

FACULDADE VALE DO AÇO
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

GRACY KELLE DO NASCIMENTO DUARTE

**INTRAEMPREENDEDORISMO FEMININO: Uma análise preliminar da
contribuição feminina no desenvolvimento das instituições bancárias de
Açailândia**

Açailândia
2021

GRACY KELLE DO NASCIMENTO DUARTE

**INTRAEMPREENDEDORISMO FEMININO: Uma análise preliminar da
contribuição feminina no desenvolvimento das instituições bancárias de
Açailândia**

Artigo apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de Bacharel em
Administração, pelo Curso de
Administração da Faculdade Vale do Aço -
FAVALE

Orientadora: Profa. Ms Mônica Helena Pinto de Araújo Fernandes

Açailândia

2021

**Ficha catalográfica - Biblioteca José Amaro Logrado
Faculdade Vale do Aço**

D812i

Duarte, Gracy Kelle do Nascimento.

Intraempreendedorismo Feminino: Uma análise preliminar da contribuição feminina no desenvolvimento das instituições bancárias de Açailândia. / Gracy Kelle do Nascimento Duarte. – Açailândia, 2021.
23 f.

Artigo de Conclusão de Curso (Graduação) – Administração, Faculdade Vale do Aço, Açailândia, 2021.

Orientadora: Profa. Me. Mônica Helena Pinto de Araújo Fernandes

1. Intraempreendedorismo. 2. Mulheres gestoras. 3. Intraempreendedorismo feminino. 4. Instituições bancárias – Açailândia. I. Duarte, Gracy Kelle do Nascimento. II. Fernandes, Mônica Helena Pinto de Araújo. (orientadora). III. Título.

CDU 334-055.2

Elaborada pela bibliotecária Dulce Hirli Costa Almeida – CRB-13/917

GRACY KELLE DO NASCIMENTO DUARTE

INTRAEMPREENDEDORISMO FEMININO: Uma análise preliminar da
contribuição feminina no desenvolvimento das instituições bancárias de
Açailândia

Artigo apresentado ao curso de
Administração da Faculdade Vale do
Aço para obtenção de grau Bacharel em
Administração.

Orientadora: Profa. Me. Mônica Helena
Pinto de Araújo Fernandes

Aprovada em ___/___/ 2021.

BANCA EXAMINADORA

**PROFA. ME. MÔNICA HELENA PINTO DE ARAÚJO FERNANDES
(ORIENTADORA)**

Mestra em Administração
Faculdade Vale do Aço – FAVALE

AVALIADOR 1

Faculdade Vale do Aço – FAVALE

AVALIADOR 2

Faculdade Vale do Aço – FAVALE

INTRAEMPREENDEDORISMO FEMININO: Uma análise preliminar da contribuição feminina no desenvolvimento das instituições bancárias de Açailândia
Gracy Kelle do Nascimento Duarte (a) Faculdade Vale do Aço – FAVALE (b)
Orientadora, Profa. Me. Mônica Helena Pinto de Araújo Fernandes (c)
Autor correspondente: Gracy Kelle do Nascimento Duarte, email: gracypalhao2@gmail.com, curso de Administração, Faculdade Vale do Aço –, BR 222, KM-02, Nº 1, Bairro Jardim de Alah, CEP 65930-000, Açailândia – MA.

RESUMO

O intraempreendedorismo conduz o desenvolvimento econômico, distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. A sociedade tem aumentado cada vez mais sua necessidade de inovação. Nesta visão a partir que este gera dividendos e literalmente a aplicabilidade de geração de renda, característica primordial para o desenvolvimento com um ciclo do fluxo econômico virtuoso. Dentro dessa perspectiva diferente do empreendedorismo comum o intraempreendedorismo caracteriza a prática dentro de uma determinada organização, ou seja, ele é considerado um grande diferencial, pois é capaz de gerar cada vez mais vantagens competitivas através da geração constante de gestão e inovação. Para isso foi proposto uma pesquisa de campo, com questões norteadoras, para mulheres, bancárias do município de Açailândia, utilizando o método bola de neve para analisar na prática o efeito da aplicabilidade do intraempreendedorismo por gestoras no setor bancário, e relatar a contribuição dessas mulheres nestas agências, e como estas tem efeito no setor bancário da cidade, bem como o desenvolvimento das agências a partir do ato delas de empreender dentro dos limites de uma organização já existente. Uma vez que, o intraempreendedorismo funciona em organizações que buscam a democratização do ser empreendedor no mundo corporativo. Para aferir o estudo, foi cometido uma pesquisa quantitativa e descritiva, por meios primários de coleta de dados através do método citado anteriormente, via google formulários. Na verificação dos dados, os resultados revelam que as mulheres se sobressaem profissionalmente através de suas características naturais, bem como através do investimento em capital intelectual. Influenciando positivamente no desenvolvimento institucional em que estão inseridas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Setor bancário.

1 INTRODUÇÃO

O tema abordado no presente trabalho, tem por objetivo analisar o efeito da aplicabilidade do intraempreendedorismo feminino nas instituições bancárias da cidade de Açailândia, assim como de forma preliminar, conhecer o perfil intraempreendedor das mulheres que atuam em cargos de gestão nesse setor.

Destarte, o trabalho teve como problema norteador a seguinte questão: qual a contribuição do intraempreendedorismo feminino para o desenvolvimento das instituições bancárias de Açailândia?

Conforme Dolabela (2008), o homem se mostrou empreendedor desde as eras mais remotas, pois ele sempre buscou inovar, correndo riscos e se aventurando na busca pelo conhecimento do desconhecido, tentando das mais diversas formas vencer os desafios que se colocam a sua frente.

Apenas muito recentemente o termo e o conceito de “empreendedorismo” ganharam maior importância nos cenários nacional e internacional, com o surgimento de importantes estudos sobre o tema e até disciplinas foram criadas exclusivamente para o empreendedorismo, nas suas mais diversas áreas, sejam nas esferas educacionais ou empresariais. Embora a questão do empreendedorismo no Brasil, atualmente, tenha se tornado um tema bastante debatido, dentro e fora do ambiente acadêmico, o que se nota é que publicação de obras voltadas para a temática intraempreendedorismo ou empreendedorismo corporativo; sejam elas impressas ou virtuais, ainda são poucas, em relação a sua importância. (DOLABELA 1999a, p. 37)

Assim sendo, trata-se de um tema que merece estudos mais aprofundados, até pela importância do mesmo para o desenvolvimento interno e externo das empresas e corporações, que necessitam, cada vez mais, de pessoas com um perfil de liderança e proatividade, que sejam dinâmicas, independentes, bem relacionadas, que tenham a capacidade de agregar valor, não importa a atividade que será desenvolvida ou o setor em que atue.

Nesse sentido, o empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo diz respeito à autogestão pessoal, à capacidade de empreender, mesmo que não se trate de iniciar o próprio negócio, ou seja, se refere ao colaborador, gestor ou não, visionário, proativo, que faz acontecer e ajuda a empresa a se desenvolver ou a se reinventar.

Assim, optou-se pelo tema intraempreendedorismo ou empreendedorismo corporativo, voltado especificamente ao gênero feminino do setor bancário da cidade. A escolha do gênero e setor do mercado justifica-se não somente pela importância da temática, empreendedorismo feminino ou de intraempreendedorismo no setor bancário do município, mais pela importância no desenvolvimento humano e econômico da cidade de Açailândia.

2 EMPREENDEDORISMO

Dependendo do contexto esse assunto pode ter várias acepções. O empreendedorismo consiste no prazer repentino de realizar ou transformar, qualquer projeto pessoal e organizacional em oportunidades. (MORAES, 2019, p.04).

A primeira vez que o termo “empreendedorismo” foi registrado ocorreu no séc. XVIII, em 1755 por Cantillón, “para explicar a receptividade ao risco de comprar algo por um preço e vendê-lo em um regime de incerteza.” De acordo com o autor, portanto, a palavra ligava-se à ideia de riscos, que não eram assumidos por todos, mas por pessoas tidas como “empreendedoras”. (HASHIMOTO, 2006, p.26).

Assim, administrar uma atividade econômica, empreender, fazer dar certo, esteja o sujeito na liderança do grupo, como gestor, ou fazendo parte da equipe, como colaborador; não é uma tarefa simples, especialmente frente ao cenário concorrencial que se apresenta na atualidade.

Perfis empreendedores e de liderança não são criados ou desenvolvidos em sala de aula, por isso mesmo, não são tão simples de se encontrar. Segundo o mesmo autor: A economia precisa desesperadamente de empreendedores e o mundo necessita urgentemente de líderes. Organizações querem ambos, mas infelizmente não são tão fáceis de achar. Pessoas com qualidades de liderança e empreendedorismo são altamente valorizadas dentro e fora do mercado de trabalho porque fazem a diferença. (BARROS NETO, 2012, p. 1)

Dessa forma, as empresas já se globalizaram e se beneficiam da tecnologia, da informação e do conhecimento; mas, também, cada vez mais, buscam pessoas com esse perfil de liderança e empreendedorismo; pessoas criativas, proativas, enfim, empreendedores em potencial; gente que possa contribuir para o crescimento da empresa e sua manutenção no mercado.

Daí que, hoje, grandes corporações já não realizam mais aquelas entrevistas de emprego, passivas, em que o candidato ao cargo leva seu currículo e responde a uma série de perguntas sobre sua formação e pretensões salariais. (BARROS NETO, 2012)

Um bom líder não se define pelo poder que exerce, mas por sua capacidade de dirigir seus subordinados, de inspirá-los. Assim, o líder “deve dirigir e controlar as ações daqueles abaixo dele. Espera-se que, como chefe, ele diga aos seus subordinados o que fazer, e eles, por sua vez, executem suas instruções.” (Loden, 1988, p. 32)

Mas, se o líder é essa pessoa capaz de inspirar os demais, ele também deve ter uma boa percepção, no sentido de visualizar novas possibilidades, novas formas de se relacionar com o mercado, ou de fazer a mesma tarefa, com a otimização de recursos, por exemplo. Daí se buscar líderes empreendedores, capazes de tolerar o risco do empreendimento. (HASHIMOTO, 2006).

Não se trata, porém, de assumir esses riscos de maneira leviana, mas fazendo-o de maneira comedida e responsável. Assim, segundo o autor:

[...] o empreendedor de verdade não é um apostador irresponsável, que vive da adrenalina de correr riscos cada vez maiores, pelo contrário, quando se diz que o empreendedor tem tolerância à incerteza e ao risco, quer-se dizer um risco calculado. (BARROS NETO, 2012, p. 6)

Isso significa que o risco que o empreendedor corre é consciente, baseado em informações e conhecimento que ele detém, através de análises apuradas, tais como pesquisa de mercado, de novas formas de captação de clientes, de utilização da matéria-prima, etc, ou seja, não é um risco aleatório, posto que se dá de uma forma pulverizada, a que o autor chama de “medidas e ações de cautela e precaução”.

Ademais, o verdadeiro empreendedor sabe que uma boa gestão financeira é importante, que muitas vezes é preciso começar devagar, conhecendo primeiro o ambiente a que se pretende adentrar; identificando possíveis oportunidades, atuando e atualizando-se de forma constante e consciente, mantendo o foco, mas delegando funções e não se sobrecarregando, portanto, gerindo.

Finalmente, para Dornelas (2015), o empreendedorismo, apesar desse caráter individual, não se pressupõe isolamento, como se a “preciosa” ideia não pudesse ser conhecida ou como se aquela inovação jamais fosse encontrar concorrente. Ao contrário, especialmente o jovem empreendedor, inexperiente que é, deve observar

os empreendedores mais antigos, trocar ideias, até para perceber se aquele é o momento certo de investir, buscando adquirir experiência, sempre que possível.

2.1 Conceito de empreendedorismo

De forma geral, palavra empreendedorismo é um termo já muito conhecido de todos e embora poucos entendam, de fato, o conceito técnico que cerca o tema, normalmente, associa-se o mesmo à ideia de inovação, à capacidade de se idealizar e colocar em prática um projeto, de forma criativa e eficaz; enfrentando-se os desafios, a fim de obter o sucesso desejado.

Para Menezes (2003), o termo está geralmente associado à noção de novos empreendimentos. É assim que, pelo senso comum, uma pessoa que abre uma empresa ou passa a oferecer um novo produto é chamada de empreendedora. Mas empreender não é tão simples.

Destarte, uma das definições mais tradicionais e conhecidas acerca do empreendedorismo é aquela de Schumpeter (1949), que afirma que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais.” Onde o autor afirma que, empreender não tem apenas relação com a ideia de criar, mas também com a de destruir, deixar para trás velhos hábitos e formas de se realizar atividades econômicas, transformando ideias em novas oportunidades. Nesse sentido, mesmo aquele que não tem o próprio negócio, mas descobre novas formas de se realizar uma atividade, ou ainda propõe novas maneiras de utilizar recursos e materiais; é o que se chama de empreendedor corporativo. (SCHUMPETER, 1949, apud DORNELAS, 2015, p.28).

[...] o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente [...] o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria negócios novos, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes; ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas.

Assim, empreender também é ser capaz de ver novas oportunidades, diante dos desafios e o empreendedor é importante, não apenas para o empreendimento, mas para a própria sociedade, no sentido de trazer desenvolvimento econômico.

Nesse sentido Dolabela (1999, p. 43) ressalta que o empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo interativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão.

Assim, é claro que o empreendedor também cria novas possibilidades, ao observar o cenário econômico, seja através de um novo empreendimento ou em organismos dos quais já participa. Nesse caso, tem-se o empreendedorismo corporativo. Tal é o caso dos colaboradores no segmento bancário, foco do presente trabalho.

Contudo, o conceito clássico e tradicional de Schumpeter (1949), estabelecido ainda na metade do século passado, ganhou novos contornos, com estudos acerca dos mais variados aspectos relativos ao empreendedorismo. Daí que surgiram inúmeras escolas, dispostas à compreensão do conceito, a partir de diversos pontos de vista. Cunningham e Lischeron (1991), apud Hashimoto (2006), estabeleceram uma classificação geral desses estudos em seis escolas principais, quais sejam:

[...] o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente [...] o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria negócios novos, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes; ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas.

Assim, empreender também é ser capaz de ver novas oportunidades, diante dos desafios e o empreendedor é importante, não apenas para o empreendimento, mas para a própria sociedade, no sentido de trazer desenvolvimento econômico. Nesse sentido:

O empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo interativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão. (DOLABELA, 1999, p. 43)

Assim, é claro que o empreendedor também cria possibilidades, ao observar o cenário econômico, seja através de um novo empreendimento ou dentro de

organismos dos quais já participa. Nesse caso, tem-se o empreendedorismo corporativo. Tal é o caso dos colaboradores no segmento bancário, foco do presente trabalho.

Contudo, o conceito clássico e tradicional de Schumpeter (1949), estabelecido ainda na metade do século passado, ganhou novos contornos, com estudos acerca dos mais variados aspectos relativos ao empreendedorismo. Daí que surgiram inúmeras escolas, dispostas à compreensão do conceito, a partir de diversos pontos de vista. Cunningham e Lischeron (1991), apud Hashimoto (2006), estabeleceram uma classificação geral desses estudos em seis escolas principais, quais sejam:

A escola bibliográfica estuda a história de vida de grandes empreendedores [...] A escola psicológica estuda as características comportamentais e de personalidade dos empreendedores [...] A escola clássica tem como principal característica a inovação. Ela crê que o empreendedor é aquele que cria algo, e não simplesmente o possui. Descoberta, inovação, criatividade são os temas de estudo desta Escola. [...] A escola de administração sugere que o empreendedor é um sujeito que organiza e administra um negócio, assume os riscos de prejuízo e os lucros inerentes a ele [...] A escola da liderança mostra que o empreendedor é um líder que mobiliza as pessoas em torno de objetivos e propósitos [...] A escola corporativa diz que as habilidades empreendedoras podem ser úteis em organizações complexas. [...] ela ganhou relevância a partir da necessidade e das dificuldades das organizações em desenvolver os empreendedores internos ou o clima empreendedor. (HASHIMOTO, 2006, p.2 e 3)

Como se observa, cada uma dessas escolas deixou sua contribuição para a ideia geral de empreendedorismo que se tem hoje, contudo, quando se fala em empreendedor e empreendedorismo, na atualidade, entende-se que é possível empreender em qualquer ramo de atuação e o administrador, o economista, ou quem esteja a cargo da gestão de um negócio, deve ter uma visão empreendedora, e porque não dizer, otimista, do mercado; enxergando as áreas em que a empresa pode apresentar seu diferencial, seja na própria gestão, mas também na comercialização e até no uso de novas tecnologias, que ainda não estejam sendo utilizadas pelos concorrentes. (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 2004, p. 9).

Esse perfil empreendedor pode se apresentar desde o atendimento, na forma de se tratar o cliente, como também na maneira de se relacionar com os fornecedores, ou ainda na busca por alternativas, que permitam otimizar os recursos disponíveis ou visualizar aqueles que nem sequer estejam sendo concebidos como tal. Tal é a visão corporativista do empreendedor. (DORNELAS, 2003) Dessa forma, não apenas o

gestor pode empreender, mas qualquer funcionário, independentemente da posição que ocupe.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

O espírito empreendedor no Brasil está presente desde os primeiros tempos da colonização, com a atuação de portugueses como o Barão de Mauá, que “foi responsável pela fabricação de caldeiras de máquinas a vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas e tubos para encanamentos de água” (CUSTÓDIO, 2011, p.18); além de organizar a navegação a vapor no Sul e no Norte do país; de fundar a primeira ferrovia brasileira e inaugurar a primeira rodovia pavimentada do Brasil; dentre outros feitos.

Dessa forma durante a história do Brasil, muitos foram os empreendedores que contribuíram para o desenvolvimento do país; gente visionária, que também ganhou muito dinheiro em solo tupiniquim.

Nesse sentido, de acordo com Custódio (2011), dentre os muitos empreendedores do século XX, estão pessoas como: Luiz de Queirós ligado à agricultura e ao agronegócio; Atílio Francisco Xavier Fontana, do grupo Sadia; Valentim dos Santos Diniz, ligado ao mercado varejista, com o grupo Pão de Açúcar; Guilherme Guinle, ligado especialmente ao petróleo e à pesquisa científica brasileira, com doações de grande monta; Wolff Klabin e Horácio Lafer, da Klabin, a primeira indústria de celulose de grande porte no Brasil; e José Ermírio de Moraes, do grupo Votorantim.

Para ter-se uma ideia da importância do espírito empreendedor de uma dessas personalidades para o desenvolvimento do Brasil, pode-se citar Valentim dos Santos Diniz, em cuja bibliografia consta ter sido:

[...] fundador da rede de supermercados Pão de Açúcar, Valentim Diniz revolucionou o varejo com novas formas de atendimento ao cliente, alterações nos sistemas de embalagem, refrigeração, técnicas de venda, publicidade e administração, influenciando padrões de consumo e comportamento. O que era apenas uma doceria no ano de 1948 hoje se tornou um grande grupo, dono das marcas Pão de Açúcar, Extra, Compre Bem, Sendas, Assai e Ponto Frio. Alfredo (2009).

Independentemente, porém, do trabalho desenvolvido por todos esses homens empreendedores, o empreendedorismo no Brasil começa a ganhar espaço, como já

se disse, na década de 90, especialmente com o fortalecimento do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que foi fundado na década de 70 e o surgimento da Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), empresa que, como o próprio nome sugere, buscava empreender nessa área. Antes disso, não havia informações nem ambiente para o desenvolvimento do conceito.

Apesar de se ter citado apenas homens, a frente de grandes empreendimentos, a verdade é que hoje, homens e mulheres, milhares de pequenos e grandes empreendedores espalhados por todo o país, têm um papel essencial no desenvolvimento nacional, na geração de emprego e renda no país. (LODEN, 1988)

Hoje, o desafio é formalizar o mercado e investir em informação e conhecimento, além da necessidade de diminuição de impostos e possibilidade de financiamento, de forma a favorecer o empreendedorismo, na gestão, ou internamente; situação dos intraempreendedores.

De modo geral, a atividade empreendedora brasileira se caracteriza como extremamente relevante e expressiva sobre o ponto de vista do percentual da população que se envolve diretamente nesta atividade. Além dos benefícios econômicos, há ainda, o caráter inclusivo na expansão dos negócios por conta própria crescente na última década.

Dentro desse contexto Rodrigues (2016, p. 31) Ressalta que: "o empreendedorismo é um fator muito importante, ao passo que gera emprego e renda, impulsiona a transformação da sociedade, independência financeira de muitas famílias e desenvolve a economia fazendo o país crescer.

2.3 A importância do empreendedorismo

Para Longenecker; Moore; Petty (2004), os empreendedores são vistos como heróis, em um cenário econômico que inspira cuidados; tendo em vista que são eles que “fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico.”

Nesse sentido, em sua obra “O segredo de Luisa”, Dolabela (2006), tenta responder sobre a importância do empreendedorismo. Para a sociedade, afirma que ele a ajuda a crescer economicamente e a se desenvolver no âmbito social, dinamizando a economia. Assim, “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita;

envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade.” (HISRICH E PETER, 2004, p. 33).

Já em relação ao indivíduo, ele é essencial para a autorrealização, gerando independência e autonomia. Por isso ele é tão importante para o desenvolvimento de qualquer tipo de atividade laboral. (DOLABELA, 2006, p.30)

A presença do empreendedor torna-se cada vez mais fundamental para as organizações, quando as mesmas avaliam a necessidade cotidiana de criatividade, do trabalho eficiente, da inserção de novas possibilidades, da criação de uma nova postura de trabalho, fazendo com que a empresa tenha um centro espontaneamente criativo, gerando soluções rápidas, constantes e funcionais a estas organizações.

Ora, em um mercado competitivo, nacional e internacionalmente, os perfis empreendedores são preciosidades, uma vez que ajudam a “mobilizar capital e agregar valor aos recursos naturais.” O empreendedorismo é essencial para que a empresa se mantenha, frente à acirrada competitividade do mercado, e isso se realiza por meio da inovação, da criatividade e da capacidade de trazer o novo, ou de remodelar o que já se conhece, inovando, então, nesse aspecto. Ele também é essencial diante da volatilidade do mercado e dos empregos formais atualmente; sendo um grande instrumento a serviço do colaborador, no sentido de ajudar a empresa a superar os desafios que precisam ser enfrentados. (SEBRAE, 2007, p.2).

Para Galvão, (2019), o empreendedorismo é essencial para o sistema de evolução econômica. "A Instabilidade financeira e a elevada taxa de desemprego fizeram com que o empreendedorismo se tornasse cada vez mais importante para a economia.

Nesse contexto, o empreendedorismo abrange diversos segmentos, e ajuda o empreendedor como iniciar e administrar os negócios que deem não apenas mais lucros, mas também lhe dê maior tempo de vida no mercado. Mendes (2019, p. 28) ressalta que; "Além disso, profissional empreendedor tem uma visão ampla e estratégica da empresa de forma a enxergar pontos fortes do negócio da empresa, pontos que precisam ser melhorados e oportunidades de crescimento e inovação.

2.4 Empreendedorismo Feminino

Os primeiros agrupamentos humanos se formaram a partir de famílias; sendo que ao homem, mais forte fisicamente, cabia a manutenção do lar, trazendo para casa

a caça e os alimentos coletados, os quais eram compartilhados por todos, em uma espécie de comunismo primitivo. Já a mulher por sua vez, precisava cuidar dos filhos, permanecia em casa, tendo sido provavelmente ela que ao jogar as sementes das frutas de que se alimentava nos arredores, notou que estas davam origem a novas árvores, e daí passaram a se ocupar do plantio; enquanto o homem continuava caçando e pescando.

Contudo, historicamente, a mulher, nas sociedades ocidentais ocupou um papel de menor relevo em relação ao homem. Nas antigas sociedades romanas, por exemplo, ela era uma propriedade do marido, após ter sido do pai. Assim, toda a autoridade da família, inclusive de vida e de morte, recaía sobre o “pater famílias”, ou chefe da família; no caso, o homem. (COULANGES, 2004)

Por muito tempo na história, a mulher foi considerada menos apta a atuar fora do trabalho doméstico. Isso era justificado pela diferença de gênero entre homens e mulheres, baseado em litígios biológicos, ou seja, era bastante habitual enaltecer a desigualdade. Porém, com a Revolução Industrial esse quadro começou ter um desfecho diferente, marcado pelo excesso de mulheres empregadas, pois elas passavam a ser indispensável no aumento de demanda da produção.

“Com o passar do tempo esse cenário ganhou um novo perfil por meio do empreendedorismo, segundo a ONU (Organização das Nações Unidas) elas contribuem para a geração de renda do país, através da conquista de espaço na sociedade no ramo dos negócios”. (ASSUÇÃO; ANJOS, 2018, p.113).

Silva (2019, p.79) destaca que a mulher vem ocupando seu espaço de forma gradativa no mercado, mas precisamente no empreendedorismo. Segundo (SEBRAE, 2007) “vale destacar que as principais motivações para as representantes do sexo feminino empreender são: a necessidade de ter outra fonte de renda ou para adquirir independência financeira”.

Mesmo no Brasil, durante muito tempo, a mulher não pôde votar ou ser votada, ou realizar determinadas transações comerciais sem a tutela do marido; tal como se dispunha no Código Civil passado. Diante das dificuldades, as mulheres lutaram, fortaleceram as bases do feminismo e conseguiram sua tão sonhada liberdade; mesmo que hoje, ainda, muitas se dividam entre as tarefas domésticas e o trabalho fora do lar; mas, pelo menos, ela já não está sob a tutela do homem e pode galgar novos espaços e empreender, possuindo, inclusive, capacidade jurídica para tanto.

Segundo Fernandes, Santos e Souza (2017), as mulheres vêm se destacando no mercado laboral, ocupando cargos de gestão e direção em grandes corporações, aliando criatividade, sensibilidade, flexibilidade e capacidade de liderança.

Dessa forma, apontam os autores que muitos estudos têm sido realizados acerca das especificidades do empreendedorismo feminino. Para enumerar essas características, que tornam a mulher singular nos negócios, afirmam que a mulher encoraja sua equipe e a motiva, que ela sabe delegar funções, partilhando o poder e não o concentrando apenas em suas mãos; que valorizam o trabalho do outro e lidam muito bem com a alteridade. (FERNANDES, SANTOS e SOUZA, 2017).

Nesse sentido para as mulheres, há uma maior prioridade atribuída à forma e harmonia (o estético), à preocupação com as pessoas (o social), à unidade e espiritualidade (a religião). Como um grupo, as mulheres tendem a mostrar maior interesse e preocupação pela beleza e expressão criativa, a ser motivadas pelo desejo de ajudar e se importar com os outros, e ser guiadas pelo idealismo. (LODEN, 1988, p. 66)

Gomes (2005), apud Fernandes, Santos e Souza (2017), aponta também que as mulheres possuem maior capacidade de comunicação e mais empatia, de modo que se destacam nas relações interpessoais; além de conseguirem trabalhar em equipe com muita desenvoltura.

Mulheres empreendedoras, em regra, na visão de Peters (2004) apud Fernandes, Santos e Souza (2017), são dinâmicas, ousadas, inovadoras e criativas. Além disso, sabem como lidar com conflitos, conciliando sempre que necessário e tendem a preocuparem-se com os resultados a longo prazo e não apenas com os resultados.

3 METODOLOGIA

Quanto aos procedimentos de metodologia que foram utilizados para a construção e realização da pesquisa, optou-se pelo método dedutivo que nos remeteu a conscientização da relevância do tema e de onde se pretendia iniciar do geral para o particular. Conforme afirma Gil “Parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e possibilita chegar a conclusões de maneira puramente formal, isto é, em virtude unicamente de sua lógica.” (GIL, 2008, p. 9).

No que tange aos meios, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, determinando sua importância através dos dados atuais relacionados com o tema. Segundo Marconi e Lakatos (2010) a pesquisa bibliográfica, ou de fatos secundários, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, etc., [...]. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto (MARCONI; LAKATOS, 2010, p.160). De forma que, a pesquisa em todo seu contexto, buscará se relacionar com execução dos levantamentos de dados, informações em livros, artigos científicos e sites especializados sobre o tema, que venha a auxiliar na análise, desenvolvimento e na investigação sobre como o intraempreendedorismo feminino poderá ser importante como diferencial de gestão nas agências bancárias que atuam.

Quanto aos objetivos desse estudo, estes se classificam como delineamento de pesquisa descritiva e com fins de natureza qualitativa e quantitativa, descrevendo em detalhes todos os métodos e ferramentas utilizadas na gestão feminina. Ainda assim, demonstrando a importância estratégica e o papel feminino em um mercado competitivo nas agências bancárias da cidade de Açailândia. Gil (2010, p.15), relata sobre esse método: “as pesquisas descritivas fazem uma análise minuciosa e descritiva do objeto de estudo, e ainda se investe na coleta e no levantamento de dados qualitativos, mas principalmente quantitativos”.

De forma que, Gil (2014. p. 28) destaca o objeto da pesquisa descritiva: o objetivo da pesquisa descritiva como sendo primordial para descrição das características de determinada população, ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Ainda nesse caso, Oliveira (1999, p.7) comenta que para a pesquisa descritiva é recomendável que se utilize de informações obtidas por estudos exploratórios, ambas se relacionam, pois, a pesquisa torna-se exploratória, quando este objetiva fundamentar e justificar hipóteses do problema citado.

3.1 Universo e amostra

O universo de pesquisa foi constituído, nesta investigação, pelas mulheres que trabalham em agências bancárias da cidade de Açailândia-MA, sendo essas agências públicas e privadas, totalizando quatro Instituições bancárias da cidade, tendo por amostra um total de trinta respondentes.

Para tanto, a amostragem foi não-probabilística e se deu através do método Bola de Neve (snowball), por conveniência, que é usada quando os participantes em potencial da pesquisa são de difícil acesso, ou se essa demanda é limitada a um subgrupo pequeno da população. (AAKER, KUMAR & DAY, 2004).

Faz-se necessário destacar que as entrevistadas responderam livremente ao questionário, com base em sua opinião pessoal e sem influência por parte da pesquisa, sem incentivos ou explicações aprofundadas acerca do objeto do trabalho.

3.2 Instrumentos de coleta de dados

A escolha das técnicas ou dos instrumentos de coleta de dados se deram de acordo com o objetivo da própria pesquisa (ANDRADE, 2009). Nesse sentido, como se tratou de uma pesquisa de campo, que foi realizada em agências bancárias da cidade de Açailândia, optou-se pelo questionário que, conforme Marconi e Lakatos (1999, p. 100), trata-se de “um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito.

O questionário foi disponibilizado as agências bancárias de forma online, através da plataforma Google, com o aplicativo Google Forms. Para tanto, as perguntas dispostas no questionário apresentaram uma série de respostas pré-estabelecidas, o que facilitou a tabulação dos dados e o desenvolvimento de gráficos.

3.3 Local

O local definido para realização da pesquisa foram quatro das seis instituições bancárias existentes no município de Açailândia – MA. De acordo com dados coletados pelo IBGE, a população estimada de Açailândia, em 2020, era de 113.121 pessoas, e sua densidade demográfica é de 17,92 habitantes por quilometro quadrado, o PIB per capita do município no ano de 2018 era de aproximadamente R\$

23.289,73 com Índice de Desenvolvimento Humano de 0,672 em 2010. É válido ressaltar que o último censo realizado pelo IBGE na cidade foi em 2010, sendo dados posteriores a esta data estimativa.

Dados históricos sobre a cidade indicam que Açailândia foi fundada em 1958, devido às obras da BR-010, a qual mobilizou 1,2 mil trabalhadores da região. O nome do município deriva do açazeiro. A palha dessa planta serviu de cobertura para os primeiros barracos na localidade de Trecho seco, próximo a um córrego achado com o auxílio de índios (FUNDAÇÃO VALE, 2007).

À terra, a água fértil e a madeira foram alguns dos principais atrativos para manter os trabalhadores no local, que pertencia ao Município de Imperatriz. A economia rural foi impulsionada depois do assentamento de famílias vindas do Ceará na Colônia Gurupi, nos anos 60, devido incentivos estaduais. O município classificou-se como o maior produtor de milho, mandioca, feijão, pimenta-do-reino, tomate e arroz do Maranhão. Açailândia foi emancipada de Imperatriz em 1981. Observou-se crescimento significativo na atividade madeireira na década de 1980. Com a construção da Ferrovia norte sul e da estrada de ferro carajás, o município recebeu as primeiras siderúrgicas. Em 1994, foram desmembrados os Municípios de São Francisco do Brejão e Itinga do Maranhão (FUNDAÇÃO VALE, 2007).

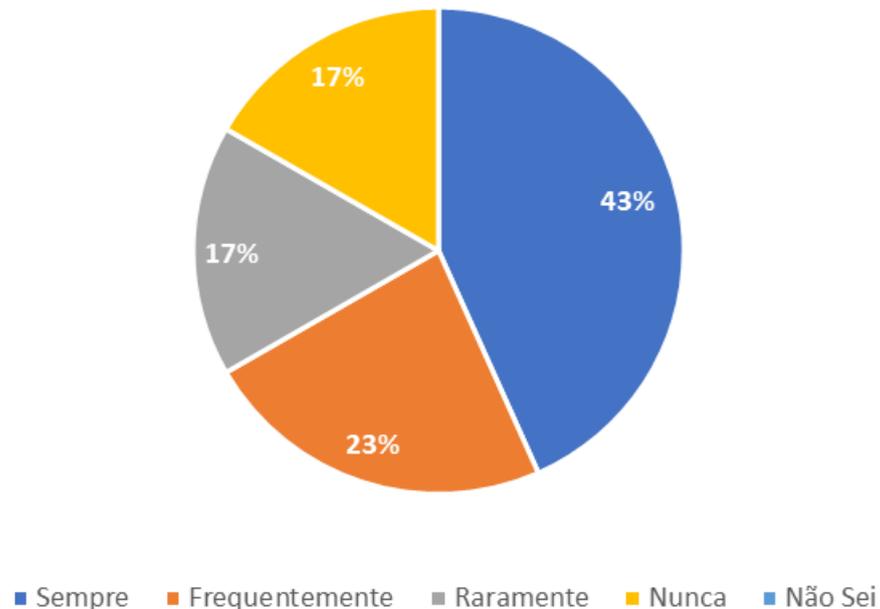
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Quanto a frequência de respondentes, constatou-se que do universo pesquisado 73% são mulheres, tal resultado foi indiferente do esperado. Como mostra os dados do (CMIG, 2019) a taxa de inserção do homem no mercado tem uma diferença 19,2% com relação à mulher. Esse resultado pode ser fruto de uma gestão cujo seu ponto forte é a flexibilização, colaboração e robustecimento da adversidade, singularidade e inovação o que por sua vez, corrobora com Frankel (2007).

Dados do IBGE (2019) apontam que os menores honorários e maiores obstáculos encarados por mulheres não podem ser relacionados com sua educação, pois essa mesma pesquisa citada acima, revela a partir da proporção de pessoas com ensino superior, 19,4% são mulheres e 15,1% homens. Do total de mulheres pesquisadas, 60% são atuantes em agências privada e 30% dessas mulheres estão nas agências públicas. Independente de gênero a criatividade favorece o desenvolvimento tanto intelectual como organizacional. O Gráfico 1 demonstra que

essa equalização de favorece as mulheres no sentido que elas compreendem a necessidade de flexibilização diferenciada para resolver problemas do dia a dia dando a elas um maior destaque no ambiente de trabalho.

Gráfico 1 - Através da sua autonomia e de seus projetos inovadores sua carreira é impulsionada?

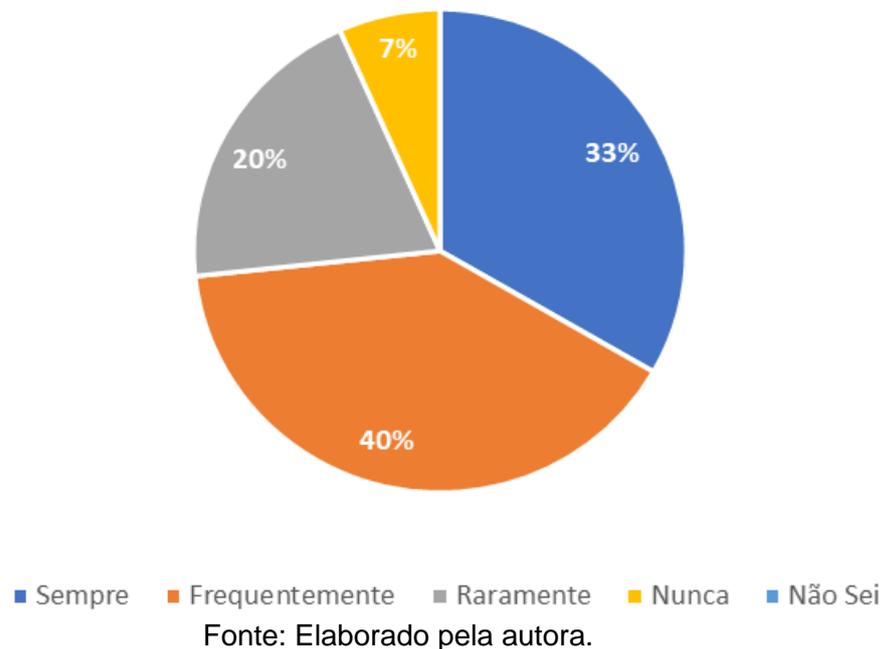


Fonte: Elaborado pela autora.

Para De Vries et al (1997), as mulheres vêm conquistando o seu espaço ao longo do tempo, porém é notório o cuidado que elas mantêm para sobrepor as suas características ou debilidades femininas, essas dificuldades trouxeram para elas aprendizados e mais força para terem suas ideias de inovação reconhecidas.

Dessa forma, como contempla o Gráfico 2, reiteradamente o universo da pesquisa reconhece que a troca desses esforços de informações é benéfica para ambos os lados. Através dessa ótica Saeger, et al., (2016, p 53) realça que a obtenção de informações vai além da análise rápida do suporte, demandando que haja competências suficientes para identificar a informação certa, onde ela está e se ela é útil para que seja alcançado os objetivos pretendidos. Para tal a pesquisa obteve resultados que correspondem a 40% de afirmação das mulheres, que as agências deixam livre o acesso à base necessária para desenvolvimento pessoal e institucional.

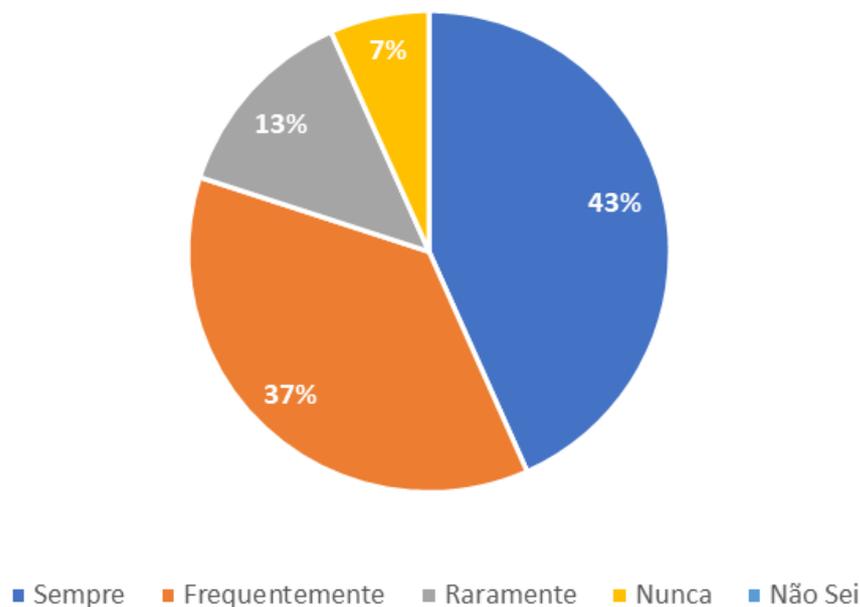
Gráfico 2 - Como colaborador você tem acesso as informações necessárias para inovar?



Inovar é preciso e necessário para a competitividade, os novos tempos exigem e o mercado não espera. Nesse aspecto, a introdução da inovação para a execução de ações e atividades relacionadas ao empreendedorismo é fundamental. (CAMARGO; FARAH, 2010, p.22).

De acordo com Silveira e Gouvêa (2008) é de suma importância o perfil intraempreendedor feminino como instrumento de desenvolvimento, pois estratégias aplicadas por mulheres tem influência direta com o desempenho das organizações. Para tanto, através desta pesquisa constatou-se que 50% das mulheres recebem incentivos para apresentarem novas ideias, e dessas cerca de 45% são aceitas e recompensadas. Com isso as agências obtêm uma margem de 30% em sua taxa de desenvolvimento. Advindos do empenho feminino de se sobressair profissionalmente, impulsionando sua carreira, não somente através de suas qualidades singulares, como também do investimento em seu capital intelectual. A seguir no Gráfico 3 é apresentado o resultado da pergunta 3 -- que consiste em saber se a entrevistada costuma buscar um diferencial através da perspicácia e sendo atento as oportunidades.

Gráfico 3 - Você costuma buscar um diferencial através da perspicácia e sendo atento as oportunidades?



Fonte: Elaborado pelo autor.

Segundo dados do CAGED (2019) “revelaram que a diferença salarial entre mulheres e homens continua grande na categoria bancária”. Porém, esse não é o único problema enfrentado por essas mulheres. Existem as dificuldades na progressividade da carreira feminina, uma vez que quanto mais altos (cargos) menos mulheres conseguem alcançar. O número de bancárias que chegam a esses cargos ainda são muito baixo, no entanto, as mulheres têm o mesmo cabedal, formação e qualidades que os homens. (ARRAIS, 2016). Dentro desse contexto a Organização Internacional do Trabalho (OIT), compara informações, revelando que em 178 países essa desigualdade profissional acontece em vários setores.

As estatísticas de gênero, em 2019 denotaram que as brasileiras destinaram quase o dobro de seu tempo para cuidar de pessoas ou com ocupações domésticas. E os maiores índices foram constatados na região nordeste. Isso afeta as mulheres em sua inserção no mercado de trabalho, considerando que a coadunação da dupla jornada entre trabalho é um dos maiores desafios enfrentados por elas atualmente. (IBGE, 2019).

Tanto as mulheres como os homens precisam fomentar o desenvolvimento profissional, mas as mulheres podem na maioria das vezes tirar proveito de suas habilidades naturais. Ainda que enfrentem desigualdades também geradas por existir diferenças que se acentuam devido ao gênero que fazem parte.

5 CONCLUSÃO

O estudo teve como objetivo analisar a contribuição feminina e sua capacidade diferenciada que gera desenvolvimento e o aumento das vantagens competitivas, através do efeito da aplicabilidade do intraempreendedorismo em agências públicas e privadas do setor bancário. Dessa maneira, a meta proposta foi alcançada, a averiguação contribui para o mercado e para a bibliografia por executar um questionário com bancários, constando que o perfil empreendedor feminino, vinculado ao suporte oferecido pelas instituições, resultam positivamente no desenvolvimento do ciclo do fluxo econômico, em que as mulheres se destacam profissionalmente. A contribuição deste estudo está fundamentada nas hipóteses:

H1 - Há relação entre o desenvolvimento humano e econômico, especificadamente do sexo feminino no que diz respeito a autogestão pessoal: no questionário foi possível constatar que as agências lucram com proatividade, e essas mulheres se sentem motivada no decorrer das atividades exercidas por elas.

H2 - O empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo é um fator que necessita cada vez mais de estudo para o desenvolvimento interno e externo das empresas: ficou evidente que as mulheres pesquisadas se destacam, não importa a atividade que desempenham em suas atribuições.

H3 - O desenvolvimento do intraempreendedorismo é diretamente correspondente ao acesso das informações, bem como o suporte organizacional dos bancos para a inovação acontecer.

Faz parte do processo intraempreendedor o estímulo das características de autoconfiança e protagonismo geridos por uma gestão de competências, tornando-se mais produtivo o ambiente organizacional. Dessa forma, os resultados comprovam a importância do tema, pois a atuação feminina impacta de forma positiva para o desenvolvimento econômico do setor bancário.

Cabe a cada gestor ser um bom líder e utilizar o capital humano de forma eficiente para alavancar e otimizar os processos e o crescimento da instituição. A pesquisa deixa aberta a possibilidade de em estudos futuros se trazer uma análise maior, a nível regional, e/ou um comparativo entre setores de modo a complementar as informações contidas neste trabalho.

REFERÊNCIAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2004.

ALFREDO, L. **Empreendedorismo origem e desafios para o Brasil do século XXI**. In: Administradores.com, 2009. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi>. Acesso 10 junho. 2021.

ANDRADE, M. M. DE. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ARRAIS, L. Mulheres ganham 77% do salário dos homens. In: SINDICADO DOS BANCÁRIOS. São Paulo, 16 mar. 2016. Disponível em: <https://spbancarios.com.br/03/2016/mulheres-ganham-77-do-salario-dos-homens>. Acesso em: 4 julho. 2021.

ASSUNÇÃO, J. C; ANJOS, M. A. D. **Empreendedorismo feminino**: um estudo no estado de Minas Gerais. Revista GeTeC, v. 7, n. 16, 2018.

CAMARGO, S. H. C. R. V.; FARAH, O. E. **Gestão empreendedora e intraempreendedora: estudos de casos brasileiros**. Ribeirão Preto: Villimpress, 2010.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Cultura Editores Associados

FRANKEL, Lois P. **Mulheres lideram melhor que homens**. São Paulo. Gente. 2007

FUNDAÇÃO VALE. **Um olhar sobre Açailândia/ MA: diagnóstico socioeconômico**. 2007. Disponível em: http://www.fundacaovale.org/pt-br/a-fundacao-vale/como-atuamos/Documents/estrada-de-ferro-carajas/livreto_A%C3%A7ail%C3%A2ndia.pdf. Acesso em: 03 jun. 2021.

GALVÃO, A. R. **A Importância da Formação em Empreendedorismo no Desenvolvimento Regional**: O Programa de Empreendedorismo na Região do Sabor. 2019.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

DE VRIES, M. F. R. K.; MARCONDES, R. C.; MARCONDES, A. C. M. **Liderança na empresa**: como o comportamento dos líderes afeta a cultura interna. Atlas, 1997.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Estudos e pesquisas: Informação demográfica e socioeconômica** 2ª edição. 2021.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J.W. **Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial**. São Paulo: Pearson, 2004.

MARCONI, M. DE A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARCONI, M. DE A. LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MENDES, D. A. **A importância do empreendedorismo para o crescimento das microempresas**. 2019.

MENEZES, L.C.M. **Gestão de Projetos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MORAES, C. F. L. DE. **A CONEXÃO ENTRE EMPREENDEDORISMO E INTRAEMPREENDEDORISMO**. 2019.

OLIVEIRA, S. L. de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

SAEGER, M. M. DE M. T et al. **Organização, acesso e uso da informação: componentes essenciais ao processo de gestão da informação nas organizações**. Páginas a&b: arquivos e bibliotecas, p. 52-64, 2016.

SEBRAE. **Donas de negócios**. 2007. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/painelempreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 21 set. 2020.

SILVA, G. F.; DE FRANÇA PEREIRA, M. F.; DOS SANTOS, É; J. **EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO FERRAMENTA PARA INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA**. *Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia*, v. 3, n. 2, p. 68-90, 2019.

SILVEIRA, A.; DE GOUVÊA, A. B. C. T. **Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas**. *Revista de Administração FACES Journal*, 2008.