

MULHERES EMPREENDEDORAS: DO ANONIMATO À CONQUISTA PLENA

Isaque das Neves Monteiro (1); Stivensam Luiz de Souza Lima (2); Lucas Alexandre Oliveira Souza (3); Mariangela Vasconcelos Ernesto Lopes (4)

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, isaquenmonteiro@gmail.com;

² Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, stivensamlima@gmail.com;

³ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, lucasalexandre520125@gmail.com;

⁴ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB, mariangela.lopes@ifpb.edu.br

Resumo do artigo: O empreendedorismo feminino já não é algo pequeno e localizado, que se apresente de maneira camuflada em meio aos demais eventos da sociedade. É algo que está em crescimento considerável na sociedade atual tanto local como nacional ou internacionalmente, modificando as ideologias e pensamentos de que as mulheres não são capazes de gerir negócios, visto que atualmente o empreendedorismo feminino vem apresentando ótimos resultados que impactam diretamente na economia dos países. Setores como venda de cosméticos, artesanato e costura, culinária e serviços de beleza são alguns dos ramos que vêm ganhando espaço no meio empresarial. Seja em micro ou em pequenas empresas, o número de empreendedoras tem alcançado um nível surpreendente, ultrapassando atualmente a porcentagem de homens que são chefes de seus próprios negócios. As mulheres têm mostrado que podem sim exercer funções como estas, onde se é necessário gerenciar e administrar custos, processos e serviços nas quais já possuem certa aptidão. A maioria percebeu que essa é uma habilidade inerente a elas se formos observar tarefas domésticas como o controle de gastos mensais, por exemplo. Muitas decidiram investir em seu próprio negócio, e no aumento de conhecimentos para a abertura do mesmo, como minicursos na área, especializações etc. Era um paradigma antigo o pensamento de que mulher só trabalhava para a família; e muitas delas acabaram por aceitar esse raciocínio. Achavam que não conseguiriam administrar as tarefas domésticas e ainda ter um empreendimento. Mas com o passar dos anos, após observarem casos reais de mulheres que escolheram arriscar e venceram, tudo mudou. A sociedade deve buscar também um investimento no público feminino, ajudando-as a preparar-se para enfrentar o mundo dos negócios e sair conquistando, apesar dos riscos e dificuldades à frente. Deve haver um incentivo maior ao empreendedorismo feminino, pois em muitos desses casos, um grande número de empregos é oferecido à população, de maneira que o benefício adquire um alcance maior. A vitória delas é a vitória de todos.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino, Protagonismo, Geração de renda.

- Introdução

Este artigo visa expor como vem se apresentando a relação do empreendedorismo com a inserção das mulheres neste ramo e sua representatividade, além dos motivos, vertentes escolhidas por estas e também os impactos diretos e indiretos tanto no âmbito familiar como na sociedade em geral.

Mas primeiramente, o que vem a ser um empreendedor? De acordo com Fillion (1991): “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza suas visões.”. Já segundo Dolabela (2012) um empreendedor pode ser entendido como “o motor da economia”, ou até mesmo como um agente de mudanças.

E além destas surgiram as mais variadas definições, que sofreram modificações e adaptações com o passar do tempo para se encaixarem no contexto mais atual possível. Resumidamente um empreendedor é alguém com um espírito visionário, que está disposto a correr riscos calculados com o intuito de alcançar um objetivo maior, e ser independente.

A arte de empreender causou um impacto gradativo desde a sua “concepção”, e mudou definitivamente o entendimento de mercado de trabalho, funcionando como um divisor de águas, como se marcasse a criação de uma ferramenta inovadora. Para Timmons (1994) o empreendedorismo ocorreu de maneira silenciosa inicialmente, mas como uma revolução tal que poderia ser para o nosso século algo com proporções maiores que a própria Revolução Industrial no século XX.

E aqui no Brasil segundo BOAS e DIEHL (2012) “a mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreendem no mundo e, dos 21,1 milhões de empreendedores que atuavam no país em 2010, nada menos que 10,4 milhões eram mulheres.”. Se observarmos o exame do GEM - Global Entrepreneurship Monitor publicado pelo SEBRAE (2010) nosso país tem uma forte e constante presença feminina no que diz respeito a criação e gestão de novos negócios.

É de extrema relevância observar de maneira mais ampla o aumento na participação das mulheres na renda familiar além do aumento na porcentagem das mulheres que abrem seu próprio negócio, já ultrapassando a participação masculina, no que diz respeito a micro e pequenas empresas; e isso influi cada vez mais, de maneira direta, na economia nacional e até mundial, se examinarmos de maneira global.

Além de transcrever-se como uma saída à um momento de crise, tanto para o empreendedor em si, quanto para os que são alcançados pelo empreendimento, o aumento da participação do público feminino como donas do seu negócio vem quebrando diversas opiniões e paradigmas retrógrados e convencionais onde a mulher não era vista da maneira que já é vista pela maioria hoje em dia, mostrando que são capazes de administrar e se inserir em diversos segmentos, antes de representação apenas masculina.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Empreender Endeavor (2012) revelou que mais de 86% das mulheres que optam por seguir esse caminho estão na faixa etária de 20 a 39 anos. Esses dados revelam que logo no início da juventude já nascem as primeiras ideias e sonhos a serem construídos, devido ao vasto acervo de informações aos quais somos alvo nessa idade. Por outro lado, ao avançar dos anos optamos por

desistir em muitas das vezes, por acharmos que não há mais tempo para investir, ou que não se tem o vigor de antigamente; e isto é um pensamento errôneo. O sucesso em empreender pouco tem a ver com faixa etária ou gênero, e sim com a persistência e dedicação.

As mulheres também enfrentam diversos desafios ao escolher ser uma pessoa de negócios, líder de seu próprio negócio, e isso é uma das causas das desistências precoces ao empreender. Conforme TAMEIRÃO (217) entre esses desafios estão principalmente o **preconceito**, onde alguns acreditam que as mulheres só podem executar tarefas domésticas ou relacionadas à maternidade; além da **autoconfiança** que é muito baixa por não terem tanto contato e afinidade com o mundo dos negócios; e também o fato de **as iniciativas empreendedoras femininas ainda estarem em um período de crescimento**, o que ocasiona muito receio por parte delas em se inserirem neste mercado sem muitos outros casos de sucesso do público feminino.

- Metodologia

Através da participação em alguns eventos nossa equipe pôde adquirir diversas informações a respeito de alguns empreendimentos de administração feminina, tanto no que diz respeito ao empreendedorismo por necessidade como por oportunidade oferecendo empregos para que outras pessoas também se beneficiassem.

No evento ENEX (Encontro de Extensão do IFPB) as atividades e parcerias envolvidas no processo proporcionaram grandes impactos positivos para todos os participantes.

Nossa equipe participou ativamente da unidade de vivência onde é realizado um programa conhecido como “Mãos que se ajudam”, na cidade de Lucena/PB. Neste programa há um grupo de mulheres que realizam uma atividade relacionando empreendedorismo feminino, criatividade, e nova fonte de renda; criaram a *COCADA NA KENGA*.

Com a liderança de uma mulher visionária, várias outras se juntaram com o intuito de encontrar alguma tarefa que pudessem realizar, que fizesse sucesso e que gerasse renda para cada uma. Foi daí que surgiu a ideia de fazerem cocadas. Mas a questão era: **Como vender algo que já é tão comum e obter lucro?** Foi quando uma delas teve a brilhante ideia de utilizar a casca do coco (conhecida como kenga) para servir como recipiente para a cocada.

Além de todo o benefício que haveria para as envolvidas no processo, também existe a parte sustentável pela reutilização e aproveitamento de praticamente 100% do coco. Com o passar do tempo a tarefa foi bastante aprimorada e, ao

invés de completamente manual ela foi melhorada por meio de uma máquina que fazia várias das tarefas (como limpar o coco, partir, raspar, moldar, etc.) em um tempo muito menor. Também melhoraram a parte de marketing, criando uma nova embalagem, muito mais chamativa e oficial, inclusive criando uma marca registrada.

Recentemente a antiga presidente da associação veio a falecer e uma das participantes tomou a frente do processo de fabricação da Cocada na Kenga, mantendo a ideologia do objetivo inicial da criação deste projeto, com uma direção que envolvia cada uma das participantes, e suas opiniões.

Nesta área de vivência conhecemos o processo de fabricação, em cada uma de suas partes, além de compreender a importância de sua realização para as participantes, e também para a sociedade num todo, transformando esse projeto numa espécie de patrimônio cultural da cidade, mesmo que inconscientemente.

Ademais, além do produto *Cocada na Kenga*, também existem artesãos que utilizam cascas do coco para fabricar mini esculturas, e outros adereços, bem elaborados, que também são vendidos numa loja de artesanato ao lado de onde se produzem as cocadas.

Além deste acontecimento também estamos responsáveis pela implantação de um projeto de extensão, em andamento na cidade de Ingá – PB, denominado “*Empreendedorismo Feminino: Protagonismo e Geração de Renda*”. O projeto teve início no mês de maio do ano em curso e ainda está em execução, com finalização prevista para o fim deste mesmo ano. Alguns dos objetivos do projeto foram trazer ao conhecimento das mulheres desta localidade a vasta participação das mulheres no mercado de trabalho e seu sucesso quase que garantido devido a muitas das características inerentes às mulheres, como administração das finanças da casa por exemplo. Ademais, também buscamos preparar tais mulheres para melhorar a sua renda investindo na abertura de um novo negócio.

- Resultados e Discussão

A inserção do público feminino nas atividades do dia-a-dia como também no mercado de trabalho nunca se deu de uma maneira tão expressiva e numa evolução tão significativa como nestes últimos anos. Com muita dedicação e persistência apesar da opinião de muitos, as mulheres foram ocupando um espaço cada vez maior na sociedade e desempenhando os mais variados papéis, mostrando que são capazes.

De acordo com o SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2017), no ano de 2014 haviam cerca de 7,9 milhões de empresárias no nosso país, e mais de 43% dos cargos de chefia em micro e pequenas empresas estão nas mãos de mulheres, onde $\frac{3}{4}$ destas possuem uma renda que chega à R\$ 24.000,00 por ano, além de que, nos últimos 14 anos, a participação de mulheres no empresariado aumentou 34% (Portal Brasil, 2017).

É interessante pensar que cada vez mais a renda familiar vem sendo modificada graças ao aumento da participação das mulheres no orçamento, onde 41% dessas mulheres tem seu próprio negócio, segundo a PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, publicado pelo IBGE (2017).

Existem vários motivos para se pensar em entrar do ramo do empreendedorismo. Basicamente podem ser pontuados 2 tipos de empreendedorismo:

- Empreendedorismo por necessidade: onde o indivíduo se sente quase que impulsionado a tomar uma atitude e criar seu próprio negócio para melhorar sua condição ou da sua família, num momento de dificuldade por exemplo;
- Empreendedorismo de oportunidade: Neste tipo o “empreendedor” busca abrir seu próprio negócio, não só para si, mas também para benefício de outras pessoas, dando-lhes também a oportunidade de melhorar suas vidas.

As mulheres geralmente se inserem no mercado em uma área de sua desenvoltura. Algumas delas são, de acordo com um levantamento do SEBRAE: serviços domésticos e restaurantes (representando juntos 32%), além de cabeleireiros e comércio de cosméticos (alcançando cerca de 22%), e a maior parte (35%) empreende dentro de sua própria casa.

Em se tratando de nossa participação no evento ENEX, esta se deu ativamente no oferecimento de sugestões para melhorar ainda mais o “negócio” deste grupo, tanto na questão de publicidade, como na sugestão de novas embalagens e na forma de expor o produto.

Ao observar o produto final sugerimos uma melhoria na maneira de apresentá-lo, colocando uma espécie de apoio como um tripé, ornamentado semelhantemente a um coqueiro, e dispor das cocadas na parte superior,

presas, como os próprios cocos. Seria uma maneira de chamar mais atenção e curiosidade do público. Inclusive, também propomos um aproveitamento ainda maior dos materiais, como a utilização da água do coco, antes eliminada, para fazer óleos, diversificando os produtos oferecidos, aumentando a renda.

Figura 1: Exposição das cocadas e fabricação



Por meio de uma conversa com todas as envolvidas nos processos de produção e idealização do produto, observando os diversos pontos de vista, demos ideias sobre a forma de distribuição e arrecadação de lucros, e também do preço do produto.

Figura 2: Diálogo com as produtoras da Cocada na Kenga



Fora todos esses conselhos pensamos que seria excelente a iniciativa de criar uma parceria com a prefeitura municipal para levar a produção e divulgação a um outro nível, já que este projeto também traz benefícios diretos à cidade, como com relação ao turismo entre outros aspectos.

Com relação ao projeto *Empreendedorismo Feminino: Protagonismo e Geração de Renda* houve a exposição de várias palestras objetivando preparar as mulheres para os possíveis riscos ao decidir empreender e também como administrar e saber quando agarrar uma possível oportunidade ou não, quando esta aparecesse.

Além das palestras houve a aplicação de questionários para formulação de um banco de dados referente às opiniões e pensamentos das mulheres alcançadas pelo projeto, como também às decisões que estas tomariam em determinadas ocasiões.

Também serão executados minicursos envolvendo algumas áreas de desenvolvimento do público feminino para capacitá-las em um certo ramo, caso queiram abrir seu negócio, sem começar do zero, como minicursos de artesanato por exemplo. Ao final do projeto de extensão será proporcionada uma feira, do tipo expositiva, para que possam apresentar seus trabalhos, entrarem em contato com outras pessoas e até vender suas ideias.

- Conclusão

É inquestionável o aumento no número de mulheres que escolheram trilhar o caminho do empreendedorismo, e a grande maioria delas têm demonstrado sucesso e crescimento, tanto em relação à sua autoestima e reconhecimento por parte da sociedade, como na sua arrecadação salarial e condição financeira. O público feminino está alavancando-se de maneira impressionante em meio às crises e opiniões contrárias, tomando conta do mercado de trabalho.

Não basta apenas admirarmos esse acontecimento, mas também estender a mão e “entrarmos de cabeça” nessa iniciativa feminina, da maneira que pudermos. Já existem alguns cursos preparatórios para o empreendedor em potencial, mas a maior parte deles ainda vê o homem como a única figura de encaixe perfeito para este trabalho. Devemos quebrar esse conceito ilusório e oferecer mais oportunidades para que as mulheres possam mostrar o quanto estão preparadas, testando seus limites, e indo além do que até mesmo elas acham que

são capazes. O nosso projeto em andamento é um exemplo disso.

Todos temos a capacidade de nos disciplinarmos e buscarmos ser cada vez melhores em nossas habilidades, e adquirindo outras, compartilhando e criando uma conquista mútua e coletiva onde, não só as mulheres, não só os homens, mas sim todos nós, terminamos por conquistar e alcançar nossos sonhos.

- Referências Bibliográficas

BOAS, Andréa Villas; DIEHL, Bruna Villas Boas. **Elas Empreendedoras**. 1ª Ed. São Paulo: Andréa Villas Boas, 2012.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

ENDEAVOR BRASIL e IBGE. **Estatísticas de Empreendedorismo 2012**. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv91523.pdf>>. Acesso em: 16 de setembro de 2017.

FILION, L. J. **Visions et relations: Clefs du succès de l'entrepreneur**. Montreal: Les Éditions de l'Entrepreneur, 1991.

IBGE. **PNAD: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?indicador=1&id_pesquisa=149>. Acesso em: 16 de setembro de 2017.

MAISJAMPA. **Cocada na Kenga em Lucena**. Disponível em: <<http://maisjampa.com.br/cocada-na-kenga-em-lucena/>>. Acesso em: 10 de setembro de 2017.

PORTAL BRASIL. **Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos/mulher_.jpg/view>. Acesso em: 10 de setembro de 2017.

SEBRAE. **GEM Brasil 2010 : Global Entrepreneurship Monitor**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf>. Acesso em: 16 de setembro de 2017.

TAMEIRÃO, Nathália. **EMPREENDEDORISMO FEMININO: NEGÓCIOS QUE**

TRANSFORMAM. Disponível em:

<<http://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 10 de setembro de 2017.

TIMMONS, J. A. **New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century.** 4ª Ed. Chicago, IL: Irwin, 1994.

