

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

A INOVAÇÃO E A GESTÃO FEMININA EM FLORIANÓPOLIS

Mariana Veiga Florentino¹

Monique Wagner de Souza²

Resumo: A importância da mulher como empreendedora vem crescendo na economia brasileira e local, o que tem ampliado os estudos sobre a temática. Este estudo através de uma metodologia qualitativa, aborda a inovação sob a ótica feminina. O objetivo da pesquisa era apresentar a percepção dessas mulheres sobre a inovação através dos depoimentos daquelas que ganharam o prêmio “Mulheres que fazem a diferença”, na cidade de Florianópolis. Apesar das dificuldades ao empreender, elas não levantaram nenhuma característica relevante devido ao fato de serem mulheres.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Empreendedorismo. Inovação. Gênero.

1 Introdução

Em um mundo globalizado, onde a concorrência não se limita mais as fronteiras físicas, as empresas têm buscado a inovação como estratégia de diferencial competitivo. Indiferente do porte da organização, a inovação tem sido uma meta a ser alcançada respeitando a realidade de cada negócio buscando além do fomento, o desenvolvimento de um ambiente que a promova e a eliminação de barreiras que possam dificultá-la (FIATES; FIATES, 2008; FARIA; FONSECA, 2014). A inovação, no entanto, não está restrita as grandes organizações e no Brasil, a grande maioria das empresas são pequenas e micro. No estado de Santa Catarina a realidade não é diferente, segundo o Relatório do SEBRAE-SC (2011), as micro e pequenas empresas catarinenses representam 99,2% das organizações e 58,2% dos empregos formais do Estado. Neste cenário, a mulher também tem destacado ampliando a sua importância na economia brasileira, visto que em 2014, segundo o relatório GEM, as mulheres eram responsáveis pela abertura de 50,72% das empresas brasileiras (GEM, 2014).

¹ Administração. Mestranda em Administração na UDESC. marianavflorentino@gmail.com

² Economia. Mestrando em Administração na UDESC. moniquewsouza@gmail.com

Organizadores:



ANEGEPE
Associação Nacional de Estudos
em Empreendedorismo e Gestão
de Pequenas Empresas

Realizadores:



Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

Em um contexto no qual a inovação é estratégica, muitos artigos escritos que abordam a questão do gênero se limitam a tratar dos obstáculos vividos pelas empreendedoras, especialmente em relação a falta de capital, e não discutem acerca das adversidades mais subjetivas, como as relacionadas à inovação, à tomada de decisão, e à forma de gerir o grupo (MUKHTAR, 2002). No Brasil, especificamente, ainda se tem poucos artigos sobre a atuação das empreendedoras no país (MACHADO; GREATTI; JESUS, 2010).

Nesse contexto, o objetivo da pesquisa é apresentar a percepção feminina sobre a inovação através dos depoimentos das empreendedoras ganhadoras do prêmio “Mulheres que fazem a diferença”, na cidade de Florianópolis. O principal interesse do trabalho é ressaltar no contexto competitivo atual, a importância da mulher empreendedora ao inovar nesse novo cenário econômico. Serão analisadas, portanto, as estratégias criadas pelas gestoras para inovar e se diferenciar perante a competitividade do mercado. Desta forma, a investigação sobre a subjetividade da mulher empreendedora em muito contribui para o entendimento da singularidade feminina no mundo dos negócios.

2 Referencial Teórico

Em cada país a variação no número de homens ou mulheres que empreendem está relacionado a estrutura social, cultural e tecnológica (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). Ao se tratar de negócios, algumas características reconhecidamente femininas, como a flexibilidade, a sensibilidade e a forma de trabalhar em cooperação estão sendo cada vez mais valorizadas nas organizações (GOMES, 2004). Neste contexto, compreender os impactos causados pelo empreendedorismo feminino torna-se ainda mais relevante para a sociedade.

2.1. Empreendedorismo feminino

A importância das micro e pequenas empresas tem se ampliado ao redor do mundo, como já salientava Drucker (1986) há mais de três décadas houve uma mudança na economia

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

americana de gerencial para empreendedora. No Brasil, isso também não foi diferente, segundo Machado (2012), o aumento do número de mulheres empreendedoras ao longo dos anos atesta a importância do empreendedorismo feminino no Brasil. O maior reflexo disto, de acordo com o autor, é na esfera econômica e social, posto que tais empresas não só geram empregos como, também, promovem inovação e riqueza, abrindo o caminho para o desenvolvimento econômico sustentado.

Para Oliveira e Neto (2008), a década de 70 marcou a variabilidade histórica do termo mulher e a maneira como se alterou este conceito. Na década de 1980, segundo Machado (2012), as mulheres atuavam mais em cargos de gestão de organizações do que a frente de um empreendimento próprio. Mesmo assim, estas mulheres já buscavam desenvolver negócios próprios com maior conhecimento de gestão e experiência de mercado visto que, em média, já possuíam de 10 a 12 anos de experiência no mercado. A década de 1990 foi marcada pelo início da inserção da temática feminina do ambiente gerencial. Em 1998, a OECD (*Organization for Economic Co-operation and Development*) promoveu um seminário sobre mulheres empreendedoras, nele foi discutido a importância das mulheres à frente de pequenas empresas. Foram ressaltados durante o encontro alguns aspectos apontando os papéis fundamentais desenvolvidos pela mulher empreendedora, o papel: a) econômico: capaz de gerar emprego para ela e para outras pessoas; b) social: possibilitando o equilíbrio trabalho e família; e c) político: aumentando a sua autonomia.

Diversas são as razões que levam as mulheres a optarem por empreender. A condição submissa da mulher na sociedade machista, por exemplo, foi um entrave para o empoderamento feminino (MIRANDA; SILVEIRA; HOELTGEBAUM, 2008). Este talvez seja um dos motivos para as mulheres buscarem sempre a capacitação. Dentre as catarinenses analisadas para o Prêmio SEBRAE, aquelas que não haviam concluído o Ensino Superior por dificuldades familiares o fizeram ao empreender (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). Além disto, um dos motivos mais citados refere-se a barreira encontrada nas organizações que impedem muitas vezes o crescimento e desenvolvimento na carreira das profissionais. A partir desta situação, buscar um negócio próprio proporciona uma maneira de se obter satisfação no trabalho contornando as situações de discriminação do meio

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

corporativo. Pesquisa realizada por Machado et al (2003) traz este mesmo motivo e apresenta outros como busca pela realização pessoal em função de limitações da atividade anterior, visão de oportunidade de mercado e conhecimento do setor escolhido a partir de experiência anterior. A empreendedora é marcada por tantas adversidades em sua trajetória, que a abertura da empresa é um evento que marca a sua vida e influencia fortemente na subjetividade da mulher (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013).

Órgãos governamentais e redes particulares tem influenciado para que essas mulheres se aproximem uma das outras. No estudo de Vale et al (2011) salienta-se a diferença entre os laços construídos por homens e mulheres ao longo dos anos. Enquanto a trajetória masculina é dotada de relações externas e a criação de redes abertas através de laços fracos, a trajetória feminina foi condicionada pelo seio familiar e laços fortes. Em comparação com a forma mecanicista tradicional, a gestão da inovação implica em uma mudança fundamental na percepção da estratégica da organização e a criação de redes com parceiros internos e externos pode ser um dos caminhos (HIDALGO; ALBORS, 2008). Torna-se ainda mais relevante, portanto, as políticas e instituições criadas que visam esta criação e o fomento das redes femininas. Em alguns lugares, como, por exemplo, o Distrito Federal, o Banco Popular da Mulher, que é uma entidade solidária, prioriza o atendimento financeiro as mulheres (AVENI; NUNES; CRUZ, 2009).

A visão sobre o empreendedorismo já sofreu mutações ao longo do ano, Schumpeter (1952), por exemplo, colocava o empreendedor como o ser capaz de revolucionar o padrão de produção através da exploração de tecnologia e processos novos ou inexperientes. No Brasil, segundo o relatório GEM (2013), a Taxa de Atividade Empreendedora no Estágio Inicial foi de 17,1%. Este dado representa o percentual de pessoas entre 18 e 64 anos com empreendimentos de até 42 meses de existência e que em números absolutos são mais de 21 milhões de estabelecimentos. As iniciativas empreendedoras no país têm sido, em parte, motivadas pela estabilidade econômica consolidada ao longo das últimas décadas e pelo fomento realizado pelo poder público e privado. Neste contexto, as mulheres, segundo Jonathan (2003), possuem um estilo de gestão com características singulares, como: a necessidade de estruturar as empresas de maneira simples, horizontalizada e com muita

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

descentralização. É, por isso, que segundo Ferreira e Nogueira (2013), a mulher empreendedora é, ao mesmo tempo, singular e histórica. Sendo assim, torna-se um desafio para essas mulheres fazer com que a simplicidade caminhe junto com a inovação.

2.2. A importância da inovação

O conceito de inovação tem sido difundido com maior ênfase ao longo dos últimos anos, mas Schumpeter (1952) foi o primeiro autor a colocar a inovação como uma quebra do estado de equilíbrio econômico. Posteriormente, Peter Drucker (1986) afirmou a sua importância caracterizando-a como capaz de criar um recurso dentro da organização (DRUCKER, 1986). Para Bes e Kotler (2011), existem dois tipos de inovação: a incremental, que é a que ocorre com maior frequência dentro das organizações e de forma contínua e a radical, que modifica de forma disruptiva produtos, processos ou serviços trazendo ao mercado algo que até então não existia ou não era praticado. No entanto, o grande valor de uma inovação não está em ser uma novidade ou uma engenhosidade, mas, sim, no sucesso que faz no mercado.

Sendo a inovação um fenômeno intrinsecamente sujeito a elevados níveis de incerteza, as decisões de investir em estratégias desta natureza tendem a ser condicionadas por expectativas. Em consonância ao que Pavitt (1982) trabalha como indicadores de inovação, a Pesquisa de Inovação (Pintec), que engloba dados de inovação relativos ao período entre 2009 a 2011 das empresas brasileiras, aponta que alguns condicionantes têm igualmente chance de operar efeitos positivos sobre a inovação. Entre eles estão: uma maior disseminação da cultura da inovação na sociedade, a ampliação dos incentivos aos agentes inovadores (inclusive para atividades de Pesquisa e desenvolvimento - P&D) e uma maior disposição das empresas para cooperar com parceiros e contratar mão de obra qualificada.

Para Pavitt (1982), a inovação é retratada através da performance das organizações quanto as exportações realizadas. Nas análises que foram feitas, Pesquisa e Desenvolvimento e a propriedade intelectual, se destacaram como fatores importantes para aumentar a competitividade das empresas. No entanto, não são muitas as empresas brasileiras que perceberam a importância que deve ser dada a inovação, visto que segundo a PINTEC (2011),

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

a taxa de inovação no Brasil decaiu entre 2009-2011 para 35,56% sendo que anteriormente era de 38,11% entre 2006-2008.

Para o empreendedor de alta tecnologia o modelo a se espelhar ainda parece ser o de Thomas Edison. Drucker afirmou em 1986, que era por isso, que a maior parte das companhias do Vale do Silício ainda era composta por inventores, mas não especuladores e empreendedores. O contexto tem se modificado ao longo dos anos, mas alguns inventores não conseguem ainda gerir as suas próprias ideias. Schumpeter (1952) foi o primeiro autor a associar o conceito de empreendedorismo ao de inovação.

Em estudo feito por Takahashi, Graeff e Teixeira (2006) percebeu-se que as mulheres conseguem compreender a importância da inovação na hora de empreender, elas enumeraram como essenciais as estratégias utilizadas na preocupação com a inovação, na qualidade do seu produto ou serviço, na sobrevivência do seu negócio e na satisfação dos seus clientes internos e externos. Hidalgo e Albors (2008) corroboram com esta ideia ao chamar a atenção do empreender para o fato da inovação não significar sempre utilizar a tecnologia de ponta. Pelo contrário, para eles, é menos uma questão de tecnologia e mais um modo de pensar e encontrar soluções criativas dentro da empresa.

2.3. Mulheres inovadoras

O primeiro passo dado para a chamada “feminização” do mercado de trabalho foi o aumento do nível de escolaridade da mulher brasileira nos últimos anos (OLIVEIRA; NETO, 2008). No entanto, quando o mercado em questão leva como fator primordial a inovação, pode-se afirmar que a participação das mulheres ainda ocorre de forma tímida. Segundo o depoimento de uma das empreendedoras entrevistadas por Machado (2012), as pessoas encaram os negócios iniciados pelas mulheres, independente da inovação que elas carregam, como uma espécie de luxo. Ao analisar o sucesso através dos olhos dessas mulheres, descobriu-se que a grande busca da maioria é pelo equilíbrio, mesmo que instável, das diversas demandas provenientes dos seus múltiplos papéis (JONATHAN, 2003).

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

Alguns empreendedores almejam o sucesso buscando na inovação a sua fonte, mas para isso eles não devem se atentar ao curto prazo. A inovação deve ser entendida como o desenvolvimento de uma cultura dentro da organização e isso leva tempo para ocorrer, mas só desta forma a empresa será capaz de produzir e levar ao mercado um fluxo constante de inovações menores e incrementais (BES; KOTLER, 2011).

Em um estudo feito na Malásia com 138 empreendedoras, Aida Idris (2008) identificou que a capacidade de inovação empresarial das mulheres é influenciada pela sua idade e educação, assim como por sua localização e pelo tamanho de sua empresa. Os resultados indicam que as mulheres mais inovadoras foram aquelas que tiveram experiência na vida social e dos negócios. No entanto, elas não são velhas ao ponto de resistir as mudanças. *Em relação a ciência*, existe uma grande lacuna sobre a participação da mulher, seja em relação à publicação de artigos científicos ou ao pedido de patentes. A ausência deste recorte, como afirmaram Melo, Lastres e Marques (2004) priva a sociedade de reconhecer a importância feminina à frente da sociedade.

Ao se tratar da estrutura do empreendimento e não da figura feminina, Machado (2012) afirmou, que os empreendimentos inovadores não são diferentes dos demais tipos de negócio, ou seja, apresentam fragilidades estruturais e diversas dificuldades de desenvolvimento em sua fase inicial. O primeiro ciclo de desenvolvimento de protótipos e produtos finais para se chegar à etapa de comercialização e de geração de receita pode levar de três até cinco anos. Neste longo período, alguns empreendedores para suportar as dificuldades financeiras acabam se desviando do foco principal do negócio e se dedicando as atividades paralelas que sejam rentáveis. Outros empreendedores, que não conseguem administrar essa dificuldade financeira acabam ampliando a taxa de mortalidade das empresas nascentes brasileiras. No caso da mulher, as dificuldades são ainda maiores, pois seguindo as diferenças de comportamento entre homens e mulheres que são apresentadas no contexto cultural machista, espera-se que os homens sejam agressivos e que as mulheres sejam passivas (IDRIS, 2008).

O desenvolvimento de uma cultura de inovação dentro de uma organização é o melhor seguro de que ela pode ter de longevidade num ambiente de mercados em rápida evolução

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

(HIDALGO; ALBORS, 2008). Neste contexto, alguns fatores são decisivos na sobrevivência do negócio, segundo Machado (2012), são eles: o capital humano do empreendedor, o capital social e o tipo de prática de gestão adotada. As empresas menores e mais jovens têm, em geral, maiores riscos de fechamento do que empreendimentos maiores e já estabelecidos no mercado, porém, também possuem mais agilidade e flexibilidade. Portanto, as mulheres que conseguem aliar uma gestão inovadora em conjunto com a sua capacidade superior em lidar com as emoções pode tornar a sua equipe heterogênea o grande diferencial do seu negócio (MAERKER, 2000). Além disto, as mulheres tendem a exercer uma liderança interativa e cooperativa, valorizando a participação da equipe. É importante ressaltar ainda, que empreendedores por oportunidade estão mais propensos a criação de negócios inovadores. Schumpeter (1985) acreditava que a economia de uma nação e sua competitividade está relacionada diretamente com teor inovador das empresas de um país.

3. Metodologia

A pesquisa realizada é do tipo descritiva, pois o objetivo é proporcionar uma maior familiaridade com o problema (GIL, 2008). A metodologia da pesquisa escolhida foi a qualitativa, pois ela proporciona uma visão melhor da realidade social em que as mulheres escolhidas vivem. Porém, ela apresenta limitações, como o fato de não comportar a realização com inúmeros indivíduos, como ocorre na pesquisa quantitativa.

Em relação à técnica utilizada, a entrevista em profundidade foi escolhida, justamente, por ser realizada frente a frente com o respondente podendo ter o assunto-objeto da entrevista explorado em detalhes (AAKER; DAY, 2004). O questionário, por sua vez, foi semiestruturado, ou seja, o entrevistado não pode falar livremente já que existia um tema central da pesquisa a ser abordado. Segundo Gil (2008), esse modelo se distingue da simples conversação porque tem como objetivo básico a coleta de dados. A amostra, por sua vez, foi definida de forma não probabilística, por conveniência, que segundo Gil (2008) é uma técnica que procura obter uma amostra de elementos conveniente deixando a seleção como responsabilidade do entrevistador. A Associação Comercial e Industrial de Florianópolis –

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

ACIF – fundou em 1998 a Câmara da Mulher Empresária da ACIF com o objetivo de unir mulheres empresárias dos inúmeros segmentos para desenvolver a rede de relacionamento, capacitar, fomentar o empreendedorismo e buscar representatividade perante a sociedade. Dentre as atividades desenvolvidas pelo grupo existe uma premiação anual que busca premiar e reconhecer as mulheres de Florianópolis cujas histórias e trajetórias de vida se destacam nos setores de Negócios, Poder Público e Terceiro Setor. O prêmio se chama “Mulheres que fazem a diferença”.

Desta forma, buscando valorizar essas mulheres, foram selecionadas duas das quatro ganhadoras do prêmio na categoria “negócios”, que participaram de forma individual das entrevistas. O perfil de cada empreendedora foi analisado de acordo com a temática da inovação sem desconsiderar a história de vida de cada uma delas. Almejou-se, portanto, com a presente pesquisa, encontrar pontos em comum, mas sem cair na falácia de achar que existe uma única mulher que possa tipificar todas as outras.

4. Descrição dos resultados da pesquisa

O processo de análise e interpretação dos dados da pesquisa tem a finalidade de organizar as informações repassadas através das entrevistas. Os dados são de caráter biográfico e retratam a percepção das empreendedoras sobre o negócio pessoal de cada uma delas e a questão da inovação em relação a sua forma de gerir.

Empreendedora A

A empreendedora A cursou Psicologia, mas se formou em Contabilidade. É natural de Florianópolis e começou a trabalhar aos 13 anos. Ela se formou em 1997 pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), onde antes de concluir o curso conheceu o seu marido. Nessa mesma época, juntos, eles deram início ao escritório de contabilidade. Além de contadora, ela também tem formação em coaching e psicodrama.

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

Ao ser questionada, se acreditava ser uma empreendedora, ela afirmou que se via como empresária e o que modificou isto foi a realização do curso Empretec, do SEBRAE, em 2014. Após o curso, ela percebeu o quanto se sente atraída pela geração de novos negócios e, por isso, começou a se enxergar como uma empreendedora. A característica principal, que ela afirma ter e que vê como parte do empreendedorismo é a inquietude. Hoje, ela atua com diferentes serviços, como: contadora, coaching financeira, coaching de emagrecimento, além de ter o projeto “Semente próspera de educação financeira” e de estar iniciando um negócio virtual.

Existem algumas características ao empreender, que a empreendedora A, classificou como sendo femininas.

[...]a mulher pensa muito o tempo inteiro, o que traz o cliente para mais perto e o trata com mais aconchego. Além disto, essa diversificação é bem feminina também, o olhar é diferente. Pensar em negócio, subproduto e o que pode ser feito para melhorar são características bem femininas. [...] O cérebro feminino pensa em vários formatos e acho que o masculino pensa uma coisa de cada vez [...]

Ela ainda afirmou, que se considera com as duas características citadas. No entanto, ela também percebe um certo preconceito pelo meio em que atua ter homens, como a grande maioria.

[...]o ano passado foi a última vez ainda, que eu atendi um cliente e ele estava aqui comigo há um tempão e ele atendeu o telefone e disse ‘ah, eu estou aqui no contador’. Eu pensei, tudo bem, está no contador, mas tem gente que fala de boca cheia ‘eu vou na minha contadora’ [...]

A inovação ainda é vista, por muitas pessoas, como um prolongamento da tecnologia. No entanto, a empreendedora A, entende o conceito de uma forma mais ampla.

[...]Inovação eu acho que é quando a gente cria alguma coisa nova, que nunca existiu, a partir de uma necessidade. Então, se a necessidade é aquela e eu consigo enxergar como empreendedora algo que pode ser superado, então posso inovar dentro de um produto.

Ela se considera uma mulher empreendedora, especialmente, por apresentar um serviço diferenciado em seu escritório de contabilidade, ou seja, a empresa preza também por um desenvolvimento do cliente como indivíduo e não apenas em atender as necessidades financeiras da sua organização. Existe, portanto, uma preocupação com o bom desempenho

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

do cliente desenvolvendo assim uma relação de “parceria”. A prática inovadora, que a empreendedora aponta como a mais importante é a utilização de uma gestão pautada na responsabilidade social.

[...] a gente adotou alguns métodos específicos aqui dentro, como o controle do papel, envelope e para a saída a gente adotou o malote. Então, foram algumas modificações internas visando a questão da natureza. Internamente, em relação a gestão com os colaboradores, é uma empresa super pequena, mas tem plano de saúde, tem plano de alimentação e algumas coisas que a gente dá como benefício, que faz parte dessa gestão de responsabilidade social.

Portanto, apesar da empresa ser prestadora de serviço e de pequeno porte, o que dificultaria ao ponto de vista dela, a implementação dessas práticas, existe uma grande preocupação com a responsabilidade social, além do investimento em capacitação. A sociedade também é incluída na preocupação da gestora, já que neste ano houve a criação de uma semana da educação financeira, em que diferentes palestras abertas a comunidade abordaram o tema em troca de um alimento que foi doado a uma instituição de caridade parceira da empresa.

[...] então, esse tipo de benefício não vem financeiro, mas traz mais qualidade de vida as pessoas que estão ao nosso redor. É uma maneira de contribuir com a sociedade.

Ao empreender a empreendedora A apresenta como dificuldades:

[...] primeiro, fazer o cliente entender qual é a inovação. A empresa mudou o sistema contábil. Durante 17 anos de empresa nós usamos um sistema, que era aqui do estado, era bom, funcionada e de repente nós conhecemos um outro sistema que poderia dar toda uma melhora de gestão aqui para o escritório e aí nós apostamos nessa mudança. Foi uma inovação, então esse ano estamos desde março mudando o sistema. Fazer com que o cliente reconheça que isso vai fazer também para ele é o mais complicado. Além, da inclusão dos nichos.

Nenhuma das dificuldades ao inovar ela atrela ao fato de ser mulher, pelo contrário, ela acredita que está mais relacionada as limitações dos seus clientes.

Empreendedora B

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

A empreendedora B é formada em Administração com habilitação em Marketing pela atual SOCIESC/FGV, onde posteriormente ela acabou lecionando. Além disto, fez o Mestrado Profissional na UDESC e lecionou em diferentes instituições da capital catarinense. O seu primeiro emprego, no entanto, foi um negócio próprio que abriu em conjunto com outros colegas da graduação na área de consultoria. Após retornar de uma temporada morando na Austrália, ela começou a trabalhar como coaching há oito anos e abriu o próprio negócio há cinco anos. Alguns colegas da época do estágio já diziam que ela não combinava com o perfil de ser “empregada”, mas de ser dona do próprio negócio.

Quando a empreendedora A tinha dez anos de idade a família passou por sérias dificuldades financeiras e ela, desde então, determinou que eles iriam conquistar de volta tudo o que teve que ser vendido para pagar as contas.

[...] Toda minha trajetória tem uma característica de querer as realizações. No colégio o meu sonho era correr com a tocha olímpica e eu consegui correr. Eu fui medalhista em dezoito modalidades diferentes e tinha que ter um grande número de medalhas para correr. Eu sempre buscava saber como fazer para uma vitória acontecer e eu acho que era um jeito de acalmar a minha angústia do que tinha acontecido quando eu era pequena.

Esse mesmo impulso da infância, que a fazia enfrentar desafios a ajudou na criação do seu negócio.

Ao empreender, apesar de acreditar que existe uma forma diferente da mulher agir em relação a forma do homem, ela prefere uma abordagem do que é feminino em relação ao que é masculino.

[...] Eu olho o Obama, por exemplo, o Guga Kuerten, homens femininos. Eu vejo a amorosidade, o afeto, a forma que fundamental os recursos humanos através de uma boa estrutura ou até o foco em resultado, mas que sejam resultados humanamente possíveis, eu vejo isso, como uma gestão feminina.

Além disto, ela levanta como uma característica pessoal e também feminina, a preocupação verdadeira com o outro.

[...] Aqui nós fazemos o atendimento em life coaching. A pessoa pode ser atendida individualmente ou em grupo e ela pode refazer o processo sem custo para o resto da vida. É um negócio de mãe, porque existe uma preocupação muito íntima em ser verdadeiro no negócio. Você trabalha com desenvolvimento humano e como você vai fechar as portas?

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

Ressaltou também, que no início de sua carreira tinha características masculinas, como, por exemplo, ser extremamente focada para atingir os objetivos e arcar com as suas contas pessoais.

A forma de pensar da empreendedora B visando atender uma necessidade do grupo predomina até mesmo, quando ela vai definir o que é inovação.

[...] Inovação para mim é encontrar uma maneira de fazer o que nunca foi feito antes para corresponder a uma necessidade da humanidade.

A prática inovadora que ela consegue identificar no seu próprio negócio foi que ao começar a trabalhar com coaching de vida em Florianópolis, que já era algo novo na época, não havia ninguém que utilizasse grupos para a realização dos trabalhos. Ela buscou na teoria respaldo para colocar isso em prática e desenvolveu uma metodologia que nunca tinha sido vista antes.

Outra prática que ela citou foi a utilização de um posicionamento organizacional diferente.

[...] Quando a gente escolheu a onça para ser a marca, a gente já sabia que iria criar uma polêmica e até mesmo por ser mulher. Em modelagem a gente não consegue citar muitas mulheres trabalhando na minha área, que se destacaram no mundo todo. Eu gostava dessa abordagem, então eu sou uma mulher que está trabalhando nesta posição. Isso era e continua sendo de alguma maneira inovadora, porque a gente continua tendo muitas referências masculinas neste segmento. Os atendimentos pós curso também eu não conheço outra empresa, que faz, apesar de ser essencial em autodesenvolvimento, porque a curva de automotivação tem tendência de queda. Então, se você larga a pessoa em dois ou três meses o investimento que ela fez se perde.

A empreendedora citou como dificuldade para inovar a questão financeira e a necessidade de se criar escala. O coaching tem algumas especificidades, dentre elas, o fato do material utilizado em todo o mundo ser o mesmo. A facilitadora, que no caso é a empreendedora B, pode alterar a abordagem, mas não há muito o que se fazer visto que existe um roteiro a ser seguido.

[...] agora para crescer inovando você tem que ter o mesmo gás, que você tinha no começo e o que falta as vezes, honestamente, é bateria. É ter o mesmo comprometimento, enquanto você tem outros papéis de vida para administrar [...] eu associo a inovação pela capacidade de se apaixonar.

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

Finalmente, as dificuldades para inovar, segundo a empreendedora B, não estão atreladas as capacidades da mulher, para ela o único impedimento que está, realmente, atrelado a figura feminina é a questão hormonal.

[...] acredito que tenho dificuldade por ser mulher, mas não pelo mercado, mas pelos hormônios. Honestamente, eu não vejo o mesmo nível de estresse nos homens. Eu acho que essa demanda dos papéis é forte sim, como o cuidado dos filhos. Não que eles sejam culpados, mas eles fazem parte de um cenário e de um preparo biológico, histórico e cultural que não contava com esse desprendimento todo da mulher.

5. Considerações finais

Nos relatos das empreendedoras percebe-se a importância do empreendedorismo na construção de suas trajetórias e da inovação para a perpetuação dos seus negócios. O empreendedorismo aparece na vida delas em momentos distintos, mas o que mais se destaca é que ambas se enxergam como empreendedoras. As características que admitem ser femininas ao empreender também são aquelas vistas em si mesmas. Existindo, portanto, uma conversão entre a imagem criada e o que elas de fato são.

O tema central, que era a forma como a inovação era observada e colocada em prática por essas empreendedoras foi observada de diferentes formas, no entanto, ambas definiram a existência de uma necessidade como fator essencial para a criação de algo novo. Outro fator que se repetiu nas duas atuações foi o fato das duas empreendedoras compreenderem que os seus negócios abrangem mais de um serviço, ou seja, elas entendem que o mercado exige que se entregue ao cliente final um produto cada vez mais completo.

A forma de gerir dessas mulheres é vista de forma singular, especialmente, quando são retratados momentos preconceituosos. Algumas profissões ainda não vistas como masculinas, como é o caso do “contador” e, por isso, a capacidade de uma mulher que a exerce é questionada por alguns. Apesar de existirem dificuldades, o jeito feminino de criar e gerir os negócios é destacado como uma característica bastante singular e essencialmente importante no contexto competitivo atual, sendo considerado positivamente no processo de inovação por ambas entrevistadas.

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

A inovação, embora presente nos negócios, vêm acompanhada de algumas dificuldades, as quais aparentemente não estão atreladas ao sexo do empreendedor. A única questão seguramente feminina identificada e que pode ser entendida como uma dificuldade é a questão hormonal inerente às mulheres. Conclui-se, portanto, que as práticas inovadoras em empresas geridas por mulheres, apesar de enfrentarem algumas dificuldades no início, proporcionam ganhos para os empreendimentos analisados.

6. Referências

AAKER, D.; KUMAR, V.; DAY, G. Pesquisa de Marketing. 2o ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ALPERSTEDT, G.; FERREIRA, J.; SERAFIM, M. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. Revista de Ciências da Administração, v.16, p. 221 – 234, 2014.

AVENI, A.; NUNES, C.; CRUZ, L. Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no Distrito Federal. Revista Gecom, ed. 1, 2009.

BES, F.; KOTLER, P. A Bíblia da Inovação. São Paulo, Leya, 2011.

DRUCKER, P. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1986.

FARIA, M; FONSECA, M. Cultura de inovação: conceitos e modelos teóricos. RAC, v. 18, n. 4, p.372-396, 2014.

FERREIRA, J.; NOGUEIRA, E. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. Revista de Administração Contemporânea, v. 17, n. 4, p. 398 – 417, 2013.

GEM. Disponível em: <[http://www.sebraemg.com.br/atendimento /bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2014--Relatorio -executivo](http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2014--Relatorio-executivo)>. Acessado em: 14/08/2015.

GIL, A. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, A. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista, BA. Revista Alcance, v. 11, n. 2, p.207-226, 2004.

HIDALGO, A.; ALBORS, J. Innovation management techniques and tools: a review from theory and practice. R&D Management, v. 38, n. 2, p. 113-127, 2008.

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

IBGE. Pesquisa industrial de inovação tecnológica – PINTEC 2011. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Rio de Janeiro. 2011.

IDRIS, A. A profile of innovative women entrepreneurs. *International Business Research.*, v. 1, n. 2, p.3-10, 2008.

JONATHAN, E. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 3.. 2003, Londrina. Anais... Londrina: EGEPE, 2003.

MACHADO, F. Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. Encontro anual da Associação Nacional de Pós-graduação em Administração, 36., 2012, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2012.

MACHADO, H.; GREATTI, L.; JESUS, M. Compreendendo a imersão de empreendedoras em redes: a institucionalização da Associação de Mulheres de Negócios de Maringá. Curitiba: Editora Champagnat, 2010.

MAERKER, S. Mulheres de sucesso: os segredos das mulheres que fizeram história. São Paulo: Infinito, 2000.

MELO, H.; LASTRES, H.; MARQUES, T. Gênero no sistema de ciência, tecnologia e inovação no Brasil. *Revista Gênero*, v. 4, n. 2, p. 73 – 94, 2004.

MIRANDA, C.; SILVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo feminino: características das gestoras em uma instituição de ensino superior. Encontro de estudos organizacionais da ANPAD, 5.. 2008, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte, ENEO, 2008.

MUKHTAR, S. Differences in male and female management characteristics: a study of owner manager businesses. *Small Business Economics*: n. 18, p. 289-311, 2002.

OLIVEIRA, P.; NETO, B. Empreendedorismo e gestão feminina: uma análise do estilo gerencial de mulheres empreendedoras do município de São João del-Rei / MG. Simpósio de gestão e inovação tecnológica, 25... 2008, Brasília. Anais... Brasília, ENANPAD, 2008.

PAVITT, K. R&D, patenting and innovative activities. A statistical exploration. *Research Policy*. Vol. 11, pgs 33-51, 1982.

SCHUMPETER, J. *Can Capitalism survive?* New York: Harper and Row, 1952.

SCHUMPETER, J. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In: *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e ciclo econômico*. 2ª. ed. São Paulo: Nova Cultura, cap. II, p.43-66. 1985.

Tema 1: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e inovação

SEBRAE-SC. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc>>. Acessado em: 13/10/2014.

TAKAHASHI, A.; GRAEFF, J.; TEIXEIRA, R. Planejamento estratégico e gestão feminina em pequenas empresas: o caso das escolas particulares em Curitiba. O & S, v. 13, n. 39, p. 29-44, 2006.

VALE, G.; SERAFIM, A.; TEODÓSIO, A. Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes? RAC, v. 15, n. 4, p. 631-649, 2011.

Organizadores:

ANEGEPE
Associação Nacional de Estudos
em Empreendedorismo e Gestão
de Pequenas Empresas

Realizadores:



UNOESC



UNIVALI