



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**GECENILDA VIEIRA DO VALE**

**MULHER EMPREENDEDORA: UMA DESCRIÇÃO AS PRÁTICAS DE  
GESTÃO DAS EMPREENDEDORAS DO SETOR TÊXTIL NA CAPITAL  
MUNDIAL DAS REDES EM SÃO BENTO-PB**

**SOUSA - PB  
2010**

**GECENILDA VIEIRA DO VALE**

**MULHER EMPREENDEDORA: UMA DESCRIÇÃO AS PRÁTICAS DE  
GESTÃO DAS EMPREENDEDORAS DO SETOR TÊXTIL NA CAPITAL  
MUNDIAL DAS REDES EM SÃO BENTO-PB**

**Monografia apresentada ao Curso de  
Ciências Contábeis do CCJS da  
Universidade Federal de Campina  
Grande, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharela em  
Ciências Contábeis.**

**Orientador: Professor Me. Marconi Araújo Rodrigues.**

**SOUSA - PB  
2010**

**GECENILDA VIEIRA DO VALE**

**MULHER EMPREENDEDORA: UMA DESCRIÇÃO AS PRÁTICAS DE GESTÃO DAS  
EMPREENDEDORAS DO SETOR TÊXTIL NA CAPITAL MUNDIAL DAS REDES EM  
SÃO BENTO - PB**

Esta monografia foi apresentada em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2010, para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande – PB.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Msc. Marconi Araújo Rodrigues – Orientador

---

Prof. – Examinador 1

---

Prof. – Examinador 2

**SOUSA – PB, Julho de 2010.**

A Deus, pela força e a coragem, a que me foram concedidas, não deixando assim que eu desanimasse mesmo nos momentos mais difíceis, DEDICO.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois sem Ele não seria possível realizar esse trabalho.

Agradeço também aos meus pais José Zenildo e Maria de Fátima, que confiaram em mim e sempre me deram apoio para conseguir realizar meus objetivos e meus sonhos.

Aos meus queridos irmãos Hermeson, Ermenildo e Simone que me incentivaram a prosseguir na minha vida estudantil também as minhas cunhadas.

Aos meus sobrinhos Gabriel e Rafael que se tornaram meus companheiros em todos os instantes da minha vida.

Ao meu amado esposo Francisco que sempre me deu forças e me apoiou nas decisões mais difíceis da minha vida. Não tenho palavras para expressar o amor que sinto por você.

As minhas colegas de faculdade, Aparecida, Gerlandia, Janaína, Daiana, Mônica, Jardeli, Aline, Vânia, Daliene que nos divertíamos bastante com nossas conversas agradáveis, grandes amigas.

Não posso deixar de agradecer em especial a Gerlândia Tavares que se dispôs a me atender, mesmo quando não possuía tempo disponível. Sempre me dando forças para ir até o fim obrigado por me incentivar.

Ao meu orientador Marconi Rodrigues pela força e paciência nesse momento importante da minha vida.

Não posso deixar de mencionar a compreensão do professor Vorster que gentilmente me ajudou mesmo não sendo meu orientador, muito obrigado.

Por fim agradeço a todas aquelas pessoas que me ajudaram na realização desse trabalho.

## RESUMO

Esta pesquisa versa sobre o empreendedorismo feminino, destacando que a um longo período de tempo falava-se a respeito da importância empreendedora, para o crescimento e desenvolvimento econômico do país e do mundo; mas o que se tornou o foco foi a inserção da mulher neste campo, evidenciando que estas deixaram de dedicar-se exclusivamente as atividades do lar e na atual realidade começaram a ocupar espaços significativos no meio empresarial. A pesquisa realizou-se por meio de breve referencial teórico e ênfase no levantamento de informações de campo, procurando por esta via fazer uma análise do perfil dessas empresárias, e as práticas de gestão por elas adotadas. Para o alcance deste propósito foi aplicado um questionário com 20 empreendedoras do setor têxtil da cidade de São Bento – PB, a fim de descrever as práticas gerenciais por elas adotadas na condução de seus negócios. Como resultado observou-se que em sua grande maioria as empreendedoras ainda utilizam da intuição para conduzir seus negócios, aliados a um pouco conhecimento de técnicas formais de gestão. Outro ponto a ser destacado é que as ações desenvolvidas por essas empreendedoras estão voltadas muito mais para aspectos operacionais do negócio em detrimento de formulação de estratégias de longo prazo.

**Palavras – chave:** Empreendedorismo; Práticas de Gestão; Setor Têxtil.

## ABSTRACT

This research focuses on female entrepreneurship, highlighting that a long time there was talk about the importance of entrepreneurship, growth and economic development of the country and the world, but what has become the focus was the inclusion of women in this field, showing that they no longer devote themselves exclusively to household tasks and the current reality began to occupy significant space in the business. The research was carried out through brief theoretical emphasis on survey and field information, seeking in this way to analyze the profile of these entrepreneurs, and management practices adopted by them. To attain this purpose a questionnaire was administered to 20 entrepreneurs in the textile sector in São Bantu - PB in order to describe the management practices adopted by them in conducting their business. As a result it was observed that mostly women entrepreneurs still use intuition to conduct their business, combined with a little knowledge of formal techniques of management. Another point to note is that the actions of these entrepreneurs are geared more to the operational aspects of the business at the expense of formulating long-term strategies.

Key - words: Entrepreneurship, Management Practices, the textile industry.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Comparação entre homens e mulheres .....	35
Tabela 2 – Natureza Jurídica .....	38
Tabela 3 – Regime de Tributação .....	39
Tabela 4 – Tempo em que a empresa exerce as atividades .....	39
Tabela 5 – Número de funcionários da empresa .....	40
Tabela 6 – Tipos de produtos comercializados .....	40
Tabela 7 – Abrangência de atuação (foco) .....	41
Tabela 8 – Cargo do entrevistado (papal) .....	41
Tabela 9 – Tempo de experiência .....	42
Tabela 10 – Qual o seu grau de instrução .....	43
Tabela 11 – Comparação entre o planejado e o executado .....	43
Tabela 12 – Comparações entre o seu desempenho e o desempenho de outras organizações de características similares .....	44
Tabela 13 – Controles de Gestão .....	45
Tabela 14- Evolução do Número de Vendas .....	45
Tabela 15 – Conhecimento das Potencialidades e Fraquezas dos Concorrentes .....	46
Tabela 16 – Previsão de Vendas e Previsão de Despesas .....	46
Tabela 17 – Observação dos Prazos de Vendas .....	47
Tabela 18 – Práticas Gerenciais Utilizadas pelas Empresas .....	47
Tabela 19 – Situação Apresentada na Empresa .....	48
Tabela 20 - Recursos Utilizados para dar Suporte às Decisões no Gerenciamento dos Negócios .....	51

## **LISTA DE SIGLAS**

ICMS – Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços.

SEBRAE – Sistema Brasileiro de apoio às micro e Pequenas empresas.

GEM - Global Entrepreneurship monitor.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Razão entre Empreendedorismo por Oportunidade e Necessidade .....	22
FIGURA 2 – Feira da Pedra.....	37

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
1.1 PROBLEMATIZAÇÃO.....	14
1.2 JUSTIFICATIVA.....	15
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	16
1.3.1 <i>Objetivo Geral</i> .....	16
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	16
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	17
1.4.1 <i>Quanto à abordagem do problema</i> .....	17
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>20</b>
2.1 O EMPREENDEDORISMO.....	20
2.2 O EMPREENDEDOR.....	22
2.3 O FENÔMENO EMPREENDEDOR.....	25
2.4 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	27
2.5 OS MITOS DO EMPREENDEDORISMO.....	28
2.6 PRÁTICAS GERENCIAIS.....	29
2.7 NOVOS NEGÓCIOS.....	31
2.8 A MULHER EMPREENDEDORA.....	33
<b>3 SÃO BENTO E SUA VOCAÇÃO.....</b>	<b>36</b>
<b>4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
4.1 O PERFIL DAS INDÚSTRIAS PESQUISADAS.....	38
4.2 O PERFIL DAS EMPREENDEDORAS DO SETOR.....	41
4.3 PRÁTICAS GERENCIAIS UTILIZADAS.....	43
4.4 RELAÇÃO COM A TOMADA DE DECISÃO.....	51
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>55</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>58</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Muito se tem discutido sobre as transformações pelas quais as organizações estão passando, e isto tem sido atribuído as mudanças da sociedade logo tais aspectos tem influenciado sobre o mundo dos negócios. Porém dada a importância do assunto, parece oportuno discutir o papel da mulher frente ao mercado de trabalho uma vez que a mesma tem conseguido conciliar sua vida pessoal com o trabalho e a gestão de organização.

Diante deste contexto as mulheres encontram oportunidades de inserção no mercado de trabalho buscando assim a sua autonomia e independência financeira. Sabe-se que o trabalho representa um papel importante na vida do ser humano, pois além de beneficiar a auto-estima, ajuda também a parte financeira. Portanto pode-se ver a atuação feminina neste campo como objeto de suma importância.

O empreendedorismo feminino além de representar um marco importante à identidade da mulher, possibilita a inserção de várias organizações no mercado gerenciadas exclusivamente por mulheres. Este fato pode mostrar que as mulheres possuem tanta competência quanto os homens, além de possuir habilidades para alguns serviços específicos, o que tem ajudado também no crescimento do país.

Nesse sentido, esse trabalho tem como propósito destacar a importância do trabalho feminino junto ao meio empreendedor, evidenciando que o mesmo tem ajudado o crescimento socioeconômico da cidade de São Bento – PB. Para o alcance dos objetivos almejados, a presente monografia foi estruturada em 4 capítulos.

O capítulo 1 aborda prévios comentários introdutórios acerca da temática, bem como a problematização, os objetivos gerais e específicos propostos para um melhor esclarecimento do referido tema. Foi também elencado a metodologia aplicada com base na população; ficando exposto que algumas empresárias tiveram dificuldades em responder o questionário. Neste capítulo está inserida a justificativa para o tema escolhido onde a mesma deixa evidente alguns problemas enfrentados pelas empresárias no empreendimento em que atuam.

O capítulo 2 elenca a fundamentação das teorias apresentado para a materialização da problemática, apontando aspectos peculiares dos fatos estudados.

No capítulo 3 é apresentada a análise de dados, o qual traz os resultados obtidos no estudo, mostrando a relevância do presente trabalho, bem como apontando características importantes das informações pesquisadas.

No que se refere ao capítulo 4, este apresenta as considerações finais do trabalho.

## 1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Considerada a Capital Mundial das Redes, a cidade de São Bento, localizada no alto sertão da Paraíba, é fortemente marcada pela atuação feminina no meio empreendedor do município. A cidade, como qualquer outra de seu porte é influenciada pelo modo particular de desenvolvimento do capitalismo atual, pelo qual favorece a inserção de muitas pessoas no mercado de trabalho através da abertura de novos negócios, o que passa a comandar a reestruturação do espaço da sociedade sãobentense.

Nesse contexto de novos empreendimentos, é fácil observar uma quantidade razoável de mulheres empreendendo, principalmente, na indústria têxtil, o que se mostra como um fenômeno importante passível de investigação.

A escolha do tema resultou, entre outras coisas, do fato de que, o empreendedorismo feminino de São Bento representa, a nosso ver, um exemplo patente das rápidas transformações por que vêm passando o mundo e o Brasil em particular, especialmente a partir do final do século passado. Ressalta-se ainda que neste milênio, a força empreendedora feminina assume um importante papel neste cenário fortalecendo assim, ainda mais os laços econômicos do município.

O empreendedorismo feminino passou a ganhar um novo rumo; as mulheres frente às oportunidades oferecidas; adentram ao mundo dos negócios, conseguindo assim obter bom êxito neste campo.

Convém explicitar que no ambiente das micro e pequenas empresas é muito grande a presença de empresas criadas por mulheres, evidenciando que as mesmas têm conquistado não somente o campo de trabalho, mas também outros campos, como o da política, por exemplo. As mesmas não somente procuram sua permanência no mercado de trabalho, mas também geram empregos e contribuem para o desenvolvimento socioeconômico de suas cidades e regiões. Assim, buscou-se neste trabalho, responder a seguinte questão problema: quais as práticas de gestão das empreendedoras das indústrias têxteis na cidade de São Bento – PB?

Tenta-se analisar as circunstâncias formais e informais que favorecem a inserção da mulher empreendedora no mercado de trabalho bem como as mesmas gerenciam seus negócios frente a um mercado cada vez mais competitivo.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O empreendedorismo feminino é um fenômeno recente, estudos relacionados ao tema são poucos e a literatura encontrada é escassa e geralmente não faz distinção de gênero, considerando a figura do empreendedor com qualquer indivíduo que diante de uma oportunidade de negócio consegue desenvolver e implementar soluções que supram alguma necessidade identificada no mercado (BARON, 2007). O tema empreendedorismo é bastante discutido na literatura científica, principalmente, nas áreas de Administração, Ciências Contábeis e Economia, no entanto, estudos relacionados as característica distintivas entre homens e mulheres na atuação empreendedora ainda é restrito.

Diante de tal cenário busca-se justificar a escolha do tema, principalmente, pela a percepção no mercado de São Bento do alto índice de mulheres dirigindo negócios no município, bem como a curiosidade de observar como as mulheres empreendedoras conduzem seus negócios.

Este trabalho se justifica ainda, por duas vertentes claras: uma prática e uma teórica. Do ponto de vista prático busca trazer uma reflexão a cerca das práticas empreendedoras adotadas por mulheres que conduzem seus próprios negócios e de que maneira gerenciam seus empreendimentos. Essa reflexão proporcionará um entendimento sobre essas práticas e uma melhor forma de entender a atuação feminina na condução de negócios.

Do ponto de vista teórico, busca contribuir de forma singela com aspectos relacionados às práticas de gestão no contexto do empreendedorismo.

A cidade de São Bento – PB foi escolhida por sua forte tradição no setor têxtil, notadamente, na confecção de redes, o que lhe possibilita utilizar o *slogan* “Capital Mundial das Redes”, e por sua expressiva representatividade feminina na condução desses empreendimentos.

## **1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA**

### **1.3.1 Objetivo Geral**

Descrever as práticas gerenciais das empreendedoras das indústrias têxteis na cidade de São Bento – PB

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

Com o intuito de obter êxito na tarefa proposta pelo objetivo geral desta pesquisa, fixam-se os seguintes objetivos intermediários:

- Traçar o perfil das indústrias pesquisadas;
- Traçar o perfil das empreendedoras do setor analisado
- Relacionar quais os elementos utilizados para a tomada de decisão por essas empreendedoras.

## **1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

### **1.4.1 Quanto à abordagem do problema**

Com intuito a compreender as questões levantadas esta pesquisa se configura como de caráter quantitativo, qualitativa e exploratória. Em relação à perspectiva quantitativa esta se justifica uma vez que a mesma objetiva evidenciar as práticas de gestão adotadas pelas empreendedoras na condução de seus negócios, junto ao meio empreendedor da indústria têxtil da cidade de São Bento – PB. A pesquisa qualitativa busca interpretar os fenômenos atribuindo significados aos mesmos (Sousa, et all, 2007). Ainda segundo o mesmo autor, a pesquisa quantitativa se caracteriza pelo emprego da qualificação no processo de técnicas para o tratamento dos dados.

A pesquisa é também exploratória, pois visa, através da investigação junto às empreendedoras do setor têxtil de São Bento, descrever as práticas por elas adotadas. Com a perspectiva e finalidade de descrever a respeito da atuação feminina no campo de trabalho das indústrias têxteis, o segmento em estudo, a pesquisa exploratória justifica-se, pois segundo Demo (2007) busca a comparação lógica das conclusões entre si, onde se poderia extrair o grau maior ou menor de consistência das informações oriundas da pesquisa.

A pesquisa qualitativa se enquadra com estudo, pois nas análises é preciso uma descrição mais apurada dos dados coletados, enfatizando com os objetivos propostos no trabalho.

### **1.4.2 Quanto aos Fins e aos Meios**

Do ponto de vista operacional, a pesquisa se configurou em outras duas vertentes: quanto aos fins e quanto aos meios (VERGARA 2006). Quanto aos fins a pesquisa também se caracteriza como descritiva que é aquela que se caracteriza no trabalho de coletor dados, sistematizá-los e, a partir daí, fazer uma descrição da realidade. (DEMO, 2007). Para Gil (1999) a pesquisa descritiva tem como objetivo primeiro a descrição das características de uma determinada população ou fenômeno ou estabelecimento entre as variáveis.

Assim, no presente estudo, a característica da pesquisa descritiva adotada compreende a descrição das particularidades de uma determinada população, estabelecendo variáveis entre si. Servem também para dar uma visão nova ao problema, por intermédio de seus

objetivos (LOPES, 2006). Entende-se então que objetivam a explicação de algo, ou as relações causais, buscam informações necessárias para a ação ou predição.

Ainda nessa perspectiva foi utilizada a pesquisa de campo, que para Lopes (2006), é aquela em que se realiza uma coleta de dados através de entrevista, e/ou questionários, observação in loco, para análise de resultados posteriores. Nesse caso, foi realizada a pesquisa nos próprios empreendimentos, podendo assim, o pesquisador, observar algumas informações in loco ao aplicar o questionário de pesquisa.

Quanto aos meios, o estudo utilizou-se de uma pesquisa bibliográfica, buscando as principais fontes já publicadas sobre a temática, bem como uma pesquisa documental, a partir da utilização de documentos e informações pertinentes aos empreendimentos estudados. Entende-se aqui, tanto a pesquisa bibliográfica, quanto a documental, como fontes secundárias de informação, já que as fontes investigadas são resultados de trabalhos já realizados e publicadas por terceiros.

A pesquisa bibliográfica serviu para alicerçar conceitualmente o estudo proposto, já que buscou em referências teóricas já publicadas, desde publicações institucionais, boletins, revistas, livros, dados de pesquisas, dissertações, teses e sites, os conceitos referentes à temática. De acordo com Lopes (2006), "a pesquisa bibliográfica tem como fim fazer do pesquisador um profundo conhecedor do assunto proposto no estudo".

A pesquisa documental, por sua vez, visou subsidiar o pesquisador de informações encontradas em documentação direta ou indireta oriundas de publicações oficiais ou privadas, encontradas em arquivos ou divulgadas em sites, relatórios, dentre outros.

#### **1.4.4 Instrumentos de coleta de dados**

Como instrumento de coleta de dados foi desenvolvido um questionário com 14 questões que foram divididas em quatro blocos diferentes. Segundo Rea citado em Lopes (2006) a elaboração do instrumento de pesquisa ou questionário é um componente crucial do processo de pesquisa.

Assim, o primeiro versavam questões correspondente ao Perfil das Indústrias estudadas. O segundo referente ao Perfil das Empreendedoras. O terceiro bloco de questões

correspondia às práticas de gestão adotadas e o quarto e último bloco relacionado à utilização dessas práticas para a tomada de decisão.

#### **1.4.5 População e Amostra do Estudo**

A referida pesquisa foi realizada de 40 indústrias na cidade de São Bento-PB, devido os dados da Coletoria. Porém, em relação à amostra, Matias-Pereira (2007, p. 74), diz que "é a parte da população ou universo, selecionada de acordo com uma regra ou plano". Nesse caso optou-se pela amostragem não-probabilística por conveniência. A escolha pela amostragem não probabilística foi devido à dificuldade de dimensionar a amostra, pois pela população ser pequena eles criavam resistência para responder o questionário. Sendo assim, não será abordado o segmento de redes de dormir como um todo e sim a análise de apenas uma amostra de (20 indústrias) válidas para todo o estudo.

#### **1.4.6 Tratamento dos Dados**

Para o tratamento estatístico dos dados foi realizada uma análise descritiva. Assim, de acordo com Lopes (2006) a maioria dos relatórios de pesquisa social requer a inclusão de tabelas para resumir ou sintetizar dados. Embora possam ser feitas por meio de programas específicos de computador, assumindo variadas formas de apresentação. No caso específico dessa monografia foi utilizada para tabulação e construção de Planilha Eletrônica Excel da Microsoft.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 O Empreendedorismo

Com a globalização, o capitalismo tornou-se o foco do momento, pois isto tem impulsionado as pessoas ao consumismo excessivo, favorecendo neste caso o desenvolvimento e intercâmbio comercial entre pequenas e médias empresas; sem falar na competitividade, a qual, tem levado muita empresa a procurar conquistar a sua liderança no mercado; adotando até mesmo novas práticas.

Para Dornelas (2008, p.1) “O conceito de empreendedorismo tem sido muito difundido no Brasil, nos últimos anos intensificando-se no final da década de 1990”. Entende-se com isso que alguns fatores devem ter propiciado a intensificação do empreendedorismo para que este tenha conseguido o seu amplo desenvolvimento; logo atualmente o meio, oferece várias oportunidades à criação e sustentação dos novos negócios; e isto tem facilitado o surgimento de novos empreendedores ao mercado. Ainda para Dornelas (2008, p. 5) “O mundo tem passado por várias transformações em curto período de tempo, principalmente, no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que mudaram o estilo de vida das pessoas”.

O homem realmente tem criado várias invenções, com o intuito a beneficiar seu bem estar, e isto tem facilitado e ajudado a sua vida. E uma das maiores invenções tem sido a internet.

Baron (2007, p. 6) afirma que:

[...] o empreendedorismo como área de negócios busca entender como surgem às oportunidades para criar algo novo / novos produtos ou serviços; novos mercados, novos processos de produção ou matéria-prima, novas formas de organizar as descobertas ou criados por indivíduos específicos que a seguir, usam meios diversos para explorar ou desenvolver essas coisas novas, produzindo assim uma ampla gama de efeitos.

De acordo com a perspectiva do autor o empreendedorismo nesses últimos tempos tem desenvolvido de forma acelerada, e isto pode ser atribuído a automação a qual facilita a vida das pessoas e o meio comercial. Nota-se também que o empreendedorismo busca oferecer meios e estratégias a criação de novas oportunidades que venham beneficiar o mundo dos negócios; por meio de investigações, as quais servem para um bom desenvolvimento empresarial de forma organizada e que possa posteriormente render bons lucros.

Entende-se que o empreendedorismo baseia-se em reconhecer a oportunidade para criar algo novo, e obviamente isso não precisa ser meramente um novo produto ou serviço mas sempre pode ser uma oportunidade para desenvolver um novo mercado ou até uma matéria-prima, propiciando assim o desenvolvimento de um novo meio de produção.

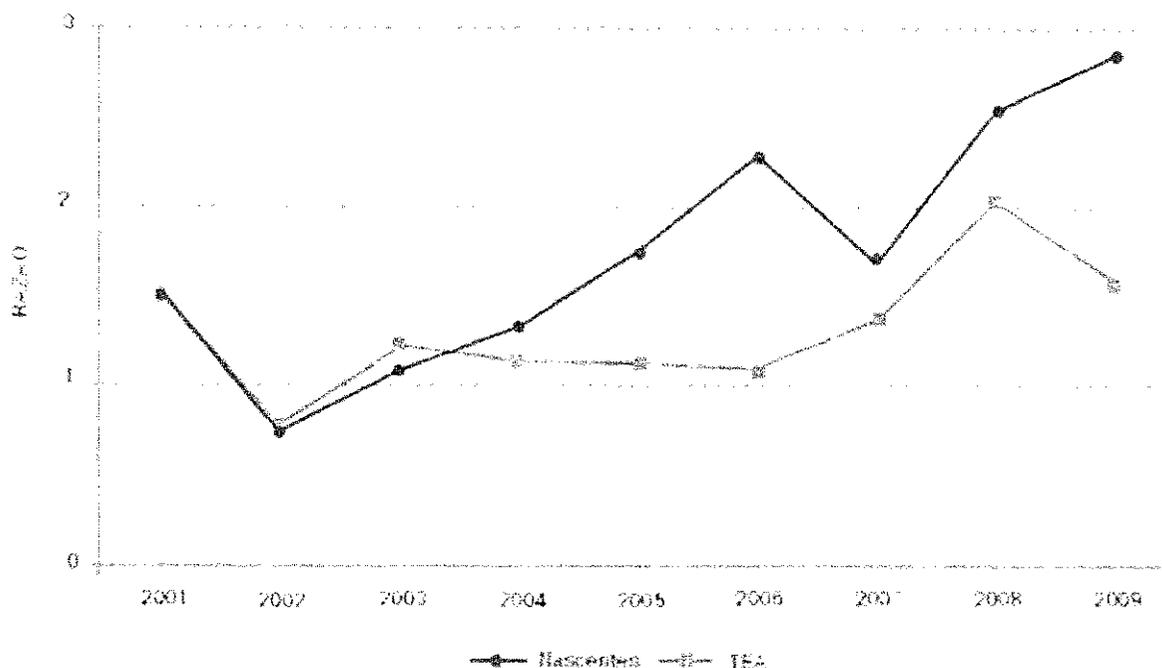
Para Bosma e Levie (2010, p. 23)

Existe um amplo consenso sobre a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico. As características da atividade empreendedora e o perfil de inovação na estrutura produtiva determina a velocidade das mudanças estruturais na economia, estruturais na economia, introduzindo nova concorrência e contribuindo para a produtividade.

Por esta visão entender-se que a atividade empreendedora é amplamente fundamental ao crescimento econômico de um país: esta por sua vez desenvolve-se acompanhando os princípios inovadores podendo atingir a sua liderança de mercado. O mundo empreendedor tem por característica principal tem um perfil inovador em termos de estrutura produtiva e isto torna-se um grande ponto positivo para o seu desenvolvimento.

No que se refere ao surgimento empreendedor, torna-se pertinente evidenciar dois grandes aspectos que viabiliza tal parâmetro; um sendo por meio de uma oportunidade, a qual eventualmente venha surgir com fins oportunizar a inserção ao meio empreendedor, oferecendo assim planos vantajosos em alguns casos vistos como grandes oportunidades. E o outro aspecto sendo por meio de uma necessidade, que em alguns casos é representado pelo fato a substituir alguém que veio a óbito.e não tem outra pessoa indicada a assumir o cargo.

Razão entre empreendedores por oportunidade e necessidade (TEA E NASCENTES)  
BRASIL (2001-2009).



**Figura 1 – Razão entre Empreendedorismo por Oportunidade e Necessidade.**

**Fonte de pesquisa (GEM2001-2009).**

De acordo com esse gráfico pode-se observar entre os empreendedores por oportunidade e necessidade uma redução indo de 2,1 em 2008 para 1,6 em 2009. Ocorrendo então em 2009 uma influência para o aumento da participação de empreendedores por necessidades de negócios novos estando entre estes os empreendedores por oportunidades a grandes negócios e isto faz o empreendedorismo tornar-se necessário e fundamental para o crescimento econômico do país.

## 2.2 O Empreendedor

Com o desenvolvimento e aceleração de várias inovações, o mundo tem passado por várias transformações e isto tem mudado o estilo de vida das pessoas. Obviamente o surgimento de algo novo, ou melhor, de uma invenção é viabilizada pela necessidade e pela busca ao bem estar do ser humano.

Segundo Donelas (2008, p. 5)

Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais que são visionários, questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivações singulares, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.

De acordo com o autor por trás das invenções existem aquelas pessoas que investem, que investem e arriscam naquilo que acredita, tornando-se grandes empreendedores apaixonados por aquilo que fazem, logo são pessoas motivadas e estão sempre buscando o seu crescimento e desenvolvimento.

O autor evidencia que estes empreendedores não se contentam em ser mais um na multidão, mais sim, almejam serem reconhecidos, admirados, referenciados e até mesmo deixar o seu legado, o seu exemplo a ser seguido. Pode-se entender que um empreendedor é aquela pessoa que gosta de assumir risco.

Segundo Ferreira (2000, p. 514) “entende-se por empreendedor “aquele que empreende; ativo; arrojado”. Por sua vez, empreender é definido pelo autor como deliberar-se a praticar propor-se tentar pôr em execução”.

Um empreendedor é aquela a qual tem coragem e enfrenta confiantemente um investimento, procurando assim obter bons lucros.

Também para Almeida e Vasconcelos apud em Santos (2007).

O vocábulo empreendedor foi originado na França, sendo utilizado inicialmente no século V para denominar aqueles que gerenciavam brigas. Logo após, a palavra foi utilizada novamente na França, no século VII, para designar aqueles que assumiam os riscos inerentes a um negócio.

De acordo com os autores o termo empreendedor surgiu há muito tempo, só, que com um designo diferenciado do atual, mas depois a palavra foi empregada permanecendo ainda hoje, com o sentido condizente a que se refere. Então convém esclarecer que ser empreendedor é ser alguém que se arrisque a um negócio, e invista afim de conseguir bom êxito.

Para Vasconcelos, Passos e Lezana (2008).

[...] observa-se que em 1950. O economista austríaco Joseph Schumpeter definiu o empreendedor como sendo o indivíduo (ou grupo de indivíduos) responsável por iniciar, manter e consolidar uma unidade empresarial, orientada para o lucro, através da produção ou distribuição de bens e serviços econômicos.

Nesta visão entende-se que Schumpeter vê um empreendedor como aquele que desenvolve uma atividade como um sinônimo de aventura e pioneirismo, ou melhor um indivíduo ousado procura obter fins econômicos satisfatórios e reconhecimento sociais. Percebe-se que o empreendedor tem um importante função, pois este contribui diretamente para o desenvolvimento econômico de sua comunidade ou até mesmo país.

[...] empreendedor denota alguém que está num negócio por conta própria, que organiza, administra e assume o risco da gestão do empreendimento, ou seja, um indivíduo que efetua aplicações monetárias tendo capacidade de produzir riqueza. Leite apud Santos, (2007).

Segundo os autores Almeida, Vasconcelos e Lezana, empreendedor é aquela pessoa autônoma, que organiza e administra o seu próprio empreendimento, assumindo alguns riscos, que possam influenciar no seu processo de gestão e que ao mesmo tempo emprega e aplica recursos monetários, esperando assim obter bons lucros e produzir riquezas. Para uma pessoa tornar-se um empreendedor requer conhecimento do negócio e do mercado e um conjunto de competências que concernentemente viabilização o sucesso no empreendimento.

Para Dornelas (2008, p. 17) as características dos empreendedores de sucesso são:

Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida, e o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos. Eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator-chave para o seu sucesso. E mais: além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente. Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma idéia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é em realidade [...].

Por esta perspectiva nota-se que um empreendedor é alguém, sonhador que consegue transformar os seus sonhos em realidade e possui uma plena segurança naquilo que se faz. E o mais importante de tudo isto é que, mesmo a frente das diversidades conseguem

contorná-los, sem a maior dificuldade. Possui o controle de todas as situações, e colocam em prática as suas decisões. De acordo com o autor os empreendedores, possuem uma habilidade em conseguir transformar algo abstrato em concreto o que é um dos pontos mais importantes para o seu sucesso logo são pessoas com auto-estima elevada, positivas e que acreditam no seu potencial e obviamente que isto, o ajuda a conseguir tudo aquilo que quer.

Ainda para Dornelas (2008, p. 16) As características dos empreendedores de sucesso são:

Eles adoram o trabalho que realizam. E é esse amor do que fazem o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e auto-determinados, tornando-se os melhores vencedores de seus produtos e serviços, pois sabem como ninguém, como fazê-lo. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso. [...] Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é a consequência do sucesso dos negócios. Os empreendedores têm um senso de liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, formando um time em torno de si.

De acordo com Dornelas os empreendedores possuem características notáveis e uma delas que a mais importante, é o amor, e o apreço aquilo que faz. Outra característica impressionante é que são pessoas animadas com auto determinação. Portanto pode-se realmente notar que os empreendedores conseguem dedicar naquilo que fazem logo possuem, visão, criatividade, e vêem os problemas como oportunidades, enfim possuem todas as qualidades exigidas a um empreendedor. Sua missão não está na concentração de riqueza e sim na busca de atingir ou acrescentar bem estar social. Assim a geração de riqueza é um meio e não um fim em si mesmo. Nota-se que os empreendedores buscam implacavelmente novas oportunidades, são arrojados e investem corajosamente acreditando no seu sucesso. Eles já nasceram para serem líderes conseguem notavelmente o respeito e a valorização por parte de seus funcionários logo, possuem uma capacidade incrível de coordenar as pessoas que o cerca, de forma que estes são envolvidos formando assim um time. Todos os dias surgem novos empreendedores no Brasil.

### **2.3 O Fenômeno Empreendedor**

Empreendedor é um indivíduo aportado de um estímulo de criação notável o mesmo possui uma sensibilidade aguçada possui uma certeza e uma fé que irá conseguir aquilo que está almejando; e isto é, uma característica indispensável a estas pessoas. Os empreendedores

montam seus próprios negócios, organizando-os e administrando-os embora corram riscos mais isto não é visto por estes como obstáculo e sim como estímulo a uma competição.

Os empreendedores criam suas empresas a partir de uma pequena idéia conseguindo assim, ampliá-la e ter bons resultados. O interessante do fenômeno empreendedor é que o mesmo funciona em meio de uma criatividade, e de um estímulo, as pessoas envolvidas a este aspecto, transparecem como se estivessem na corrida ao ouro, depositam a auto-confiança, criam ânimo são arrojadas, investem toda sua coragem; vêem, barreiras a sua frente já premeditam o sucesso.

Então para Leite (2001, p. 169)

O comportamento do empreendedor bem sucedido apresenta algumas características marcantes, como auto confiança e otimismo; capacidade de assumir riscos calculados; responder positivamente aos desafios; adaptabilidade e flexibilidade diante das mudanças; conhecimento dos mercados e do ramo de negócio onde atuam; desejo de ser independente; enérgico e diligente; criativo e com forte necessidade de realização; líder dinâmico (...) com forte senso de iniciativa; perseverante, dotado de excelente percepção e com grande visão para o aproveitamento de oportunidades.

De acordo com o autor percebe-se que um empreendedor possui várias características que o ajudam a conseguir vencer no mundo de negócios, logo este, em momento algum evidenciou fraqueza, desânimo e falta de perspectiva, este tipo de princípio não faz parte de um empreendedor, que busca o seu crescimento socioeconômico. Portanto o candidato ao meio empreendedor não pode ser pessimista.

O fenômeno empreendedor vem aumentando nestas ultimas décadas logo muitos fatores vem influenciando a tal princípio a globalização juntamente com a tecnologia tem sido uma das maiores vias ao empreendedorismo; tudo tornou-se mais fácil a comercialização com o mundo pode ser realizada dentro do próprio lar com a ajuda da web, grandes oportunidades aos novos negócios são facilitados.

Portanto ainda Leite (2005, p. 136).

O horizonte humano mudou com a tecnologia. Se, para os antigos, esse horizonte era fixado em função de quanto um homem podia caminhar ou cavalgar, o horizonte de hoje é fixado pelas tecnologias de informações e comunicações.

Por este ângulo, observa-se que outrora a visão empreendedora do homem era delimitada obviamente que as circunstâncias da época também não colaboravam muito. Enquanto hoje tudo é fácil o transporte é favorável o meio tecnológico influência porém, são estes fatores que propiciam ao surgimento dos novos empreendedores.

## **2.4 Empreendedorismo no Brasil**

Acredita-se que no Brasil teve impulso por volta da década de 90, durante a expansão da economia. Logo houve um período que muitos produtos importados entravam no país; viabilizando o controle de preços mas o mesmo em que isso ocorria gerava-se alguns problemas em alguns setores que não conseguiam competir com os importados como por exemplo os setores de brinquedos e de confecções. Entende-se que o Brasil para adequar-se a tal situação foi preciso aderir ao ritmo dos demais países. Com isso as empresas brasileiras das mais variadas categorias tiveram que se modernizar para competir e voltar a crescer.

Naquele período podia-se observar com tal impacto iniciou uma série de reformas procurando neste caso controlar a inflação e ajustar a economia não demorou muito o país em poucos anos conseguiu adquirir estabilidade planejamento e respeito. Várias notícias emitiam que um novo rumo, ou melhor crescer somente em 2000, onde neste período surgiam várias oportunidades de trabalho.

Segundo Dornelas (2008, p.11) afirma:

O histórico da entidade Softex pode ser confundido com o histórico do empreendedorismo no Brasil na década de 1990. A entidade foi criada com o intuito de levar as empresas de software do país ao mercado externo, por meio de várias ações que proporcionavam ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia.

Por este prisma nota-se que o desenvolvimento econômico do país tomou uma rota via tecnologia, isto proporcionou o rompimento das barreiras comerciais e oportunizou um vasto intercâmbio comercial ente vários países. Neste momento o Brasil ganhou suporte a inserir-se na competição econômica mundial.

Portando atualmente o Brasil segundo o Fórum Econômico Mundial foi considerado um país que mais melhorou em competitividade em 2009, ganhando oito posições entre outros países superando a Rússia pela primeira vez e fechando parcialmente a diferença de competitividade com a Índia e a China; E isto foi ocasionado devido os passos dados desde da década de 90.

Conforme Dornelas(2005, p. 11), "passados 20 anos, pode-se dizer que o Brasil entra neste novo milênio com todo o potencial para desenvolver um dos maiores programas de ensino de empreendedorismo de todo mundo". Esta evidência foi confirmada quanto o governo criou o programa Brasil Empreendedor do governo federal, o qual objetivou a capacitar mais de 6 milhões de empreendedores fazendo assim um amplo investimento.

Também foram criadas ações voltadas à capacitação do empreendedor.

## **2.5 Os Mitos do Empreendedorismo**

Sabe-se que toda sociedade possui seus mitos e suas idéias preconcebidas de algo. E ao meio empreendedor durante muito tempo o meio social tinha idéia de que os empreendedores fossem barões corruptos, que visavam apenas em praticar atos errôneos. Segundo Leite (2002, p. 183) "o estereótipo implacável empreendedor é materializado pela figura dos barões saqueadores que empenhavam-se em praticar atos de sabotagem industrial". A sociedade materializava um empreendedor como implacável sem sentimentos que apenas pensavam em sabotagem a fim de obter grandes lucros. Na atual sociedade. Ainda para Leite (2002, p. 343) "É um mito ou virmos as pessoas afirmarem que existiam indivíduos que já nascem empreendedoras". Convém por esta perspectiva esclarecer, que um empreendedor surge no decorrer de uma caminhada e que qualquer ser humano, pode tornar-se um empreendedor basta adquirir as características necessárias que viabilizem tal aspecto. Os empreendedores buscam vencer não cruzam os braços procuram enfrentar todos os obstáculos, até conseguirem o sucesso almejado. Para Leite (2002, p.184) "Muitos empreendedores bem sucedidos são mais jovens e energéticos do que a população em geral." Obviamente isto é um mito embora essas qualidades possam beneficiar mais isto não pode ser visto como uma barreira ao desenvolvimento do empreendedorismo. Um empreendedor pode ter várias características sem precisar ser meramente jovem basta ter um novo tipo de visão e boas perspectivas a futuros investimentos. Segundo Leite (2002, p.184) "Empreendedores são egocêntricos, geralmente não gostam de delegar e prefere administrar tudo eles mesmos". De acordo com o autor esse tipo de acontecimento

realmente ocorre no início da vida empreendedora os empreendedores vêem o seu trabalho como tudo no seu viver não acredita que outra pessoa terá condições de assumir seu posto de serviço a não ser eles mesmos.

## 2.6 Práticas de Gestão

As práticas de gestão são conceituadas como métodos adotados pelas empresas de acordo com o segmento de suas organizações com o intuito de obter as metas esperadas.

Em cada setor da empresa, pode adotar diferentes práticas de gestão que possam nortear e melhorar o desenvolvimento e os objetivos esperados pela mesma.

Então para Oliveira (1998) afirma:

[...] cada unidade da empresa adota a estrutura que melhor se adapta a sua realidade organizacional, ou seja, cada empresa deve levar em consideração a sua complexidade, para que haja definições claras da distribuição de seu ambiente, onde cada funcionário deve se estabelecer, ocupando somente o seu lugar de trabalho fazendo com que o seu desempenho, aumente, trazendo ao funcionário satisfação pessoal. Essa departamentalização se dá através de atividades inerentes a cada um dos produtos ou serviços da empresa.

De acordo com o autor uma empresa adota um tipo de estrutura que esteja de acordo com os seus parâmetros organizacionais ou seja, serão levados em consideração os seus padrões físicos, econômicos, jurídicos e muitos outros. Para o desenvolvimento estrutural de uma empresa requer que o quadro de funcionários estejam adequadamente cada um no seu devido lugar em um ambiente favorável onde estejam satisfeitos de maneira que possam aumentar o seu desempenho trabalhista. Nota-se então a importância da departamentalização por que por meio desta divisão tanto os funcionários como os clientes sentir-se-ão, em um ambiente favorável.

Segundo Garrison, Noreen e Brewer (2007, p. 10).

Entretanto, as duas últimas décadas têm sido um período de mudanças duras para muitas empresas e seus funcionários. Muitos administradores têm descoberto que modos tradicionais de atuação não funcionam mais e que mudanças grandes precisam ser feitas na maneira pela qual as organizações são geridas e o trabalho é desenvolvido.

Observa-se que devido as grandes mudanças as empresas não podem adotar práticas tradicionais distorcidas dos princípios inovadores os quais com certeza prejudicarão o acompanhamento e desenvolvimento de mercado. Então muitos administradores tem procurado ampliar sua visão, adquirindo uma nova postura administrativa; conseguindo assim viabilizar grandes mudanças no que se refere as novas práticas de gestão.

Williason (1996, 2002) "reconhece a importância de estabelecer o tipo de ambiente onde os agentes atuam e que não pode ser desprezada". Com isto entende que realmente um ambiente de trabalho deve encontrar-se adequado e favorável onde possa oferecer tanto aos funcionários como aos clientes uma boa receptividade.

Gerencia do conhecimento: surge como um novo desafio, repleto de oportunidades e questões, para as organizações da atualidade.

A criação do conhecimento organizacional é um processo interminável que exige inovação contínua com o ambiente competitivo e as preferências do cliente mudam constantemente, então o conhecimento existente logo se torna obsoleto (NONAKA; TAKEUSCHI, 1998, p. 139).

Por esta via entende-se que os princípios inovadores estão continuamente as portas e isto tem acelerado o campo competitivo logo a clientela tem requisitado o novo; forçando então a criação de novos conhecimentos que venham beneficiar o seu bem estar. As empresas tem procurado continuamente adequar-se ao mundo tecnológico, procurando assim satisfazer a procura e a competição do mercado.

A tecnologia também exerce papel importante na transferência de conhecimento. Seu maior papel é estender o alcance e aumentar a velocidade da transferência desse conhecimento. A ferramenta desse conhecimento. A ferramenta WEB é imprescindível em uma organização como condutor e troca de conhecimento. Porém esta tecnologia não cria conhecimento nem pode garantir ou promover a geração de conhecimento em uma cultura organizacional que não favoreça tais atividades. Acrescenta ainda, que a informação e o conhecimento sejam criações essencialmente humanas e que nunca seremos capazes de administrá-los sem que levemos em conta o papel fundamental desempenhado pelas pessoas (DAVENPORT, 1998, p. 5).

De acordo com o autor entende-se que a tecnologia funciona como um meio pelo qual o homem viabiliza o seu conhecimento ou seja, as suas informações e com isso consegue a agilização destas de forma eficaz. Mas observa-se que mesmo em meio aos princípios

tecnológicos a influência ativa do ser humano não é omitida. Convém esclarecer que a tecnologia partiu da criação e conhecimento do homem e com isso é de suma importância a sua participação ao desenvolvimento e surgimento da mesma.

## **2.7 Novos Negócios**

Na construção de um novo negócio, requer previamente uma pesquisa de mercado ou seja, observar as redes de relacionamento afim de trocar experiências, as quais possam subsidiar as ideias previstas. O plano ao novo empreendimento precisa conter objetivos metas e um planejamento que venha rende bons resultados e isso requer uma análise minuciosa. Convém esclarecer que se um empreendedor planejar bem como irá desempenhar o seu trabalho com certeza obterá mais eficiência e segurança na operação do empreendimento.

Segundo Chiavinato (2004, p. 39).

Abrir uma média ou pequena empresa não significa somente empreender um novo negócio, gerar empregos ou fazer girar o enorme círculo da economia nacional. É uma avassaladora onda que envolveu todos os países ricos do primeiro mundo e chega intensamente ao nosso país no esteio criado pelas dificuldades das grandes empresas, nas quais o gigantismo e a burocracia entravam a flexibilidade e agilidade, a inovação e a competitividade.

Nota-se de acordo com o autor que as pessoas abrem suas empresas não visando somente em gerar empregos ou em colaborar para o desenvolvimento econômico do país. Mas para fazerem parte do campo competitivo do mercado o qual tem impulsionado muita gente. Logo pode-se perceber uma onda avassaladora a qual tem envolvido as grandes potências a busca e a criação acelerada de novos produtos ao mercado. E com isso tem gerado uma competitividade não só pelas grandes empresas mas também pelos pequenos e médias empresas.

Para Dornelas (2008, p. 6).

[...] o momento atual pode ser chamado da era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e, novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade. A chamada nova economia, a era da internet, mostrou recentemente e ainda tem mostrado que boas idéias inovadoras [...].

No que se refere aos nossos negócios pode-se constatar que o momento é propício a tal processo logo nota-se que os empreendedores estão conseguindo romper todas as barreiras comerciais e culturais através da automação uma vez que esta oferece agilidade e em curtas distâncias na petição especulação e até mesmo na entrega dos produtos. Entende-se que com a globalização a economia tem dado um grande salto tem oferecido novas propostas de empregos; esta tem conseguido superar vários obstáculos gerando assim ao país novas fontes de rendas e riquezas.

Atualmente não tem sido difícil iniciar um pequeno ou até mesmo um grande negócio basta meramente ter inteligência e coragem para enfrentar o mercado. Um empreendedor iniciante pode apresentar uma proposta para o SEBRAE e conseguir apoio financeiro para criação do seu negócio.

Portanto para Dornelas (2008, p. 71).

O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo o suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio.

Nota-se que o SEBRAE tem sido um grande suporte para aquelas pessoas que almejam iniciar o seu negócio pois estas conseguem apoio, ao apresentarem a sua proposta. E com isso muitas pequenas empresas tem surgido no país. O governo tem procurado ajudar os empreendedores iniciantes subsidiando-os. Ainda para Dornelas (idem idem) "Ações voltados à capacitação do empreendedor, como os programas Empreendedor e Jovem Empreendedores do SEBRAE, que são líderes em procura por parte dos empreendedores e com ótima avaliação". Então baseada nesta perspectiva convém esclarecer que são grandes as oportunidades para se ingressar no mundo dos negócios e isto tem despertado nas pessoas o interesse a iniciarem o seu novo negócio.

O ambiente econômico tornou-se favorável para a criação e manutenção de pequenas empresas. O controle de inflação, aumento do consumo alavancaram o desenvolvimento dos mesmos. Em relação a qualidade do empreendedor houve um aumento de empresários com curso superior e uma maior decisão e preocupação com o planejamento da empresa, o marketing, as relações humanas, etc. (SEBRAE, 2007).

Por esta perspectiva observa-se que vários fatores são influentes a criação e manutenção de pequenas empresas e isto tem favorecido ao desenvolvimento das mesmas; sem falar no aumento de empresários com curso Superior o que tem ajudado o aceleração e crescimento econômico do país. Logo tais empresários são esclarecidos e procuram adequar-se coerentemente nos padrões éticos e dinâmicos à sociedade; procuram também adotar estratégias e meios os quais venham enriquecer a forma desempenhada de trabalho dentro das empresas.

## **2.8 A Mulher Empreendedora**

No surgimento de novos negócios as mulheres também ganham destaque neste cenário e com isso as atividades empreendedoras das mesmas têm crescido no mundo todo e principalmente na cidade de São Bento e na proporção em que essas têm mostrado um amplo desenvolvimento junto ao mundo empreendedor tem gerado alguns questionamentos uma vez que tal princípio é um desafio aos olhos de muita gente.

Segundo Cassol e Hoeltgebaum (2007, p. 4)

O interesse por estudos relacionados à atividades empreendedora das mulheres tem crescido no mundo todo, na mesma proporção em que tem crescido a participação das mulheres na geração de emprego e renda. O novo papel desempenhado pela mulher na dinâmica econômica e social tem despertado interesse crescente, de forma geral.

Entende-se que vários estudos têm surgido a respeito da interação da mulher ao meio empreendedor focalizando assim o seu crescimento e a sua colaboração a oferta de emprego e geração de renda tanto a cidade como ao país.

E baseado nesta perspectiva a mulher tem conseguido romper as barreiras tradicionais as quais direcionam que seu papel era de meramente restringir-se a ser uma dona do lar.

Atualmente a colaboração feminina ao desenvolvimento do mercado tem sido de suma importância.

Para o Global Entrepreneurship monitor (Gem, 2007.p.4)", estudo que mede as taxas do empreendedorismo mundial. Neste estudo as mulheres brasileiras ocuparam o 7º lugar, no ranking mundial como mais empreendedoras, com uma taxa de 12,71% (aproximadamente 8 milhões). Baseado neste relatório observa-se que as mulheres realmente tem conseguido uma boa colocação no liderança de mercado conseguindo assim superar a liderança masculina em algumas situações.

Considerando essas questões, o número de empresas criadas por mulheres tem alcançado uma sobrevivência maior do que a media de arda dos novos empreendimentos. Muitos autores acreditam que estas experiências bem sucedidas de negócios estão intrinsecamente ligadas a forma de liderar das mulheres (MACHADO, 1999).

O autor considera que são muitas as empresas criadas por mulheres e estas tem conseguido sobreviver comparando assim a outros. Nota-se muitos autores atribui tal êxito à forma em que as mulheres lideram seus negócios. Por esta perspectiva observa-se que a classe feminina dispõe-se de algumas qualidades, as quais influenciam ao seu bom empenho aos negócios.

Na Cidade de São Bento, muitas mulheres tem procurado tomar-se empreendedoras logo o lugar oferece espaço e campo para tal desenvolvimento uma vez, que a cidade desça-se na produção têxtil viabilizando então várias ofertas de trabalho. E com isso as mulheres tem se empenhado na produção e negociação das redes de dormir. Mas o comercio também conta com outros empreendimentos os quais ajudam ao desenvolvimento econômico do município.

Nas segundas-feiras existe a feira da pedra a qual, conta com a presença de camelôs e entre estas as mulheres também encontraram-se inseridas participando assim do campo competitivo de mercado; logo a cidade conta com a presença de cliente circunvizinhos o que favorece a uma ampla comercialização.

Observa-se que as mulheres têm buscado a sua independência financeira e estão conseguindo obter sucesso portanto em uma previa análise em comparação mulheres e homens concluem-se:

<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>
Lógicos	Intuitivas
Racionais	Emocionais
Agressivos	Dóceis
Competitivos	Cooperativas
Independentes	Educadoras.

**Tabela 1 - Comparação entre homens e mulheres. Fonte: Vries, 1997, apud Gonçalves et al., 1982, p. 25 e 26.**

As diferenças do estilo feminino de gestão [...] envolvem características como intuição, a sensibilidade, a criatividade, o detalhismo, a flexibilidade, a disciplina, o maior senso de justiça, a organização, a paciência, a garra e a percepção mais acurada em relação às pessoas e aos negócios.

(BETIOL 2000 apud CAPELLE et al., p. 9).

De acordo com a tabela e Betiol observa-se que as mulheres possuem certas características as quais as tornam eficientes e capazes em relação aos homens e neste caso nota-se que a classe feminina encontra-se em vantagem sobre a classe masculina. Logo as mulheres têm uma grande capacidade de busca e interesse ao seu aprimoramento pois possuem muita criatividade e intuição o que facilita o seu trabalho. E para um bom desenvolvimento socioeconômico certas atitudes devem ser incorporadas porque não se constrói algo sem medir as circunstâncias que o envolve.

### 3 SÃO BENTO E SUA VOCAÇÃO

A cidade analisada por este trabalho monográfico é São Bento na Paraíba que está localizada no alto Sertão do estado na Micro Região de Catolé do Rocha a cerca de 423 da capital João pessoa. Fundada no fim do século XIX através de um morador que habitava a região o qual atendia pelo nome de senhor Antônio Vieira também conhecido por Catôho junto com sua família e alguns moradores de sua propriedade.

A fazenda era conhecida como Cascavel nome decorrente de um sacerdote em direção a cidade de Pombal teve a curiosidade de perguntar o nome da fazenda. Ouvindo Cascavel o sacerdote fez o sinal da cruz e chamou pelo nome do santo protetor das serpentes: São Bento batizando assim o lugar.

Para a prefeitura Municipal (2008, p. 2).

A cidade desenvolveu grande potencial na indústria têxtil, voltada mais para a fábrica de redes de dormir, sendo a maior produtora nacional deste produto confeccionando tanto nas grandes fábricas, como em pequenas tecelagens de fundo de quintal, com a população de 31.000 habitantes, atualmente São Bento exporta redes para todos os Estados do Brasil bem como para a maioria dos países da América do Sul, através de intermediários chamados "corretores", que intensificam a economia.

A economia da cidade desenvolveu-se em torno da indústria têxtil na fabricação de redes de dormir a mesma conseguiu não somente destaque municipal, mas sim nacional e internacional. Por meio de empreendedores formais e informais o comércio das redes conta com os corretores os quais viajam vendendo-as propagando assim a intensificação deste produto tomando-o popularmente conhecida.

A densidade demográfica tem ocorrido de forma acelerada, pois a cidade conta atualmente com muitos imigrantes os quais buscam grandes investimentos e oportunidades de emprego.

Por tudo isso e ainda por contar com inúmeras fábricas de confecções principalmente no setor de redes de dormir percebe-se que a região não possui desemprego devido as várias oportunidades junto ao campo de trabalho.



**Figura 2 – Feira da Pedra**

**Fonte: ROCHA, 2008**

Segundo a Prefeitura Municipal (2008, p. 3).

São Bento tem uma grande movimentação financeira, gerando um dos maiores ICMS do Estado. A prefeitura municipal na atual gestão, visando qualificar os trabalhos dos redeiros e oferecer melhores condições, vai investir juntamente com o governo Federal um milhão e quinhentos mil reais na construção do mercado de redes.

Por esta via, entende-se que o comércio de redes de dormir tem fornecido grandes vantagens econômicas à cidade então a prefeitura tem procurado ampliar esse negócio favorecendo uma melhor infra-estrutura ao crescimento e desenvolvimento deste setor na cidade. Ou seja, a feira da pedra será deslocada para um mercado que comportará todos os empreendedores informais. Logo, estes dependem de um lugar amplo e arejado para poderem desenvolver o seu comércio. A feira da pedra conta também com a presença de camelos e negociantes circunvizinhos que colaboram para desenvolvimento econômico da cidade.

## 4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O objetivo desta seção é descrever por meio de uma análise feita através dos dados da Coletoria com o envolvimento feminino junto ao meio empreendedor. Portanto os resultados da pesquisa serão apresentados a partir das informações obtidas na aplicação dos questionários pelas proprietárias do empreendimento na construção de tabelas para facilitar sua apresentação.

Para efeito de facilitação na compreensão das análises a apresentação dos dados seguirá a seqüência do questionário de pesquisa como enfatizado nos Procedimentos Metodológicos já descritos anteriormente bem como serão resgatados os Objetivos Específicos do trabalho. Assim inicia-se a apresentação com o Perfil das Indústrias estudadas.

### 4.1 O PERFIL DAS INDÚSTRIAS PESQUISADAS

Tabela 2 – Natureza Jurídica

	Freqüência	%	% Acumulado
Empresário (individual)	20	100%	100
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Na tabela 2, observa-se a natureza jurídica das organizações estudadas e de acordo com a coleta de dados conclui-se que 100% das entrevistadas são empresárias individuais, o que neste caso evidencia uma característica peculiar no segmento de suas atividades na cidade de São Bento – PB.

Tabela 3 – Regime de Tributação

	Frequência	%	% Acumulado
Simples Nacional	15	75%	75
Lucro Presumido	2	10%	85
Lucro Real	3	15%	100
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

No regime de tributação, observa-se na tabela 3 que 75% dos entrevistados adotam o Simples Nacional enquanto 10% o lucro presumido e os outros 15% o lucro real. Portanto de acordo com este análise nota-se que a maioria opta pelo simples nacional por acharem que irão crescer no mercado.

Tabela 4 – Tempo em que a empresa exerce as atividades

	Frequência	%	% Acumulado
Até 5 anos	3	15%	15
Entre 6 e 10 anos	5	25%	40
Acima de 10 anos	12	60%	100
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 4 observa-se o tempo a que as empresas estão em exercício. No questionamento feito conclui-se que 15% das empresas existem 5 anos, enquanto 25% encontram-se entre 6 e 10 anos e os 60% declararam estar em exercício a mais de 10 anos. Percebe-se de acordo com os dados coletados que a maioria das empresas são organizações já consolidadas no mercado e conseguem uma capacidade de sobrevivência continuada.

**Tabela 5 – Número de funcionários da empresa**

	<b>Frequência</b>	<b>%</b>	<b>% Acumulado</b>
Até 10 funcionários	9	45%	45
Acima de 10 funcionários	11	55%	55
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 5 são evidenciados o número de funcionários das empresas pesquisadas. Constata-se que 45% possuem até 10 funcionários; enquanto os outros 55% afirmam ter acima de 10 funcionários. Convém esclarecer que empresas que possuem muitos funcionários, isso ajuda na economia da cidade.

**Tabela 6 – Tipos de produtos comercializados**

	<b>Frequência</b>	<b>%</b>	<b>% Acumulado</b>
Redes de dormir	7	35%	35
Redes e Mantas	4	20%	55
Redes, Mantas e Derivados	9	45%	10
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 6 observa-se os tipos de produtos comercializados na cidade de São Bento – PB, nota-se que de acordo com esses dados 35% das empresas entrevistadas trabalham em torno de redes de dormir; enquanto 20% comercializam mescladamente redes e mantas. Os outros 45% mantêm um comércio bem diversificado entre redes mantas e outros derivados. Observa-se que independente dos outros produtos o “carro chefe” da maioria das indústrias pesquisa é a rede de dormir.

Tabela 7 – Abrangência de atuação (foco)

	Frequência	%	% Acumulado
Mercado Local	5	25%	25
Mercado Nacional	13	65%	90
Mercado Internacional	2	10%	100
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Em termos de abrangência de atuação a tabela 7 nos confere que 25%, das entrevistadas atuam no mercado local 65% declaram expandir seus produtos a nível nacional e por enquanto apenas 10% declaram abranger o mercado internacional.

Observa-se neste caso que o comércio têxtil, logicamente direcionado pelas mulheres está atingindo em grande escala todo o país sem falar na possibilidade de um maior reconhecimento internacionalmente.

#### 4.2 O PERFIL DAS EMPREENDEDORAS DO SETOR

Tabela 8 – Cargo do entrevistado (papel)

	Frequência	%	% Acumulado
Administradora	4	20%	20
Gerente	6	30%	50
Empresária	3	15%	65
Empreendedora	4	20%	85
Proprietária	3	15%	100
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 8 torna-se possível observar a percepção das entrevistadas em relação ao seu cargo (papel) na empresa. Nota-se que 20% destas se consideram administradoras 30% são gerentes 15% empresárias 20% empreendedoras enquanto as outras 15% se configuram como proprietárias destas empresas. Evidencia-se neste caso que houve um empate entre as administradoras e as empreendedoras; ficando claro neste caso a percepção feminina de sua capacidade em administrar e empreender ao mesmo tempo.

É importante salientar que as opções foram escolhidas pelas entrevistadas sem a interferência da pesquisadora mostrando desta forma qual o entendimento que cada uma tinha de sua função dentro da organização. Do total das entrevistadas 30% se consideram apenas gerentes de seus estabelecimentos.

**Tabela 9 – Tempo de experiência**

	<b>Frequência</b>	<b>%</b>	<b>% Acumulado</b>
Até 5 anos	5	25%	25
Entre 6 e 10 anos	3	15%	40
Acima de 10 anos	12	60%	100
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 9 torna-se possível observar a percepção das entrevistadas em relação ao seu cargo (papel) nas suas empresas. Nota-se que 20% dessas se consideram administradoras 30% são gerentes; 15% empresárias; 20% empreendedoras enquanto as outras 15% se configuram como proprietárias dessas empresas. Evidencia-se neste caso que houve um empate entre as administradoras e as empreendedoras; ficando claro neste caso a percepção feminina de sua capacidade em administrar e empreender ao mesmo tempo.

Tabela 10 – Qual o seu grau de instrução

	Frequência	%	% Acumulado
Nível Médio Completo	5	25%	25
Nível Superior Completo	3	15%	40
Nível Médio Incompleto	8	40%	80
Nível Superior Incompleto	3	15%	95
Pós Graduação	1	5%	100
Outros (especificar):			
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Quanto ao nível de instrução na tabela 10, observa-se que 25% das entrevistadas possuem o nível médio completo; 15% disseram ter o nível superior completo; 40% evidenciaram ter o nível médio incompleto; enquanto somente 5% têm o curso de pós-graduação. Observa-se que apesar as mulheres com o nível superior são poucas, e isso dificulta em maior desenvolvimento no campo econômico da cidade de São Bento.

#### 4.3 PRÁTICAS GERENCIAIS UTILIZADAS

Tabela 11 – Comparação entre o planejado e o executado

	Frequência	%	% Acumulado
Sim	12	60%	60
Não	8	40%	40
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 11, pode-se notar a contraposição entre o planejado e o executado; as entrevistadas foram questionadas se a empresa faz comparação em relação ao planejado e executado. Foi constatado que 60% destes entrevistados fazem comparação entre o que planejam e o que executam e 40% não fazem. Em relação a esse questionamento, observa-se que mesmo as que responderam positivamente não há o hábito de Planejar ou seja, mesmo tendo afirmado que observam entre o planejado e o executado as organizações não apresentam um Planejamento Formal e sim algumas intenções a serem desenvolvidas. Entretanto, é importante ressaltar que ao menos há uma iniciativa em desenvolver alguns procedimentos antes de se executar determinadas ações com isso torna-se possível obter uma análise da situação em que se encontra a empresa e corrigir as falhas apresentadas, as quais podem afetar o desenvolvimento da organização.

**Tabela 12 – Comparações entre o seu desempenho e o desempenho de outras organizações de características similares**

	Frequência	%	% Acumulado
Sim	8	40%	40
Não	12	60%	60
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 12, o questionamento foi em relação a comparação com o desempenho de outras empresas com características similares. Observa-se que 40% afirmaram que sim, enquanto 60% que não. Neste caso nota-se um número representativo de empresas que não fazem comparações com os seus concorrentes o que mostra claramente a falta de conhecimentos técnicos em práticas de análise da concorrência como elemento importante para a sobrevivência do negócio.

Sabe-se que o processo de comparação do desempenho objetiva manter o empreendimento atualizado pronto a atender os clientes de forma eficaz, procurando tornar-se melhor que seus concorrentes. Logo com o campo competitivo as empresas devem procurar meios que promovam melhores negócios. Portanto devem estar a par das fraquezas dos seus concorrentes para que possam atuar coerentemente e aproveitar as oportunidades que surjam dessa situação.

**Tabela 13 – Controles de Gestão**

<b>Assertivas</b>	<b>Sim</b>	<b>%</b>	<b>Não</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	<b>Total %</b>
Controle de contas a pagar	18	90%	2	10%	20	100%
Controle de contas a receber	19	95%	1	5%	20	100%
Controle de caixa	15	75%	5	25%	20	100%
Controle de vendas	16	80%	4	20%	20	100%
Controle de estoques	15	75%	5	25%	20	100%

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 13 torna-se possível observar os dados a respeito de controle de gestão na cidade de São Bento – PB, notando que 90% das entrevistadas possuem um controle de contas a pagar; 95% possuem o controle de contas a receber; 75% mantêm controle de caixa, 80% possuem controle de vendas, enquanto 75% mantêm controle de estoques. Observa-se, portanto que as empreendedoras utilizam de práticas de controle na gestão de seus empreendimentos.

**Tabela 14- Evolução do Número de Vendas**

	<b>Frequência</b>	<b>%</b>	<b>% Acumulado</b>
Sim	15	75%	75
Não	5	25%	100
Total			

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Na tabela 14, segundo as entrevistados, em relação a evolução no número de vendas, percebe-se que 75%, procuram manter um acompanhamento nas vendas, enquanto 25% responderam que não. Em se tratando de aumento de vendas torna-se importante adotar algumas estratégias, que possam ajudar nesse processo. É importante destacar que ainda existem empreendedoras que não fazem esse tipo de acompanhamento, pois não o

consideram importante para gestão de seus negócios, ou simplesmente não sabem como fazer.

**Tabela 15 – Conhecimento das Potencialidades e Fraquezas dos Concorrentes**

	Frequência	%	% Acumulado
Sim	14	70%	70
Não	6	30%	100
Total			

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Na tabela 15 evidencia-se o conhecimento das potencialidades e fraquezas dos concorrentes conseguindo por esta perspectiva observar que 70% dos entrevistados responderam que sim, tem conhecimento das potencialidades e fraquezas de seus concorrentes, enquanto 30% disseram que não. Esse questionamento traz uma contradição nas práticas realizadas pelas empreendedoras entrevistadas, pois quando perguntadas sobre se a empresa faz comparações entre o seu desempenho e o desempenho de outras organizações de características similares (Tabela 12) 60% afirmaram que não fazem. A observação sobre as potencialidades e fraquezas dos concorrentes passa necessariamente pela observação do negócio concorrente. O que mostra uma certa contradição nas respostas.

**Tabela 16 – Previsão de Vendas e Previsão de Despesas**

	Frequência	%	% Acumulado
Sim	7	35%	35
Não	13	65%	100
Total			

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 16, pode-se observar a previsão de vendas e despesas. Portanto o referido resultado obtido foi o seguinte 35% disseram que sim, que realmente conseguiram fazer

previsões enquanto 65% disseram que não. De acordo com esses dados nota-se que a maioria das entrevistadas, não tem o hábito de planejar.

**Tabela 17 – Observação dos Prazos de Vendas**

	Frequência	%	% Acumulado
Sim	15	75%	75
Não	5	25%	100
Total	20	100%	

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Em observação aos prazos de vendas a tabela 17, mostra que 75% disseram observar os prazos das vendas enquanto 25%, afirmaram que não observam. Aqui mais uma vez é constatada a prática de gerenciamento do dia-a-dia da organização focados em práticas mais operacionais de gestão em detrimento de práticas de caráter tático ou estratégico.

**Tabela 18 – Práticas Gerenciais Utilizadas pelas Empresas**

Práticas Gerenciais	Sim	%	Não	%	Total	Total %
Bom conhecimento do mercado onde atua	18	90%	2	10%	20	100%
Aproveitamento das oportunidades de negócios	17	85%	3	15%	20	100%
Empresário com persistência ou perseverança	19	95%	1	5%	20	100%
Reinvestimentos dos lucros na própria empresa	16	80%	4	20%	20	100%
Uso de capital próprio	20	100%	0	0%	20	100%
Criatividade do empresário	13	65%	7	35%	20	100%
Boa estratégia de vendas	18	90%	2	10%	20	100%

Capacidade de liderança do empresário	18	90%	2	10%	20	100%
Capacidade do empresário para assumir riscos	19	95%	1	5%	20	100%

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

Na tabela 18, refere-se às práticas de gerenciamento. Portanto verificou-se que 96% das entrevistadas possuem um bom conhecimento de mercado onde atuam; 26% esclarecem que aproveitam as oportunidades de negócios; 94% responderam que se acham perseverantes e persistentes no comércio; 78% procuram novos reinvestir em seus negócios; 100% trabalham com o seu próprio capital; 65% acham-se criativas como empresárias; 90% atribuem desenvolvimento de sua empresa, as boas estratégias adotadas; 90% garantem sua capacidade como empresária; 95% disseram possuir capacidade no que se confere em assumir riscos. Foi possível observar na aplicação do questionário a falta de clareza e perspectiva por parte das entrevistadas na hora responderem aos questionamentos requisitados.

É possível notar certo empirismo na gestão das empresas, pois os resultados apresentados se contradizem se comparados a outros questionamentos realizados. Entretanto, os índices alcançados mostram que as empreendedoras adotam muitas práticas interessantes, mesmo sem saber que as fazem.

**Tabela 19 – Situação Apresentada na Empresa**

<b>Assertivas</b>	<b>Sim</b>	<b>%</b>	<b>Não</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	<b>Total %</b>
Os planos descritos e elaborados pela administração direcionam as atividades desenvolvidas pela empresa	17	85%	3	15%	20	100%
A empresa oferece seus produtos de modo diferente e melhor que os concorrentes.	13	65%	7	35%	20	100%
A empresa observa as mudanças que	16	80%	4	20%	20	100%

ocorre no estilo de vida de seus clientes e observa as mudanças mercadológicas de oferta de seus produtos.						
A empresa sabe por que seus clientes estão comprando, motivados pelo benefício e características de seus produtos.	18	90%	2	10%	20	100%
A empresa realiza contatos de pós-venda aos clientes.	13	65%	7	35%	20	100%
A empresa responde rapidamente a reclamações e substituições de produtos com defeitos, caso o cliente apresente descontentamento.	19	95%	1	5%	20	100%
A empresa realiza pesquisa de satisfação de seus clientes.	20	100%	0	100%	20	100%
A empresa continuamente busca melhorar a venda de produtos em aspectos de apresentação e qualidade.	20	100%	0	100%	20	100%
Os funcionários da empresa empenham-se na realização de suas tarefas, pois sabem que são recompensados com o aumento de seus rendimentos quando a empresa apresenta resultados positivos.	18	90%	2	10%	20	100%
Percebe-se que as atividades desenvolvidas na empresa são	20	100%	0	100%	20	100%

---

realizadas com presteza e atenção por todos os colaboradores.

---

Existe reuniões na empresa visando a melhoria no desempenho profissional dos colaboradores.

17	85%	3	15%	20	100%
----	-----	---	-----	----	------

---

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010

Na tabela 19 traz uma visão panorâmica da empresa. Portanto foi possível observar que 85% das entrevistadas declaram que os planos são traçados pela administração e também executados; 15% disseram que não. Convém esclarecer que uma empresa deve traçar seus objetivos metas e fazer seus planos para que desta forma tenha um melhor desempenho.

Quando perguntadas se a empresa oferece seus produtos de modo diferente e melhor que os concorrentes 65% afirmaram que sim 35% disseram que não. Podemos notar que estas empresárias que responderam que sim estão atentas aos seus concorrentes e tentam de certa forma se diferenciar competitivamente de seus concorrentes

80% evidenciaram acompanhar os princípios inovadores, ou seja, observam as mudanças que ocorre no estilo de vida de seus clientes. Isso é algo muito importante porque mostra uma prática de gestão mercadológica; enquanto 20% responderam que não. Foi possível também observar que 90% afirmam saber por que os seus clientes gostam de comprar seus produtos enquanto 10% responderam não. Este dado nos mostra como as empreendedoras lidam com seus clientes e como conhecem o mercado em que atuam.

Torna-se pertinente esclarecer que um produto deve estar adequado as necessidades dos clientes não se pode vender algo que não os agrada. Foi questionados os contatos de pós-venda e 65% disseram que sim, fazem um trabalho dessa natureza, enquanto que 35% disseram não manterem contato depois da venda. Para que uma empresa consiga caminhar e ter um bom desenvolvimento deve estar sempre em contato com os seus clientes.

A respeito das substituições de produtos com defeitos 95% disseram que fazem substituições de produtos com defeito, e 5% disseram que não substituem. Convém esclarecer que caso uma mercadoria apresentar qualquer problema cabe ao empresário substituí-la imediatamente. Foi observado que 100% das entrevistadas realizam pesquisas perguntando se os seus clientes estão satisfeitos ou não com os seus produtos.

Também foi notado que 100% das entrevistadas garantem que seus funcionários trabalham com bom desempenho, pois são bem remunerados. Sabe-se que uma empresa que não procura reconhecer o trabalho e os esforços de seus funcionários, não conseguirá ir à frente. Em relação ainda a gestão de pessoas observou-se que 90% declaram trabalhar em harmonia com seus funcionários e que sua empresa desenvolve atividades junto aos seus colaboradores. Convém evidenciar que ao desenvolvimento de uma empresa requer uns climas favoráveis onde todos possam estar em harmonia e satisfeitos.

No questionamento feito a respeito se nas empresas das entrevistadas existem reuniões com intuito a melhoria profissional; 85% disseram que sim e 15% disseram que não. Torna-se oportuno trazer a tona que para o desenvolvimento de uma empresa requer um acompanhamento minucioso e, portanto deve-se adotar como uma das práticas gerenciais, as reuniões constantes; que ajudam a um melhor desempenho tanto da empresa como dos funcionários.

#### 4.4 RELAÇÃO COM A TOMADA DE DECISÃO

**Tabela 20 - Recursos Utilizados para dar Suporte às Decisões no Gerenciamento dos Negócios**

<b>Assertivas</b>	<b>Sim</b>	<b>%</b>	<b>Não</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	<b>Total %</b>
Intuição do gestor	17	85%	3	15%	20	100%
Idéias e influências dos clientes	13	65%	7	35%	20	100%
Idéias e influências dos funcionários	16	80%	4	20%	20	100%
Planilhas eletrônicas	7	35%	13	65%	20	100%
Consultas à internet.	1	5%	19	95%	20	100%
Relatórios gerenciais preparados manualmente	15	75%	5	25%	20	100%
As informações gerenciais tentam expressar a realidade do empreendimento.	10	50%	10	50%	20	100%
Relatórios gerenciais informatizados.	5	25%	15	75%	20	100%

---

Banco de dados da empresa.	2	10%	18	90%	20	100%
----------------------------	---	-----	----	-----	----	------

---

Fonte: Pesquisa de Campo, 2010.

A Tabela 20 expõe os recursos utilizados para dar suporte às decisões no gerenciamento dos negócios. Quando perguntadas se elas achavam que tinham intuição como gestoras e 85% responderam que sim e 15% responderam que não. Sabe-se que ao desenvolvimento dos negócios o gestor deve ter novas visões, deve ser alguém que esteja buscando o seu crescimento. Já no que se confere a idéias e influências dos clientes 65% responderam sim e 35% responderam não. Ressalta-se que uma empresa não caminha só; ela depende de seus clientes e para isso esta deve estar de acordo com suas necessidades. Nota-se que 80% das empresárias aceitam idéias e influências dos seus funcionários, enquanto 20% não aceitam. Isto mostra a abertura para novas idéias por parte das empreendedoras pesquisadas.

No questionamento feito se estas empresas adotavam planilhas eletrônicas 35% disseram não e 65% disseram sim. Com isso observa-se a falta de conhecimento das empreendedoras em relação a ferramentas de tecnologia da informação que auxiliem no processo de gestão de suas empresas. Já a respeito da consulta à internet foi observado que 95% disseram que utilizam à internet e 5% disseram não, entretanto não se sabe se esse acesso é relativo a gestão da organização ou pra outros fins.

Em relação aos relatórios gerenciais manuais, 75% dos entrevistados gostam de fazer seus relatórios manualmente, enquanto 25% disseram não. Observa-se que apesar de 95% afirmarem que acessam a internet, 75% preferem fazer seus relatórios manualmente. Ou seja, as organizações estudadas não sofrem pela falta de informatização, e sim, pelo não conhecimento das empreendedoras de ferramentas computacionais que auxiliem no processo de gestão.

A respeito se informações gerenciais expressarem a realidade do empreendimento 50% disseram sim e 50% disseram não; houve neste caso um balanceamento. Também se observa que em relação a banco de dados destas empresas 10% responderam sim e 90% responderam não, o que ficou evidenciado certo despreparo pelas empresárias em relação a tal assunto. Mais uma vez corroborando com a falta de conhecimento das empreendedoras sobre ferramentas de gestão.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo observar quais as práticas de gestão que estão sendo utilizadas pelas empreendedoras do setor têxtil da cidade de São Bento-PB. Os resultados obtidos ressaltam a necessidade de ferramentas que auxiliem as empreendedoras no processo gerencial de seus negócios, principalmente para a tomada de decisão. Talvez o uso ou o não uso de algumas práticas poderá estar ligado a falta de informação e conhecimento dessas gestoras.

Os resultados mostram que as empreendedoras pesquisadas utilizam algum tipo de práticas, porém, não fazem o uso de maneira adequada. Na maioria dos casos observa-se um empirismo na gestão de seus negócios. Isto é fácil de notar quando alguns questionamentos são confrontados o que mostra uma certa contradição nas respostas.

Outro ponto a ser destacado é o pouco uso dos recursos informatizados sem perceber que essas inovações poderiam dar suporte para a tomada de decisão. As empreendedoras entrevistadas já exercem as atividades a muito tempo é fácil observar que as práticas aplicadas por elas de alguma forma estão trazendo resultado para as organizações.

Outro ponto que deve ser levado em consideração é em relação aos controles da empresa em detrimento do planejamento de longo prazo. É possível observar que as empreendedoras estão mais voltadas para os aspectos operacionais do negócio do que questões relativas às estratégias de longo prazo. Observa-se que a gestão do dia-a-dia da organização é uma constante nas práticas desenvolvidas por essas mulheres.

Percebe-se então que no atual contexto, as empreendedoras utilizam certas práticas de gestão. Todavia essa utilização não é sistemática já que fazem uso de maneira aleatória, principalmente agindo de modo intuitivo. Acrescenta-se ainda que talvez o motivo que reflete essa realidade seja a falta de conhecimento que inevitavelmente contribui ao setor em estudo, que a partir desse diagnóstico identifica que poderá oferecer subsídios à melhoria no gerenciamento das atividades desse importante setor.

O presente trabalho objetivou portanto, descrever as práticas de gestão que as empreendedoras do setor têxtil da cidade de São Bento – PB, utilizam na condução de seus negócios. O presente estudo revela que as mulheres empreendedoras são muito envolvidas naquilo que fazem, mesmo diante dos obstáculos.

Percebe-se que as empreendedoras tem suas vidas satisfatória, logo elas procuram obter uma certa independência financeira e o respeito próprio, e com isso as mesmas são reconhecidas e valorizadas o que as proporciona a elevação de sua auto-estima.

## REFERÊNCIAS

BETIOL, M. L. S. **Ser administrador é o feminino de administrador?** In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, Atibaia. Anais... Atibaia: ENANPAD, 2000 apud CAPELLE, M. C. A.; Et al **A gerência Feminina em perspectiva**. Lavras: Congresso de Administração da Universidade Federal de Lavras, 2007, p. 9.

BARON; Shane. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Thomsow Learning, 2007, São Paulo:

BOSMA, N. Sevie, J. **Global Entrepreneurship Monitor**. 2009 – Executive Report. Santiago. Global Entrepreneurship Research Association, 2010.

CASSOL, Neidi Krewer; SILVEIRA, Amélia; HOELTGEBAUM, Marianne. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...Rio de Janeiro, ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.**

CAPELLE Mônica Carvalho Alves, MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes, Brito, Maria José Meneses et al. **Uma análise da dinâmica do poder e das relações de gênero no espaço organizacional**. BAE electron., vol. 3, n. 2, p. jul – dez, 2004.

CHIAVENATO, Adalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2004.

DAVENPORT, T. H.; L. PRUSAK. **Waring Knowledge: How organizations Manoge What They know**. Bostom: Harvard Business Scholl Press, 1998.

DEMO, Pedro. **Metodologia científica em ciências sociais**. – 3. ed. Ver. e ampl. – 11. – reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo transformando idéias em negócios**. José Carlos Assis Dornelas – 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 2008.

FIALHO, Francisco Antonio Pereira; SOUZA, Antonio Carlos; OTANI, Nilo. **Métodos e Técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2000.

GARRISON, Ray H. NOREAN, Eric W. BREWER, Peter C. **Contabilidade Gerencial: Tradução e revisão técnica.** Antonio Zaratto Sanvicente. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

GEM – Global. **Empreendedorismo no Brasil.** Sumário executivo. IBPQ / SEBRAE, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/praticos-gerenciais-de-responsabilidade-social-de-empresas-edesenvolvimento-sustentavel/13671/>(Gersival Alves Pessoa). 17 de abril de 2007, às 01h 11 min.

<http://www.pg.cefetpr.br/ppgep/revista/revista2006/pdf/vol12nr4/vol12nr4art4.pdf>>; acesso em 05.11.2007.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo.** 3 ed. Recife baga;o,564,p2002.

LOPES, Jorge. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas.** Recife: ed. Universitária da UFPE, 2006.

MACHADO, H. V. **Tendências do Comportamento gerencial da mulher empreendedora.** Anais do Enanpod 1999.

MATIAS – Pereira, José. **Manual de Metodologias Científica.** São Paulo: Atlas, 2007.

NOVAKA, S; TAKEUSCHI, H. **Criação do conhecimento na empresa.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

OLIVEIRA, Luiz Martins de. **Controladoria: Conceitos e aplicações.** São Paulo: Futura, 1998.

Prefeitura Municipal de São Bento – PB (2008, p. 3).

ROCHA, Josinaldo, Revista São Bento, **Construindo o futuro**, nº 001. ed. 2008. prefeitura de São Bento.

SANTOS, Maurílio José dos; ALMEIDA, Yêda de Medeiros Bastos de; VASCONCELOS, Íris Eucáris de. **O ensino do intra-empreendedorismo em cursos de graduação em engenharia de produção.** Anais do XXII Encontro de Engenharia de Produção, 2002. disponível em [http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGERP2002\\_TR111\\_1225.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGERP2002_TR111_1225.pdf), acesso em 05.11.2007.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil, 2003-2005.** Brasília: SEBRAE, 2007.

TRIVIÑOS, Augusto N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

Williamson, O. E. **The Theory of the firm as governance structure: From choice to contract.** Journal of Economics Perspectives, v. 16. n. 3, 2002.

VASCONCELOS, Passos Lezana, **Sociedade Educacional Santa Catarina, SOCIESC.**

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração.** 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

## APÊNDICES



**MULHER EMPREENDEDORA: UMA DESCRIÇÃO DAS PRÁTICAS GERENCIAIS DAS  
EMPREENDEDORAS DO SETOR TÊXTIL NA CAPITAL MUNDIAL DAS REDES EM SÃO  
BENTO, PB.**

• **Traçar o perfil das indústrias pesquisadas**

01. Natureza Jurídica

- Empresário (Individual)  
 Sociedade Empresarial Limitada  
 Sociedade anônima fechada  
 Sociedade anônima aberta  
 Outra (especificar): \_\_\_\_\_

02. Regime de Tributação

- Simples Nacional  
 Lucro Presumido  
 Lucro Real  
 Lucro Arbitrado

03. Há quanto tempo à empresa exerce as atividades? \_\_\_\_\_ ano (s)

04. Qual o número de funcionários da empresa? \_\_\_\_\_

05 Tipos de Produtos Comercializados? \_\_\_\_\_

06. Abrangência de Atuação (Foco)

- Mercado Local  
 Mercado Regional  
 Mercado Nacional  
 Mercado Internacional

• **Traçar o perfil das empreendedoras do setor analisado**

07. Qual é o seu cargo/função na empresa?  
\_\_\_\_\_

08. Qual o seu tempo de experiência no setor? \_\_\_\_\_ ano (s).

09. Qual o seu grau de instrução?

- Nível Médio Completo  
 Nível Superior Completo  
 Nível Médio Incompleto  
 Nível Superior Incompleto  
 Pós Graduação  
 Outros (especificar): \_\_\_\_\_

- **Descrever as práticas gerenciais adotadas pelas empreendedoras do setor;**

10. A empresa faz comparações em relação ao que foi planejado e executado?

Sim  Não

11. A empresa faz comparações entre o seu desempenho e o desempenho de outras organizações de características similares?

Sim  Não

12. Marque com um **X** as opções abaixo em relação às práticas de gerenciamento utilizadas por sua empresa.

<b>Controles de Gestão</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
Controle de contas a pagar		
Controle de contas a receber		
Controle de caixa		
Controle de vendas		
Controle de estoques		
Evolução do número de vendas		
Conhecimento das potencialidades e fraquezas dos concorrentes		
Previsão de vendas e previsão de despesas		
Observação dos prazos de vendas		
Bom conhecimento do mercado onde atua		
Aproveitamento das oportunidades de negócios		
Empresário com persistência ou perseverancia		
Reinvestimentos dos lucros na própria empresa		
Uso de capital próprio		
Criatividade do empresário		
Boa estratégia de vendas		
Capacidade de liderança do empresário		
Capacidade do empresário para assumir riscos		

- Relacionar quais os elementos utilizados para a tomada de decisão por essas empreendedoras.

13. Nas afirmativas que seguem indique sua opinião assinalando a opção que a você mais se identifica.

<b>Assertivas</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
Os planos descritos e elaborados pela administração direcionam as atividades desenvolvidas pela empresa		
A empresa oferece seus produtos de modo diferente e melhor que os concorrentes.		
A empresa observa as mudanças que ocorre no estilo de vida de seus clientes e observa as mudanças mercadológicas de oferta de seus produtos.		

A empresa sabe por que seus clientes estão comprando, motivados pelo benefício e características de seus produtos.		
A empresa realiza contatos de pós vendas aos clientes.		
A empresa responde rapidamente a reclamações e substituições de produtos com defeitos, caso o cliente apresente descontentamento.		
A empresa realiza pesquisa de satisfação de seus clientes.		
A empresa continuamente busca melhorar a venda de produtos em aspectos de apresentação e qualidade.		
Os funcionários da empresa empenham-se na realização de suas tarefas, pois sabem que são recompensados com o aumento de seus rendimentos quando a empresa apresenta resultados positivos.		
Percebe-se que as atividades desenvolvidas na empresa são realizadas com presteza e atenção por todos os colaboradores.		
Existe reuniões na empresa visando a melhoria no desempenho profissional dos colaboradores.		

14. Marque com um X as opções abaixo (Sim ou Não) em relação aos recursos utilizados para dar suporte às decisões no gerenciamento dos negócios em sua empresa.

<b>Controles de Gestão</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
Intuição do gestor		
Idéias e influências dos clientes		
Idéias e influências dos funcionários		
Planilhas eletrônicas		
Consultas à internet.		
Relatórios gerenciais preparados manualmente		
As informações gerenciais tentam expressar a realidade do empreendimento.		
Relatórios gerenciais informatizados.		
Banco de dados da empresa.		