral, as mulheres, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso.

Segundo Villas boas (2010) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”.

De acordo com Grzybovski (2002) a mulher possui características que promovem o diferencial em relação aos homens:

A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão. (GRZYBOVSKI et. al. 2002).

Ainda segundo ele as mulheres incentivam a participação, a partilha das informações e tentam aumentar a autoestima dos colaboradores. Essa capacidade dá às mulheres um ponto positivo rumo ao sucesso do empreendimento

As mulheres têm assumido características que antes eram comuns ao universo masculino, como a competitividade, liderança, ambição, capacidade de assumir riscos, aceitação de mudanças, pensamento analítico e objetivo, e autoconfiança. Preservando os valores humanos demonstrando eficiência, e igualdade social. A maneira pessoal de a mulher administrar dá aos colaboradores uma sensação de acolhimento, respeito, proporcionando melhorias no ambiente interno.

Para Chiavenato (2007) nenhuma empresa consegue funcionar sem as pessoas. Mais do que isso: são as pessoas que proporcionam a excelência, a qualidade, a produtividade e a competitividade da empresa. Daí a sua importância vital para o sucesso do negócio. Além disso, convém não esquecer que o cliente avalia a sua empresa e o seu produto pelas pessoas que o servem e o atendem.

### **3. METODOLOGIA**

Com o objetivo de analisar as características empreendedoras femininas no município de Ingá/PB resolveu-se optar por uma pesquisa descritiva de caráter exploratório, que segundo Silva e Menezes (2000, p.21), “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: entrevista e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento”. Possui caráter exploratório que segundo Gil (2005) Pesquisas exploratórias é aquela que têm por objetivo explicitar e proporcionar maior entendimento de um determinado problema. Nesse tipo de pesquisa, o pesquisador procura um maior conhecimento sobre o tema em estudo. Em sua maior parte, essas pesquisas abrangem: (1) levantamento bibliográfico; (2) realização de entrevista nessa perspectiva, foi realizada uma entrevista com as mulheres empreendedoras do município de Ingá/PB.

A pesquisa foi guiada na forma de pesquisa de campo que segundo Vergara (2000, p.47), consiste em uma investigação empírica realizada no local onde ocorre

ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Referente ao locus da pesquisa, a análise foi realizada com mulheres empreendedoras do município de Ingá/PB. Como instrumento de coleta de dados foi utilizado uma entrevista semi-estruturada no qual continha as variáveis referentes às características empreendedoras femininas. Dentre as variáveis a serem analisadas estão:

<b>Criatividade</b>	Criatividade vem de criar, que significa “dar origem”, “produzir”, “inventar”.	CHER
<b>Inovação</b>	Inovação é o ato de atribuir novas capacidades aos recursos (pessoas e processos) existentes na empresa para gerar riqueza.	PETER DRUCKER
<b>Planejamento</b>	O planejamento é a função administrativa que determina antecipadamente o que se deve fazer e quais objetivos devem ser alcançados	CHIAVENATO
<b>Liderança</b>	Liderança é a capacidade de influenciar pessoas para o alcance das metas.	ROBBINS
<b>Sensibilidade</b>	Característica inerente ao ser humano e experienciada em situações corriqueiras da vida, principalmente no âmbito de nossas relações interpessoais.	BASTOS
<b>Comprometimento</b>	Fazer assumir compromisso, implicar, envolver, empenhar, arriscar, aventurar, assumir compromisso, responsabilidade, obrigar-se.	FERREIRA
<b>Empatia</b>	Significa "entrar no sentimento" deixar de lado os próprios preceitos e valores para poder entrar no mundo do outro sem julgamentos.	TITCHENER
<b>Tomadora de decisões</b>	A tomada de decisão é uma ação humana e comportamental. Esta envolve a seleção, consciente ou inconsciente, de determinadas informações e ações.	ROBBINS
<b>Autoestima</b>	É a apreciação que uma pessoa faz de si mesma em relação à sua autoconfiança e seu autorrespeito.	DANTAS

Para a coleta de dados foram realizadas cinco entrevistas com mulheres empreendedoras do município de Ingá PB. Seguindo um roteiro dividido em duas partes, a primeira consistia na coleta de dados referente ao perfil das entrevistadas idade, estado civil, se possui filhos, escolaridade, ramo e tempo de atuação, renda e definição de capital social inicial de cada empreendimento. E a segunda parte pontuava as variáveis a serem analisado. As características foram identificadas através de entrevista, as falas foram gravadas e posteriormente transcritas.

## 4. ANALISE DOS DADOS

### 4.1. Perfil das entrevistadas

Idade		Estado civil	Filhos	Escolaridade	Ramo de atuação	Tempo de atuação	Renda entre 3 e 6 S.mínimos	Capital social inicial
<b>A</b>	38	Casada	Sim	E. Médio completo	Comercio varejista	10 anos	Sim	Baixo
<b>B</b>	19	Solteira	Não	Superior Incompleto	Confeitaria	1 ano e meio	Não	Baixo
<b>C</b>	37	Casada	Sim	Superior completo	Cerimonial e eventos	8 anos	Sim	Baixo
<b>D</b>	40	Casada	Sim	Superior completo	Educação	9 anos	Sim	Baixo
<b>E</b>	42	Casada	Sim	E. Médio completo	Loja de vestuário	12 anos	Sim	Baixo

Fonte: Quadro perfil das entrevistadas. Pesquisa direta, 2016.

De acordo com a GEM (2015) as mulheres empreendedoras brasileiras possuem alguns perfis específicos para empreender: (1) faixa etária entre 24-34 anos; (2) a maioria é casada e com filhos; (3) possuem o segundo grau completo ou superior incompleto; (4) apresentam renda mais de 3 e até 6 salários mínimos; (5) geralmente atuam em pequenos negócios; (6) iniciam as empresas com baixo capital social. Em relação ao município pesquisado a faixa etária das mulheres empreendedoras varia entre 19 e 53 anos, como no panorama nacional a maioria é casada, possui filhos, renda entre 3 e 6 salários mínimos, iniciaram o negócio com baixo capital social. O grau de escolaridade varia entre ensino médio completo e superior completo.

### 4.2 CARACTERÍSTICAS IDENTIFICADAS

#### 4.2.1 Criatividade

A criatividade pode ser identificada nas entrevistadas A, B, C e E, essa característica, é considerada uma importante ferramenta para os empreendimentos desenvolvidos, a criatividade foi identificada na fala da entrevistada A quando diz que.

*“Nesses 10 anos tive que inventar novos jeitos de vender, buscar coisas novas, diferentes. Pensar nos produtos que os clientes precisam e podem pagar”. (Entrevistada A, 2016).*

Nessa fala percebe-se que a entrevistada, usa a criatividade para superar as barreiras encontradas aos longos dos anos em seu empreendimento. Essa característica também pode ser observada na entrevistada B.

*“A criatividade é o começo de tudo, com ela posso fazer coisas novas e diferenciadas para cada cliente”. (Entrevistada B, 2016).*

Na *entrevistada C* quando diz:

*“Na minha área de atuação sou obrigada a ser criativa, não que seja um problema pra mim, me sinto feliz fazendo isso, lido com os sonhos das pessoas e tenho que transformar o que eles sonham em realidade”. (Entrevistada C, 2016).*

E na entrevista “E” no momento em que afirma:

*“Tive que desenvolver um jeito novo de vender, vendo meus produtos pensando em cada situação, em como meus clientes vão se sentir quando estiverem usando, penso em tudo nas combinações, o que fica melhor em cada pessoa.”. (Entrevistada E, 2016).*

Como foi apresentada nas falas das entrevistadas, a criatividade é utilizada por elas como principal fonte de inovação e um meio de agradar os clientes. A criatividade é uma das principais características dos empreendedores, é através dela que eles criam e transformam os produtos e serviços oferecidos, este panorama foi identificado em boa parte das empreendedoras entrevistadas.

Para Sales (2006) a criatividade é apresentada como uma ferramenta essencial aos seres empreendedores.

#### **4.2.2. Inovação**

A característica da inovação pode ser identificada nas entrevistadas A, B, C e D, ela é considerada um diferencial competitivo para as organizações, essa característica foi identificada na fala da entrevistada A quando diz:

*“Trabalho em um ramo de muita concorrência, tenho que buscar produtos diferenciados, sempre estar atualizada com o desejo dos meus clientes, uma boa saída é apostar em produtos específicos para cada tipo de cliente”. (Entrevistada A, 2016).*

Na fala da entrevistada “B”. *“Se tem uma coisa que eu gosto é inventar”.*

As falas das entrevistadas expõem a presença da característica da Inovação, para elas ser inovadora é um meio de sobrevivência e um ponto de diferencial.

A entrevistada “C” aponta que:

*“Ser inovadora é difícil, mas é um bom caminho para o sucesso, a cada trabalho procuro inventar algo novo se der certo, faço virar moda”. (Entrevistada C, 2016).*

Essa característica também foi identificada na fala da entrevistada “D”:

*“Procuro fazer sempre coisas novas que acompanhem o rápido desenvolvimento dos alunos, incentivo a reciclagem das pessoas que trabalham comigo, utilizo o talento dos próprios alunos para fazer coisas novas e diferenciadas”. (Entrevistada D, 2016).*

Ser inovador é sem dúvida um ponto crucial para o sucesso do empreendedor. A inovação é uma característica marcante nas empreendedoras entrevistadas, elas apontam a necessidade de inovar como fonte do sucesso para seus projetos.

Para Drucker (2002) a inovação é um instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Ela pode ser apresentada como disciplina, ser apreendida e ser praticada.

#### **4.2.3 Comprometimento**

A característica do comprometimento foi identificada nas falas das entrevistadas A, B e D, essa característica considerada essencial para o êxito dos empreendimentos, e faz parte do conjunto de características atribuídas as mulheres empreendedoras. Essa característica pode ser identificada na fala entrevistada A

*“Procuro sempre ser pontual, e honesta com meus clientes, oferecer a eles produtos de qualidade, no tempo certo e com o preço justo”. (Entrevistada A, 2016).*

Na entrevistada B quando diz

*“Busco entender os desejos do cliente, trabalho com o sonho das pessoas. Me comprometo a dá sempre o meu melhor, às vezes o meu sacrifício não compensa o dinheiro que vou ganhar, mas faço por amor”. (Entrevistada B, 2016).*

O comprometimento identificado nas falas das entrevistadas pode ser compreendido como um elo de confiança e repeito com os clientes. Embora a característica possa ser identificada tanto nos homens quanto nas mulheres, são as empreendedoras que apresentam mais fortemente essa característica.

O comprometimento também foi identificado na fala da entrevistada “D”:

*“Desde o primeiro momento do meu negócio me comprometi a dar o meu melhor pela educação, divido essa responsabilidade com meus funcionários”. (Entrevistada D, 2016).*

O ato de comprometer-se com algo é um importante passo para alcançar os objetivos dentro e fora das organizações. Nesse sentido, as empreendedoras entrevistadas ressaltam que o comprometimento é para elas um ponto crucial em seus projetos e relações com clientes e colaboradores.

Em relação ao comprometimento Gomes (1995) aponta que o comprometimento possa ser desenvolvido através do aprimoramento contínuo das pessoas, na vida social, profissional, pessoal, espiritual, na aquisição de conhecimentos e na vida empresarial.

#### **4.2.3 Planejamento**

O planejamento é uma ferramenta de grande significância dentro de uma organização, essa característica foi identificada apenas na fala da entrevistada “C”:



*“Em relação ao planejamento tive que desenvolver essa habilidade ou as coisas não funcionariam, aprendi sofrendo que o planejamento é essencial, antes de aprender a me planejar perdi muito, agora economizo tempo e dinheiro, consigo dar conta de todas as minhas demandas e não perco mais as oportunidades”. (Entrevistada C, 2016).*

De acordo com a fala da entrevistada a característica de planejamento foi desenvolvida por ela como forma de superar barreiras administrativas dentro do negócio. Os conceitos administrativos são imprescindíveis para o sucesso organizacional.

Todavia a característica de planejadora não é uma característica predominante entre as entrevistadas, apresentando um panorama de fragilidade administrativa em cada empreendimento por elas gerido.

Segundo Chiavenato (2004), o planejamento se constitui na primeira função do processo administrativo, permitindo o estabelecimento dos objetivos organizacionais conforme os recursos necessários para atingi-los eficazmente.

#### **4.2.4 Liderança**

A característica de liderança é de modo geral um diferencial dos empreendedores, ela contribui para a eficácia dos processos dentro das organizações. Essa característica foi identificada somente na fala da entrevistada “C”, ela diz que:

*“Não tenho problema em liderar, mas procuro valorizar e compartilhar tudo que posso com os que me rodeiam... tento não me colocar no lugar de chefe, gosto de ser líder, no lugar de mandar fazer, me junto a eles e faço também”. (Entrevistada C, 2016).*

A característica da Liderança pode ser identificada na fala da entrevistada como um meio de atingir os objetivos da organização em conjunto com todos os envolvidos no processo.

A liderança é considerada um diferencial competitivo dos empreendedores e gestores, porém só foi identificada na fala de uma empreendedora entrevistada. Nesse sentido a ausência dessa característica, pode representar ao longo do tempo um ponto fraco de seus empreendimentos em relação aos concorrentes.

Segundo Chiavenato (2008) Liderança é o processo de conduzir um grupo de pessoas. É a habilidade de motivar e influenciar os liderados para que contribuam da melhor forma com os objetivos do grupo ou da organização.

#### 4.2.5 Sensibilidade

Essa característica pode ser observada nas falas das entrevistadas B, D e E. A sensibilidade é um sentimento aflorado nas mulheres que refletem em seu comportamento como empreendedora, contribuindo para a boa relação com clientes e colaboradores. Pode-se identificar essa característica na fala da entrevistada “B” quando diz que:

*“Trabalho com os momentos de felicidade das pessoas, as celebrações, então preciso ter sensibilidade para entender o que as pessoas desejam e também no momento de expressar minha opinião sobre alguma das escolhas que elas fazem”. (Entrevistada B, 2016).*

A sensibilidade característica das mulheres reflete na forma que se comportam em relação aos seus clientes e colaboradores. Como pode ser observado na fala da (Entrevistada D, 2016).

*“Me considero uma pessoa sensível por natureza e uso disso na relação com os meus clientes e funcionários, entender o outro é fundamental para que o negócio funcione”.*

E também na fala da entrevistada E:

*“Procuro manter uma relação de parceria com meus clientes, então se um determinado produto não fica bom neles, sou sincera e dou minha opinião, mas para isso tenho que ter a sensibilidade de não magoá-los”. (Entrevistada E, 2016).*

A típica sensibilidade identificada nas mulheres de modo geral, é também reconhecida como uma característica inerente das mulheres empreendedoras, no que se refere às entrevistas parte delas demonstrou utilizar de sua sensibilidade como facilitador das relações interpessoais em seus negócios.

A sensibilidade é definida por Bastos (1994) como Característica inerente ao ser humano e experienciada em situações corriqueiras da vida, principalmente no

âmbito de nossas relações interpessoais. Estão presente nas relações interpessoais das empreendedoras como canal de ligação entre clientes e colaboradores.

#### 4.2.6 Autoestima

A característica da autoestima foi identificada nas falas das entrevistadas B, D e E. Esse sentimento reflete na satisfação que as empreendedoras sentem em gerir seus negócios. A autoestima pode ser identificada na fala da entrevistada B quando diz:

*“Eu com 19 anos, iniciando minha vida acadêmica ter minha independência financeira, ter meu trabalho reconhecido, receber os elogios das pessoas é emocionante. Com toda certeza posso dizer que sou uma pessoa muito realizada com o que estou conquistando”. (Entrevistada B, 2015).*

Nesse ponto podemos identificar na fala da entrevistada o sentimento de reconhecimento e realizações proporcionado pelo retorno positivo por parte dos clientes.

Essa característica pode ser identificada na fala da entrevistada D, quando diz:

*“Pra mim ser considerada uma mulher de sucesso é emocionante e gratificante, superei muitas barreiras para chegar até aqui, hoje ser reconhecida e respeitada é o melhor sentimento que já pude experimentar”.*

E também na entrevistada E:

*“Em uma cidade pequena com poucos recursos, ter meu negocio reconhecido e o retorno positivo dos meus clientes, me dá uma alegria imensa. Hoje posso dizer que sou feliz e realizada”. (Entrevistada E, 2016).*

A característica da autoestima embora possa ser identificada em ambos os gêneros, esta mais fortemente relacionada às mulheres empreendedoras como foi identificada nas falas das entrevistadas, essa sensação de ser admirada é gratificante e motivadora.

De acordo com Ferreira (2000) “auto” quer dizer por si mesmo e “estima”; sentimento de valor atribuído a alguém ou valor dado a alguma coisa, apreço, consideração.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando-se em conta o que foi observado, pode-se concluir que as características empreendedoras femininas identificadas nas entrevistadas foram: criatividade, inovação, comprometimento, sensibilidade, planejamento, liderança e autoestima. Essas características somadas contribuem para o sucesso dos empreendimentos por elas comandados. Nesse sentido a criatividade e a inovação são utilizadas como diferencial competitivo e mais além um meio de sobrevivência. As características de planejamento e liderança foram identificadas apenas na entrevistada “C” esse fato apresenta um ponto fraco na gestão dos negócios geridos por empreendedoras do sexo feminino.

No entanto as características de comprometimento, sensibilidade e autoestima são apresentadas como ponto forte das empreendedoras entrevistadas, o uso dessas características colabora para o diferencial na gestão feminina no município de Ingá/PB.

Em relação ao objetivo desse trabalho que consiste analisar as características empreendedoras femininas no município de Ingá PB, observa-se que as empreendedoras do município, apresentam quase que em totalidade o mesmo perfil identificado no parâmetro nacional apresentado pela GEM (2015) assim também as características relacionadas exclusivamente às empreendedoras como: sensibilidade, comprometimento e autoestima. As características de empatia e tomadora de decisões não foram identificadas em nenhuma das entrevistadas.

### ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the female entrepreneurial characteristics in the city of Inga PB, to achieve the objective we developed a descriptive exploratory. Starting with the literature which addressed issues such as entrepreneurship concepts, female entrepreneurship, entrepreneurial characteristics and characteristics of entrepreneurial women. Data were collected through qualitative research and was used as a collection tool semi-structured interview. On the analyzed data it was concluded that female entrepreneurial characteristics of the municipality studied are: Creativity, Innovation, Commitment, sensitivity, planning, leadership and self-esteem.

**Keywords:** Entrepreneurship, Women's entrepreneurship, entrepreneurial characteristics.

## REFERENCIAS

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento.** Núcleo de Pesquisa da Finan, v.3, n. 3, 2012.

BASTOS, Antonio V. B. **O conceito de comprometimento - sua natureza e papel nas explicações do comportamento humano no trabalho.** Organização e Sociedade, Salvador, v.1, n.2, pp.77-106, 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asa ao espírito empreendedor.** São Paulo: Saraiva 2007.

DORNELAS, José Carlos A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em Negócios.** 2 Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios.** São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

FERREIRA, A.B.H. (2000). **Dicionário Aurélio básico da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira

GEM 2015. **Global Entrepreneurship Monitor 2015 – Empreendedorismo no Brasil.** Curitiba: IBPQ, 2015.

GIL, Antonio Carlos (2005) **Metodologia do ensino superior.** Atlas

GOMES, D.D. Fator K: **Conscientização e comprometimento.** São Paulo: Pioneira, 1995.

GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIM, R.; MIGOTT, A. M. B. **Estilo feminino de gestão em**

**Empresas familiares gaúchas.** *Revista de Administração Contemporânea*, Rio de Janeiro, v. 6, N. 2, p. 185-207, maio/ago, 2002

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael, P. **Empreendedorismo.** 5. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004

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

OLIVEIRA, Malu. **Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI.** São Paulo: Editora Ática, 1997.

SCHUMPETER, Joseph. **Can capitalism survive?** 1952, p.72.

VILLAS BOAS, Andréa. Valor Feminino: **desperte a riqueza que há em você –** São Paulo: Ed. Do autor, 2010

CHER, Rogério. **Empreendedorismo na veia**: um aprendizado constante. Rio de Janeiro: Elsevier; SEBRAE, 2008. 228 p.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DANTAS, Gabriela Cabral Da Silva. "Autoestima"; *Brasil Escola*. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/psicologia/autoestima.htm>>. Acesso em 28 de abril de 2016.