



**INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR “PRESIDENTE TANCREDO DE ALMEIDA
NEVES”**

IARA CRISTINA BERNARDES MOURA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A
EMPRESÁRIA LUIZA HELENA TRAJANO DO GRUPO MAGAZINE LUIZA**

**SÃO JOÃO DEL-REI
2012**

IARA CRISTINA BERNARDES MOURA

**EMPREENDEDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A
EMPRESÁRIA LUIZA HELENA TRAJANO DO GRUPO MAGAZINE LUIZA**

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Instituto de Ensino Superior “Presidente Tancredo de Almeida Neves” – IPTAN - como requisito parcial à obtenção do Título de Bacharel em Administração, sob orientação da Professora Esp. Adna Maria Gomes de Castro Bretas.

SÃO JOÃO DEL-REI
2012

IARA CRISTINA BERNARDES MOURA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A
EMPRESÁRIA LUIZA HELENA TRAJANO DO GRUPO MAGAZINE LUIZA**

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Instituto de Ensino Superior “Presidente Tancredo de Almeida Neves” – IPTAN - como requisito parcial à obtenção do Título de Bacharel em Administração.

COMISSÃO EXAMINADORA

Orientadora. Prof^a. Esp. Adna Maria Gomes de Castro Bretas

Prof^a. Esp. Monique Terra e Silva

Prof^a. Msc. Edilene Maria da Conceição

Dedico este trabalho a todos que me acompanharam e que deixei de dar atenção devido à dedicação e empenho para o desenvolvimento deste. E dedico especialmente aos meus pais, pelos cuidados dedicados à Karol, muito obrigada. Amo vocês!

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me dado força e perseverança durante estes quatro anos de curso.

A minha orientadora, professora Adna Maria Gomes de Castro Bretas pelo carinho, paciência, dedicação e incentivo nos momentos de dificuldade e angustia.

Aos meus professores do curso de graduação em Administração do IPTAN, pela capacitação, dedicação e preocupação em formarem profissionais que possam fazer a diferença no mercado de trabalho.

Em especial a minha filha Karolina e meu esposo Aldair pelo apoio constante.

A minha mãe Lucia e meu pai Vicente pelo amor, dedicação à família e pelos ensinamentos.

RESUMO

A presente pesquisa trabalha como uma metodologia bibliográfica qualitativa e aborda o tema, pois a mulher vem conquistando seu espaço no mercado de trabalho, sua independência financeira e como tem ampliado sua participação no cenário empreendedor, trazendo consigo novas estratégias de gestão que valorizam principalmente a relação entre as pessoas na empresa, buscando ressaltar a importância e o perfil feminino empreendedor diferenciando-se no processo de gestão organizacional, e a sua importância na atividade além dos desafios e batalhas para serem reconhecidas. Objetivando identificar os tipos de empreendedor mostrando as diferenças entre empreendedor e administrador, analisando e demonstrando as dificuldades e o sucesso da empresária Luiza Helena e sua trajetória no processo de formação de suas lojas, buscando compreender a relação existente entre o perfil gerencial dessa empresária e o sucesso da rede Magazine Luiza.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Luiza Helena; Magazine Luiza.

SIGLAS

MBA	Master of Business Administration.....	20
MPes	Micro e Pequenas Empresas.....	24
GEM	Global Entrepreneurship Monitor.....	26
IBQP	Instituto brasileiro de qualidade e produtividade	27
SEBRAE	Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário	28

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	08
1. CONTEXTO HISTÓRICO ONDE SE INSERE O EMPREENDEDORISMO EM QUESTÃO.....	10
1.1 Conceito sobre empreendedorismo.....	12
1.2 O pensamento empreendedor.....	15
1.3 Tipos de Empreendedor.....	16
1.3.1 Tipo 1 – O Empreendedor Nato.....	17
1.3.2 Tipo 2 – O Empreendedor que aprende (inesperado).....	17
1.3.3 Tipo 3 - O Empreendedor Serial (criar novos negócios).....	18
1.3.4 Tipo 4 - O Empreendedor corporativo.....	18
1.3.5 Tipo 5 - O Empreendedor Social.....	19
1.3.6 Tipo 6 - O Empreendedor por Necessidade.....	19
1.3.7 Tipo 7 - O Empreendedor Herdeiro (Sucessor Familiar).....	19
1.3.8 Tipo 8 - O Empreendedor Normal (Planejado).....	20
1.4 Empreendedor e Administrador.....	21
1.5. Empreendedorismo: oportunidade ou necessidade.....	23
2. EMPREENDEDORISMO RELACIONADO AO GÊNERO FEMININO.....	25
2.1 A atuação da mulher na economia.....	28
2.2 Características da gestão feminina.....	29
2.2.1 Principais características da mulher empreendedora.....	30
2.3 As novas demandas econômicas.....	32
2.4 A mulher empreendedora.....	34
3 ESTUDO DE CASO SOBRE A EMPRESARIA LUIZA HELENA TRAJANO DO GRUPO MAGAZINE LUIZA.....	35
3.1 História da Empresa.....	35
3.2 História de vida e carreira profissional segundo Telles (2010).....	36
3.3 O perfil de empreendedora da empresária.....	37
3.4 As características empreendedoras de Luiza Helena.....	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS.....	41

INTRODUÇÃO

O presente trabalho abordará o empreendedorismo e como este está mudando a maneira de fazer negócios, isso porque modernizou conceitos econômicos, redefiniu relações de trabalho e quebrou paradigmas ao eliminar barreiras culturais e comerciais. (DORNELAS, 2008, p.25).

Ao longo dos anos, a participação da mulher no cenário empreendedor tem mudado consideravelmente. A mulher tem conquistado seu espaço no mercado de trabalho, está mais independente financeiramente, e tem iniciado empreendimentos, trazendo consigo novas estratégias de gestão que valorizam principalmente a relação entre as pessoas na empresa.

Este trabalho justifica-se pela relevância de entender a importância do comportamento gerencial feminino, onde estudos realizados mostram que as mulheres possuem um estilo de liderança motivador, cooperativo e participativo, que faz com que as pessoas sintam-se valorizadas. Além disso, são inovadoras, enfatizam a qualidade, e buscam a satisfação geral. Tendo como exemplo Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues referência em empreendedorismo.

Essa monografia tem como problema de pesquisa identificar como o perfil empreendedor feminino proporciona diferencial para gestão organizacional?

Esta pesquisa bibliográfica tem como objetivo principal mostrar a importância da atividade empreendedora feminina que se apresenta mais desafiadora para as mulheres do que para os homens, por conta da constante batalha que essas mulheres precisam enfrentar para serem reconhecidas, identificará tipos de empreendedor; mostrará a diferença entre empreendedor e administrador; analisará se, empreender acontece por oportunidade ou necessidade, demonstrará as dificuldades da mulher empreendedora e apontará as principais características da mulher empreendedora.

A elaboração deste estudo constituirá em pesquisas bibliográficas, através de artigos científicos da internet que versam sobre empreendedorismo e o papel feminino nesse meio, principalmente no que se refere à importância da Sra. Luiza Helena Trajano para a sua empresa, como um todo, o que permitirá dar uma maior amplitude às pesquisas.

Este estudo organizar-se-á em três capítulos.

No primeiro capítulo abordará os conceitos sobre as origens e significados do termo empreendedorismo com as devidas características e fundamentos.

O segundo capítulo conceituará o termo empreendedorismo relacionado ao gênero feminino. Analisará também de forma devida e breve os diferentes tipos de empreendedor.

No terceiro capítulo será abordada, a trajetória e algumas especificidades da empresária Luiza Helena e o seu papel junto à sua empresa Magazine Luiza o qual traz grande enriquecimento para o trabalho monográfico, mostrando como essa profissional é de suma importância para a vida da organização visando sempre à satisfação do cliente.

1 CONTEXTO HISTÓRICO ONDE SE INSERE O EMPREENDEDORISMO EM QUESTÃO

A palavra “empreendedor” foi utilizada pela primeira vez na língua francesa, no início do século XVI, para designar os homens envolvidos na coordenação de operações militares. Mais tarde, por volta de 1765, o termo passou a ser utilizado pelos franceses para designar aquelas pessoas que se associavam com proprietários de terras e trabalhadores assalariados. Esse termo era, contudo, também utilizado naquela época para denominar outros aventureiros, tais como construtores de pontes, empreiteiros de estradas ou arquitetos. (HAEMING, 2001, p. 32 *apud* ARANHA, 2009, p. 88).

O primeiro a usar o termo *entrepreneur* na teoria econômica foi Richard o Cantillon, em 1755. Ele via o empreendedor como um inovador e como um *risk-taker* (aquele que assume ou corre risco), alguém que não somente lidava com a inovação, mas também investia e corria riscos com seu próprio dinheiro. A partir daí, os economistas franceses trataram de incorporar o termo *entrepreneur* à teoria econômica, mesclando-a com a palavra capitalista.

De início faz-se necessário compreendermos o que representa o termo empreendedorismo, o qual embasará todo o presente trabalho que agora se inicia. Empreendedorismo significa fazer algo ou empreender, é o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias à criação de um projeto.

Com origem francesa por volta do século XVII e XVIII, o termo empreendedorismo tem direcionado estudos de empresários, executivos, pesquisadores, professores e estudantes com o intuito de auxiliar no desenvolvimento, elaboração, concretização e instrução de novas ideias. (CHIAVENATO, 2005, p. 20).

É visível sua aceitação na sociedade, relacionando como um principal fator no crescimento econômico e social do país. Aceito como uma opção para diminuir a diferença dentre as classes o empreendedorismo influencia positivamente as ações realizadas. Conforme aponta Chiavenato (2005, p.36):

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente, no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente, essas invenções são frutos de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes ousou olhar de outra maneira.

Vários são os momentos em que a ação empreendedora predomina, porém se torna preocupante na medida em que muitos tomam a decisão e incorporam ideias acreditando no fator vontade e sorte.

Dentro deste contexto o autor Dolabela (2006, p.25) considera, “Empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza”.

Confundido com conceitos de administração, o empreendedorismo difere e caracteriza-se principalmente pela busca e aproveitamento de oportunidades, trazendo métodos, práticas e conquistando sua própria autonomia. Ações empreendedoras são inesgotáveis na medida em que acompanham ideias bem sucedidas.

Dornelas (2005, p.18) ressalta positivamente a necessidade da prática empreendedora, considerando que:

É inoportuno, portanto, um estudo mais profundo a respeito do conceito de empreendedorismo, tendo em vista que a maior parte dos negócios criados no país é concebida por pequenos empresários. Esses nem sempre possuem conceitos de gestão de negócios, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento.

Por meio de diversos estudos, verifica-se a presença constante do empreendedorismo na sociedade. Com a proposta de formar empreendedores e não empresas, numa atividade satisfatória e valorizada. Sobre esse plano afirma Dolabela (1999, p.29):

Por ser a exteriorização do que se passa no âmago de uma pessoa, e por receber o empreendedor com todas as suas características pessoais, a atividade empreendedora faz com que o trabalho e o prazer andem juntos.

O empreendedorismo é o resultado de vários processos de desenvolvimento social, que leva o empreendedor a criar e se sustentar pessoalmente e economicamente na sociedade.

1.1 Conceito sobre empreendedorismo

O termo empreendedorismo é normalmente usado no campo administrativo ou econômico, porém, em educação é novo, mas já de grande repercussão graças à contribuição de alguns autores como Fernando Dolabela (2003, p.43)

[...] o que define o empreendedor - um ser a um tempo autônomo e cooperante - é sua capacidade de identificar e aproveitar oportunidades em seu campo de atuação, gerando valores para a comunidade sob a forma de conhecimento, bem-estar, liberdade, saúde, democracia, riqueza material, riqueza espiritual etc.

Conceituar empreendedorismo se torna um caminho de descoberta, na medida em que se observa a variedade de definições para esse termo, visto como uma forma de levar, o indivíduo a um desenvolvimento econômico apoia-se na perspectiva de inovar e criar. Este conceito está inserido na sociedade mostrando-se favorável as pessoas que pretendem construir um espaço de significativo valor na busca do seu objetivo pessoal.

No entanto, estudiosos no assunto, definem “ser empreendedor deve ser uma qualidade e característica durante toda a vida do indivíduo”. (SOUZA NETO, 2008, p. 15).

Não importa aonde o indivíduo tenha a pretensão de desenvolver uma determinada ação ou atividade sendo relevante o benefício gerado a ele e aos outros que estejam ao redor. Sobre isso afirma Dolabela (2003, p. 30):

Empreender é um processo essencialmente humano, com toda a carga que isso representa: ações dominadas por emoção, desejos, sonhos, valores; ousadia de enfrentar as incertezas e de construir a partir da ambigüidade e no indefinido; consciência da inevitabilidade do erro em caminhos não-percorridos; rebeldia e inconformismo, crença na capacidade de mudar o mundo; indignação diante das iniquidades sociais. Empreender é, principalmente, um processo de construção do futuro.

Empreendedor, então, é a pessoa que se dispõe a realizar algo, superando desafios, é o lutador, o virador, o que vai atrás movendo céu e terra para alcançar seus objetivos.

É o que desenvolve em si mesmo as competências para relacionar-se com o mundo, usando características pessoais, culturais e até do próprio ambiente em busca de mudanças econômicas e sociais.

Nesta perspectiva, o empreendedor pode ser aquela pessoa que consegue enxergar necessidades humanas e que, dentro de um mercado específico, consegue transformá-las em ótimas oportunidades de negócios.

Para ser empreendedor não é necessariamente preciso que a pessoa tenha uma empresa ou atue em uma, mas que esta tenha a capacidade de transformar situações, que estão em constante movimento, colocando novas ideias em práticas e concretizando sonhos.

Ainda de acordo com Dolabela (2009, p. 41):

Vamos então dizer quem é o empreendedor. É alguém que sonha e busca transformar o seu sonho em realidade. Que sonho é esse? É o sonho que a gente sonha acordado, aquilo que a gente deseja com muita vontade, aquilo que nos apaixona. Mas, para ser empreendedor, não basta sonhar. É necessário agir para transformar o sonho em realidade.

O termo empreendedorismo está relacionado com os estudos direcionados à pessoa empreendedora, através de desenvolvimento de práticas e ideias. Sobre isso explicita Dolabela (1999, p.43):

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

Com o constante desenvolvimento da economia, política e sociedade o termo tem sido mais adaptado a atualidade. O homem através de mudanças de classes e constantes classificações buscaram se adequar positivamente a construção e adequação de seus objetivos.

O conceito de empreendedorismo encontra-se diretamente ligado ao termo popular “correr riscos”. A ação ocorre a partir de ideias e ideais que surgem a

partir de interesses, criações e sonhos que são construídos no decorrer de novas práticas e experiências ativas.

A amplitude e a diversidade de conceitos levam o empreendedorismo a agregar várias pessoas e setores como afirma Chiavenato (2005, p.5):

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos e introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fonte de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. Continuamente milhares de pessoas com esse perfil – desde jovens a pessoas adultas e de todas as classes sociais – inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações.

Tendo essa ideia inferida pelo autor supracitado a definição pode ser conduzida a condição de uma proposta social onde o indivíduo identifica oportunidades e recursos e coloca-os em prática.

Por meio de diversos estudos, observamos que o termo empreendedorismo está diretamente ligado a processos importantíssimos na dimensão humana, como aponta Dolabela (1999, p.53): “O empreendedorismo está atravessando crescimento inesperado em todas as suas dimensões”.

Relacionando a afirmativa do autor na sua proposta de leitura ele liga o empreendedorismo à geração de auto-emprego, a criação e crescimento de pequena empresa, ampliação de bases tecnológicas, velocidades de mudanças na economia, à ética, cidadania e educação num contexto geral. “O empreendedorismo se torna um motivador de ações, onde a visão do crescimento é resultado de motivação e processos, ou até mesmo meta” como aborda Chiavenato (2005, p.9). Sendo fatores e ações que impulsionam a pessoa a empreender.

Ocorrem as vezes que a maior incerteza leva a construção do seu próprio empreendimento. Mas como se conduzir essa ação? Como visualizar e nortear essa “habilidade”? Como estar preparado? Esse tipo de dúvida e muitas outras são rotas que qualificam o empreendedorismo e o promovem ao desenvolvimento, principalmente o econômico.

Sendo assim conceituar um termo que norteia várias interpretações torna-se uma prática que necessita de planejamento, estratégias e conclusões. Conforme

Dolabela (2006, p.12) o empreendedorismo: “É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar”.

A partir dos diferentes conceitos do termo empreendedorismo, podemos perceber os importantes benefícios que gera ao homem. O empreendedorismo pode ser visto como uma forma de produzir, levando ao empreendedor benefícios a seu favor. Dolabela (1999, p.45) nos direciona a essa interpretação afirmando que:

O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo interativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão etc.

Compatível com esse ato podemos considerar o empreendedor como a base de um processo de desenvolvimento social. Quando acompanhado e motivado, conseguem empreender e colocar em práticas suas ações.

1.2 O pensamento empreendedor

A visão do empreendedorismo voltada para o administrativo e econômico em que somente profissionais das áreas específicas ou afins poderiam ser considerados empreendedores tem se modificado, uma vez, que o empreendedorismo tem despertado o interesse de educadores, psicólogos e sociólogos. Para (STARTA, 2012, p. 01):

Assim, no Brasil, o conceito de empreendedorismo extravasa a sua origem empresarial e rapidamente passa a ser alvo de reflexão em inúmeras áreas das ciências sociais. Em alguns casos, formas de empreendedorismo não empresarial passam a constituir o fundamento de importantes programas que tendem a transformar a perspectiva de desenvolvimento humano e social do Brasil.

A sociedade tem entendido o papel do empreendedor independente da área que atue, ou seja, para ser um empreendedor não tem que necessariamente estar entrelaçado a uma empresa ou negócio. E, segundo Dolabela (2009, p. 35):

Quando se fala em empreendedor, duas coisas vêm à mente: abrir uma empresa e ganhar dinheiro. Entretanto, para ser empreendedor, não é preciso abrir uma empresa. Uma pessoa pode ser empreendedora em qualquer área que escolher para trabalhar: empregado do governo ou de empresa, professor, artista.

Ainda de acordo com Dolabela (2009, p. 36), o empreendedor é:

[...] alguém especial, diferente? Não, pelo contrário, todos nascemos com essa capacidade, que é uma característica da espécie humana. Mas a maioria desaprende de ser empreendedor na escola, na família, na vida social.

O Empreendedorismo tem se destacado com a crise no mercado de trabalho, falta de oportunidade para os técnicos e universitários em todas as áreas e na urgência em que o cidadão-trabalhador tem que ser versátil e criativo para sobreviver no mundo competitivo.

Sistematizar idéias, por no papel a missão e os objetivos estratégicos, tácitos e operacionais são todos, condições fundamentais para se obter êxito no meio empresarial, mas também no meio social. E para Dolabela (2009, p. 156) “O empreendedor é alguém que inova, cria sua própria resposta. Cada um busca aprender o que é necessário para realizar o seu sonho.” (DOLABELA, 2009, p. 156)

Com isso, aumenta o número de pessoas com a disposição de assumir riscos e abrir seu próprio negócio. Muitas destas não têm experiência empresarial e social colocando em risco seu próprio negócio por falta de conhecimentos específicos, práticos e administrativos.

1.3 Tipos de empreendedor

Existem vários tipos de empreendedor, os vários estudos existentes os classificam baseados na atividade que exercem, na motivação, no contexto socioeconômico e até mesmo pela idade. A seguir uma breve explanação das classificações dos tipos de empreendedores. Segundo Dornelas, podemos identificar vários tipos de empreendedores:

1.3.1 Tipo 1 – Empreendedor Nato

Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começam do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas. Em países ocidentais, esses empreendedores natos são, em sua maioria, imigrante ou seus pais e avós o foram. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos. Suas referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos, e eles mesmos acabam por se tornar uma grande referência. Se você perguntar a um empreendedor nato quem ele admira será comum lembrar-se da figura paterno-materna ou algum familiar mais próximo. Ex. Assis Gurgacz, Pedro Mufatto, Bill Gates.

1.3.2 Tipo 2 – O Empreendedor que aprende (inesperado):

Este tipo de empreendedor tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. É uma pessoa que nunca pensou em ser empreendedor, que antes de se tornar um via a alternativa de carreira em grandes empresas como a única possível.

O momento de disparo ou de tomada de decisão ocorre quando alguém o convida para fazer parte de uma sociedade ou ainda quando ele próprio percebe que pode criar um negócio próprio. Geralmente demora um pouco para tomar a decisão de mudar de carreira, a não ser que esteja em situação de perder o emprego ou já tenha sido demitido. Antes de se tornar empreendedor, acreditava que não gostava de assumir riscos. Tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver em todas as atividades de um negócio próprio.

1.3.3 Tipo 3 – O empreendedor Serial (Cria Novos Negócios)

O Empreendedor serial é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande

corporação. Como geralmente é uma pessoa dinâmica, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes. Normalmente está atento a tudo o que ocorre ao seu redor e adora conversar com as pessoas, participar de eventos, associações, fazer *networking*. Geralmente tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos para o início do negócio e colocar a empresa em funcionamento. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir implementadas. Ao concluir um desafio, precisa de outros para se manter motivado. Às vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e não é incomum ter várias histórias de fracasso. Mas estas servem de estímulo para a superação do próximo desafio.

1.3.4 Tipo 04 – O empreendedor Corporativo

O Empreendedor Corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios. São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e tem o desafio de lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão o caminho 100% livre para agir. São hábeis comunicadores e vendedores de suas idéias. Desenvolvem seu *networking* dentro e fora da organização. Convencem as pessoas a fazerem parte de seu time, mas sabem reconhecer o empenho da equipe. Sabem se autopromover e são ambiciosos. Não se contentam em ganhar o que ganham e adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis. Se saírem da corporação para criar o próprio negócio pode ter problemas no início, já que estão acostumados com as regalias e o acesso a recursos do mundo corporativo.

1.3.5 Tipo 05 – Empreendedor Social

O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para

aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, ou seja, não tem como um de seus objetivos, ganhar dinheiro. Prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas.

1.3.6 Tipo 06 - O Empreendedor por Necessidade

O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria. Geralmente se envolve em negócio informal, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema social para os países em desenvolvimento, pois apesar de ter iniciativa, trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a sua sobrevivência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico. Na verdade, os empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não tem acesso a recursos, à educação e às mínimas condições para empreender de maneira estruturada. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e outras taxas, e acaba por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento, como o Brasil. Sua existência em grande quantidade é um problema social que, no caso brasileiro, ainda está longe de ser resolvido.

1.3.7 Tipo 07- O empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)

O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração. Mais recentemente, porém, tem ocorrido a chamada profissionalização da gestão de empresas familiares, através da contratação de executivos de mercado

para a administração da empresa e da criação de uma estrutura de governança corporativa, com os herdeiros opinando no conselho de administração e não necessariamente assumindo cargos executivos na empresa.

O desafio do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. Isso tem sido cada vez mais difícil. O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidade na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens. Alguns têm senso de independência e desejo de inovar, de mudar as regras do jogo. Outros são conservadores e preferem não mexer no que tem dado certo. Esses extremos, na verdade, mostram que existem variações no perfil do empreendedor herdeiro. Mais recentemente, os próprios herdeiros e suas famílias, preocupados com a futura de seus negócios, têm optado por buscar mais apoio externo, através de cursos de especialização, MBA, programas especiais voltados para empresas familiares.

1.3.8 Tipo 08 - O Empreendedor Normal (Planejado)

Toda teoria sobre empreendedorismo de sucesso sempre apresenta o planejamento como uma das mais importantes atividades desenvolvidas pelos empreendedores. E isso tem sido comprovado nos últimos anos, já que o planejamento aumenta a probabilidade de um negócio ser bem sucedido e, em consequência, levar mais empreendedores a usarem essa técnica para garantir melhores resultados. O empreendedor que “faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado. Então o empreendedor normal seria o mais completo do ponto de vista da definição de empreendedor e o que a teria como referencia a ser seguida, mas que na pratica ainda não representa uma quantidade considerável de empreendedores. No entanto, ao se analisar apenas empreendedores bem sucedidos, o planejamento aparece como uma atividade bem comum nesse universo específico, apesar de muitos dos bem-sucedidos também não se encaixarem nessa categoria.

1.4 Empreendedor e Administrador

De acordo com Dornelas (2004, p.38) empreendedorismo é “a identificação de novas oportunidades de negócio, independentemente dos recursos que se apresentam disponíveis ao empreendedor”, ou seja, é um processo que uma pessoa desenvolve seu próprio projeto, isto é, transforma uma idéia em negócio. No mundo globalizado o termo empreendedorismo vem sendo muito difundido e utilizado de forma abrangente, referindo-se a ações inovadoras e dinâmicas. Segundo Dornelas (2005) quando se faz uma comparação entre o administrador com o do empreendedor encontram-se muitas semelhanças nas duas funções. Pode-se afirmar que o empreendedor é um administrador que possui um diferencial, possui características como ser visionário, idealista e sonhador.

O administrador está ligado diretamente aos processos gerenciais de uma empresa, ele se enquadra no mundo corporativo em busca de soluções de conflitos e de circunstâncias que possam ser desfavoráveis para a empresa. Já o empreendedor nem sempre está diretamente ligado aos setores corporativos, ele é ativo, arrojado, diligente, dinâmico, progressista, resolvido, tem coragem de assumir riscos, ser ousado, oportunista e criativo, dentre outras características. Fica evidente que nem todo empreendedor é um administrador e vice-versa, cada um tem um foco diferente dentro de uma organização.

O empreendedor exerce uma função que vai além de administrar, ele tem uma visão abrangente e não prende a métodos referentes à administração, trabalha mais com a criatividade, aprendizado e outros fatores no ambiente de mercado, como por exemplo, uma oportunidade. O administrador se baseia em diretrizes estabelecidas pela empresa, baseadas na cultura, paradigmas e outros fatores, como por exemplo, os sociais e econômicos.

Muitas pessoas confundem empreendedor com empresário, isso porque um empresário de sucesso precisa ser empreendedor, já um empreendedor não necessariamente precisa ser um empresário, profissionais principalmente da área de serviços podem ser empreendedores, professores, médicos, dentistas entre outros, com práticas inovadoras. Existem vários tipos de empreendedores com características evidentes para alavancar o sucesso, geralmente são pessoas influenciadas pelo meio em que vivem, e sua formação empreendedora pode ser

influenciada pelos familiares, pela comunidade, pelos estudos, pela profissão, etc. O empreendedor é dinâmico, traça metas, busca conhecimento, procura o equilíbrio emocional e procura conhecer as teorias da administração e com isto ser capaz de tomar decisões competentes e autônomas, frente ao mercado e aos concorrentes.

Segundo Maximiano (2006, p.37), “a administração é uma palavra antiga, associada a outras que se relacionam com o processo de tomar decisões sobre recursos e objetivos”, também menciona que a administração “é um conjunto de princípios, normas e funções que têm por fim ordenar os fatores de produção e controlar sua produtividade e eficiência, para se obter determinado resultado.” Diante da afirmativa, fica claro que o que difere o administrador do empreendedor é o embasamento técnico que o mesmo utiliza no desenvolvimento do seu trabalho, sendo capaz de gerenciar com responsabilidade e profissionalismo. De acordo com Fayol as principais funções de um administrador são: comunicar, dirigir e motivar as pessoas (liderar); analisar: conhecer os problemas; fixar objetivos (planejar); tomar as decisões; negociar e organizar e alocar recursos (recursos financeiros e tecnológicos e as pessoas). MAXIMIANO (2006, p. 37) diz que:

Portanto, as competências administrativas (ou competências gerenciais) são importantes para qualquer pessoa que tome decisões sobre a utilização de recursos para realizar objetivos, ou seja, que esteja em ambientes onde essas decisões são tomadas.

Em resumo, há diferenças e semelhanças entre empreendedor e administrador, todos administram nas mais variadas escalas de utilização de recursos para atingir seus objetivos.

Portanto, Maximiano (2006, p.39) afirma que, “não se pode concluir se é mais vantajoso ser empreendedor ou administrador”, em alguns casos o empreendedor pode ser mais vantajoso para a sociedade por causa de suas características visionárias, criativas, e inovadoras que buscam a melhoria do local em que está inserido gerando renda para famílias e para o país como um todo. Mas o espírito de liderança do administrador também é de fundamental importância, pois suas ações são baseadas em teorias que embasam a atual administração. Todos exercemos a função de administradores em algum momento da vida, não só como profissionais, mas mesmo no nosso dia a dia. O que se torna necessário nos dias atuais é que cada vez mais pessoas adquiram características empreendedoras onde

o ideal é não ficar preso a teorias, mas desenvolver habilidades que possibilitem atingir metas e tornar sonhos realidade.

1.5 Empreendedorismo: oportunidade ou necessidade

Segundo Shane (2003, p. 20 *apud* LAGES, 2005, p.32) o processo empreendedor é uma seqüência de passos a partir da existência de uma oportunidade. O empreendedor, por conta de suas características e habilidades pessoais, e de como ele atua no ambiente, decide pela exploração da oportunidade, partindo em busca dos recursos necessários, após o qual estabelece a sua estratégia empreendedora, organiza o processo e o executa.

Para Saks & Gaglio (2002, p. 85 *apud* LAGES, 2005, p 41), o reconhecimento de oportunidades de mercado é a principal ação do processo de empreendedorismo para alcançar o progresso econômico e seu desenvolvimento.

Deste modo, estrutura-se uma perspectiva de oportunidades visualizando-as não como a simples interpretação de um nicho social e econômico, mas como conceito idiossincrático entre o indivíduo e um sistema instanciado social e economicamente. Portanto, são os sistemas sociais que habilitam o empreendedor no processo de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades, através de uma interdependência mutua entre agente e sistema.

Assim, o que auxiliará o empreendedor a detectar oportunidades é o meio, o contexto onde ele está inserido.

Nixdorff & Solomon (1996, p. 65 *apud* DORNELAS, 2005, 25), definem o reconhecimento de oportunidades como um processo cognitivo que pode ser realçado com treinamento, com educação. Para os autores, o reconhecimento de oportunidades parece estar recebendo uma atenção especial nos últimos anos. Entretanto, ainda não há um conceito claro sobre o assunto, há confusão quando se aborda características tais como intuição, consciência, intenção, criatividade.

O reconhecimento de oportunidades pode ser pensado como um processo, onde empreendedores buscam identificar oportunidades para explorá-las; entretanto, para ser capaz de visualizar uma oportunidade, é necessário reconhecê-la, o que não é uma habilidade muito fácil de desenvolver. Por fim, conceitua

oportunidade como uma situação futura desejada que tem um potencial valor econômico.

Baron (2004, p.85 *apud* DORNELAS, 2008, 44), argumenta que o reconhecimento de oportunidades está intimamente ligado as estruturas de conhecimento dos empreendedores. Tal reconhecimento demanda a percepção coerente entre fatores aparentemente desconexos, tais como: fatores tecnológicos, econômicos, políticos e sociais; e para isso, precisam de um conhecimento anterior que os possibilite realizar tais nexos. Também é o conhecimento que ao ser acessado permite, novas idéias de negócios originais e/ou mais práticos que os existentes. Para o autor, o conhecimento baseia o reconhecimento de oportunidades.

A habilidade de identificar oportunidades se caracteriza pela capacidade de identificar novas oportunidades de produtos e/ou prestação de serviços; perceber o que os outros não percebem, visualizar além, é o famoso “faro”. De acordo com Kantis (2002, p. 53) em pesquisa realizada com 689 empresários de MPEs, mais de 70% dos entrevistados informaram que a chave para identificar as oportunidades de negócios é a “interação com as pessoas” e a “experiência profissional prévia”.

2. EMPREENDEDORISMO RELACIONADO AO GÊNERO FEMININO

As mulheres avançaram no que se refere à conquista no mercado de trabalho, a atual realidade é bem diferente e fica visível a mudança de comportamento no sentido de competir em igualdade com os homens, a Revolução dos sexos está para a mulher hoje, assim como a Revolução Industrial se deu para os homens no século XX. Ao longo da história da humanidade, o papel da mulher na sociedade sempre foi bem definido: dona de casa, responsável pelo zelo e bem-estar dos filhos e da casa, invariavelmente submissa aos pais ou ao marido, não tendo direito de expressar suas vontades ou de realizar seus sonhos.

Analisando a questão da independência da mulher, Raposo e Astoni (2007, p. 36) ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres em reivindicar seus direitos, mas que através dessa atitude vieram também muitas responsabilidades.

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE 2010.

O que levou as mulheres a essa revolução foi a competência, o acesso a educação possibilitou que a mulher se prepare melhor para um mercado de trabalho que vem apresentando uma grande expansão, principalmente na área de serviços. Uma pesquisa realizada nos anos 90 pelo Endeavor Brasil¹ Empreendedorismo segundo Raposo e Astoni (2007) sinalizou que a renda média masculina aumentou 19% e a feminina aumentou 43%; esses dados nos reportam a uma tendência em prol da igualdade, sendo que houve um aumento significativo de mulheres atuando no mercado de trabalho: 54% dos médicos e 50% dos advogados são mulheres; 29% dos juízes também pertencem ao sexo feminino; entre outros. E, pode-se esperar, ainda, uma melhora nesses índices, visto que há um número significativo

¹ Portal de Empreendedorismo do Brasil. (www.endeavor.org.br)

de mulheres presentes em todos os segmentos e classes empresariais, apesar das desigualdades de oportunidades, como por exemplo, salários diferentes para uma mesma função, dificuldade de ascensão dentro das empresas e à ocupação de cargos de chefia, dentre outros. Segundo Dolabela (1999, p.70),

O indivíduo portador das condições para empreender saberá aprender o que for necessário para criar, desenvolver e realizar sua visão. No empreendedorismo, o ser é mais importante do que o saber: este será consequência das características pessoais que determinam a metodologia de aprendizagem do candidato a empreendedor.

No que se refere às características empreendedoras, há diferenças entre homens e mulheres, as mulheres se diferem em termos de motivação, habilidades empresarial e histórico profissional. Essa diferença se apresenta no processo inicial de um negócio e se evidencia em áreas como: sistema de apoio, fontes de recursos e problemas.

Segundo Hisrich, (2004, p. 23) ambos os sexos possuem experiência e interesse no seu negócio, o que os difere é a motivação que os levou a se tornarem empreendedores, os homens geralmente procuram um negócio ligado ao seu emprego anterior e as mulheres abandonam a função que exerciam e seu novo negócio passa a ser uma busca de realização pessoal e não somente profissional. Outro fator de destaque é o crescimento do desemprego dos chefes de família que levaram as mulheres casadas e com filhos a ingressarem no mercado de trabalho na busca de complementar o orçamento familiar. O novo modelo familiar da atual sociedade contemporânea fez com que um número significativo de mulheres buscasse sua independência financeira e assim deram início a um empreendimento próprio.

A questão da participação dos gêneros na atividade empreendedora, abordada no relatório do GEM global (2010, p. 45), destaca a situação da mulher:

As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando o sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira. É importante ressaltar o fato que a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo, porém geralmente é inferior a masculina.

Além das diferentes motivações que levam homens e mulheres a se tornarem empreendedores, há diferenças no que diz respeito ao início do próprio negócio, as mulheres se apóiam no grupo familiar, geralmente os maridos, depois amigos e por último, profissionais envolvidos no negócio, já os homens colocam as esposas em segundo plano e em primeiro lugar procuram conselheiros externos, advogados, profissionais do ramo de negócios ao qual almeja.

As mulheres possuem características distintas no quesito administração, os que fazem com que elas ganhem cada vez mais espaço nas empresas, na área de chefia, geralmente são mais seguras, flexíveis e tolerantes. O empreendedorismo é o grande “degrau” para as mulheres em relação à sua inserção no mercado de trabalho, mesmo enfrentando dificuldades de conceitos baseados no machismo, aos poucos as mulheres conquistam um lugar de destaque na sociedade atual.

A tendência feminina de se tornar empreendedora aparece um pouco mais tarde que nos homens, geralmente aos 35 a 40 anos, isto está diretamente relacionado à família, criação dos filhos, onde muitas deixam de lado a vida pessoal para retomá-las mais tarde, outro ponto a ser considerado é que as mulheres não tendem a ser tão obsessivas em relação à carreira quanto os homens.

Há uma tendência feminina em trabalhar na área de educação, mesmo que a remuneração seja menor, porque trabalham poucas horas fora de casa e podem se dedicar à família. Existem também as mulheres que fazem parte de um outro grupo, de acordo com dados do IBQP – Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, estima-se que 40% de pequenos e micro empreendimentos são gerenciados por mulheres, sendo que muitas vezes dividem a administração do negócio com o marido e ainda exercem outra função dentro da empresa.

Segundo um estudo publicado em 2009, realizado nos Estados Unidos pelo *Journal of Financial Economics* da Universidade Rochester, uma das características das mulheres é o gosto pelo trabalho em equipe, são mais participativas, enfrentam melhor as adversidades, são mais assíduas e assim acabam fazendo com que os homens também se tornem mais participativos e assíduos. Segundo Aranha (2009, p.341).

As mulheres, em posição de liderança, são mais assertivas, encorajadoras e humanistas, preocupam-se não só com os negócios da Instituição, mas também do ser humano. Elas têm mais

flexibilidade, determinação, sensibilidade e princípios éticos do que os homens. As mulheres também são mais preparadas para superar crises. Elas são mais reativas diante de situações inesperadas como a perda de um emprego ou a diminuição dos rendimentos, ao contrário dos homens, que se deprime como se isso fosse uma derrota.

No Brasil, de acordo com dados do SEBRAE (2010, s.p), o que leva a mulher a empreender é que 62% dizem que é a identificação de uma oportunidade de negócio (empreendedoras por acaso), 30,3% experiência profissional anterior (empreendedoras forçadas) 13% por estar desempregada ou mesmo insatisfação com a empresa que trabalhava (empreendedoras criadoras).

Uma diferença que chama a atenção nos empreendimentos iniciados por homens e mulheres é a questão financeira, geralmente a mulher abre um pequeno negócio e como consequência obtêm menor lucro. Mas isso a coloca em vantagem no mercado de trabalho, pois as oportunidades de pequenos negócios são maiores, principalmente na área de serviços que está em expansão. Em 2008, o empreendedorismo no Brasil foi considerado o décimo mais atuante no mundo proveniente do grande aumento do setor comercial e de serviços onde as mulheres são responsáveis por dois terços dos novos negócios que surgem.

2.1 A atuação da mulher na economia

Embora a participação das mulheres na força de trabalho tenha vindo a aumentar de forma sustentada em todo o mundo, as desigualdades existentes com base no sexo têm-se intensificado em termos de salário e condições de trabalho. As mulheres continuam a enfrentar barreiras que lhes toham a emancipação econômica e as capacidades empresariais. Entre esses obstáculos, conta-se a discriminação em termos de ensino, formação, contratação, acesso ao crédito, o direito à propriedade e à herança, níveis salariais mais baixos, promoção para trabalho igual e maiores responsabilidades domésticas. As mulheres rurais e as trabalhadoras migrantes são especialmente afetadas durante períodos de contração econômica, ficando mais vulneráveis ao desemprego e são muitas vezes obrigadas a suportar uma carga ainda maior de trabalho não remunerado.

Segundo parte do documento do Relatório do Secretariado-Geral (2000, p. 2):

Ainda existem muitas disparidades econômicas entre homens e mulheres na atual sociedade civil. Além disso, o fosso entre homens e mulheres apanhados no ciclo de pobreza não parou de aumentar na última década, um fenômeno que tem sido referido como “a feminização da pobreza”. No mundo inteiro, as mulheres ganham em média ligeiramente menos de 50% que os homens. As mulheres que vivem na pobreza veem-se muitas vezes privadas do acesso a recursos de crucial importância, como o crédito, as terras e as heranças. Não se recompensa nem reconhece o seu trabalho. As suas necessidades em termos de cuidados de saúde e alimentação não são prioritárias, carecem de acesso adequado à educação e aos serviços de apoio e a sua participação na tomada de decisões, tanto a nível doméstico como na comunidade, é mínima.

Apanhadas no ciclo da pobreza, as mulheres não têm acesso a recursos e serviços que lhes permitam alterar a sua situação. Tanto nos países desenvolvidos como nos países em desenvolvimento, produziu-se um aumento do número de agregados familiares chefiados por mulheres. De um modo geral, supõe-se que os agregados familiares chefiados por mulheres que não têm acesso a remessas provenientes de homens que trabalham são mais pobres do que os chefiados por homens. Os agregados familiares chefiados por mulheres são mais vulneráveis ao aumento do desemprego e às reduções das despesas sociais e da previdência.

A autonomização da mulher é um fator crucial para libertar milhões de pessoas que estão apanhadas no ciclo da pobreza, proporcionando às mulheres o acesso a oportunidades econômicas e à educação, bem como a autonomia necessária para aproveitarem essas oportunidades, ultrapassar-se-ia um importante obstáculo à erradicação da pobreza.

2.2 Características da gestão feminina

As empresas criadas e geridas por mulheres, embora ainda em um número não igualmente representativo, têm alcançado uma sobrevivência maior do que a média de vida das pequenas empresas. Apoiando-se em dados assim, torna-se no mínimo intrigante analisar e estudar as possíveis causas que contribuem para

o sucesso do empreendedorismo feminino, ou seja, quais são as vantagens na atuação feminina, e também em como se difere da masculina.

O perfil genérico traçado por Baygan (2000, *apud* MACHADO, 2003) detecta mulheres na faixa etária entre 35 e 50 anos; geralmente casadas e com filhos; têm alto nível de educação formal; atuando em pequenos negócios e iniciaram as empresas com baixo capital social. Mas o interesse aqui não é apenas determinar um perfil baseado em estatísticas, é sim analisar as características que proporcionam às mulheres uma melhor capacidade e habilidade em iniciar ou gerir negócios.

2.2.1 Principais características da mulher empreendedora

A mulher empreendedora possui algumas características no que diz respeito a ser polivalente, comprometida, dedicada e uma grande habilidade no gerenciamento dos seus sentimentos, fazendo com que sua saúde física e mental supere a de muitas pessoas independente do gênero. De acordo com Aranha (2009, p. 342):

As mulheres profissionais, segundo pesquisa feita pela Isma Brasil, são mais resilientes, têm maior capacidade de recuperação, adaptando-se melhor aos desafios, pressões e, por isso, menos suscetíveis às doenças provocadas pelo estresse.

Diante desta habilidade de saber lidar com os sentimentos melhor que os homens, a mulher tem um grande trunfo nas mãos, porque no mercado de trabalho ela irá lidar com pessoas que também carregam consigo uma carga emocional e sempre que for necessário ela poderá mudar de tática gerencial sem que isso comprometa os resultados da empresa.

Principais características de uma empreendedora:

- a) Fazer com que as coisas aconteçam colocar em prática uma boa ideia;
- b) Ter paixão e entusiasmo por aquilo que faz é um diferencial para a empreendedora feminina, geralmente o foco não é o retorno financeiro mas a realização pessoal;

- c) Ter foco na escolha entre várias opções e escolher e sabe escolher bem os profissionais que vão estar ao seu lado, pois além de profissionais também são amigos nas horas difíceis;
- d) Procura conhecer bem o negócio que irá gerenciar, estudando todas as possibilidades e quando não possui esse conhecimento vai em busca do mesmo em prol de aumentar seus conhecimentos;
- e) É extremamente dedicada, sabe respeitar os outros e possui um alto grau de autoconfiança;
- f) Encara o fracasso não como uma derrota, mas como uma possibilidade de aprendizado, usando da sua criatividade e imaginação para seguir em frente;
- g) A empreendedora tem uma visão ampla de negócio, sempre tem em mente uma ou mais alternativas para vencer até mesmo os menores desafios, vibrando sempre quando os supera;
- h) Nunca assume o papel de vítima, encara os desafios de frente agindo em prol de mudar a realidade.

Estas características mostram como a mulher empreendedora se relaciona com diversas possibilidades da vida, ela tem foco e prima pelo fazer bem feito. Segundo ARANHA (2009, p.344)

[...] a característica mais importante da mulher é o desprendimento. Essa característica feminina permite que a mulher penetre nos mias diversos mundos, o que lhe dá a capacidade de perceber e se comunicar de forma diferenciada. Ela se comunica com os filhos no mundo deles, desde criança; com o marido (pelo menos se comunicava), acompanhando suas dificuldades na empresa como se fossem sua, é um dos pontos fortes da relação.

Os estudos deixam claro que há um jeito feminino de trabalhar, apesar de ser uma tarefa árdua para as mulheres conciliar a vida pessoal com a profissional, muitas acreditam cada vez mais que isso é possível e no Brasil a realidade nos mostra isso. O foco das mulheres mais jovens hoje está na carreira profissional, não deixando de lado a família, mas com certeza tendo menos filhos para que seja possível exercer uma profissão. As mulheres estão estudando mais que os homens e se preparando cada vez melhor para o mercado de trabalho

2.3 As novas demandas econômicas

Segundo Peters (2004, p. 23), a nova economia tem demandado atributos femininos, que vão desde maior capacidade de relacionamento e aprendizado até o respeito à intuição (“inteligência emocional”). Em consenso com Peters (2004) está Barros (2005, p. 36), que destaca a sensibilidade, a intuição, a habilidade de relacionar e a disposição como os dotes femininos que farão a diferença neste século.

Diante dessa análise das mudanças da nova economia segundo Peters (2004, p. 53):

Onde havia: Competição, regras, tarefas únicas, dar ordens, reclamações rígidas, “sim, senhor”, conquista, gerenciamento, comando e controle; Informações: necessidade de saber; Mulheres em função de suporte. Deve haver: Cooperação, relacionamentos, tarefas múltiplas, fazer perguntas, dicas sutis, “muito obrigada”, comunicação; Informações: quer partilhar; Mulheres em cargos de venda.

O novo modelo de gestão das organizações tende a requerer um perfil de profissional mais flexível, sensível e cooperativo. Sob a influência de valores matriarcais, a vida organizacional apresentaria menos níveis hierárquicos e uma menor centralização. Teria maior tolerância pela adversidade e maior abertura à criatividade. Nota-se também que a mulher tem uma visão mais holística, mais ampla do negócio, com uma tendência conciliatória e harmonizante em um grupo de trabalho.

Outro atributo feminino bastante destacado devido às novas exigências das empresas de hoje é a multi-funcionalidade do profissional, isto é, a capacidade de realizar múltiplas tarefas e funções, cuidando de vários assuntos ao mesmo tempo, e a habilidade em desempenhar diferentes papéis na organização. A capacidade de improvisar também é bastante comentada, ressaltando a busca constante de novas alternativas, habilmente sendo capaz de quebrar velhos paradigmas. (WEVER, 2005, p. 55).

As mulheres apresentam uma tendência de ir além da simples execução do trabalho, “desenvolvendo um envolvimento mais amplo com as pessoas e buscando a satisfação das necessidades de todas as pessoas que as rodeiam, atitude esta conhecida como estratégia ganha-ganha” (MACHADO, 2002,

p. 36). Complementarmente Eneida (2003, p. 21) aponta as mulheres como desprovidas do “eu”, sendo muito mais pelo “nós”, isto é, com o espírito de cooperação, entendem e desenvolvem relacionamentos com mais facilidade que os homens, instigando o *empowerment* dentro da empresa.

Em contrapartida, para Leite (1994, p. 22 *apud* GOMES, 2004, p. 38), como as mulheres tendem a ouvir mais outras pessoas e a levar em consideração a opinião de todos os integrantes da empresa antes de tomarem uma decisão, acabam por serem mais lentas no processo decisório. Alguns tomam isto como uma característica negativa da gestão feminina, pois decorre em um retardamento no desempenho da empresa, mas muitos também consideram como uma precaução pertinente, já que visa resultados a longo prazo, calculando detalhadamente as consequências.

Na opinião de Chieko (2003, p. 23, *apud* (DOLABELA), 2006, p. 38):

[...] a maior participação das mulheres nas empresas reflete não apenas em um aspecto lucrativo do ponto econômico, pois há na gestão feminina uma tendência de maior preocupação com questões éticas, transparência, governança corporativa, questões sociais e ecológicas.

Seguindo uma análise feita por Machado (2005, p. 88) podemos identificar as tendências do comportamento gerencial por parte de mulheres empreendedoras.

Objetivos: Culturais e sociais; Segurança e satisfação no trabalho; Satisfação dos clientes; Responsabilidade social. Estrutura: Ênfase na cooperação; Baixo grau de formalismo; Busca de integração e de boa comunicação; Descentralização Estratégia: Tipo inovativa; Busca de qualidade; Busca de sobrevivência e de satisfação geral; Conciliação trabalho e família. Estilo de liderança: Poder compartilhado; Motivar os outros; Valorizar o trabalho de todos; Atenção às diferenças individuais.

Assim, dessa maneira pode-se identificar no perfil empreendedor feminino, muita disciplina e comprometimento independente do tipo de negócio a ser gerenciado.

2.4 A mulher empreendedora

As principais dificuldades mencionadas pelas mulheres empreendedoras geralmente estão relacionadas ao núcleo familiar, pois as mulheres carregam consigo uma grande responsabilidade vinculada à constituição familiar, oriundas de uma sociedade machista, o que exige da mulher maior empenho e capacitação para gerir seu próprio negócio.

Outro empecilho é a dificuldade na obtenção de financiamentos, relacionado geralmente ao porte da empresa. Também enfrentam preconceitos quando estão à frentes de empresas, muitas vezes escutam que só ocupam o cargo porque é uma empresa familiar ou porque é herdeira e nunca por sua própria competência.

Segundo Stolke (1980, p. 113 *apud* DORNELLAS, 2004, p. 33) as diferenças fisiológicas entre homens e mulheres não são a base da explicação da hierarquia social, mas o uso social que é feito delas e o significado que lhes é atribuído. “O que é necessário é a eliminação dos privilégios de classe e das formas de dominação hereditários, para os quais a manutenção da subordinação das mulheres é tão fundamental quanto a exploração do trabalho”. (STOLKE, 1980, p. 113, *apud* DORNELLAS, 2004, p. 33).

Outro desafio diário da mulher empreendedora é não deixar que algumas características exclusivamente femininas, como a docilidade e a tolerância não desapareçam diante da “selva” do mundo dos negócios.

No Brasil a mulher empreendedora, assim como em outros países, enfrenta diversas barreiras, mas existem algumas que são impostas a todos empreendedores independente do gênero, como por exemplo, uma tributação exorbitante e falta de capital de giro.

3. ESTUDO DE CASO SOBRE A EMPRESÁRIA LUIZA HELENA TRAJANO DO GRUPO MAGAZINE LUIZA

Este capítulo apresentará um estudo de caso sobre a empresária Luiza Helena Trajano, empresária de sucesso no ramo do varejo, empreendedora, líder, integrante da mesa do conselho diretor da olimpíada 2016, presidente da empresa Magazine Luiza baseando-se em Telles (2010, p. 80) onde terá como foco analisar a forma de empreender da empresária, a partir de valores e cultura familiar.

3.1 História da empresa

De acordo com o relato encontrado no portal Luiza (2012, s.p), foi em 1957 que a história do Magazine Luiza se iniciou. Luiza e Pelegrino, que moravam em São Carlos, vieram para Franca visitar uma amiga, na ocasião, ela comentou que seu irmão estava vendendo um ponto comercial eles se interessaram e compraram a loja chamada “A Cristaleira”.

Hoje a estrutura do Magazine Luiza é de, 738 lojas em 16 Estados brasileiros comprometidos com 23 mil funcionários e possuindo 26 milhões de clientes (MAGAZINE LUIZA, 2012).

O Magazine Luiza possui um canal de vendas integrado e diversificado, sendo considerada uma empresa com sistema multicanal de vendas. O varejo virtual foi um dos grandes diferenciais da rede Magazine Luiza. O primeiro modelo de lojas virtuais do mundo foi implantado em 1992 por Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues, quando ainda não havia Internet. A experiência foi um sucesso, e trazida para a Internet em 1999, com a criação do portal magazineluiza.com.br. Atualmente, o portal é um dos maiores do *e-commerce* brasileiro, sendo a principal fonte de faturamento da empresa, e as lojas virtuais, que já passam de 50 espalhadas pelo país, viraram case de estudo na Universidade de Harvard em 2005 (MAGAZINE LUIZA, 2010).

Segundo Telles (2010, p. 85), do ponto de vista de valores vale ressaltar que no Magazine Luiza as pessoas são a força e a vitalidade da organização, onde o comprometimento com a evolução do ser humano através da postura ética e do

investimento no processo educativo; e a essencialidade do lucro para a permanência da organização no mercado.

Dessa forma o sucesso da empresa dá-se, de acordo com os sócios e fundadores, por conta do modelo de gestão das pessoas. Posicionada entre as melhores empresas para se trabalhar desde 1998, segundo o *Great Place to Work Institute* Brasil, em 2003 obteve o primeiro lugar, e em 2007 liderou o *ranking* das melhores empresas para a mulher trabalhar.

O Magazine Luiza organiza programas que visam proporcionar qualidade de vida, capacitação técnica e evolução pessoal, para que seus funcionários ampliem sua visão de mundo via o Portal do Saber, um sistema de treinamento via internet para os funcionários. Adicionalmente, as metas globais anuais do Magazine são definidas com a participação de todos os colaboradores desde o corpo diretivo até os funcionários.

3.2 História de vida e carreira profissional segundo Telles (2010)

Luiza Helena Trajano nasceu em Franca, interior de São Paulo (SP). Aos 12 anos abria mão das férias escolares para trabalhar na loja de seus tios, logo começou a mostrar seu lado empreendedor. Mãe de três filhos, trabalhou em praticamente todos os departamentos da loja, de vendas à direção comercial, até que, em 1991, tornou-se superintendente e principal executiva. Formada em direito e administração de empresas em Franca.

Vários são os reconhecimentos obtidos por Luiza Helena em sua carreira. Ela foi uma das escolhidas junto a outros 23 executivos de diferentes setores da economia, por suas habilidades de gestão em 2011 e ganhou o prêmio “Executivo de Valor”, realizada pelo jornal Valor Econômico.

Ficou em 6ª lugar no *ranking* dos líderes mais admirados do Brasil, pelo 2º ano consecutivo, segundo a revista Carta Capital, a empresária se destacou pelo seu espírito empreendedor e pelo bom relacionamento com os colaboradores da empresa. Eleita personalidade de maior confiança do público brasileiro, de acordo com a 11ª edição da pesquisa marcas de confiança 2012, publicada na Revista Seleções. (PORTAL MAGAZINE LUIZA, 2012, s.p)

Na visão de Luiza Helena, o sonho é o que move o empreendedor. No caso dela, nos anos 90 ela idealizou uma forma de equacionar o dilema entre empresas lucrativas e funcionários satisfeitos. Luiza buscava que sua empresa “gerasse muito emprego, fosse lucrativa e com pessoas felizes”, o que mostra que ela estava bastante à frente do pensamento da época. Estratégias ganha-ganha, conforme Vokins *et al.* (1993 *apud* MACHADO, 1999, p.33), são preferidas pelas mulheres empreendedoras. A principal razão que motiva Luiza Helena a continuar nesta atividade é o amor ao que faz: ela se considera uma vendedora nata, e vê sua atividade como uma maneira de realizar os sonhos das pessoas. Ela disseminou na organização seus pensamentos de valorização das pessoas, e conseguiu o apoio e aceitação por parte dos funcionários.

Além disso, ela cita a instituição Amana-Key, uma rede mundial focada em gestão e evolução de líderes de organizações de diversos segmentos, como uma fonte importante que a ajudou ao longo de sua carreira. E sua forma de gestão faz com que ela seja amplamente reconhecida no mercado, e participe de discussões importantes para o cenário nacional: ela é Presidente do Instituto para Desenvolvimento do Varejo e é integrante do Conselho Econômico do atual Governo Federal.

3.3 O perfil de empreendedora da empresária

Em palestra no lançamento do Movimento Empreenda realizado na sede da Editora Globo Luiza Helena disse que o objetivo do movimento é promover o empreendedorismo nacional e dar suporte a todos que sonham abrir o próprio negócio ou que já são donos de empresas, os empreendedores devem dar muita atenção às pessoas e aprender com os mais experientes. Duas coisas fazem a diferença, relacionamento com o consumidor e inovação. (PORTAL MAGAZINE LUIZA, 2012, s.p).

Diante da pesquisa apresentada por Telles (2010, p.84), podemos identificar em seu perfil profissional e empreendedor, através da análise de suas respostas que para Luiza Helena, as principais fontes que a fez empreender foram família e vocação, amor pelo que faz, preferência pela área de atuação, onde sua ascensão como empresária cresceu junto com a empresa e sua família, que diante

dos seus atributos pessoais como criatividade, não ter medo da concorrência e o pensar grande, fizeram dessa mulher a grande personalidade empreendedora que ela é. E ainda diante de suas respostas para a pesquisa de Telles (2010) Luiza Helena deixa evidente que é primordial na sua área que se tenha o apoio da equipe, uma disposição permanente para aprender, incentivar a sua equipe e idealizar o sucesso financeiro aliado à realização pessoal, nunca deixando de valorizar os sonhos. E garante que o sucesso de sua ação é gostar de pessoas, dedicação, gostar do que faz, lidar facilmente com as mudanças, mantendo os princípios morais, e principalmente ter orgulho da atividade exercida.

3.4 As características empreendedoras de Luiza Helena

Ainda segundo a tese apresentada por Telles (2010, p. 86), após entrevista realizada com a empresária Luiza Helena, pode-se destacar algumas de suas características empreendedoras, que assim a fizeram chegar ao patamar o qual se encontra, onde podemos destacar a dedicação, saber lidar com as mudanças, ter criatividade, liderança, paixão, formação acadêmica, querer contribuir para o crescimento das pessoas que estão ao seu redor e principalmente para o crescimento do País. Ser ousada, buscando realizar os seus sonhos, fazendo dos erros um aprendizado, acreditando na sua empresa.

Com tudo, ainda analisando Telles (2010, p. 91) diante dos questionamentos feitos à Luiza Helena, para ela é necessário para qualquer empreendedor independente do gênero, para ser bem sucedido e realizar essa condição é preciso amar seu trabalho, sempre dando o primeiro passo, elaborando projetos com começo, meio e fim, além de realizá-los através de uma metodologia de trabalho onde se priorize primeiramente o que é necessário para depois partir para o que é possível e sempre com simplicidade, mas nunca com simplismo, e acreditando que se faz necessário uma atitude e um posicionamento concreto, querendo, fazendo, acreditando e agindo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao discorrer sobre o empreendedorismo feminino, verificou-se que existe sim uma diferença em se tratando de gêneros, mas nada que diminua a capacidade feminina de empreender, inovar e prosperar.

O texto abordou de forma sucinta a subjetividade do empreendedorismo e sua importância para a economia do país que pode ser analisada a partir de um contexto histórico. Além da importância da mulher empreendedora, diante o mercado e os conceitos empreendedores e seus variados tipos, bem como os benefícios adquiridos.

Em análise ao problema de pesquisa percebe-se claramente o diferencial que causa o perfil empreendedor feminino na gestão organizacional.

Observou-se no perfil analisado da empresária Luiza Helena um exemplo de mulher empreendedora e suas particularidades diante da sua área de atuação, o qual obteve grande seriedade para que, de certa forma fosse compreendida a importância de uma comunicação valiosa e segura dentro da empresa. Conclui-se, portanto que a o empreendedorismo feminino e mais particularmente o da empresária Luiza Helena apresenta-se com eficiência dentro das organizações é uma ferramenta de grande eficácia para que os administradores possam gerenciar os conflitos existentes nas empresas, principalmente para a área dos recursos humanos, profissionais que, sem sombra de dúvidas devem estar preparados para enfrentar as novas formas de comportamentos e personalidades no âmbito organizacional.

Mesmo com todas as dificuldades de se fazer uma pesquisa de campo diretamente com pessoas que trabalham na empresa durante o processo de construção desse trabalho, foi possível comprovar também que há uma correlação positiva entre as características gerenciais de Luiza Helena Trajano e o sucesso da rede Magazine Luiza. As contribuições provenientes de uma gestão que é motivada pela busca da realização de um sonho, priorizando o bem estar dos colaboradores, além da busca pelos resultados financeiros, fazem com que a empresa, há 10 anos, se encontre entre as melhores para se trabalhar no Brasil. Com este Estudo de Caso, conclui-se que Luiza foi uma peça fundamental para o sucesso do Magazine

Luiza, e que suas contribuições são facilmente percebidas nos ambientes da empresa. Valores como transparência e honestidade, ensinados pelos tios ao longo da constituição da empresa, estão vivos até hoje nos corredores da organização.

REFERÊNCIAS

ARANHA, José Alberto Sampaio. **Inter Faces**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BARROS, Aluísio Antonio de (2008). **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma análise empírica**. Barbacena: UNIPAC. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rac/v12n4/05.pdf> Acesso em: 29 de nov. 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

_____, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Cultura, 2003.

_____. Fernando. **O Segredo de Luíza**. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

_____. **A ponte mágica**. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na Prática: Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso**. Rio de Janeiro, Campus, 2004.

_____. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo Corporativo**. Como ser empreendedor, inovador e se diferenciar na sua empresa. 2 ed. Rio de Janeiro, Campus, 2008.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor (2010). **Empreendedorismo no Brasil 2009**. Curitiba: IBQP. Disponível em: <www.SEBRAE.com.br/empreendedorismo> Acessado em 05 Out. 2012.

GOMES, A. F. **O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista**. Revista Alcance. Itajaí. 2004.

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

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. ENCE Escola Nacional de Ciências Estatísticas. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/empreendedorismo> Acesso em :06 out. 2012.

KANTIS, H (2002). **Empreendedorismo em economias emergentes: criação e desenvolvimento de novas empresas na América Latina e no Leste Asiático**. New York: BID. Disponível em: <www.ifbae.com.br> Acesso em 06 out. 2012.

LAGES, Sônia Regina Corrêa (2005). **Desafios do empreendedorismo feminino**: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. Revista Estação Científica. Disponível em: <www.jf.estacio.br/revista/artigos/sonia_desafios.pdf>. Acesso em: 13 out. 2012.

MACHADO, Hilka Pereira Vier; JANEIRO, V; MARTINS, A.B.T (2003). **Empreendedoras**: estilo gerencial e desempenho das empresas. Anais do Enanpad . Disponível em: <www.maismulheresnopoederbrasil.com.br> Acesso em: 10 Set. 2012.

_____, Hilka Pereira Vier. Empreendedoras e o preço do sucesso. **REO - Revista de Estudos Organizacionais**, Maringá, 2002.

_____, Hilka Pereira Vier. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. Tese de doutorado. UFSC, 2005.

MAXIMIANO, Amaru. **Administração para Empreendedor**. Fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Pratic Hall, 2006.

PETERS, Tom(2004). **As mulheres reinam!** HSM Management: Editora Futura. Disponível em: < www.peterstom.asmulheresreinam!/HSM/Management.2004> Acesso em : 05 nov. 2012.

PORTAL, Magazine Luiza. **Relações**. Disponível em: <www.magazineluiza.com.br> Acesso em: 02 de Out. 2012.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. **A mulher em dois tempos**: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Prêmio Sebrae Mulher de Negócios**. Disponível em: <www.mulherdenegocios.com.br> Acesso em: 9 set. 2012.

SHIROMA, Eneida Oto e EVANGELISTA, Olinda(2005). **Educação para o alívio da pobreza**: novo tópico na agenda global. In: Quaestio. Disponível em: <www.ucs.br/etc/conferencias/index.php> Acesso em 30 Nov. 2012.

SOUZA NETO, Bezamat de. **Empreendedorismo e Inovação**. São João del-Rei: UFSJ, 2008. (Caderno NEAD/UFSJ: Educação Empreendedora)

STARTA EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO. **Educação Empreendedora**. Disponível em: <www.starta.com.br>. Acesso em: 06 jun. 2012.

TELLES, Júlia Valéria. **Um estudo analítico da força impulsora no empreendedorismo feminino**. Dissertação Mestrado em Tecnologia: Gestão, Desenvolvimento e Formação. CEETEPS. São Paulo, 2011.

WEVER, Luiz. **Mulher empreendedora**: pronta para encarar os novos desafios. Endeavor Empreendedorismo. Disponível em: <<http://www.endeavor.org.br/documents/BR/library/Mu-lheres%20Empreendedoras-ryb.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2012

WEVER, L; BRITTO, F.; **Empreendedores brasileiros II**: A experiência e as lições de quem faz acontecer. 2 Ed. Rio de Janeiro: ED. ELSEVIER, 2004. Disponível em: <<http://www.excelenciaemgestao.org>> Acesso em: 01 dez. 2012.