

Encontro de Extensão, Docência e Iniciação Científica (EEDIC)

EMPREENDEDORISMO FEMININO: ALTERNATIVAS NA VENDA "PORTA A PORTA"

Francisco Tiago Inácio Damasceno; Daniel Barsi Lopes; Marcos James Chaves Bessa; Sérgio Horta Mattos; Danival Sousa Cavalcante; Valter de Souza Pinho

O artigo pretende apresentar contribuições do empreendedorismo para as vendedoras porta a porta, pois segundo dados atuais da pesquisa GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (2013) no Brasil, a proporção de mulheres empreendedoras superou a proporção de homens (52,2% contra 47,8%). Desta maneira, o fato ganha importância para a economia nacional e local despertando nas mulheres possibilidades de gerar negócios. Esta pesquisa mostrará as reais capacidades adquiridas pelas mulheres que assumem os desafios e os riscos de constituírem o seu próprio negócio, identificando as principais habilidades que são desenvolvidas pelas empreendedoras na atuação porta a porta, mostrando-se uma gama variada de conhecimentos adquiridos no seu dia a dia e contribuindo de alguma maneira para que as novas empreendedoras busquem crescer dentro desse mundo de oportunidades e desafios. A motivação para a realização deste estudo baseia-se no grande crescimento do empreendedorismo porta a porta segundo dados do (SEBRAE, 2014). A escolha do lócus de estudo na cidade de Quixadá-CE foi motivada por seu destaque no crescimento de tal segmento. Foi desenvolvido a técnica do grupo focal de cunho qualitativo tendo como objetivo geral observar as principais habilidades e construção das percepções desenvolvidas pelas empreendedoras na venda porta a porta. Já para os específicos: (i) diferenciar as vendedoras porta a porta quanto ao perfil pessoal e profissional; (ii) identificar as características de comportamento das mulheres empreendedoras nos diversos segmentos porta a porta e (iii) acompanhar a evolução destas mulheres sobre sucesso e fracasso em relação ao empreendedorismo porta a porta. Com os dados das depoentes foi possível constatar que as mulheres entrevistadas possuem grande capacidade empreendedora, com muito otimismo, paixão pelo que fazem e criatividade, inovando e aperfeiçoando suas abordagens na relação com o cliente. Procurou-se avaliar a utilização da técnica do grupo focal no contexto de uma pesquisa qualitativa que enfatizou à experiência, o conhecimento do produto e a busca pela satisfação dos clientes para a identificação do sucesso profissional, baseado nos relatos das empreendedoras o processo de construção de sentido em relação ao tema estudado.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Habilidades. Vendas porta a porta.