

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO FEMININA: UM ESTUDO COM EMPREENDEDORAS DA CIDADE DE ARCOS-MG

Lauriene Teixeira Santos
Ruth Oliveira Silva
Patrícia Carvalho Campos

Resumo

O presente trabalho teve como objetivo apresentar as motivações e dificuldades, bem como o estilo de gestão das mulheres empreendedoras que atuam no município de Arcos-MG, buscando, com isso, entender melhor sobre este público empreendedor. Realizou-se uma pesquisa qualitativa, descritiva e caracterizada como um estudo de caso. Visando, responder ao objetivo proposto utilizou-se como método de coleta de dados o questionário, que foi aplicado para um total de 27 empreendedoras. Concluiu-se que as empreendedoras apresentam idade entre 35 a 44 anos, são casadas e com filhos, apresentando ensino médio completo. A principal motivação para se abrir um negócio é a busca de realização profissional e a principal dificuldade foi encontrada no acesso a financiamento. Em se tratando de gestão, buscam um relacionamento próximo com seus funcionários incluindo-os nas decisões tomadas dentro da empresa. Apresentam também um perfil conservador quando se trata da busca de financiamento.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Motivações. Dificuldades. Gestão feminina.

1 Introdução

O empreendedorismo feminino, ao longo do tempo, vem ganhando representatividade nos negócios no Brasil, de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2015)* dentre a porcentagem de empreendedores que iniciam seus negócios no Brasil, 49% das empresas são fundadas por mulheres. Esse é um número que retrata a evolução da mulher frente ao empreendedorismo, mostrando que no atual momento elas representam quase metade dos empreendedores iniciais. Esse cenário já foi bem diferente, como é retratado pelo GEM (2010), onde no ano de 2002 as mulheres em fase de empreendimentos iniciais representavam apenas 42,4% do total desses empreendedores.

Independentemente do fato de que haja várias conquistas do público feminino em relação à atividade empreendedora, ainda existem algumas diferenças e dificuldades que se apresentam em relação ao gênero (ALMEIDA; GOMES, 2011). Diferenças essas, que segundo os autores, foram construídas socialmente. Nesse sentido, mulheres procuram conduzir negócios utilizando-se da empatia, buscando a compreensão humana através da sinergia (FERNANDES *et al.*, 2015). Ainda segundo os autores, são características como essas, que vem substituindo as formas autoritárias de gestão.

Uma vez que as mulheres estão empreendendo mais, o comportamento que elas possuem, quando se trata de gestão, torna-se de grande importância, pois como empreendedoras elas podem estar diretamente ligadas com a criação de empregos e crescimento da economia. Considerando, assim, o crescimento vertiginoso do empreendedorismo feminino no Brasil, bem como os recentes estudos desenvolvidos na área, busca-se com esse trabalho provocar algumas reflexões a respeito da figura feminina na condição de gestora. Intenta-se também contribuir para que haja uma melhor

compreensão sobre a forma de atuação das empreendedoras quando se trata de gerir um negócio.

Para isso, este trabalho apresenta como objetivo geral analisar o estilo de gestão das mulheres empreendedoras que atuam no município de Arcos-MG. Especificamente objetiva-se apresentar as principais motivações e dificuldades enfrentadas pelas mesmas.

2 Referencial Teórico

2.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo (*entrepreneurship*) traz embutido em seu entendimento conceitos de iniciativa e inovação, visando proporcionar o bem-estar coletivo, ao contrário, de ser apenas um meio de enriquecimento pessoal (DOLABELA, 2006). Para o autor, o empreendedorismo é considerado uma das melhores formas de diminuir as taxas desemprego, responsável pelo desenvolvimento da sociedade e da economia.

De acordo com Dornelas (2005) o empreendedorismo envolve pessoas e processos, fazendo que ideias se transformem em oportunidades e essas, se transformem em negócios de sucesso. Para que haja uma melhor compreensão do empreendedorismo, é necessário compreender também o empreendedor, uma vez que ambos estão diretamente relacionados.

Empreendedores, geralmente, são considerados como pessoas que criam seu próprio negócio, porém, a definição de empreendedor vai além dessa visão. Para Dolabela (2006, p. 25) “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

2.2 Motivações e dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras

Segundo o GEM (2014) é importante descobrir o que motivou uma pessoa a tomar a decisão de empreender, descobrindo se foi motivada pela necessidade ou pela oportunidade, uma vez que a motivação para empreender possui muitas justificativas. Pretende-se aqui mostrar quais são essas justificativas quando se trata do empreendedorismo feminino.

As motivações que despertam a vontade de empreender são compartilhadas por diversos empreendedores, mas quando se analisa as motivações femininas percebe-se que estas estão mais inclinadas a variedade e complexidade, encontrando no empreendedorismo uma forma de exercer poder e decisão em busca de realização tanto profissional quanto pessoal (FROTA *et al.*, 2015).

Se tratando da questão financeira, Jonathan (2011) apresenta em sua pesquisa que a busca por independência/estabilidade financeira, está presente dentre as motivações do empreendedorismo feminino. Amorim e Batista (2012) acreditam que a necessidade financeira é um grande fomentador. Outra motivação presente é a possibilidade de complementar a renda familiar (GOMES, 2005; AMORIM; BATISTA, 2012; ALMEIDA; GOMES, 2011).

Frota *et al.* (2015) e Quental e Wetzel (2002) acreditam que a flexibilidade para a administração do tempo, também é um fator motivacional para as mulheres, uma vez que gerenciando um negócio próprio ela teria autonomia na escolha dos seus horários facilitando a relação trabalho-família. As motivações dão início à ação de empreender e contribuem para que haja a consolidação de uma identidade empreendedora, e são o

suporte necessário para que essas mulheres enfrentem as possíveis dificuldades que poderão encontrar no papel de empreendedoras (MACHADO, 2002).

Segundo Longenecker *et al.* (2011) as mulheres que empreendem enfrentam dificuldades que são comuns a todos os empreendedores. Porém, para o autor mulheres possuem menos experiência em papéis empresariais, além de possuírem maior dificuldade de acesso ao crédito, e passarem por discriminação.

Algumas dificuldades encontradas por mulheres no momento de empreender, são pontuadas por Machado (2002), sendo elas a dificuldade de auto-conceito e aceitação, falta de suporte, dificuldade para atuar no mercado internacional, dificuldade de financiamento para as empresas, dificuldade de acesso a redes e a falta de mentores, o tamanho das empresas, a falta de tempo, a dificuldade de conciliar trabalho e família e a ausência de modelos de referência.

Outra dificuldade discutida pelos autores Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008) e Quental e Wetzel (2002) é a multiplicidade de papéis exercidos pelas mulheres, ou seja, a tentativa de conciliação entre trabalho e família que, muitas vezes é fruto de conflitos.

Para Hanson e Blake (2009) *apud* Serafim (2010) quando se trata de redes sociais femininas, acredita-se que elas tendem a abranger pessoas que são conhecidas, o que acaba por fazer que as redes sociais femininas sejam mais propensas a fornecerem informações que não possuem o mesmo tipo de vantagem competitiva.

2.3 Gestão feminina

Atualmente, as mulheres assumem o comando de seus negócios em uma escala crescente, tanto na condição de empregada como de empregadora, o que fez com que se despertasse o interesse por descobrir se características de homens e mulheres são diferentes quando se trata de atividades exercidas no ambiente de trabalho (GOMES, 2005).

Mulheres desenvolvem um estilo singular de gestão, porém é necessário compreender, que a diferença entre os estilos de gestão está na experiência vivenciada pelos gêneros, já que geralmente o aprendizado das mulheres na infância é voltado para a cooperação e relacionamentos (MUNHOZ, 2000). De acordo com Reis *et al.* (2013), a gestão feminina é diferente, pois apresenta algumas características ligadas às mulheres, sendo elas a sensibilidade, a empatia, a ousadia, o alto grau de criatividade, a versatilidade, a percepção aguçada e a flexibilidade.

Grzybovski, Boscarin e Migott (2002), em pesquisa com 26 mulheres gestoras de empresas familiares, observaram que elas procuravam promover o aprendizado de todos os colaboradores dentro da organização, enfatizando o companheirismo, fidelidade, honestidade e reciprocidade. Todavia essas características não as impediam de utilizar um estilo mais rígido, quando isso se tornava necessário (GRZYBOVSKI; BOSCARIN; MIGOTT, 2002).

Gouvêa, Silveira e Machado (2013), observaram que as mulheres empreendedoras não procuravam centralizar as informações, mas sim compartilhá-las com todos, preocupando-se com sua equipe, pois sabiam que o resultado da empresa depende deles. Observou-se também que eram mais flexíveis, versáteis e criativas, podendo encontrar soluções diferenciadas para uma mesma situação, sendo atribuído a essas características os diversos papéis desempenhados por essas mulheres como ser mãe, esposa e empresária.

Mesmo mostrando uma postura aberta e receptiva dentro da organização, empreendedoras em geral, possuem ressalvas quando se trata de buscar financiamentos.

Nesse caso, elas apresentam uma postura mais conservadora (OLIVEIRA; SOUZA NETO; CALEGÁRIO, 2010; JONATHAN, 2003). Ainda é relatado que, quando as empreendedoras precisam buscar alguma fonte de financiamento elas encontram dificuldades para obter crédito (GRZYBOVSKI; BOSCARIN; MIGOTT, 2002).

Em sua revisão de literatura sobre gestão feminina, Machado (2002) conclui as características da gestão feminina na Figura 1.

Figura 1. Tendência do comportamento gerencial por parte de mulheres empreendedoras

Objetivos	Estruturas	Estratégia	Estilo de Liderança
<ul style="list-style-type: none"> - Culturais e sociais; - Segurança e satisfação no trabalho; - Satisfação dos clientes; - Responsabilidade social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ênfase na cooperação; - Baixo grau de formalismo; - Busca de integração e de boa comunicação; - Descentralização. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo inovativa; - Busca de qualidade; - Busca de sobrevivência e de satisfação geral; - Conciliação trabalho e família. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poder compartilhado; - Motivar os outros; - Valorizar o trabalho de todos; - Atenção às diferenças individuais.

Fonte: MACHADO, H. V. Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. 2002. 192p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)-Programa de Pós-Graduação. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

De acordo com o quadro, pode-se perceber que um dos objetivos da gestão feminina é segurança e satisfação no trabalho, onde isso se reflete na estrutura empresarial que tem menos formalismo, mais cooperação e integração e boa comunicação entre os funcionários, além priorizar pela descentralização. Outro objetivo seria a satisfação dos clientes e a responsabilidade social, notando-se que entre as estratégias estão à busca pela qualidade, inovação e de satisfação de modo geral. Percebe-se também que o objetivo visando elementos culturais e sociais pode ser contemplado pelo estilo de liderança mais participativo dando atenção às diferenças individuais e a motivação de todos.

3 Metodologia

3.1 Tipo de pesquisa

Neste estudo foi adotado o método de pesquisa qualitativa de cunho descritivo e caracterizada como estudo de caso, pois buscou-se conhecer o estilo de gestão das mulheres empreendedoras no município de Arcos-MG, sendo que para alcançar esse propósito se mostra necessário obter um aprofundamento nas questões acima mencionadas.

A pesquisa qualitativa é aquela em que “o ambiente natural é fonte direta para coleta de dados, interpretação de fenômenos e atribuição de significados” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 128). Por sua vez, “a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis” (GIL, 2002, p. 42).

Visto que buscou-se estudar o caso das mulheres empreendedoras no município de Arcos-MG, a pesquisa também se caracteriza por ser um estudo de caso, que é definido por Gil (2002) como o estudo aprofundado de um ou poucos objetos de estudo, permitindo assim um melhor conhecimento sobre os mesmos.

3.2 Coleta, tratamento e análise dos dados

Visando utilizar-se da melhor forma para que os dados fossem coletados, utilizou-se como estratégia de coleta de dados o questionário, que podem ser abertos, utilizando de questões dissertativas, fechados, utilizando-se de questões objetivas ou mistos, quando se utiliza os dois tipos de questões no mesmo instrumento (KAUARK; MANHÃES; MEDEIROS, 2010).

O questionário contou com 18 perguntas, sendo que apenas uma foi aberta, 12 perguntas foram fechadas, 5 perguntas que contaram com opções fechadas e um espaço aberto, visando extrair melhores informações. O questionário abordava os seguintes temas: perfil, motivações, dificuldades e gestão feminina.

Para realizar a coleta dos dados, em primeiro momento foi realizado um contato via telefone com a Associação Comercial do município de Arcos-MG, solicitando um relatório com o nome das empresas que foram criadas por mulheres no referido município. O relatório foi enviado via e-mail, sendo possível identificar 76 empresas iniciadas por mulheres, de um total de 371 empresas, ou seja, 20,49% das empresas do município de Arcos-MG foram criadas por mulheres.

A partir dessa informação, foi feito um contato pessoalmente com as empreendedoras, no dia 24/08/2016, onde visitou-se um total de 40 estabelecimentos. Assim, 12 mulheres se recusaram a responder ao questionário. Foi possível ainda reduzir o número dos sujeitos de pesquisa, uma vez que empresas que estavam na lista, 5 possuíam homens como gestores, 2 haviam fechado, 2 pertenciam ao município de Iguatama – MG e 3 delas possuíam o mesmo proprietário (TABELA 1).

Tabela 1: Sujeitos de pesquisa

	Empresas
Quantidade inicial	76
(-) Pertencentes a Iguatama	2
(-) Possuíam homens como gestores	5
(-) Fecharam	2
(-) Não quiseram responder	12
(-) Lojas com mesmo proprietário	3
Quantidade final	52

Fonte: Os autores (2016).

Nos dias 10/09/2016 e 23/09/2016, realizou-se a aplicação dos questionários, e do total de 52 empreendedoras que se enquadravam na pesquisa, 26 responderam ao questionário e 5 se negaram a participar da pesquisa. Das 21 empreendedoras que não foram encontradas nesses dias, 13 foram contatadas via e-mail e via rede social onde foi explicado o objetivo da pesquisa e o questionário enviado para que pudesse ser

respondido. Dessas 13 mulheres, apenas 2 retornaram com o questionário respondido, elevando para 28 o total de empreendedoras envolvidas com esta pesquisa.

Com base nas respostas obtidas de cada empreendedora, foi realizada a tabulação dos dados no Excel, criando tabelas e posteriormente gerando gráficos para uma melhor visualização das respostas obtidas

4 Resultados e Discussão

4.1 Perfil dos sujeitos de pesquisa

Em relação à faixa etária, dentre as 28 mulheres pesquisadas, 32,14% possuem idade de 35 a 44 anos, 28,57% se encontram entre 25 e 34 anos, 21,43% de 45 a 54 anos, 10,71% possuem idade de 55 a 64 anos, e 3,57% possui idade de 18 a 24 anos e 3,57% possui 65 anos ou mais.

Quanto ao estado civil dessas empreendedoras, a maioria se encontra casada (71,43%), 21,43% se encontram solteiras e apenas 7,14% estão divorciadas. Das 28 mulheres que fizeram parte da pesquisa, 67,86% possuem filhos e 32,14% não possuem.

Em relação à escolaridade das empreendedoras analisadas 42,86% apresentam ensino médio completo, 25% apresentam graduação completa e 25% possuem pós-graduação, sendo que 7,14% apresentam graduação incompleta.

Ao serem questionadas se possuíam familiares próximos empreendedores, 78,57% das empreendedoras afirmaram possuir. Os níveis de parentesco mais citados pelas mulheres foram: irmãos (31,82%), pai (22,73%), mãe (18,18%), tio (18,18%), marido (13,64%) e sobrinho (13,64%), sendo que neste caso não se obtém na soma das opções 100%, uma vez que as empreendedoras possuíam mais de um familiar empreendedor.

Percebe-se que quase 80% das empreendedoras possuem familiares que também são empreendedores. Este fato pode ser corroborado por Dornelas (2015) onde o autor acredita que, os empreendedores de sucesso, em sua maioria, possuem familiares empreendedores e que essa convivência faz com que haja uma contribuição dos familiares na formação da vida profissional dessas pessoas.

4.2 Motivações e dificuldades no processo empreendedor

Visando compreender melhor qual a maior motivação das empreendedoras para abrir um empreendimento, 67,86% das mulheres responderam que buscavam realização profissional e pessoal, 14,29% buscavam flexibilidade para a administração do tempo, 7,14% objetivavam um ambiente de trabalho que estivesse de acordo com seus valores, 7,14% por não alcançarem seus objetivos profissionais desejavam utilizar a experiência obtida em outra organização para criar a sua própria e 3,57% buscava a satisfação de necessidade financeira. A opção “complementar a renda familiar” não foi fator motivador para nenhuma das empreendedoras pesquisadas.

Destaca-se também, a partir dessas respostas, o fato que para os autores Gomes (2005), Amorim e Batista (2012) e Almeida e Gomes (2011) a complementação da renda familiar se mostra um motivador do empreendedorismo feminino, este fato não foi relatado por nenhuma das empreendedoras pesquisadas. E apenas uma das empreendedoras relatou ter começado o empreendimento para satisfação financeira.

Em se tratando da principal dificuldade encontrada pelas empreendedoras pesquisadas na abertura do seu negócio, a resposta que se destacou foi a de acesso a financiamento (35,71%), seguida pela dificuldade de conciliação entre empresa e família

(25%). Esse resultado vai de encontro à Longenecker *et al.* (2011) e Machado (2002) quando eles argumentam que o obstáculo de acesso a financiamento se encontra entre uma das principais dificuldades encontradas por mulheres empreendedoras. Há de se ressaltar, também, a complexidade de conciliar empresa e família, uma vez que para os autores Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008) quando ocorre esse tipo de conflito, geralmente, as mulheres tendem a priorizar o relacionamento familiar em detrimento do trabalho.

Para 17,86% das empreendedoras pesquisadas, a dificuldade foi à falta de um orientador, para 10,71% o obstáculo se apresentou na falta de suporte e 3,57% relatou dificuldade nos relacionamentos comerciais. Outras respostas obtidas foram à falta de experiência e maturidade (3,57%) e houve um relato da ausência de obstáculos na abertura do empreendimento (3,57%).

Para 82,14% das empreendedoras pesquisadas as dificuldades por elas enfrentadas na abertura de uma empresa não estão relacionadas ao fato de serem “mulheres empreendedoras”. As justificativas para esse posicionamento são:

“Hoje não existe diferença entre homens e mulheres”; “Hoje o mercado é competitivo para todos”, “É a situação atual do Brasil” e “Acho que, atualmente, as mulheres estão empreendendo mais” (RELATOS DE ENTREVISTA, 2016).

Para as empreendedoras que acreditam que as dificuldades estão relacionadas ao fato de serem mulheres (17,86%), as principais justificativas apresentadas por elas são que: “Ainda existe preconceito relacionado às mulheres empreendedoras”; “Mesmo possuindo um empreendimento, minha principal obrigação continua sendo família e cuidar da casa”, “Falta de confiança do mercado pelo fato de ser mulher” e, “Mesmo tendo conquistado seu espaço no mercado as mulheres ainda não possuem o valor merecido” (RELATOS DE ENTREVISTA, 2016).

Com os depoimentos das empreendedoras, pode-se perceber que a grande maioria acredita que haja uma igualdade de gêneros no ambiente do empreendedorismo, não sentindo inferiores aos homens. De acordo com os relatos das mesmas, a causa das dificuldades enfrentadas não está no fato de serem mulheres, mas sim em situações externas que atingem a todos igualmente.

Buscando melhor compreender sobre o empreendedorismo feminino, foi pedido às empreendedoras que definissem a jornada empreendedora em uma palavra e, as mais citadas por elas foram: conquista, motivação, inovação, determinação, comprometimento, superação e trabalho. Pode-se notar que a visão que elas possuem sobre o empreendimento é positiva apesar das dificuldades enfrentadas.

4.3 Características da gestão feminina

Para que fosse possível conhecer o posicionamento da mulher empreendedora frente à questão do financiamento e/ou investimento, foi questionado como ela se via em relação à busca de recursos. A maioria das empreendedoras (57,14%) relataram que tentam evitar financiamentos, e para 42,86% quando se mostra necessário, elas são abertas a busca de financiamento. Ainda relacionado a esse fato, 57,14% relataram não ter encontrado nenhuma dificuldade na obtenção de crédito ao longo do empreendimento, ao passo que 42,86% disseram já terem encontrado dificuldades.

Pode-se perceber que há um fato a ser ressaltado quando se trata de financiamentos, já que 35,71% das empreendedoras relataram como uma das principais dificuldades na abertura do negócio o acesso a financiamento, e 57,14% relatam que preferem evitá-lo. Gass (2013) justifica esse fato, mostrando que a dificuldade financeira

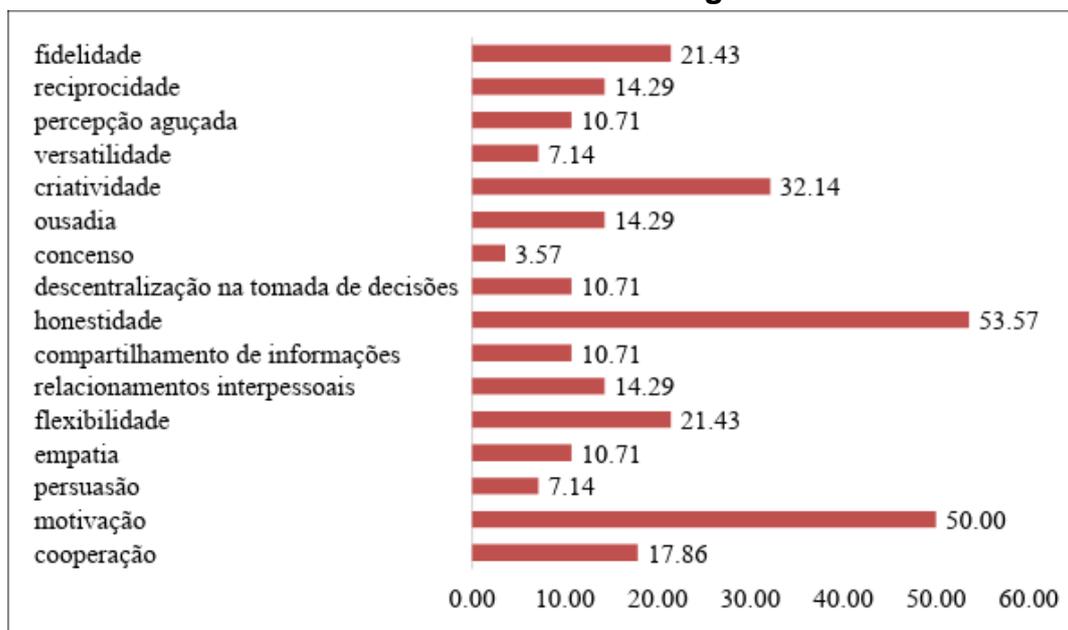
no começo do negócio faz com que as empreendedoras se mostrem conservadoras frente a situações de risco. Porém, torna-se necessário ressaltar o fato de que 42,86% são abertas a financiamento quando este se mostra necessário, ou seja, mesmo que a maioria prefira evitá-los, há uma grande porcentagem que apresenta um comportamento favorável em casos de necessidade.

Quando pediu-se que elas identificassem qual a melhor frase as definiam como gestoras, 39,29% se definiram como uma “gestora amiga que mantém um relacionamento próximo com meus funcionários”, 25% se encaixaram como uma “gestora que compartilha todas as informações da empresa com meus funcionários, pois acredita que isso gera motivação nos mesmos”, 17,86% se definiram como uma “gestora flexível, buscando entender a percepção das outras pessoas”, 10,71% se apresentaram como uma “gestora que procura persuadir as pessoas, visando que elas compreendam meu ponto de vista”, e apenas 7,14% se definiram como uma “gestora que tomo todas as decisões referentes à empresa deixando meus funcionários apenas com a parte da execução”.

Verifica-se que a maior parte das empreendedoras se disseram próximas de seus funcionários e outra afirmação bastante expressiva foi a das empreendedoras que relataram compartilhar as informações com seus funcionários, acreditando que isso os motiva. Esses resultados confirmam o que Machado (2002) diz, quando ele argumenta que mulheres tendem a incluir pessoas nas atividades que são por elas realizadas. Na pesquisa realizada por Gouvêa, Silveira e Machado (2013), eles também puderam observar o fato de que as empreendedoras procuram compartilhar as informações com sua equipe.

Objetivando conhecer a forma de atuação das empreendedoras no dia-a-dia da empresa, foi apresentado a elas 16 características da gestão feminina de acordo com os autores Gomes (2005), Reis *et al.* (2013), Grzybovski, Boscarin e Miggot (2002) e Gouvêa, Silveira e Machado (2013). Dentre as características apresentadas seria possível marcar até 3 que as empreendedoras considerassem mais presentes em sua forma de atuação. A característica mais citada foi honestidade (53,57%), seguida por motivação (50%) e criatividade (32,14%). Duas características que também se destacaram foram flexibilidade e fidelidade, ambas contando com 21,43%. O melhor detalhamento das características de gestão encontra-se no Figura 2.

Gráfico 1. Características de gestão



Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Em relação à forma que as empreendedoras tomam decisões no ambiente de trabalho, 78,57% alegaram ouvir opiniões dos colaboradores antes de tomar a decisão, 10,71% disseram tomar as decisões referente a empresa sozinha, apenas com o conhecimento que possui sobre o negócio e 10,71% disseram buscar assistência de terceiros fora do ambiente de trabalho. Isso reforça a visão de Machado (2002), que considera que mulheres empreendedoras valorizam estruturas que possuem ênfase na cooperação, busca de integração e boa comunicação, estruturas descentralizadas e com baixo grau de formalismo.

Quando se trata da resolução de conflitos, 67,86% disseram chamar os envolvidos no conflito para uma conversa e tentar uma conciliação, 10,71% se disseram explosivas, resolvendo-os assim que eles acontecem, 7,14% alegaram não interferir, deixando que os envolvidos resolvam sozinhos, 7,14% alegaram não permitir que conflitos ocorram e quando ocorrem os envolvidos são penalizados de alguma forma e 7,14% relataram que caso seja necessário, utilizam uma forma mais rígida para solucionar o conflito no ambiente de trabalho.

Nota-se, que dentre as respostas obtidas, há aquelas que disseram resolver os conflitos assim que eles ocorrem, as que relataram penalizar os envolvidos no conflito e as que disseram utilizar de uma forma mais rígida caso seja necessário. Isso mostra que dentre as empreendedoras pesquisadas há também a presença de um perfil autoritário, porém prevalece a gestão participativa.

A partir dos questionamentos apresentados, nota-se que as mulheres empreendedoras do município de Arcos-MG procuram partilhar o poder com seus funcionários, ouvindo opiniões dos mesmos quando precisam tomar alguma decisão no ambiente de trabalho. Além de procurarem uma forma de satisfação por parte dos funcionários, tentando na maioria dos casos, solucionar os conflitos existentes conciliando as partes envolvidas. Em se tratando de financiamento, percebe-se que as empreendedoras procuram evitá-los.

Baseado nas respostas obtidas sobre gestão feminina nota-se que as empreendedoras estudadas possuem tendências que são definidas por Machado (2002), como o compartilhamento de poder, a busca de motivação do próximo e a valorização do trabalho.

5 Conclusão

Respeitando aos objetivos propostos inicialmente, buscou-se no decorrer deste trabalho obter as informações e os dados necessários para que cada um pudesse ser respondido. Ao caracterizar o perfil das empreendedoras pesquisadas, foi possível perceber que elas se encontram com idade de 35 a 44 anos, casadas e com filhos. São mulheres que possuem educação formal, onde 50% delas apresentam graduação completa ou pós-graduação, mas há também uma grande parcela que apresenta ensino médio completo. Identificou-se também o fato de que essas empreendedoras possuíam familiares próximos que também são empreendedores.

As empreendedoras do município de Arcos–MG possuem um estilo de gestão onde priorizam características como honestidade, motivação, criatividade, flexibilidade e fidelidade. São gestoras que se mantêm próximas de seus funcionários, considerando que este seja um relacionamento de amizade ouvindo opiniões dos mesmos quando precisam tomar alguma decisão no ambiente de trabalho. Além de buscarem uma conciliação quando se trata da resolução de conflitos no ambiente de trabalho. Ainda foi possível identificar certo receio quando se trata de obter financiamentos, onde a maioria relatou evitá-los.

Em relação à análise da gestão por elas exercida, é possível dizer que elas se mostram conservadoras quando se trata da busca de financiamento, uma vez que foi relatado que procuram evitar esse tipo de fonte de recursos. Sua gestão pode ser considerada participativa, pois pode-se perceber que elas procuram incluir os funcionários nas decisões tomadas no dia-a-dia, acreditam na motivação dos mesmos e quando se trata de conflitos procuram resolvê-los por meio de conciliação.

Fundamentado nas teorias e questões abordadas neste trabalho, é possível perceber que as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho, e também no empreendedorismo. Essa foi uma conquista gradual e, atualmente, elas empreendem buscando independência e autonomia e não mais por uma necessidade financeira. Elas buscam realização pessoal, e se percebem competindo de forma igualitária com o público masculino quando se trata de conquistas no universo do empreendedorismo.

Com as respostas obtidas neste desse estudo, espera-se ter alcançado uma maior compreensão sobre o tema e um maior conhecimento sobre o grupo de empreendedoras pesquisadas. Ainda assim, acredita-se que há muito a ser estudado sobre este assunto, destacando-se o fato de que estudar as empreendedoras informais poderia trazer diferentes dados para a discussão e serviria de comparativo com os dados obtidos através das empreendedoras formais. Além disso, vale ressaltar a contribuição deste estudo sobre gestão feminina trazendo importantes resultados que contribuem para uma maior compreensão da mulher em cargos de liderança.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, I. C.; GOMES, A. F. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. In: XXXV Encontro ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, 2011.

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

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Transformando idéias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedor de sucesso. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

FERNANDES, J. C. L.; DE SOUZA, M. M. M.; DE SANTANA, R. D. S.; SANTOS, V. S. Inclusão feminina na hierarquia organizacional: uma breve análise da mulher na gestão contemporânea. **Brasil Para Todos-Revista Internacional**, v. 2, p. 162-181, 2015.

FROTA, E. dos R.; NASCIMENTO, J. J. do.; LUCAS, M. R.; XERUTI, M. D. B.; BITTAR, S. A. y A. O empreendedorismo feminino e sua presença nas MPE'S. **Fórum de Administração**, v. 6, n. 1, 2015.

GASS, H. de M. **O comportamento empreendedor feminino no Rio Grande do Sul**. 2013. 120p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. (2010). **Empreendedorismo no Brasil: 2010**. Curitiba: IBQP, 2010. 286 p. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf. Acesso em: 17 Jul. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo 2015. Curitiba: GEM/SEBRAE, 2015. 21 p. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf). Acesso em: 11 Jul. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: 2014. Curitiba: IBQP, 2014. 212 p. Disponível em: http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/Empreendedorismo_no_Brasil_-_GEM_Global_Entrepreneurship_Monitor_2014.pdf. Acesso em: 11 Jul. 2016.

GOMES, A. F. O outro no trabalho: mulher e gestão. **Revista de gestão USP**. São Paulo, v. 12, n. 3, p. 1-9, jul./set. 2005.

GOUVÊA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A.; MACHADO, H. P. V. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por

homens e mulheres em organizações. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n.2, p. 32-54, 2013.

GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIN, R.; MIGOTT, A. M. B. Estilo feminino de gestão em empresas familiares. **RAC**, v. 6, n. 2, p. 185-207, mai./ago. 2002.

HANSON, S.; BLAKE, M. Gender and entrepreneurial networks. **Regional Studies**, v. 43, p. 135-149, 2009.

JONATHAN, E. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, p. 65-85, 2011.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003, p. 41-53.

KAUARK, F. da S.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H. **Metodologia da pesquisa**: um guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W.; PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. 13. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. 2002. 192p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)-Programa de Pós-Graduação. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? **ANAIS DO I EGEPE**, Maringá, p. 164-176, out./2000.

OLIVEIRA, P. G.; NETO, B. de S.; CALEGÁRIO, C. L. L. Empreendedorismo e gestão feminina: a atuação de mulheres empreendedoras em microempresas. **Revista da FAE**, Curitiba, v.13, n.1, p. 1-14, jan./jun. 2010.

PEÑALOZA, D.; DIÓGENES, C. G.; SOUSA, S. J. A. Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, p. 151-167, nov./dez. 2008.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QUENTAL, C.; WETZEL, U. Equilíbrio trabalho-vida e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. XXVI Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração. **Anais...** SP. São Paulo, 2002.

REIS, P. N. C.; MELO, F. A. de O.; ALMEIDA, E. M. S. de P.; CARVALHO, L. C. de.; MAURÍCIO, A. C. S. **A participação feminina na gestão empresarial no século XXI**: um estudo de caso na empresa Magazine Luiza. In: X Simpósio de excelência em gestão e tecnologia. **Anais...** 2013.



SERAFIM, A. C. F. **Gênero e redes sociais**: estudos de casos sobre empreendimentos femininos. 2010. 118p. Dissertação (Mestrado)-Programa de Pós-Graduação em Administração. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.