

Desafios e oportunidades do empreendedorismo feminino em Araranguá-SC

Challenges and opportunities of female entrepreneurship in Ararangua-SC

Aline Hilsendeger Pereira de Oliveira
Instituto Federal de Santa Catarina
alinep@ifsc.edu.br

Resumo. Face à multiplicidade de papéis desenvolvidos pelas empreendedoras, este artigo propõe discutir sobre os desafios e oportunidades na busca do equilíbrio entre a profissão e a família. A redefinição dos múltiplos papéis desempenhados pelas mulheres empreendedoras revelam um estilo gerencial participativo e cooperativo, introduzindo transformações na cultura organizacional, familiar e pessoal.

Palavras chave: empreendedorismo; perfil; gestoras.

Abstract. In the face of multiple gender roles developed by entrepreneurs, this article aims to discuss the challenges and opportunities in finding the balance between work and family. The redefinition of the multiple roles played by women entrepreneurs reveal a participatory and collaborative management style, introducing changes in organizational culture, family and personal.

Keywords: entrepreneurship; profile; management.

1. INTRODUÇÃO

O setor de confecção no sul de Santa Catarina é impulsionador da economia local possuindo como característica a gerência familiar e tem à sua frente o empreendedorismo feminino na condução destes negócios. Este estudo foi desenvolvido no setor da confecção por ter sido contemplado por uma bolsa de estudos PIBIC-EM do CNPQ¹ para a discente do Curso Técnico de Produção de Moda do Instituto Federal de Santa Catarina, câmpus Araranguá.

1 Bruna Sigwalt Turatti, aluna do Curso Técnico de Produção de Moda, bolsista CNPQ em 2012.

Segundo Dolabela (2008), o empreendedor atualmente é o “motor da economia”, o responsável pelas mudanças e que por meio da inovação dinamiza a economia e promove o crescimento e desenvolvimento socioeconômico. O empreendedorismo é muito mais um perfil pessoal que a execução de uma função do dirigente de uma empresa. Seu papel é tão importante que é considerado um agente transformador da sociedade.

Por seu conteúdo socioeconômico, este trabalho pretende fazer uma reflexão sobre o perfil gerencial das empreendedoras do setor de confecção em Araranguá. Neste sentido, os objetivos específicos deste artigo são conhecer a influência do meio externo no empreendedorismo feminino, quais os papéis desempenhados e as competências técnicas e gerenciais aprimoradas pelas gestoras das empresas de confecção.

2. EMPREENDEDORISMO E SOCIEDADE

Ser empreendedor é sem dúvida ter visão do futuro. O empreendedor está à frente do seu tempo, prevê mudanças e enxerga oportunidades nos acontecimentos, controla suas ações com base no planejamento futuro, segundo Uriarte et al (2007). A palavra empreendedorismo não se restringe apenas ao presente, em ter uma ideia empreendedora e colocá-la em prática, mas também ao amanhã, como continuar empreendendo no mesmo projeto.

Conforme Dornelas (2008), no Brasil, o termo empreendedorismo só se tornou popular a partir do momento que as pessoas passaram a se preocupar em criar empresas que fossem duradouras, o objetivo era inibir os altos índices de mortalidades destes negócios. Empresas que não conseguiram driblar a crise econômica da década de 1990 demitiram seus funcionários e frente a esta situação, muitas pessoas começaram a empreender, mesmo sem muita experiência ou conhecimento na determinada área do empreendimento.

Para Dolabela (2008, p.28), “o empreendedorismo é a melhor arma contra o desemprego”. Corroborando com o autor, Dornelas (2008) afirma que o empreendedorismo tem sido alvo de políticas públicas para o fomento do trabalho e geração de renda, tomando proporções elevadas nas duas últimas décadas.

Para Dornelas (2008, p. 13), há duas definições de empreendedorismo: o de oportunidade e o de necessidade. O primeiro refere-se ao “empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riqueza [...]”. O indivíduo que empreende por necessidade é aquele que busca uma alternativa de trabalho e renda por falta de opção de emprego. A expectativa de sucesso desses empreendimentos é baixa, pois esses negócios raramente são planejados, não resultando em desenvolvimento duradouro para a sociedade em termos econômicos e sociais.

Já Chiavenato (2007, p.11-12) descreve dois tipos de empreendedores: o artesão e oportunista. O primeiro é considerado aquele “que inicia um negócio basicamente com habilidades técnicas e um pequeno conhecimento da gestão de negócios”. Para este tipo de empreendedor as habilidades gerenciais são limitadas, em geral não possuem qualificação profissional para gerir sua empresa. O segundo, o empreendedor oportunista “é aquele que tem educação técnica suplementada por estudo de assuntos mais amplos, como administração, economia, legislação ou línguas. Procura sempre estudar e aprender”. Este último tem se destacado em empresas sustentáveis economicamente.

As definições de empreendedorismo remetem à análise da capacidade empreendedora e esta, por conseguinte, da capacidade do aprendizado e da sustentabilidade gerencial e econômica das firmas. O setor têxtil e de confecções no Sul de Santa Catarina, destacam-se por sua alta empregabilidade e baixo conteúdo tecnológico. Esta dinâmica é observada na micro região de Araranguá, que o baixo grau de conhecimento técnico, caracterizado pela baixa frequência de empreendedores de oportunidade e oportunistas, restringem a inovação (BITENCOURT; CAMPOS, 2008)

Dessa forma, a atuação de empreendedores motivados e capacitados promovem o desenvolvimento econômico e social. O setor de confecção tem grande representatividade na economia local de Araranguá, seu fortalecimento e promoção são condições estratégicas de promoção local.

3. EMPREENDEDORISMO FEMININO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

As atividades das mulheres até os anos 70 eram restritas apenas a cuidar da casa e dos filhos, entretanto com o passar dos anos, elas começaram a se preocupar com a formação profissional, passaram a trabalhar fora para contribuir com as despesas da casa e buscar a realização pessoal (BARBOSA, et al 2011).

As observações realizadas por Jonathan (2005) sugerem que as mulheres empreendedoras e executivas avaliam de igual importância os papéis profissionais, afetivos e de maternidade bem como ao tempo dedicados à elas mesmas. Segundo os mesmos estudos, as empreendedoras não priorizam um aspecto da vida em detrimento de outros, abandonaram a ideia que obter fracasso em uma área compensa pelo sucesso em outra.

A mulher tem ganhado mais espaço a cada dia, seja no convívio familiar ou sociedade, e não seria diferente no mundo dos negócios. O número de empresas abertas por mulheres tem crescido nos últimos anos. Segundo a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012), 49,6% do total dos empreendedores iniciais são mulheres, sendo que as regiões Nordeste e Sul concentram maiores proporções de empreendedorismo feminino (51,8%).

Vários são os fatores apontados como o motivo para iniciar um negócio. Machado et al (2003, p. 6) relata que Pastel (1999) apresenta algumas taxonomias. Primeiro, as mulheres se tornariam empreendedoras por acaso, “elas iniciam os seus negócios a partir de algum hobby que praticavam e, deste modo, não têm objetivos ou planos claros”. A segunda delas é a de que as mulheres se vêem forçadas a começar um negócio por alguma circunstância, como, por exemplo, a morte do marido ou separação. E por fim, as empreendedoras criadoras, que são mulheres que iniciam a empresa por iniciativa própria.

Ao mesmo tempo em que é um avanço na vida das mulheres, o empreendedorismo também trás consequências negativas. A mulher precisa dar conta da dupla jornada, ser empresária e mãe de família. Normalmente, o acúmulo de tarefas gera vários conflitos e desgastes (BARBOSA, et al, 2011). Do ponto de vista psicossocial, as mulheres ao assumirem posições de liderança transpõem o denominado “teto de vidro”, um referencial simbólico

para traduzir o obstáculo enfrentado por elas ao alcançar as posições de executivas. Neste sentido, cumpre observar que, esse rompimento de barreiras da exclusão do trabalho feminino constitui, por si só, um tipo de inovação na cultura organizacional das empresas. (JONATHAN, 2011)

Conforme Mileris (2009), o maior problema enfrentado pela mulher que exerce um cargo de liderança é ter que mostrar sua capacidade de administrar as tarefas de casa e do trabalho. Essa duplicidade de funções exige que as mulheres desempenhem perfis diferentes e a insatisfação em ambas as áreas encerra por ser o sentimento da mulher moderna. Seja qual for o motivo que leva a mulher a empreender, o jeito feminino de administrar tem elevado a taxa de sobrevivência das empresas.

Neste sentido, o *feeling* feminino mostra-se mais propenso ao pensar coletivamente. As mulheres são mais flexíveis e tomam decisões baseadas tanto na qualidade de vida dos colaboradores como nas questões produtivas. A presente análise do perfil das mulheres confeccionistas de Araranguá se orienta a partir do conceito amplo de empreendedorismo e inovação, referindo-se tanto à criação ou gestão de um empreendimento por meio de processos novos ou significativamente melhorados.

De acordo com Souza (2010), normalmente as mulheres tem mais disponibilidade de transmitir os seus conhecimentos. Além disso, tem maior facilidade de formar equipes, está atenta a detalhes e valorizam a cooperatividade. Barbosa (2011) cita Gomes (2004) que relata que a forma de administração da mulher não substitui ou é superior a maneira do homem, e sim complementar, considera que as habilidades feminina e masculina contribuem com o sucesso de uma organização.

Conclui-se que, a multiplicidade de tarefas desenvolvidas pelas empreendedoras é uma fonte de desafios e oportunidades na busca constante do equilíbrio entre esta diversidade de papeis. No contexto feminino, a cooperação e a participação elaboram a sustentação dos empreendimentos por elas criados.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O setor de confecção carece de estudos e de conhecimento sistematizado sobre as diversas relações e características existentes. Este trabalho justifica-se por contribuir socialmente para o entendimento das relações entre trabalho e vida familiar das empreendedoras. Cientificamente, estudos desta natureza fundamentam o fomento de políticas públicas para o desenvolvimento socioeconômico regional.

Esta pesquisa é exploratória, compreendendo a investigação empírica aplicado a um pequeno número de unidades e geralmente sem o emprego de técnicas probabilísticas de amostragem o qual são realizadas análises teóricas e empíricas. (MARCONI, 2008).

O estudo qualitativo foi realizado com três empresárias de Araranguá, definidas pela disponibilidade e conveniência em participar de tal pesquisa. Justifica-se este número de empresas devido à similaridade quanto aos padrões gerenciais, de mercado e quanto ao grau de conhecimento empírico das empresárias. Além disso, outros critérios foram eleitos como participação acionária, desempenho de função administrativa ou executiva na empresa. As variáveis como tamanho das empresas (micro e pequenas) e Código Nacional de Atividade Econômica (CNAE 1412) foram estabelecidos como critérios na escolha das firmas, além da acessibilidade, indicado pela disposição das entrevistadas. (VERGARA, 2007).

Foi aplicada como técnica de coleta de dados, um questionário semi-estruturado que primou pela identificação do perfil das empresárias, sobre as dificuldades e desafios de empreender. O roteiro foi composto por 17 perguntas fechadas e 1 aberta e foram respondidos na presença dos pesquisadores. Inicialmente as empresárias responderam alguns dados da empresa como segmento de moda, tempo de atuação, canais de distribuição e tamanho da empresa. Em seguida, foram solicitados dados pessoais de identificação, formação acadêmica e área de atuação dentro da empresa. As demais temáticas discutidas foram: motivo e influência para empreender, os objetivos iniciais do negócio, a capacitação na área, os desafios e dificuldades para comandar a empresa e o apoio familiar.

Para o tratamento e análise dos dados foram exploradas referências bibliográficas e artigos publicados em torno dos objetivos do estudo para a interpretação e validação dos dados. Após efetuada a “leitura flutuante” (Bardin, 1985) objetivou-se uma análise das referências consultadas confrontando com o caso pesquisado no sentido de compreender as tendências de comportamento, evolução e inovação nos processos gerenciais para tal efeito, a análise de conteúdo foi a técnica utilizada. As categorias de análise foram definidas em Mercado, Motivo para empreender e Perfil gerencial, com vistas a constituir maior similaridade dos dados. Desta forma, enfatizaram-se os aspectos da multiplicidade de papéis exercidos pelas mulheres modernas e da conciliação dos mesmos.

5. RESULTADOS E ANÁLISE

Inicialmente os dados foram organizados e interpretados a partir do referencial teórico consultado. Em seguida, são apresentados os dados obtidos na análise dos questionários de acordo com as categorias apresentadas anteriormente.

A categoria mercado refere-se aos segmentos de moda selecionados e as características de comercialização destas empresas. Todas as entrevistadas confeccionam roupas para o público feminino. As questões sobre o tempo de atuação revelam um potencial de sustentabilidade econômica do negócio, ou seja, foi superado o risco inicial de fracasso, as empresárias possuem mais de 15 anos de atuação no mercado. Os canais de comercialização, a região atendida e o tamanho da empresa complementam esta categoria.

O mercado de atuação das empresas é similar no segmento de moda, duas no segmento *fast fashion* e outra especialmente em moda *plus size*. A região sul do Brasil é comum na comercialização dos produtos fabricados por meio do varejo e apenas a empresária C possui representante comercial. O alto índice de comercialização local pode ser justificado por dois aspectos. O primeiro aspecto está relacionado à proximidade com o mercado consumidor, desenvolvendo-se produtos com base no nicho específico. O segundo aspecto está relacionado ao baixo nível de tecnicidade das empresas pesquisadas, no

que se refere à gestão do *design*. A capacidade de desenvolvimento de novos produtos é limitada à capacidade técnica da produção.

5.1 Caracterização das influências sociais

Jonathan (2005) argumenta que há o desejo de alcançar um equilíbrio entre os múltiplos papéis, ao de vincular os espaços profissional, familiar e pessoal. A percepção destas mulheres da participação e ajuda mútua da família nas atividades cotidianas, contribui para o alcance da satisfação em sustentar tal equilíbrio.

De acordo com a pesquisa realizada em Araranguá, a maioria das mulheres empreendeu por visar uma oportunidade e embora a empresária “A” ter relatado que o motivo para empreender foi o acaso, ela também detectou a oportunidade de um novo mercado, a moda *plus size*.

Conforme o autor Chiavenato (2007), a entrevistada “A” é empreendedora por oportunidade, pois se enquadra em uma das quatro vertentes descritas por ele e relatadas neste referencial teórico: o desenvolvimento de um novo mercado, que é oferecer ao consumidor algo que já existe em outros locais, porém não em seu mercado.

A pesquisa com as empreendedoras araranguaenses vêm de encontro ao que já foi citado neste projeto quando trata das influências para empreender. Para Julien (2010), o ambiente e as experiências da vida contribuem para a iniciativa de empreender. Segundo o autor o contexto social do indivíduo influencia a ação empreendedora, o meio de convivência e a proximidade com outros empreendedores o favorecem. Todas as entrevistadas tiveram como influência a família empreendedora.

5.2 Perfil gerencial

Um ponto abordado na entrevista com as araranguaenses refere-se à formação acadêmica na área. Duas afirmaram não terem formação específica e foram em busca de capacitações para o setor da moda. Já a outra escolheu se capacitar na área administrativa. Para Dornelas (2008), um dos fatores que leva ao sucesso de empreendimento é ter conhecimento na área em que

pretende investir. Segundo o autor citado anteriormente, o desconhecimento do mercado em que se pretende atuar pode fracassar uma ideia brilhante.

Conforme citado no referencial teórico, para Chiavenato (2007), as empresas não são únicas no mundo, elas integram um ambiente que é influenciado por inúmeras variáveis, tais como econômicas, sociais, tecnológicas, culturais e demográficas. Algumas destas influências foram motivos para fazer as empresárias pensar em desistir dos negócios. Para a entrevistada “B”, o pouco capital dificultou no início do empreendimento. Já para a entrevistada “C”, foi a concorrência forte dos produtos importados da China.

Constatou-se com a pesquisa, que o *millieu* inovador não é uma característica encontrada em Araranguá, conforme estudo de Oliveira (2012). Duas entrevistadas relataram contar com apoio do Sebrae para consultorias, porém, sabe-se que o órgão está presente na região apenas duas vezes por semestre, o que dificulta a integração. Em relação a outras entidades que deveriam compor o *millieu* inovador, não há articulações. O empreendedor que pretende investir no município conta apenas com a sua vontade para que o negócio dê certo.

A mulher empreendedora precisa ter ‘jogo de cintura’ para lidar com a dupla jornada, e evitar conflitos e desgastes, como Barbosa (2011) aponta neste referencial teórico. A divergência de ideias e chegar ao consenso com os familiares são os principais problemas enfrentados por duas entrevistadas.

É necessário que a participação da mulher no mundo profissional seja apreendido e contextualizado. A dicotomia entre ascensão profissional e o cuidado com a família continua por permear as relações familiares. Embora as mulheres desejem a independência profissional, sentem-se culpadas por deixar seus filhos pequenos em escolas ou creches. Optando, muitas vezes, pelo seu desempenho profissional ao familiar. (FARIA e BARHAM, 2004)

São evidentes as mudanças na contemporaneidade em relação à participação da mulher no mercado de trabalho, gerando riqueza incremental para a sociedade. Tais mudanças geram impactos nos arranjos familiares, como o adiamento da maternidade e as responsabilidades pelo sustento do lar. Os papéis da mulher e do homem se confundem, surgindo desta nova relação uma outra mais cooperativa e interdependente. As tarefas domésticas bem

como o provento do lar e a educação dos filhos não estão mais condicionadas à participação exclusiva da mulher. Embora, ainda está presente a família tradicional, na qual o pai é o responsável principal pelo sustento da casa e a mãe a dona de casa.

6. CONCLUSÃO

O empreendedorismo é o motor da sociedade, por meio dele regiões progridem ou padecem pela falta de inovação. Este campo dominado quase exclusivamente pelos homens, o deixou de ser no século presente. Alterações nas relações familiares vêm surgindo com a expansão do mercado de trabalho para as mulheres e novos arranjos familiares têm se configurado.

Os múltiplos papéis exercidos pelas mulheres, confirmado com esta pesquisa, indicam a complexa relação entre a maternidade e a mantenedora do lar com a profissional. A elaboração de estratégias institucionais visando a melhoria das condições da oferta do trabalho feminino torna-se crucial para o desempenho das organizações. Segundo Schirmer (1997) apud Simões et al (2012) é emergente que se encontre soluções para a permanência da mulher no mercado de trabalho mitigando os conflitos da conciliação dos papéis exercidos por elas.

A participação da mulher no mercado de trabalho contribui para o crescimento e geração de riqueza das nações. O setor da confecção é relevante como impulsionador da economia de Araranguá e estão à sua frente mulheres empreendedoras. Embora, o setor careça de um sistema de governança que o fortaleça, não diminui sua importância. Torna-se, portanto, importante o fomento de uma estrutura local e de políticas públicas que dêem suporte ao desenvolvimento do trabalho feminino.

Estas estruturas podem ser viabilizadas por meio de um arranjo local e da cooperação entre o setor público e privado. Formando uma rede de benefícios sociais em prol da mulher trabalhadora. Dinamizar a estrutura formal das empresas como redução ou flexibilização da jornada de trabalho incentivará a sustentabilidade das mulheres no exercício de sua profissão. O investimento público e privado na educação infantil e em creches será igualmente benéfico.

A busca pelo equilíbrio das relações mãe, profissional e dona do lar requer ações mais amplas, no nível nacional inclusive, ultrapassando as fronteiras das leis trabalhistas vigentes abrangendo a redefinição dos múltiplos papéis desempenhados pelas mulheres empreendedoras e seus impactos nas diferentes fases da vida familiar.

7. REFERÊNCIAS

BARDIN, BARDIN, Lawrence. *Análise de Conteúdo*. 70.ed. Lisboa, 1991. 229p.

BARBOSA, Felipe Carvalhal. et al. **Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina**: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, Faccamp, v.5, n. 2, mai-ago/2011.

BITENCOURT, Pablo Felipe; CAMPOS, Renato Ramos. Processos de aprendizagem de empresas inovadoras em aglomerações produtivas: uma análise exploratória dos dados da Pintec para Santa Catarina. **Nova Economia**, Belo Horizonte, p. 472-494, Setembro/Dezembro 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007.

D'ADDIO, Priscila, **Perfil empreendedor em alta**.
<http://br.hsmglobal.com/notas/53291-perfil-empendedor-em-alta>. Acesso em abril de 2012.

DOLABELA, Fernando. **Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FARIA, G. S.S., BARHAN, E. J. Uma análise do equilíbrio trabalho e família no contexto brasileiro. **Revista Núcleos**, 3 (1), 33-38, 2004.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. Sumário Executivo. IBPQ/SEBRAE/IEL. 2012. Disponível a partir do [http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9696c98c23d137fd0d8af1300d9742b0/\\$File/4226.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9696c98c23d137fd0d8af1300d9742b0/$File/4226.pdf) (Acessado em 20/05/2013)

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, Conquistas e Qualidade de Vida. **Psicol. estud.** Maringá, v.10, n. 3, dezembro de 2005. Disponível a partir do <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722005000300005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 02 de março de 2013. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-73722005000300005>.

JONATHAN, Eva G.. Mulheres empreendedoras: o Desafio da ESCOLHA fazer empreendedorismo EO Exercício do Poder. *Psicol. clin.*, Rio de Janeiro, v.23, n. 1, de 2011. Disponível a partir do <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652011000100005&lng=en&nrm=iso>. acesso em 02 de março de 2013. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-56652011000100005>.

JULIEN, Pierre-André. **Empreendedorismo Regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

MACHADO, Hilka.Vier. et al. **Organizações**: o processo de criação de empresas por mulheres. *RAE*, v. 2, n.2, jul-dez/2003.

MILERIS, Wilson, **Mulheres na liderança**. Disponível em: <http://www.hsm.com.br/editorias/mulheres-na-lideranca>. Acesso em maio de 2012.

MONTIBELLER, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável**. 2. ed. Florianópolis: Editora UFSC, 2004.

OLIVEIRA, Aline Hilsendeger Pereira de. **CONDIÇÕES PARA ARRANJO PRODUTIVO LOCAL (APL) E SUSTENTABILIDADE AO SETOR TÊXTIL DE ARARANGUÁ-SC**. 2012. 152 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Ambientais, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2012.

SIMÕES, Fatima Itsue Watanabe; Francisco Hashimoto. **Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX**. *Revista Vozes dos Vales*, v. 02 Ano I, out/2012.

SOUZA, Rosana Silva e. **O diferencial da mulher empreendedora**. <http://colunas.revistapegn.globo.com/mulheresempreendedoras/2010/05/05/o-diferencial-da-mulher-empreendedora/>. Acesso em maio de 2012.

URIARTE, Luiz Ricardo. Et al. **O Empreendedor**. Disponível em: <http://intranet.itajai.sc.gov.br/arquivos/sedeer/2007-12-11-17-d41d8cd98f.pdf>. Acesso em abril de 2012.