

## EMPREENDEDORISMO FEMININO: O PERFIL GERENCIAL DA MULHER EMPREENDEDORA DA CIDADE DE BACABAL-MA

Recebido em: 03/01/2023  
Aceito em: 03/02/2023  
DOI: 10.25110/receu.v24i1-001

Ana Paula da Cunha Costa <sup>1</sup>  
Pauliane de Sousa Freitas <sup>2</sup>  
Marcus Vinicius Gomes Frota <sup>3</sup>  
Francisco de Sousa Lima Neto <sup>4</sup>  
Simone Maria de Figueredo e Silva <sup>5</sup>

**RESUMO:** O empreendedorismo feminino tem se tornado cada vez mais visível nas organizações e nos negócios em geral. As experiências bem sucedidas de empresas criadas por mulheres, bem como a sobrevivência do número significativo de novos empreendimentos geridos por estas, tem sido um fator de grande relevância para a realização de estudos e pesquisas. O objetivo desse estudo é analisar o perfil gerencial das mulheres empreendedoras na cidade Bacabal-MA, bem como verificar o comportamento estratégico, identificar sua capacidade criativa e verificar a formalização de seus empreendimentos. O presente artigo foi desenvolvido através de uma pesquisa descritiva junto a 50 empreendedoras em diferentes setores de atividades, no qual os dados foram levantados por meio da aplicação de questionários correspondendo a uma pesquisa quanti-qualitativa. Através da análise de dados constatou-se que as empreendedoras tem iniciado sua atividade em sua maioria pela vontade de ter o próprio negócio, uma vez que suas características mais marcantes foram capacidade de organização, relação interpessoal, praticidade, e a valorização da criatividade, posto pelas empreendedoras como diferencial competitivo, fazendo uso de uma gestão mais flexível e uma visão mais estratégica. Pode-se perceber ainda, que as empreendedoras pesquisadas são comprometidas e responsáveis com seus negócios, posto que, quase em sua totalidade já iniciaram sua atividade na formalidade, estão a mais de 10 anos no mercado e já tinham um conhecimento prévio de sua área de atuação. Os resultados permitiram concluir, que o perfil gerencial adotado por elas, tem contribuído para o sucesso e a sobrevivência significativa dos seus empreendimentos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo Feminino; Gestão; Perfil Empreendedor.

### FEMALE ENTREPRENEURSHIP: THE MANAGEMENT PROFILE OF ENTREPRENEURIAL WOMEN IN THE CITY OF BACABAL-MA

**ABSTRACT:** Female entrepreneurship has become increasingly visible in the

<sup>1</sup> Graduada em Administração, Faculdade de Educação de Bacabal (FEBAC) – Bacabal.  
E-mail: [anapaulacunha-08@hotmail.com](mailto:anapaulacunha-08@hotmail.com)

<sup>2</sup> Graduada em Administração, Faculdade de Educação de Bacabal (FEBAC) – Bacabal.  
E-mail: [pauliane-s@hotmail.com](mailto:pauliane-s@hotmail.com)

<sup>3</sup> Especialista em Gestão de Pessoas, Faculdade de Educação de Bacabal (FEBAC) – Bacabal.  
E-mail: [marcusfrota@febac.edu.br](mailto:marcusfrota@febac.edu.br)

<sup>4</sup> Mestre em Administração, Faculdade de Educação de Bacabal (FEBAC), Faculdades Pedro Leopoldo.  
E-mail: [netto@febac.edu.br](mailto:netto@febac.edu.br)

<sup>5</sup> Mestre em Sustentabilidade em Ecossistemas, Faculdade de Educação de Bacabal – (FEBAC), Faculdades Pedro Leopoldo - Bacabal. E-mail: [simonefigueredo@febac.edu.br](mailto:simonefigueredo@febac.edu.br)

organization and in business in general. The successful experiences of companies created by women, as well as the survival of a significant number of new enterprises managed by them, has been a very important factor for studies and research. The objective of this study is to analyze the managerial profile of women entrepreneurs in -MA Bacabal city and check the strategic behavior, analyze their creative ability and check the formalization of their projects. This article was developed through a descriptive survey of 50 entrepreneurs in different sectors of activities in which the data were collected through the application of questionnaires corresponding to a qualitative and quantitative research. Through the data analysis it was found that the entrepreneurs have started their activity mostly by the desire to have their own, since its most striking features were organizational skills, interpersonal practical relation, and the enhancement of creativity, since the entrepreneurs have a competitive edge by making use of a more flexible management and a more strategic vision. It can even be realized that the surveyed entrepreneurs are committed and responsive to their business, since, almost entirely already started their activity, there are more than 10 years in the Market and already had prior knowledge of its results. The operating area has concluded that the managerial profile adopted by them, has contributed to the success and significant survival of their businesses.

**KEYWORDS:** Female Entrepreneurship; Entrepreneurship Management.

### **EL EMPRESARIADO FEMENINO: PERFIL DIRECTIVO DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS DE LA CIUDAD DE BACABAL-MA**

**RESUMEN:** El empresariado femenino se ha hecho cada vez más visible en la organización y en la empresa en general. Las experiencias exitosas de empresas creadas por mujeres, así como la supervivencia de un número significativo de nuevas empresas gestionadas por ellas, ha sido un factor muy importante para los estudios e investigaciones. El objetivo de este estudio es analizar el perfil empresarial de las mujeres emprendedoras de la ciudad de -MA Bacabal y comprobar el comportamiento estratégico, analizar su capacidad creativa y comprobar la formalización de sus proyectos. Este artículo se desarrolló a través de una encuesta descriptiva a 50 empresarias de diferentes sectores de actividad en la que se recogieron los datos a través de la aplicación de cuestionarios correspondientes a una investigación cualitativa y cuantitativa. A través del análisis de los datos se encontró que los empresarios han comenzado su actividad en su mayoría por el deseo de tener su propia, ya que sus características más destacadas fueron las habilidades de organización, relación práctica interpersonal, y la mejora de la creatividad, ya que los empresarios tienen una ventaja competitiva, haciendo uso de una gestión más flexible y una visión más estratégica. Si plantean incluso darse cuenta de que los empresarios encuestados están comprometidos y sensibles a su negocio, ya que, casi en su totalidad ya comenzó su actividad, hay más de 10 años en el Mercado y ya tenía conocimiento previo de sus resultados. El área operativa ha llegado a la conclusión de que el perfil empresarial adoptado por ellos, ha contribuido al éxito y la supervivencia significativa de sus negocios.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendimiento Femenino; Gestión Empresarial.

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo vem progredindo no decorrer dos últimos anos, auferindo resultados satisfatórios para os negócios, tornando-se um modelo administrativo de inovação dominante nas empresas atuais que buscam competitividade e ser referência na sua área de atuação.

Diante do exposto nota-se que o empreendedorismo tem proporcionado grandes avanços no quesito inovação e nas estratégias adotadas pelos empreendimentos modernos, através da adoção das práticas empreendedoras cada vez mais dinâmicas e motivacionais. Segundo Dornelas (2010), os empreendedores devem injetar imaginação, motivação, compromisso, paixão, tenacidade, integridade, trabalho em equipe e visão, que são as características pessoais para desenvolverem estratégias engenhosas e enfrentar seus recursos e a competitividade.

Ao mesmo tempo que o empreendedorismo vem ganhando relevância no âmbito empresarial, cresce também a atividade empreendedora feminina, de acordo com o Relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014), dos 23 milhões de empreendedores em estágio inicial no Brasil 51% do percentual são mulheres. Diante deste contexto surge a seguinte questão em relação a permanência de mulheres no mercado: o que fazem essas mulheres para que seus negócios sobrevivam? Ou seja, qual o perfil gerencial empreendedor que permite que elas se destaquem e mantenham seus negócios com êxito? Visto que, elas tem revelado um perfil gerencial diferenciado, possibilitando que os negócios se tornem mais consolidados por considerar que elas conseguem desenvolver um estilo individual para lidar com as questões gerenciais.

Segundo Barbosa (2011), a atividade empreendedora feminina está crescente, pois as mulheres estão buscando sua independência através da abertura de novos negócios, aplicando habilidades femininas como a sensibilidade e a preocupação com os outros, apontadas como fundamentais para o andamento dos negócios.

O poder da gestão realizado pela mulher não está baseado apenas no comportamento colaborativo, mas também na sua criatividade, o que a coloca numa posição de vantagem competitiva no mercado.

Segundo Madeira (2014, p.48), “a criatividade é um traço pessoal, desejável e positivo, tornando-se o mais recente termo da era contemporânea, considerada ingrediente essencial do crescimento econômico e de ganhos de produtividade”.

O presente estudo foi desenvolvido através da temática sobre o perfil gerencial feminino, como representação não só do crescimento, mas também da sobrevivência dos

negócios dessas empreendedoras, pois tem se mostrado substancial na busca da competitividade entre empresas bacabalenses, através de características como a habilidade de lidar com pessoas, capacidade de organização, relação interpessoal, praticidade, valorização da criatividade e perspectiva de mercado, entre outros fatores que impulsionaram o desenvolvimento, a expansão eo alto grau de sobrevivência dos negócios geridos por essas mulheres.

A pesquisa promoveu uma visão mais apurada sobre o empreendedorismo feminino, caracterizado como um fenômeno recente sobre a participação da mulher nos setores de comércio, indústria e serviços. De acordo com o Relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014) no grupo dos empreendedores iniciais, referente a 3,5 anos de atividade e que são considerados os grupos de entrada no empreendedorismo, 51% são mulheres e 53% têm até 34 anos. Essas informações demonstram que o empreendedorismo vem sendo uma oportunidade de realização pessoal e financeira, principalmente para o grupo das mulheres mais jovens.

ponto significativo da pesquisa é a contribuição da participação da mulher no ambiente empresarial, pois essa prática traz benefícios não só para a administração quando se fala em competitividade, mas também para a economia quando as empreendedoras geram empregos, expansão econômica e além disso, o seu crescimento pessoal, financeiro e profissional.

Diante desse contexto, o artigo tem como objetivo analisar o perfil gerencial das mulheres empreendedoras em Bacabal, e busca especificamente verificar o seu comportamento estratégico dentro da empresa, verificando a sua propensão para a criatividade e inovação, além de traçar um perfil empreendedor por meio de informações concernentes ao motivo da abertura do negócio como idade, tempo de atuação, perspectivas, formalização, entre outros.

## **2. MATERIAIS E MÉTODOS**

Os dados apresentados neste artigo, têm o propósito de atingir os objetivos estabelecidos na pesquisa, no qual se constituiu em analisar o perfil gerencial das mulheres empreendedoras na cidade Bacabal-MA, onde foi possível verificar o comportamento estratégico, identificar a capacidade criativa e verificar a formalização dessas empreendedoras.

Com o intuito de atender a abordagem proposta no problema, optou-se por uma pesquisa descritiva do tipo quanti-qualitativa. É importante a exploração dos dois métodos, pois permite correlacionar as informações coletadas da literatura

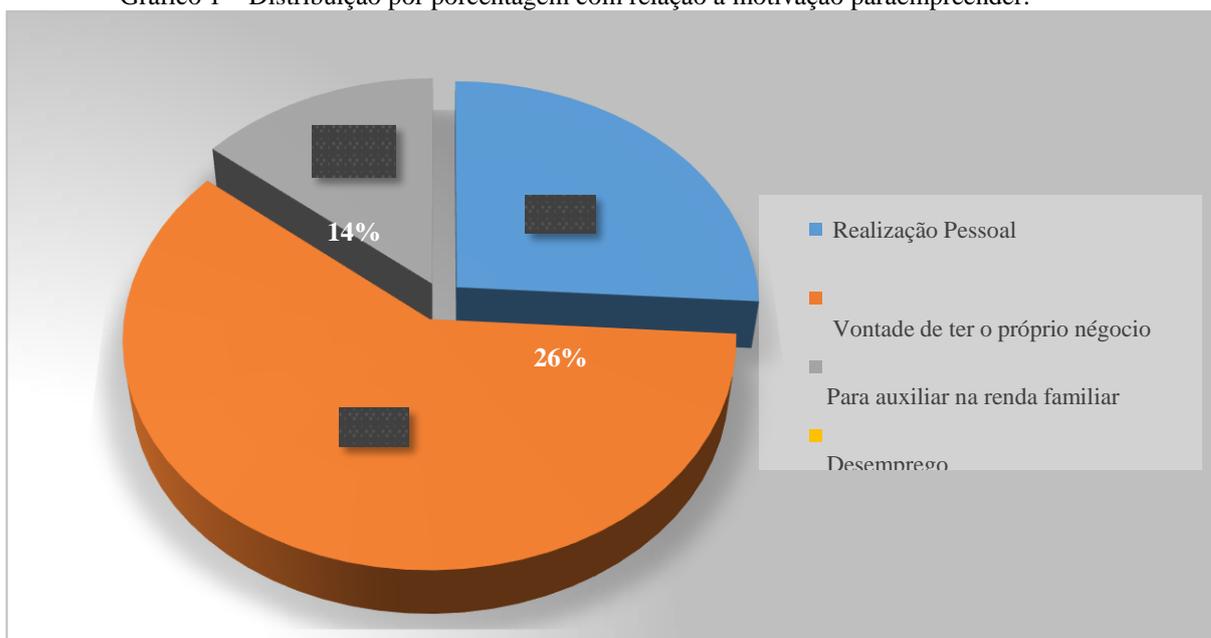
existente ao que for colhido na pesquisa de campo, fato que dará maior consistência ao tema analisado.

A pesquisa foi realizada no período de março a abril do corrente ano. A população alvo desta pesquisa foram 50 mulheres empreendedoras, que atuam na cidade de Bacabal-MA. Para coletar os dados necessários ao alcance dos objetivos, foi utilizado um questionário com 15 questões objetivas, e de múltipla escolha, aplicado as empreendedoras das empresas, fazendo uso de perguntas relevantes, que permitiram dar maior visibilidade sobre o seu perfil gerencial empreendedor.

Quanto a aplicação dos questionários, eles foram aplicados pelo método do contato direto, assim houve menos possibilidade das mulheres pesquisadas, não responderem ou deixarem alguma questão em branco, além disso permitiu tirar dúvidas junto as empreendedoras quanto as questões discutidas. Após a entregados mesmos, foi feito a análise das respostas, através dos aplicativos e ferramentas computacionais, alocando-se os dados em gráficos medidos em porcentagens, contribuindo para melhor compreensão e uma visão geral dos dados levantados de maneira significativa.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Gráfico 1 – Distribuição por porcentagem com relação a motivação para empreender.

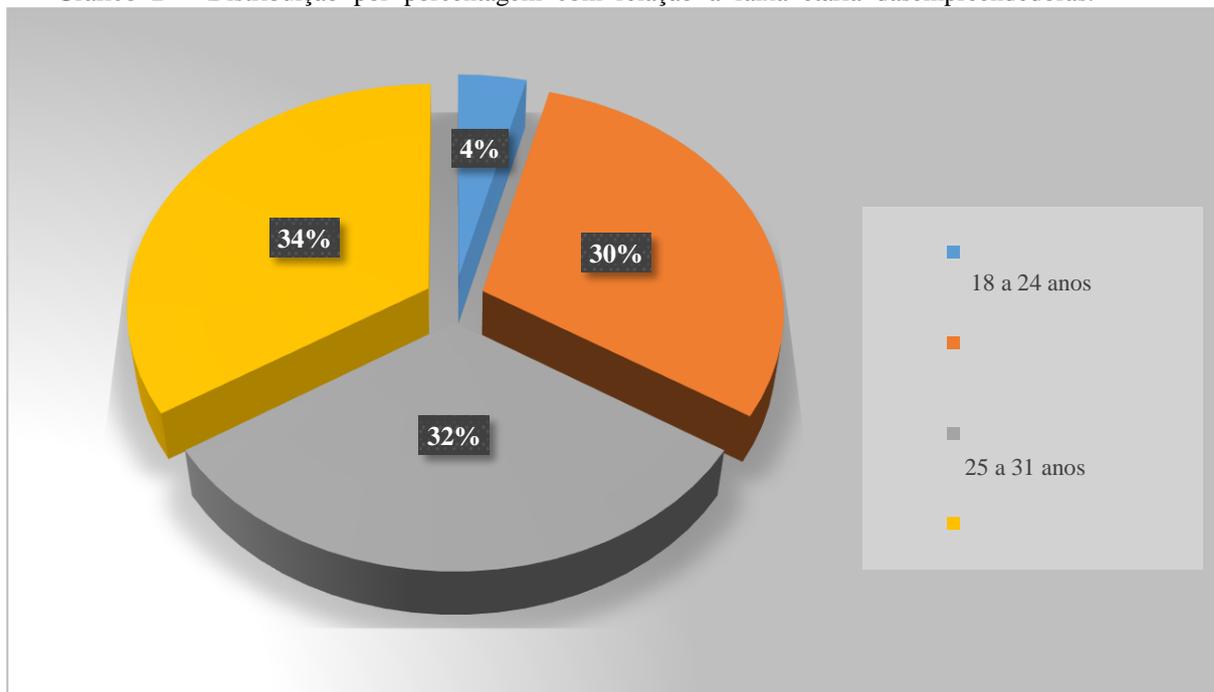


Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

Diante disto, neste primeiro gráfico buscou-se identificar o que tem levado as mulheres a estarem no mundo dos negócios de forma cada vez mais frequente. Constatou-se que na cidade de Bacabal, das 50 mulheres que participaram da pesquisa 26% empreendem pela realização pessoal e 60% empreendem por vontade de ter o próprio negócio, uma vez que estas, de acordo Barbosa (2011), estão buscando sua independência e realizar-se pessoal e profissionalmente, desenvolvendo perfis gerenciais empreendedores que visem sucesso, e que se consolidem no mercado.

Ainda de acordo com o gráfico 1, verificou-se que 14% do total das mulheres empreendem para auxiliar na renda familiar, haja vista que a mulher ao abrir seu próprio negócio está na busca além de sua realização, adquirir proventos para o sustento de sua família, seja na forma de acréscimo na renda ou na sua totalidade. O desemprego não foi tido pelas empreendedoras pesquisadas como um motivo para a prática empreendedora, concluindo-se assim, que o mercado de Bacabal é propício para que cada vez mais empreendedoras possam estar adentrando no mercado.

Gráfico 2 – Distribuição por porcentagem com relação a faixa etária das empreendedoras.



Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

A constância da mulher empreendedora no mercado é um fato que despertou a razão pelo qual a pesquisa foi realizada, para tanto buscou-se, de acordo com o gráfico seguinte, verificar a faixa etária das empreendedoras da cidade de Bacabal, para que se

pudesse analisar o perfil dessas mulheres, no sentido da opção de se tornarem empreendedoras cada vez mais jovens.

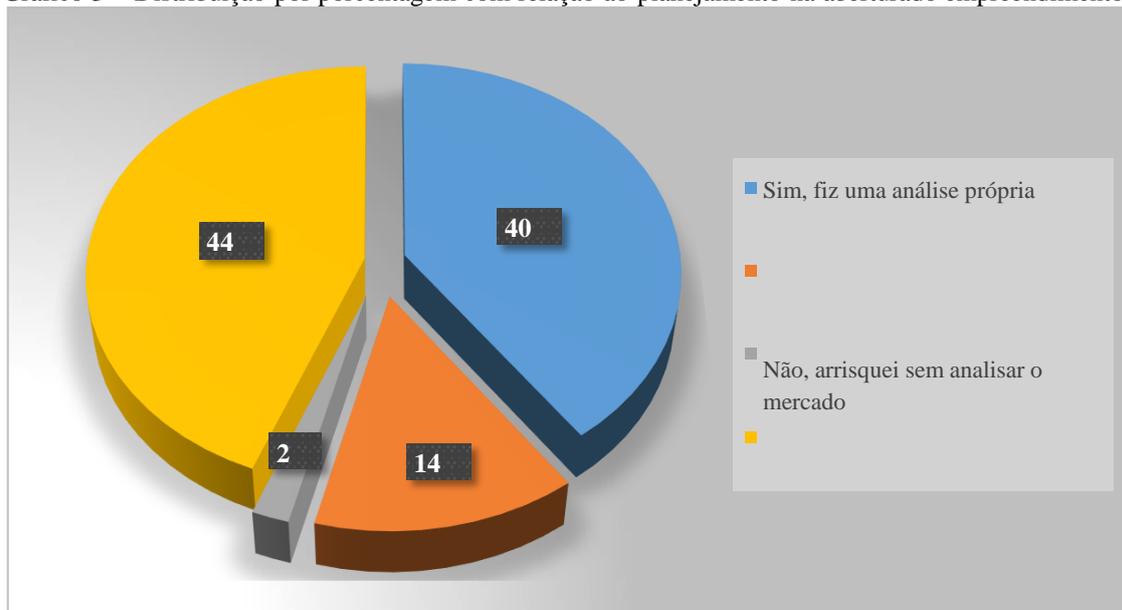
Pode-se notar que 4% das mulheres pesquisadas empreendem antes dos 25 anos de idade, fato que demonstra que há um percentual ainda pequeno de empreendedoras jovens no mercado, porém com grandes chances de aumento da inserção destas na prática empreendedora.

Detectou-se que 30% das 50 empreendedoras pesquisadas empreendem entre 25 a 31 anos, percentual considerável, uma vez que esse grupo estão no mercado a menos de 5 anos, 32% empreendem entre 32 anos a 38 anos de idade, pois são mulheres mais independentes na busca de abrir seu próprio negócio.

As mulheres com idade de 39 anos ou mais correspondem a um percentual de 34% da pesquisa, isso pode ser explicado pelo fato de já possuírem uma experiência na sua área de atividade e uma estabilidade no mercado, o que tem permitido além da expansão de seus negócios à abertura de novos empreendimentos na mesma área ou em outro ramo.

De acordo com os dados apresentados, conclui-se que os percentuais de idade a partir dos 25 anos a 39 anos ou mais são muito próximos, demonstrando que as mulheres estão se inserindo no mercado, segundo Dolabela (2006, p. 235), “Negócios empreendidos por mulheres estão crescendo em número, variedade, diversidade e força de faturamento”.

Gráfico 3 – Distribuição por porcentagem com relação ao planejamento na abertura de empreendimento.



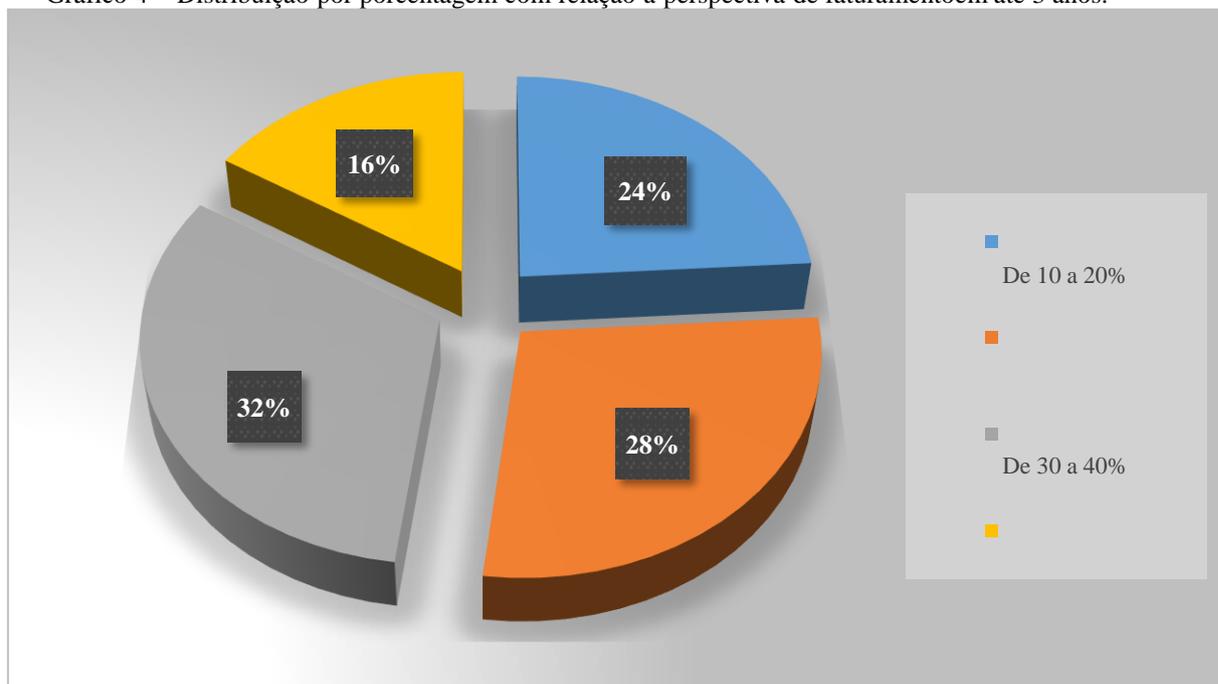
Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

Um dos principais processos a ser considerado relevante antes mesmo da abertura de qualquer empreendimento é sem dúvida o seu planejamento, ele que irá orientar o empreendedor através de planos estratégicos, definindo claramente a ideia do negócio juntamente com os seus objetivos. Maximiano (2011) diz que existem vários graus de formalidade, dimensão, frequência e que não há uma forma padrão no trabalho de planejamento estratégico.

Na pesquisa, é possível perceber que apenas 14% das empreendedoras abriram o seus negócios sem antes analisar o seu mercado de atuação e 2% confirmaram que contaram com a ajuda de consultoria no planejamento e definição de estratégias para a oferta de seus produtos ou serviços, percentuais pequenos e que demonstram que elas estão sensíveis aos possíveis riscos de entrar no mercado sem uma análise prévia, ainda que a procura para um estudo feito por consultores seja pouco procurado ou valorizado na preparação de abertura do empreendimento.

Das empreendedoras, 44% disseram ter o conhecimento sobre a sua área de atuação, fato que contribui consideravelmente para a certeza e o sucesso do negócio, já que o conhecimento e a simpatia sobre a área de atuação são determinantes para o andamento do negócio.

Gráfico 4 – Distribuição por porcentagem com relação a perspectiva de faturamento em até 3 anos.



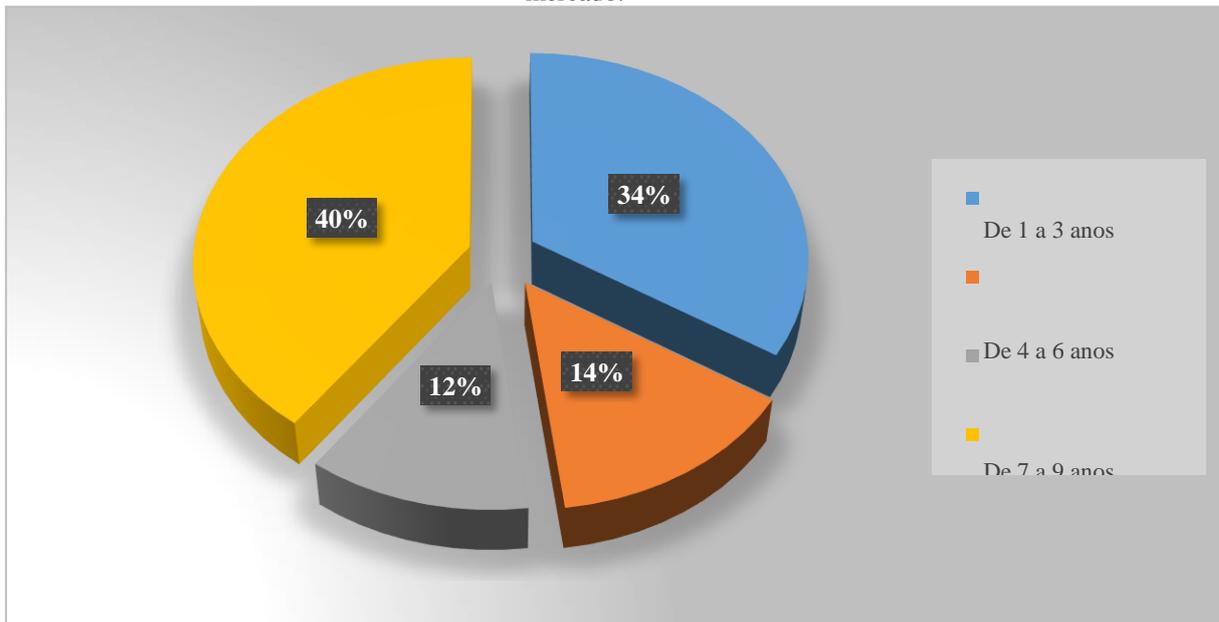
Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

A perspectiva de faturamento está alinhada com o planejamento financeiro, a construção de cenários do mercado e os esforços que serão exigidos para o alcance do mesmo. Para Salim (2010, p. 215) “Vários cenários podem ser construídos e devem ser avaliados, de tal forma que possamos ter visões dos resultados e criar expectativa de cenários mais otimistas ou pessimistas, estabelecendo um intervalo para resultados prováveis”.

O gráfico 4 mostra que a maioria das empreendedoras têm uma projeção de faturamento entre 40% a 50% em até três anos, identificamos então que estas procuram de fato o desenvolvimento financeiro do negócio, não se intimidam em buscar evoluir, não atuam com um negócio estático e com uma visão menos otimista, ainda que o ambiente econômico retrate um abalo nas vendas atualmente. Para Chiavenato (2012), é interessante que haja uma dinâmica na revisão e atualização do plano de negócio, de acordo com as mudanças externas e internas, para que melhore os processos de planejamento e controle do negócio.

16% das empreendedoras foram mais otimistas e determinadas quando disseram ter uma perspectiva de faturamento superior a 50% do faturamento atual em até 3 anos, ou seja, estas trabalham com as melhores hipóteses quando a economia brasileira vive um momento delicado. Por outro lado, 24% das entrevistadas demonstraram cautela nessa previsão, relatando uma perspectiva de no máximo 20% sobre o aumento do seu faturamento anual.

Gráfico 5 – Distribuição por porcentagem com relação ao tempo de atuação dos empreendimentos no mercado.

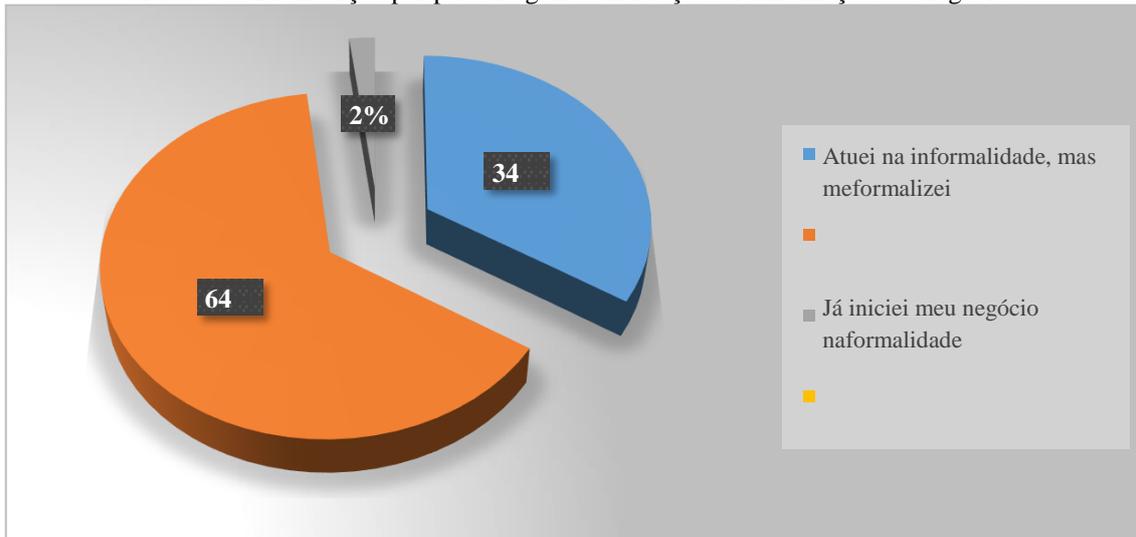


Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

O empreendedorismo feminino na cidade de Bacabal de acordo com a pesquisa ainda é recente, pode-se corroborar pelo tempo no qual os empreendimentos estão no mercado. Das 50 empreendedoras, 34% desse total, estão a menos de 4 anos no mercado, são negócios recentes na busca de consolidação e expansão de mercado, com perspectivas de faturamento favoráveis para seu crescimento. Percebeu-se que essas mulheres estão na fase de amadurecimento dos seus negócios, de forma a se utilizar de uma gestão mais aberta e mais acessível no sentido de liderar sua equipe, para Frankel (2007), todas as mulheres são naturalmente líderes, e que certas características exclusivas das mulheres são o que fazem a grande diferença no novo conceito de liderança que as empresas buscam atualmente.

O gráfico apresenta um percentual de 14% e 12% para os empreendimentos de 4 a 6 anos e de 7 a 9 anos, respectivamente, são empreendimentos que estão se estabilizando e se tornando mais competitivos. Para o grupo de 10 anos ou mais tem-se um percentual de 40%, percebe-se que esses empreendimentos já possuem um conhecimento no seu ramo de atividade, o que facilita de forma mais ampla identificar os pontos fracos da sua gestão e as oportunidades de desenvolvimento, que garantem sua permanência e continuidade no mercado.

Gráfico 6 – Distribuição por porcentagem com relação a formalização dos negócios.



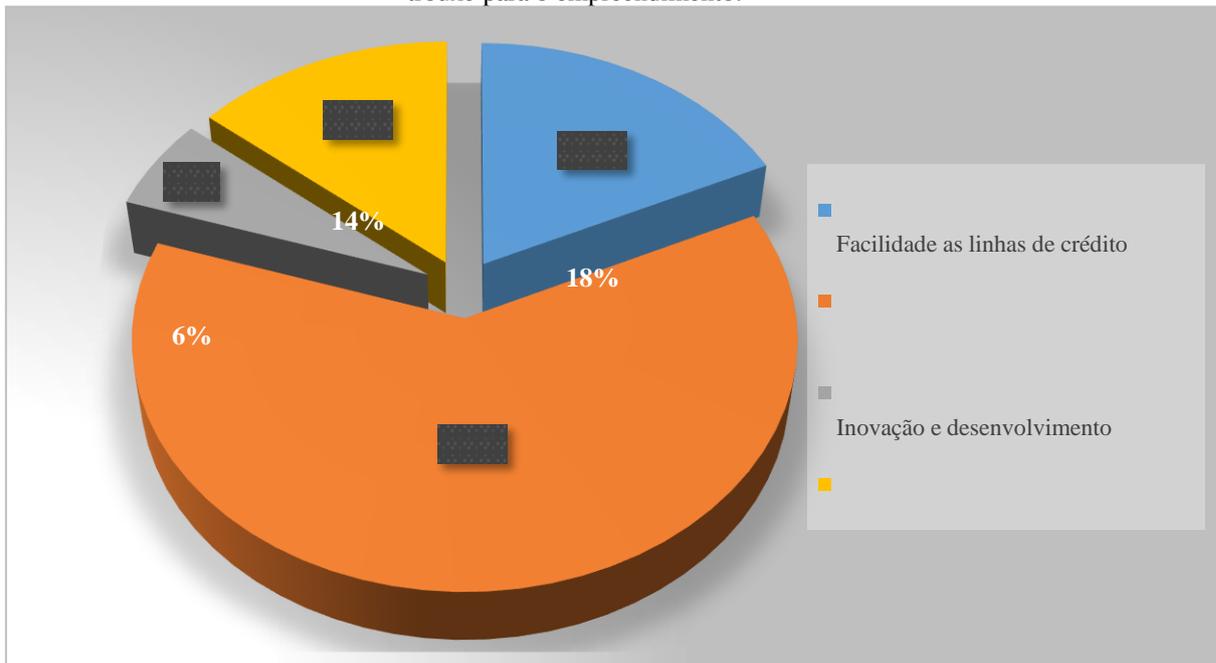
Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

Quanto a questão da formalização dos negócios as mulheres têm se destacado, uma vez que na sua maioria já abrem seus empreendimentos na formalidade. Observa-se no gráfico apresentado acima que 34% das empreendedoras atuaram na informalidade, mas se formalizaram posteriormente, isso pode ser explicado pelas dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras, como burocracia para abertura e legalização, bem como o grande número de tributos a serem pagos, que são obstáculos constantes na abertura de novos negócios.

Verificou-se que 64% do total das empreendedoras pesquisadas já iniciaram seu negócio na formalidade, demonstrando o comprometimento que essas mulheres possuem com seus empreendimentos, contribuindo para o alcance de benefícios como a facilidade as linhas de crédito, e desenvolvimento.

Somente 2% das empreendedoras estão no mercado atuando na informalidade, porém de acordo com os dados essas mulheres tem a pretensão de se formalizar, e isso pode ser considerado um ponto positivo.

Gráfico 7 – Distribuição por porcentagem com relação ao benefício que a atividade empreendedora trouxe para o empreendimento.



Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

Muitos são os benefícios que a prática de empreender traz para os negócios em geral, para tanto o gráfico acima mostra os benefícios constatados nos empreendimentos geridos por mulheres em Bacabal-MA. Com um percentual de 18%, a facilidade as linhas de crédito foi tido pelas mulheres como um fato que tem induzido a abertura de novos empreendimentos. Para Dornelas (2010), as principais aberturas de capitais emprestado utilizado para o desenvolvimento de empresas são os bancos comerciais, empresas financeiras, empresas de factoring e empresas de leasing, obtendo como vantagem as taxas e cláusulas interessantes para a necessidade e situação do empreendedor.

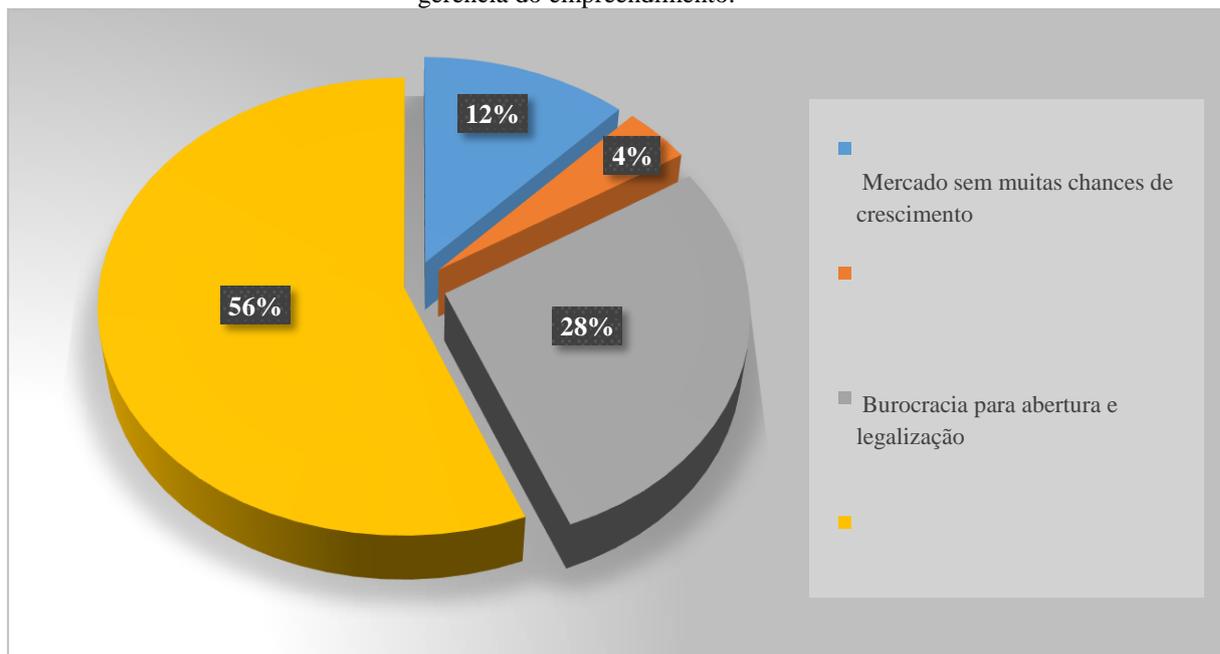
A inovação e desenvolvimento correspondente ao percentual de 62%, foi tido pelas empreendedoras como um benefício de uma grande relevância para sua continuação no mercado. “Um das principais razões para o sucesso é a capacidade de inovar e chegar primeiro ao mercado com a inovação” (MAXIMIANO, 2011, p. 70). Ainda de acordo com Maximiano (2011), há muitas empresas focadas na liderança de inovação, outras tem uma postura de apenas seguidora, estabelecendo uma postura passiva e que copiam a ideia dos demais.

Constatou-se que a competitividade no mercado também foi uma vantagem adquirida com o empreendedorismo, uma vez que as empreendedoras são capazes de assumir riscos e estão constantemente em busca da inovação, o que as tornam mais competitivas. “Vantagens competitivas são atributos do produto ou serviço, ou das

empresas que os fornecem, que motivam a preferência do mercado ou cliente. Uma vantagem competitiva está ligada a diferenciais que proporcionam ganho material ou psicológico para o consumidor” (MAXIMIANO, 2011, p. 29)

Além de tornar-se competitivo, o lucro é a base de crescimento de todo empreendedor de sucesso, 14% do total das empreendedoras pesquisadas responderam que tiveram um aumento no seu faturamento da empresa.

Gráfico 8– Distribuição por porcentagem com relação a maior dificuldade encontrada na abertura e gerência do empreendimento.



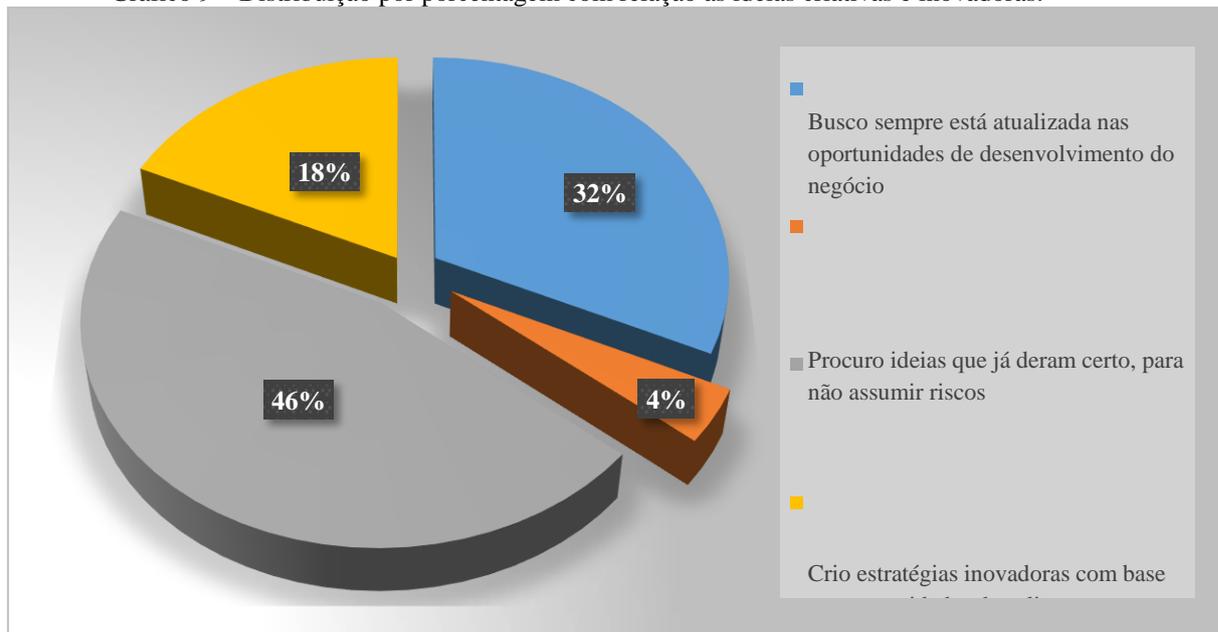
Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

Um dos principais desafios do empreendedor no Brasil é sem dúvidas enfrentar as elevadas cargas tributárias a serem pagas, principalmente em tempos de turbulência política e econômica, muitas empresas se veem sufocadas pelo sistema de cobrança de impostos e acabam não sobrevivendo. Diante disso, o gráfico 9 mostra que mais da metade das entrevistadas indicaram que o maior obstáculo encontrado ao iniciar um negócio e gerenciá-lo são os altos tributos exigidos. No Brasil, a abertura de novos negócios seria mais acentuada caso não fosse exigido tanta burocracia e se os processos não fossem tão demorados. Ainda assim, apenas 4% delas citam a burocracia como um empecilho para exercer e estabelecer o negócio, dando ênfase maior ao mercado sem chances de crescimento.

A mão de obra qualificada também é um dos pontos que alertam sobre o sucesso e fracasso da empresa, é também mais um dos desafios enfrentados pelas

empreendedoras, um percentual de 28% responderam que enfrentam o grande vilão da administração conhecido como rotatividade, segundo elas isto pode ser explicado pela falta de pessoas qualificadas para exercerem funções e não só isso, mas também a carência de pessoas proativas, de habilidades e que se diferenciam agregando valor à empresa.

Gráfico 9 – Distribuição por porcentagem com relação as ideias criativas e inovadoras.



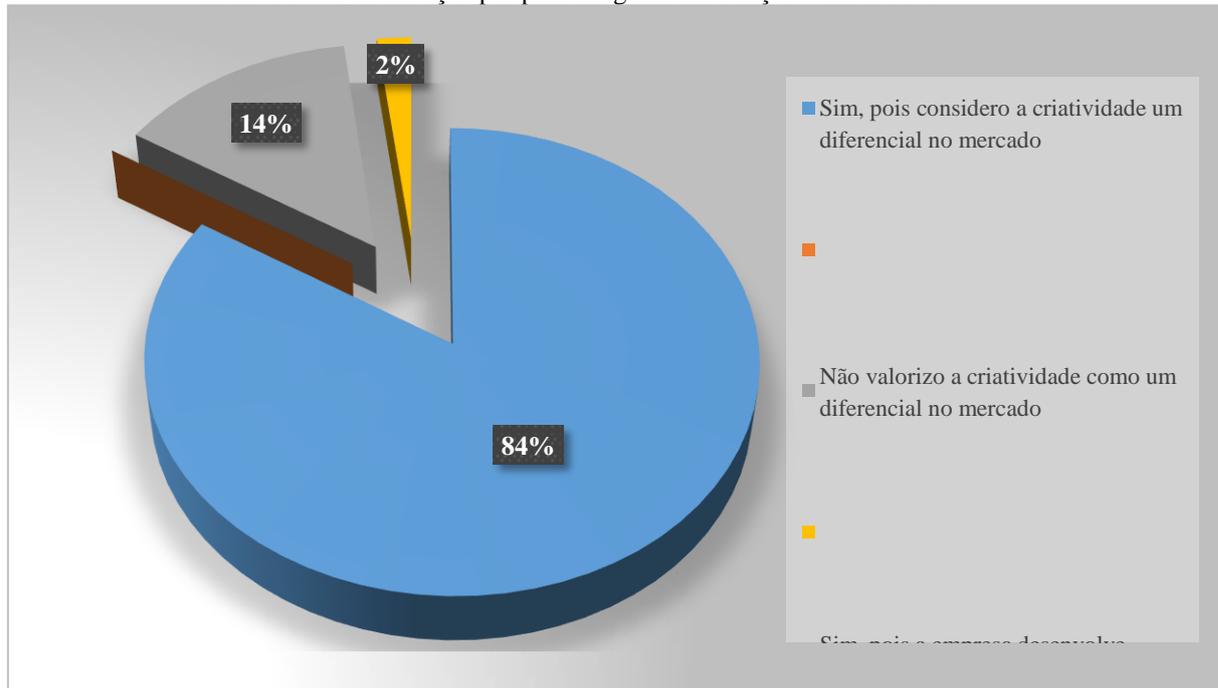
Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

O empreendedor é aquele capaz de captar oportunidades onde a maioria das pessoas enxergam somente uma dificuldade ou uma necessidade, segundo Dornelas (2015), é a pessoa que utiliza uma ideia, inédita ou não, de maneira a transformá-la em um produto ou serviço, que faça com que seu negócio obtenha sucesso. Diante do exposto, e de acordo com o gráfico acima, 32% das empreendedoras buscam sempre novas oportunidades de desenvolvimento no mercado. Percebeu-se que 4% procuram ideias que já deram certo para não assumir riscos, isso ocorre devido a constância que é o mercado de Bacabal, no sentido de não oferecer grandes chances de crescimento para os negócios.

Obteve-se o percentual de 46% de empreendedoras que estão constantemente captando as necessidades dos seus clientes para que possam satisfazê-los. E por fim, o percentual de 18% de empreendedoras que se colocam no mercado de forma a sempre inovar e inserir novos produtos e/ou serviços, que conforme Dornelas (2015, p. 3) “empreendedor é aquele que aproveita uma oportunidade, desenvolvendo um novo

produto, ganhando novos mercados ou estabelecendo uma nova parceria que o diferencie dos concorrentes”.

Gráfico 10 – Distribuição por porcentagem com relação a criatividade.



Fonte: Pesquisa das autoras (2016).

Neste gráfico foi verificado a importância da criatividade para as empreendedoras que participaram da pesquisa, 84% do total, consideram que ideias criativas e inovadoras são ferramentas determinantes de crescimento. Ainda de acordo com o gráfico acima, 14% das empreendedoras desenvolvem programas de incentivo de seus colaboradores, já que são mulheres que dão valor a sua equipe, Dornelas (2010, p. 129), defende que, “equipes de pessoas podem gerar uma criatividade que pode não existir em único indivíduo, geram ideias criativas comparáveis ou melhores para problemas de evolução a partir da interação coletiva de um pequeno grupo de pessoas”. Somente 2% das empreendedoras acreditam que ideias criativas e inovadoras não estão garantindo sua competitividade pois requer recursos financeiros, diante disto pode concluir que esse percentual de empreendedoras não se colocam no mercado de forma altamente competitiva, uma vez que não investem na inovação.

#### 4. CONCLUSÃO

Este artigo foi realizado com base na definição de uma situação problema, no qual consistiu em responder “qual o perfil gerencial empreendedor das mulheres de Bacabal que contribui para a sua consolidação no mercado?”. Trata-se de uma pesquisa descritiva do tipo quanti-qualitativa que permitiu o alcance dos objetivos definidos.

Durante a realização da pesquisa verificou-se a partir do primeiro objetivo, o qual constitui-se em analisar o comportamento estratégico das mulheres, que a experiência profissional anterior influenciou na abertura do seu empreendimento, pois 62% das empreendedoras já conheciam o ramo do negócio, o que permitiu maior segurança sobre os possíveis riscos que todo empreendedor inicial está exposto, haja vista que essas mulheres se beneficiaram de seu conhecimento de mercado para visualizarem uma oportunidade. Além disso se mostraram altamente estratégicas, pois são preocupadas com a elaboração e execução das ações estratégicas da empresa. 26% das mulheres responderam que executam as ações estratégicas de acordo com os prazos determinados, e 74% desenvolvem suas ações de acordo com as necessidades dos seus clientes.

Foi possível constatar que as empreendedoras possuem uma visão de negócio mais ampla, pois conseguem identificar os pontos fracos da sua gestão, onde 38% indicaram que suas maiores carências estão no Marketing pouco explorado, 24% nos colaboradores de pouca experiência e 22% na falta de motivação. Em contrapartida, suas características peculiares como praticidade, capacidade de organização e relação interpessoal, foram marcantes para o crescimento e sobrevivência de seus negócios, e assim desenvolver uma forma de gerenciar mais flexível, mostrando que 38% estão acessíveis a opiniões.

A capacidade criativa é um dos pontos definidos como objetivo desta pesquisa. A partir dos resultados, apurou-se que 84% das empreendedoras definem a criatividade como um fator de diferenciação no mercado e que garantem a sua competitividade. Elas estão sempre em busca de novas oportunidades no mercado, através de inovações. Apenas 2% das empreendedoras não usam seus recursos em inovação e acreditam que a criatividade e inovação não garantem a sua competitividade, o que permite concluir que esse percentual não se coloca no mercado de forma estratégica.

O terceiro objetivo foi verificar o nível de formalização desses negócios. A pesquisa identificou que 64% das empreendedoras já iniciaram as suas atividades na formalidade e que 40% delas estão a mais de 10 anos no mercado.

Conclui-se então, que o desenvolvimento deste trabalho além de ter conseguido alcançar os objetivos estabelecidos, será de grande relevância para os posteriores estudos

sobre as mulheres empreendedoras em Bacabal-MA, considerando que não foi encontrado fontes de informações pertinentes sobre o número de mulheres empreendedoras que atuam na cidade, logo todos os dados apresentados neste artigo foram colhidos por estas autoras.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; AMBONI, Nério. **Fundamentos de administração:** para cursos de gestão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

ARAUJO, Luiz Cezar. **Gestão de Pessoas.** São Paulo: Atlas, 2006. BARBOSA, Felipe Carvalhal. Et al. **Empreendedorismo Feminino e Estilo de Gestão Feminina:** estudo de caso múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracajú – Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa.** Campo Limpo Paulista, v.5, n.2, p.124 – 141. (Maio / Ago) 2011.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 3.ed. São Paulo: Prentice – Hall, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor / Idalberto Chiavenato. – 4.ed. – Barueri, – SP: Manole, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio / Idalberto Chiavenato. – 2.ed. rev.E atualizada. – São Paulo: Saraiva, 2007.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa** – 30. ed. rev. e atual – São Paulo: Editora de Cultura, 2006. 304 p.: 16x23 cm.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios / José Carlos Assis Dornelas. – 5. ed. – [Reimpr.]. – Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Criação de Novos Negócios:** empreendedorismo para o século 21 / Jeffrey A. Timmons, Stephen Spinelli; adaptação da 8ª edição americana, José Dornelas; [tradução Cláudia Mello]. – São Paulo: Elsevier, 2010.

FRANKEL, Lois P. **Mulheres Lideram Melhor que Homens.** São Paulo. Gente.2007

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2014).** Empreendedorismo no Brasil, edição em português, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná (IBQP – PR), 2014.

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo.** Michael P. Peters, Dean A. Shepherd: tradução: Francisco Araújo da Costa. – 9. Ed. – Porto Alegre: AMGH, 2014.

HITT, Michael A; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica:** competitividade e globalização. – 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia Criativa:** implicações e desafios para a política externa brasileira. – Brasília: FUNAG, 2014.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para Empreendedores:** fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. – 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

SALIM, César Simões. **Construindo planos de empreendimentos:** negócios lucrativos, ações sociais e desenvolvimento / Cesar Simões Salim. – Rio de Janeiro:Elsevier, 2010.