

Empreendedorismo Feminino: Práticas De Uma Empreendedora No Setor Comercial

Giovana Souza Do Nascimento¹, Wlademir Leite Correia Filho²,
Márcia Ribeiro Maduro³, Orlem Pinheiro De Lima⁴,
Aderli Vasconcelos Simões

¹(Aluna De Graduação Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)

²(Professor Adjunto Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)

³(Professora Associada Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)

⁴(Professor Adjunto Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)

⁵(Professor Auxiliar Da Escola Superior De Ciências Sociais /Universidade Do Estado Do Amazonas, Brasil)

Resumo

A junção de características pessoais e habilidades profissionais capacitam a iniciar e gerir negócios de sucesso, nesse sentido compreender características empreendedoras torna-se essencial em qualquer empreendimento. Esta pesquisa objetiva apresentar empreendedorismo feminino e as características relacionadas às práticas de uma mulher empreendedora. Desta forma o presente trabalho busca suprir a necessidade de compreender as práticas empreendedoras juntamente com características que englobam o empreendedorismo feminino. A metodologia utilizada foi a pesquisa de abordagem descritiva, qualitativa, bibliográfica e de campo, a fim de identificar os conceitos estudados e, conseqüentemente, realizar as análises. Com este fim, foi realizado um censo com uma empreendedora do setor comercial em Manaus-Am. Os resultados corroboram com o objetivo da pesquisa de compreender as características empreendedoras, sendo elas: Liderança, Identificação de oportunidades, persistência, inovação, responsabilidade ao assumir riscos, planejamento e autoeficácia. De acordo com este estudo tais competências são fatores essenciais para que o empreendimento seja bem sucedido.

Palavras-chave: empreendedorismo; empreendedorismo feminino; características; ações empreendedoras.

Date of Submission: 10-11-2024

Date of Acceptance: 20-11-2024

I. Introdução

Nos últimos anos, o Brasil tem experimentado um aumento significativo no empreendedorismo feminino. Em 2024, um relatório técnico do Sebrae sobre o Empreendedorismo Feminino foi divulgado, dessas mulheres, Mais de 10 milhões estão no comando do próprio negócio. Este fenômeno não se limita à busca por independência financeira, mas também revela um crescente desejo por participação no mercado. As mulheres têm se destacado no empreendedorismo conforme as iniciativas que abrangem desde pequenos negócios domésticos até startups inovadoras, elas estão moldando um novo cenário econômico. O aumento da participação feminina no empreendedorismo é um reflexo de uma sociedade que, apesar de ainda lidar com desigualdades de gênero, está se tornando mais receptiva a novas lideranças.

Nesse sentido, entender as características de uma mulher empreendedora é um tema de suma importância na área de empreendedorismo feminino. Essa temática desperta grande interesse de quem deseja compreender as práticas empreendedoras que identificam uma comerciante.

Esta pesquisa objetiva esclarecer o que é empreendedorismo feminino e as características relacionadas às práticas empreendedoras para uma mulher empreendedora. Para Kuratko (2016), o empreendedorismo é o processo de transformar ideias criativas em negócios comercialmente viáveis que combinam a capacidade de planejamento, criatividade e tomada de risco. A arte de empreender compreende identificar, desenvolver e levar adiante uma oportunidade de negócio, criando valor econômico e impacto social.

O empreendedorismo feminino se refere à atividade de mulheres que criam, administram e desenvolvem seus próprios negócios. Nos últimos anos, esse fenômeno tem se expandido, à medida que mais mulheres buscam autonomia financeira, realização pessoal e profissional. O empreendedorismo feminino não apenas desafia estereótipos de gênero, mas também contribui para a economia, gerando postos de trabalho e incentivando inovações. Dentro desse panorama Brush et al, (2020) afirma que o empreendedorismo feminino que refere-se à atividade empreendedora realizada por mulheres que criam, desenvolvem e geram novos negócios.

A abordagem desse tema é relevante, pois de acordo com os estudos de Greene e Litovsky (2020), o empreendedorismo feminino tem ganhado destaque como um motor de crescimento econômico e transformação

social em diversas partes do mundo. No setor comercial, as práticas inovadoras e sustentáveis adotadas por mulheres empreendedoras têm contribuído significativamente para o desenvolvimento do seu negócio.

Compreender características empreendedoras é essencial em qualquer empreendimento, a junção de características pessoais e habilidades profissionais capacitam a iniciar e gerir negócios de sucesso. A problemática desta pesquisa surgiu da necessidade de compreender as práticas empreendedoras juntamente com características que englobam o empreendedorismo feminino.

Para a academia, esta pesquisa se justifica pela necessidade de suprir a escassez de literatura disponível acerca do tema e oferecer contribuições para mulheres empreendedoras. Como também contribui significativamente para o aprofundamento do conhecimento acadêmico, fornecendo uma base teórica sólida sobre suas características. Ao investigar as práticas de mulheres empreendedoras, o estudo revela estratégias eficazes que podem servir de modelo para outras. Além disso, ao destacar as contribuições das mulheres no empreendedorismo, promove discussões sobre igualdade de gênero e inclusão no ambiente de negócios.

Além disso, para a pesquisadora tem se o ganho ao enriquecimento pela compreensão dos aspectos econômicos, sociais e culturais. Portanto, trará o resultado de um estudo que se propõe a investigar as práticas de uma empreendedora no setor comercial, visando entender os fatores que conduzem ao sucesso.

II. Referencial Teórico

Nesta parte deste artigo apresenta-se as bases teóricas que tratam do empreendedorismo, empreendedorismo feminino, e as características empreendedoras. Essas referências fornecem uma base sólida para a análise das características treinadas, permitindo uma compreensão mais aprofundada das dinâmicas envolvidas e a identificação de estratégias estratégicas. Além disso, este referencial teórico permitirá que a pesquisa siga em direção ao alcance dos objetivos propostos, fornecendo um respaldo teórico que permita a elaboração de recomendações práticas e políticas que apoiem o desenvolvimento do empreendimento.

Empreendedorismo

O empreendedorismo existe desde os tempos mais antigos da humanidade, quando surgiram as primeiras iniciativas inovadoras, como a criação de ferramentas para a obtenção de alimentos por meio da caça, com o objetivo de aprimorar as formas de sobrevivência na era pré-histórica (Sonowski, 2018). No entanto, somente a partir de 1770, o termo empreendedor passou a ser usado como referência a alguém que administra uma companhia. O conceito evoluiu de acordo com a transformação da sociedade de uma produção manufatureira e agrária para uma de produção industrial até chegar aos conceitos atuais (Vale, 2014).

O conceito de empreendedorismo começou a ser investigado muito tempo depois do surgimento do empreendedorismo, portanto, a ideia e o conceito não são recentes (Rodrigues; Lopes; Santos, 2022).

Segundo Silva e Arana (2016), o termo empreendedorismo tem sua origem na palavra inglesa “entrepreneur”, que por sua vez deriva de “entreprendre”, uma palavra originária do Francês antigo. Corroborando com este pensamento Degen (2009) a divisão gera duas palavras: entre, que vem do latim inter, que significa reciprocidade, e preneur, que vem do latim prehendere, que tem o significado de comprador. A junção dos dois termos resulta no conceito de intermediário.

O termo empreendedorismo não só passou por mudanças significativas no decorrer dos séculos, como também, passou a assumir um lugar de relevância no cenário mercadológico. Diante de transformações como mudanças nas estruturas industriais, a globalização e a incorporação de novas tecnologias, a pesquisa sobre empreendedorismo teve um crescimento significativo a partir da década de 1990 (Chandra, 2018).

Já em meados do século XX, o empreendedorismo está ligado à inovação. A definição dada por Joseph Schumpeter é:

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo mais geral, um método tecnológico não experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais, ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor. (Schumpeter, 1952 apud Hisrich; Peters, 2004, p. 28).

A teoria do empreendedorismo e o termo empreendedor evoluíram, sendo que o estágio atual fundamenta as visões de diferentes autores. De acordo com Dornelas (2008), no Brasil, os esforços para desenvolver uma mentalidade empreendedora se intensificaram com a criação de organizações como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportar Software (SOFTEX), nos anos 1990.

A partir da década de 1990, o interesse pela temática do empreendedorismo no Brasil expandiu consideravelmente, incentivando um grande número de pesquisas e publicações. A criação de pequenas companhias duradouras e a necessidade de diminuir as altas taxas de mortalidade desses empreendimentos foram os principais motivos que explicam o interesse pelo tema. Assim, o empreendedorismo surge como uma área de discussão que abrange diversas disciplinas que se relacionam para compreender o processo de criação e manutenção de novas organizações (Dornelas apud Vaz et al, 2017).

A pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2022) considera o empreendedorismo de maneira abrangente. Os empreendedores de diversas origens podem ser alcançados com negócios formalizados ou não. Segundo o GEM, o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja ele formal ou informal, seja uma atividade autônoma ou individual, uma nova empresa ou a expansão de uma empresa já existente. A atividade empreendedora começa antes mesmo da criação do empreendimento, sendo chamada de pré-operacional e é caracterizada pela identificação de oportunidades e pelo planejamento da validação da ideia. Estima-se que cerca de 42,2 milhões de indivíduos no Brasil estejam envolvidos na criação de um empreendimento próprio e cerca de 51 milhões demonstrando potencial em empreender.

Empreendedorismo Feminino

Empreendedorismo feminino é a prática de mulheres que iniciam e gerem seus próprios negócios, trazendo suas habilidades, ideias e perspectivas únicas para o mundo corporativo. Esse fenômeno tem crescido significativamente nas últimas décadas, à medida que mais mulheres procuram não somente a independência financeira, mas também a realização pessoal e profissional. Nesse sentido, o empreendedorismo feminino é uma força transformadora que não somente capacitam as mulheres, mas também enriquece a economia e a sociedade como um todo.

As definições de empreendedorismo são iguais para ambos os gêneros. No entanto, o que difere é o modo como o gênero feminino está inserido no mundo e na sociedade, bem como a forma como os agentes sociais envolvidos na construção desse gênero agem. A liderança das empresas por muito tempo foi vista como um papel que era atribuído ao gênero masculino, e somente a ele, uma vez que as mulheres eram consideradas apenas para o âmbito doméstico (Silva Et al, 2019).

Existem desafios específicos, tais como conciliar a vida pessoal e profissional, obter recursos financeiros e contar com a ajuda de grupos de apoio. Segundo Patrick et al (2016) destaca que as mulheres procuram trabalhar independente por diversas razões e podem ter diferentes taxas de êxito, especialmente aquelas casadas que buscam uma maneira de equilibrar os encargos familiares. Contudo, considerando as recentes tendências de autoemprego, acredita-se que as motivações para ser independente podem variar, especialmente entre mulheres casadas e solteiras.

A mulher tem uma importância crescente no mercado. Esse evento tem implicações econômicas, sociais e pessoais, uma vez que a inserção gera renda própria, que elas usam para auxiliar seus familiares. Isso também contribui para o desenvolvimento da autoestima, uma vez que agora é responsável economicamente pelo lar, e não mais o companheiro (Gomes apud Teixeira, 2021).

O empreendedorismo feminino desafia estereótipos de gênero, incentivando a diversidade no ambiente de trabalho e contribuindo para o progresso econômico. No pensamento de Micozzi e Lucarelli (2016), a participação feminina no empreendedorismo contribui para a economia do país, assim como a participação masculina, e exerce um papel crucial na construção de uma nova perspectiva do gênero feminino – o que acaba se tornando um dos fatores mais relevantes, até mesmo mais relevantes que a questão econômica, quando se trata da inserção delas no mercado empreendedor.

Segundo Duarte (2018), o aumento de pesquisas sobre a inserção das mulheres em empreendimentos, aumentando em quantidade, importância e área de atuação. De acordo com Villas Boas (2010), a presença das mulheres pode estar relacionada ao modo como gerenciam. Elas conseguem persuadir o cliente, habilidades sociais, sensibilidade e criatividade, organização, bem como capacidade gerencial de delegar atividades e papéis.

A capacidade gerencial das mulheres é um fator crucial para o sucesso empresarial, assim como o seu papel de líder, desenvolvendo os funcionários da melhor forma possível (Cassol, 2006). Segundo Frankel apud Teixeira (2021), concorda que as mulheres têm naturalmente o espírito de liderança e gerência. A liderança significa arrastar pessoas, mas as pessoas procuram alguém que as motive, influencie, recompense e se aproxime delas de forma afetiva. Essas características conferem às mulheres a liderança na liderança do empreendedorismo mundial – uma vez que esses sentimentos são transmitidos desde a tenra infância.

Para a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2023), a tendência brasileira é que empresas lideradas por mulheres sejam predominantes no Brasil. O estudo aponta que o público feminino, atualmente, é responsável por 54,6% do empreendedorismo potencial, invertendo a posição registrada em 2022, quando a representação masculina teve 55% de participação. Além de mais feminino, o estudo aponta um país com a maior parte de empreendedores e empreendedoras jovens, com até 34 anos, e, na maioria das vezes, pessoas negras e pardas. Primordialmente, independentemente da situação dos empreendedores potenciais, é importante que o país conheça suas características sociodemográficas para pensar em políticas públicas que apoiem esses homens e, especialmente, as mulheres ao longo da jornada que vai desde a ideia até a implementação da empresa (Bedê, 2024).

Acerca do empreendedorismo em potencial, Marco Aurélio Bedê considera que:

Chama atenção, por exemplo, o grupo composto por donas(os) de casa, estudantes e aposentados, representando, aproximadamente, um quinto dos empreendedores potenciais. São informações que nos apontam

para diferentes abordagens de preparação e capacitação para o empreendedorismo, a fim de obter os melhores resultados em relação à qualidade dos empreendimentos criados (Bedê, 2024)

Há dois tipos de empreendedores, os que empreendem por oportunidade e os que empreendem por necessidade, segundo Dornelas (2014). O de necessidade é a abertura de novos negócios que são motivados pelo desemprego, más condições de trabalho ou renda insuficiente, já o de oportunidade é movido pela percepção de uma demanda no mercado. Segundo a pesquisa GEM (2018), no Brasil, a maioria das mulheres se dedica ao empreendimento por necessidade devido. Sobretudo, a todo o histórico de diferenças de gênero.

2.3 Características Empreendedoras

Segundo Richer et al. (2022), É inviável avaliar o perfil empreendedor com base apenas em um conceito, já que o espírito empreendedor pode ser adquirido por meio da vivência, costumes ou atitudes pessoais, os quais são influenciados pelas atividades desenvolvidas, expandidas ou adquiridas por esse indivíduo.

O empreendedorismo é a personalidade criativa, sempre empenhada em lidar com desafios. É possível lidar melhor com o desconhecido, incentivando o futuro e aumentando as chances entre as opções disponíveis. Consequentemente, transformando o caos em harmonia. O empreendedor está sempre fora de si mesmo. O empreendedor investe na percepção, tem conhecimento do que quer e acredita em si mesmo. Ações do presente com foco no futuro, mantendo um compromisso com a excelência (Gerber apud Zambon, 2021).

O espírito empreendedor, aquilo que torna uma pessoa empreendedora, não é um traço de personalidade, mas sim uma característica distinta que permite ao indivíduo comportar-se bem frente a desafios empreendedores, caracterizados por decisões que precisam ser tomadas a partir da incerteza (Drucker apud Castro, 2010).

Características empreendedoras referem-se às características atitudinais de um indivíduo que podem aumentar a sua chance de realizar ações empreendedoras em comparação com outros (Moraes et al., 2018). Neste sentido, características empreendedoras representam as habilidades e traços que um empreendedor precisa para gerenciar um projeto com sucesso (Atiya et al., 2019).

Estudos sobre o empreendedorismo indicam que, em geral, o empreendedor possui uma série de características pessoais e psicológicas, tais como iniciativa, autoconfiança, aceitação de riscos, coragem, capacidade de tomar decisões, reconhecimento de responsabilidades, motivação, perseverança e otimismo (Santiago apud Galvão, 2024).

Como já foi mencionado, não há um padrão definido e diferenciador para um empreendedor, mas sim características que são comuns a esses empreendedores, conforme Bessant e Tidd:

Empreendedores são tipicamente motivados por uma grande necessidade de conquista (o chamado “nAch” – need for achievement), em vez de um desejo comum de ter sucesso. Esse comportamento está associado a risco moderado, não a apostas ou risco irracional (BESSANT; TIDD, 2009, p. 290).

A partir do estudo Schmidt e Bohnenberger (2009), as principais características e definições do empreendedor para a medição de características empreendedoras.

Quadro 1 – Características Empreendedoras.

Característica	Descrição
Auto-eficaz	É a percepção mental de uma pessoa sobre suas habilidades de gerar motivação, recursos cognitivos e treinamentos de ação necessários para exercer controle sobre eventos em sua vida (Carland et al., 1988; Chen et al., 1998; Kaufman, 1991; Longenecker et al., 1997; Markman & Baron, 2003).
Assume Riscos calculados	Pessoa que, diante de um empreendimento pessoal, analisa e relaciona as variáveis que podem influenciar o seu resultado, tomando decisões a partir dessas informações (Carland et al., 1988; Drucker, 1986; Hisrich & Peters, 2004)
Planejamento	Aqueles que se preparam para o futuro (Filion, 2000; Kaufman, 1991; Souza et al., 2004).
Detecta oportunidades	Capacidade de capturar, reconhecer e utilizar eficazmente informações. Conceito abstrato, implícito e em constante mutação (Birley & Muzyka, 2001; Degen, 1989; Markman & Baron, 2003).
Persistente	Capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até mesmo a privações sociais, em projetos de retorno incerto (Drucker, 1986; Markman & Baron, 2003; Souza et al., 2004).
Sociável	Grau de utilização da rede social para suporte à atividade profissional (Hisrich & Peters, 2004; Longenecker et al., 1997; Markman & Baron, 2003).

Inovador	Pessoa que relaciona ideias, fatos, necessidades e demandas de mercado de forma criativa (Birley & Muzyka, 2001; Carland et al., 1988; Degen, 1989; Fillion, 2000).
Líder	Pessoa que, a partir de um objetivo específico, influencia outras pessoas a adotarem. (Fillion, 2000; Hisrich & Peters, 2004; Longenecker et al., 1997).

Fonte: Schmidt & Bohnenberger (2009, p. 6)

De acordo com Kruger e Ramos (2020), uma característica recorrente entre os participantes do empreendedorismo é o dinamismo em seus comportamentos, o que torna possível descrever o comportamento empreendedor de diferentes maneiras.

Por fim, segundo Chiavenato (2012), as características fundamentais do empreendedor são a necessidade de realização pessoal e profissional, a disposição para assumir riscos e a confiança no trabalho. O empreendedor tem como objetivo alcançar as suas metas e alcançar os seus objetivos, o que lhe proporciona uma grande satisfação. A necessidade de realização estimula o esforço para superar obstáculos. Além disso, o empreendedor está ciente das incertezas do caminho e aceita correr riscos, reconhecendo que erros são oportunidades de aprendizado e crescimento. A confiança nas próprias capacidades e decisões é crucial, pois inspira tanto a equipe quanto os investidores, criando um ambiente propício à inovação e ao sucesso. Juntas, essas características constituem a essência do espírito empreendedor.

III. Metodologia

A presente pesquisa utilizou o método descritivo, com uma abordagem qualitativa, bibliográfica e de campo contando com dados primários coletados por meio de entrevista com a gestora da empresa e dados secundários obtidos por meio de literatura publicada.

Segundo Prodanov (2013), a pesquisa descritiva é uma das classificações da pesquisa científica, que tem como objetivo descrever as características de uma população, um fenômeno ou experiência para o estudo realizado. É responsabilidade de o pesquisador investigar, examinar, registrar e interpretar os eventos do mundo físico, sem interferência ou manipulação.

A abordagem escolhida foi a qualitativa, uma vez que é descritiva, não requer métodos estatísticos e o pesquisador tem contato direto com o ambiente e o objeto de estudo.

Para Minayo (2013), o método qualitativo de pesquisa se concentra no nível subjetivo e relacional da realidade social, levando em conta a história, significados, motivos, crenças, valores e comportamentos dos indivíduos envolvidos.

Em relação aos procedimentos técnicos, (Prodanov, 2013) afirma que é a forma pela qual coletamos os dados necessários para a realização da pesquisa, sendo necessário estabelecer um modelo conceitual e operacional. Assim, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, uma vez que foram buscados materiais já existentes. O objetivo principal é introduzir o pesquisador em contato direto com todo material já publicado sobre o tema em questão. A pesquisa de campo foi empregada para obter dados e/ou conhecimento sobre um problema que buscamos uma resposta. Foram coletados dados e registradas as variáveis que se suponha relevantes para análise.

A coleta de dados foi feita na fonte de forma direta, de acordo com os apontamentos de Prodanov (2013), e ocorreu nos dias 10 a 25 de setembro de 2024.

O público-alvo foi a empreendedora do ramo do comércio de acessórios artesanais situada em Manaus/Amazonas, sendo realizada entrevista com a gestora e/ou proprietária do empreendimento.

As informações para a realização desta pesquisa foram coletadas através de uma entrevista com um roteiro semiestruturado.

O roteiro da entrevista é baseado em uma adaptação de roteiros já usados por outros pesquisadores, como Prado et al (2020). Foram feitas as seguintes perguntas:

Qual sua trajetória empreendedora? Qual a motivação ao criar a empresa? Quais características pessoais você acredita que são fundamentais para ser uma empreendedora de sucesso? Como você lida com a incerteza e o risco no seu negócio?

Quais habilidades você teve que desenvolver ao longo do tempo para manter o negócio competitivo? Quais práticas empreendedoras você possui? Qual a importância de buscar o conhecimento para seu negócio? Qual a importância da sua liderança para o empreendimento? Como você enxerga o futuro do seu setor e o papel do seu negócio nesse cenário?

IV. Resultados

Em entrevista com a empreendedora proprietária de um e-commerce de acessórios, obteve-se as seguintes informações chaves referente as características empreendedoras que demonstraram, como a identificação de oportunidades, a liderança, a inovação, a resiliência e a capacidade de adaptação, são

fundamentais para orientar suas ações no empreendimento. Essas capacidades não apenas facilitam a tomada de decisões como também para a superação de obstáculos e fracassos, assim como inspiram a equipe e atraem clientes, o que contribui para o crescimento sustentável do e-commerce.

Quanto a sua trajetória ao empreendedorismo em que envolve o desenvolvimento de uma visão, a identificação de oportunidades e a superação de obstáculos ao longo do caminho. Segundo Dornelas (2016), os empreendedores passam por diversas etapas cruciais: criação da ideia, planejamento, implementação e consolidação no mercado. Cada uma dessas etapas apresenta desafios singulares, exigindo do empreendedor perseverança e capacidade de adaptação para superar as dificuldades que surgem.

Empreendedora entrevistada “No período do ensino médio, vi a necessidade de conquistar a minha independência financeira, comecei vendendo minhas roupas em brechó, logo após me encantei com o mundo do empreendedorismo e enxerguei uma oportunidade única de unir algo que eu gosto que me geraria dinheiro, produzir acessórios artesanais”.

Segundo Degen (2009), ao criar um destino, que lhe permita flexibilidade de horários, realização pessoal e uma boa recompensa financeira, os empreendedores assumem riscos ao longo desse novo empreendimento. A iniciativa e a busca de oportunidades tornam-se capazes de se antecipar aos fatos e criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços (Sebrae, 2024).

Quanto a sua motivação para criar o seu negócio, a paixão por um produto, serviço ou causa específica também pode ser uma forte motivação para empreender. Segundo De mol et al (2020) isso se deve ao fato de que os sentimentos e as emoções têm sido cada vez mais reconhecidos como parte integrante dos empreendimentos e como impulsionadores fundamentais para o sucesso em empreendimentos novos.

Empreendedora entrevistada “A realização pessoal de construir algo novo e a busca de autonomia profissional e financeira”.

A resposta da empreendedora revela sua motivação ao querer criar seu empreendimento e Biazon (2018), explica que a motivação empreendedora é a vontade de correr o risco de realizar uma ação de empreender, associada a uma recompensa, de acordo com a percepção de sucesso do empreendedor. Essa motivação pode se dar por dois motivos principais: Empreendedores por oportunidade ou Empreendedores por necessidade.

Corroborando Dolabela (2010), responde a importância de se tornar um empreendedor e afirma que é melhor ser cabeça de sardinha do que rabo de tubarão.

Quanto às características pessoais que são fundamentais para ser uma empreendedora de sucesso. As características, traços e maneiras de agir mais comuns entre os empreendedores estão na determinação, dinâmica, organização, comprometimento, persistência e autoconfiança (Dornelas apud Silva et al, 2020).

Empreendedora entrevistada “É muito importante tomar a iniciativa, entender que pode dar errado, mudar, ter coragem de arriscar, ser dedicado, líder e apaixonado pelo que faz”.

Nesse sentido, diversos autores também destacam características como coragem, criatividade, inovação, autonomia, experiência, desejo de independência, know-how e motivação (Crespan et al., 2009). Essas qualidades são essenciais para enfrentar os desafios do empreendedorismo e alcançar o sucesso.

Lidar com a incerteza e o risco é uma parte fundamental da jornada empreendedora. Segundo, McMullen e Shepherd (2006) afirmam que empreendedores bem-sucedidos são aqueles que conseguem tomar decisões rápidas em ambientes incertos, muitas vezes com informações limitadas.

Empreendedora entrevistada: “Primeiramente, ser empreendedor é lidar com a incerteza e o risco no negócio. É importante estar disposto a se adaptar rapidamente a novas situações, possuir planejamentos estratégicos e uma boa saúde financeira”.

Jong (2011) também destaca que, se você não arrisca nada, o risco é ainda maior. Assim, ser empreendedor não se resume apenas à criação e ao gerenciamento de um negócio, mas envolve aceitar os riscos financeiros e pessoais associados. Isso significa identificar necessidades de mercado e desenvolver soluções para atendê-las (Sebrae, 2021). Portanto, a capacidade de enfrentar incertezas e gerenciar riscos é crucial para o sucesso em um ambiente de negócios dinâmico.

Para manter uma empresa competitiva, é crucial aprimorar as habilidades ao longo do tempo. Porter (2009, p. 43) sustenta que a essência da estratégia é escolher executar as mesmas tarefas de forma diferente ou focar em tarefas diferentes em comparação com os concorrentes.

A empreendedora entrevistada enfatiza essa necessidade ao dizer “Eu precisei aprender a me adaptar constantemente, principalmente a me integrar às novas tecnologias, métodos de gestão mais eficientes, ao marketing que hoje em dia é essencial”.

Seguindo esse pensamento, Hoffman e Casnocha (2019) acrescentam que a vantagem competitiva é composta por três forças distintas: recursos, aspirações, valores e realidades de mercado. Assim, quando um empreendedor combina produtos e gestão de excelência, ele também é capaz de construir um forte senso de missão e propósito para seu negócio (Flávio, 2014, p. 80). Essa combinação de habilidades, adaptação e visão estratégica é fundamental para se destacar em um mercado em constante evolução.

Um empreendedor de sucesso deve adotar práticas eficazes para navegar pelo mercado, inovar e liderar com competência. Essas práticas são essenciais para tomar decisões estratégicas e promover um crescimento sustentável.

A empreendedora entrevistada ressalta que “Essas práticas me ajudam a navegar pelos desafios do mercado, A resiliência e a persistência foram fatores decisivos para mim, de modo que me ajudassem a enfrentar os obstáculos logo no início do meu negócio”.

De acordo com Silva (2016), a mentalidade empreendedora inclui criatividade, resiliência e a capacidade de transformar desafios em soluções inovadoras. Essas habilidades são cruciais, já que é preciso aprender com os equívocos e superar os obstáculos que surgem ao longo do caminho. Assim sendo, desenvolver uma mentalidade empreendedora e adotar atitudes proativas não apenas capacita o empreendedor para enfrentar obstáculos, mas também é crucial para alcançar êxito no competitivo mercado de negócios.

A busca constante por conhecimento é fundamental para o sucesso de um empreendimento, exigindo investimento em si mesmo e em seus projetos. Os resultados positivos surgem após um período de dedicação e esforço contínuo.

Empreendedora entrevistada: “No início foi muito difícil, pois eu iniciei sem experiência e conhecimento algum, fui fazendo as “coisas” conforme o ritmo ia seguindo. Após um tempo, vi que não havia saído do lugar e precisei correr atrás de empreender com conhecimentos mais técnicos, somando com a experiência que já havia adquirido”.

O início de um empreendimento nunca é fácil, exige busca de conhecimento e mudanças, através disso, Flávio (2014) fala que é necessário começar vendendo seu tempo, mas se quiser mais da vida, pense fora da caixinha e venda seu próprio produto ou serviço. Agora, se desejar subir mais alguns degraus, conquiste o patamar que o tornará apto a vender ações de sua companhia. Venda 1%, 20%, 50% ou até 100%, de acordo com a melhor estratégia. Aliás, sempre vale a pena lembrar que o prêmio máximo de um empreendedor é ver o seu empreendimento sendo reconhecido pelo mercado a ponto de ser comprado.

Quanto à importância de liderança para o seu empreendimento, empreendedores que possuem características como liderança e motivação são capazes de inspirar suas equipes, gerando um ambiente de trabalho positivo e produtivo. Segundo Lacombe (2018) a liderança consiste em conduzir um grupo de indivíduos, influenciando seus comportamentos e ações para alcançar objetivos e metas de interesse.

Empreendedora entrevistada “promover o engajamento e a colaboração entre os membros da equipe e se tornou essencial para o sucesso do negócio, quando eu entendi que a ajuda é essencial e a centralização de funções e de poder me desgastam bem mais”.

Seguindo este mesmo pensamento, Sebrae (2021) resume ao processo que tem como objetivo transferir tarefas operacionais e, até mesmo, mais simples para outras pessoas. Isso torna os empresários mais focados na gestão do seu negócio do que na sua execução.

A capacidade de compreender o que deseja e agir de forma eficaz é a principal característica que define o empreendedorismo. As metas são o motor que impulsiona a mudança do "status quo" e estimula a realização de desafios.

Conclui-se que unir as características empreendedoras ao negócio é essencial para garantir o sucesso e o crescimento sustentável de qualquer empreendimento. Essas características são comportamentos, atitudes e habilidades que, quando aplicadas diretamente ao negócio, geram resultados positivos na operação, inovação e na capacidade de enfrentar desafios. Características como iniciativa, criatividade, resiliência e liderança, visão inovadora, capacidade de assumir riscos calculados, comprometimento com a melhoria contínua e flexibilidade.

V. Conclusões

O objetivo geral deste trabalho foi apresentar as características de uma empreendedora no setor comercial, a fim de compreender a junção de características pessoais e habilidades profissionais capacitam a iniciar e gerir negócios de sucesso. Nesse sentido, o fim foi alcançado, pois foi possível entender a interseção entre o perfil pessoal e a competência profissional influenciam o sucesso na criação e gestão de empresas comerciais. Para validar se o objetivo foi alcançado, o trabalho incluiu entrevista que demonstraram como a empreendedora emprega suas habilidades e características.

Os resultados apontam que a valorização das características empreendedoras é um fator crucial para o sucesso. A combinação de competências como criatividade, determinação e habilidades interpessoais se destaca como um diferencial no mercado. Portanto, é essencial que iniciativas de apoio ao empreendedorismo feminino sejam ampliadas, promovendo redes de colaboração e acesso a recursos.

Assim como a pesquisa sobre empreendedorismo feminino revela a importância das características e habilidades específicas que as mulheres trazem para o ambiente de negócios. As empreendedoras não apenas enfrentam desafios únicos, mas também exibem uma resiliência e adaptabilidade notáveis que as ajudam a prosperar. A análise dos dados coletados em Manaus demonstra que, apesar das barreiras sociais e culturais, as

mulheres estão cada vez mais assumindo papéis de liderança e inovação em seus setores. A presente pesquisa atingiu todos os objetivos propostos através dos dados levantados.

Nesse sentido, os resultados podem inspirar futuras empreendedoras, demonstrando que é possível superar desafios e alcançar sucesso. Ademais, os achados podem informar políticas públicas que apoiem o empreendedorismo feminino e incentivar a formação de redes de apoio colaborativas entre mulheres empreendedoras, promovendo um ambiente mais inclusivo e dinâmico.

O presente estudo entrevistou a gestora de um empreendimento digital da cidade de Manaus, desta forma os resultados não podem ser extrapolados, o que representa uma limitação para o estudo. Recomenda-se ampliar a amostra para futuras pesquisas, através de estudos quantitativos de maior abrangência.

Referências

- [1]. Arana, A.R.A, Da Silva, M. A. (2016). Empreender: Um Novo Olhar Sobre A Gestão Pública Brasileira. *Gestão. Org.*, V. 14, N. 1, P. 146-157. Barbosa, F. C. (2011).
- [2]. Associação Nacional De Estudos Em Empreendedorismo E Gestão De Pequenas Empresas (Anegepe). *Empreendedorismo No Brasil (Pesquisa Gem, 2022) Relatório Executivo*. Disponível Em <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/> Visualizado Em 07/10/2024.
- [3]. Castro, R. E. Um Estudo Do Processo Empreendedor E Características Empreendedoras. 2010. 62 F. Trabalho De Conclusão De Curso (Graduação Em Engenharia De Produção Mecânica). Escola De Engenharia De São Carlos – Departamento De Engenharia De Produção, Universidade De São Paulo (Usp), São Carlos.
- [4]. Cerqueira, Anailde Santos; Santos, Daisy Lima De Souza. *Empreendedorismo À Luz Do Effectuation: Um Estudo Com Mulheres Empreendedoras*. In: 31º Encontro Nacional De Cursos De Graduação Em Administração - São Paulo, 2020. Disponível Em: <https://www.doity.com.br/anais/31enangrad/trabalho/162521>. Acesso Em: 02/10/2024.
- [5]. Dolabela, Fernando. *O Segredo De Luísa: Uma Ideia, Uma Paixão E Um Plano De Negócios: Como Nasce O Empreendedor E Se Cria Uma Empresa*. 30. Ed. São Paulo: Sextante, 2011.
- [6]. Dolabela, Fernando. *Oficina Do Empreendedor. A Metodologia De Ensino Que Ajuda A Transformar Conhecimento Em Riqueza*. 6. Ed. São Paulo: Ed De Cultura, 1999.
- [7]. Dornelas, J. C. A. *Empreendedorismo: Transformando Ideias Em Negócios*. 7. Ed. Rio De Janeiro: Elsevier, 2016.
- [8]. *Empreendedorismo Feminino E Estilo De Gestão Feminina: Estudo De Caso Múltiplos Com Empreendedoras Na Cidade De Aracajú – Sergipe*. *Revista Da Micro E Pequena Empresa*, V. 5, N.2, P.124 –141.
- [9]. Galvão, Emilly Pinheiro. *O Perfil Empreendedor: Um Estudo Sobre O Empreendedorismo Feminino Em Uma Comunidade Da Cidade De Manaus*. *Revista Gesec, São Paulo, Sp, Brasil*, V. 15, N.1, P. 1268-1288, 2024. Disponível Em: <http://doi.org/10.7769/gesec.v15i1.3421>. Acesso Em: 02/10/2024.
- [10]. Gartner, W. B. *Who Is An Entrepreneur? Is The Wrong Question*. *Entrepreneurship Theory & Practice*, Boca Raton, V. 13, N. 4, P. 47-68, 1989a.
- [11]. *Global Entrepreneurship Monitor. (2019). Empreendedorismo No Brasil. 2019: Relatório Executivo*. Curitiba: Ibpq/Sebrae.
- [12]. Gomes, A. F. (2004). *O Perfil Empreendedor De Mulheres Que Conduzem O Seu Próprio Negócio: Um Estudo Na Cidade De Vitória Da Conquista, Na Bahia*. *Revista Alcance –Univale*.
- [13]. Gonçalves, E. P.(2001). *Iniciação À Pesquisa Científica*. Campinas, Sp: Alínea. Guedes, A.M.C. (2020). *Subjetivação Da Ação Empreendedora Por Mulheres Na Perspectiva Da Psicodinâmica Do Trabalho*. Tese (Doutorado Em Administração). Universidade Estadual De Maringá. Maringá.
- [14]. Lezana, Álvaro; *Empreendedorismo, Inovação E Sustentabilidade: Origem, Evolução E Tendências*. 1. Ed. Florianópolis: Ufsc, 2017. E-Book.
- [15]. Martinho, S. *Empreendedorismo Feminino: Motivações, Características E Obstáculos Das Mulheres Empreendedoras Em Portugal*. 2012. Dissertação (Mestrado Em Ciências Humanas E Sociais) – Universidade Da Beira Interior, Covilhã, 2012.
- [16]. Medeiros, J. *Mulheres Empreendedoras: Uma Questão De Gênero*. In: *Simpósio Gênero E Políticas Públicas*, 2011, Londrina. Livro De Actas [...]. Londrina, 2011. P. 1-14.
- [17]. Rosa, Ana Débora. *Empreendedorismo Feminino No Brasil: Desafios E Oportunidades Para 2025*. Sebrae, 2024. Disponível Em: <https://blog.rn.sebrae.com.br/empreendedorismo-feminino/> . Acesso Em: 20 De Outubro De 2024
- [18]. Schmidt, Carla Maria; Roehrs, Maria Damke Anschau; Cielo, Ivanete Daga. *Intraempreendedorismo Feminino No Contexto Público*. [2013?] Disponível Em <[www.ead.fea.usp. br/semead/12semead/resultado/trabalhospdf/362.pdf](http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhospdf/362.pdf)> . Acesso Em: 05/10/2024.
- [19]. Schmidt, Serje; Bohnenberger, Maria Cristina. *Perfil Empreendedor E Desempenho Organizacional*. *Rac*, Curitiba, V. 13, N. 3, Art. 6, P. 450-467, Jul /Ago.2009. Disponível Em: <http://www.anpad.org.br/rac> > . Acesso Em: 05/10/2024.
- [20]. Souza, Andrea Lanza Cordeiro, Et Al. *Manual De Conclusão Do Estágio Curricular Supervisionado Do Curso De Administração*. Universidade Do Estado Do Amazonas, Manaus –Am. Curitiba: Editora Crv, 2022.