

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL: DESAFIOS E POTENCIALIDADES

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL: HALLENGES AND POTENTIALITIES

Larissa Lacerda Da Silva Correia (CORREIA, L, L, S.)

Discente em Administração pela Faculdade Evangélica de Ceres, pelo 8º período. Rialma – GO, Brasil. larissalacerda002@hotmail.com

Maria Olívia Alexandre Pinto (PINTO, M, O, A.)

Discente em Administração pela Faculdade Evangélica de Ceres, pelo 8º período. Carmo do Rio Verde – GO, Brasil. marialuliva12345@gmail.com

Walter Júnior Jovêncio de Faria (FARIA, W, J, J.)

Docente do curso de Administração da Faculdade Evangélica de Ceres. Ceres– GO, Brasil. walterjun@gmail.com

Endereço para correspondência:

Av. Brasil, S/n, Qd. 13, Morada Verde, Ceres - GO, Brasil. CEP: 76300-000
walterjun@gmail.com

RESUMO

Introdução: O empreendedorismo feminino é permeado por diversos desafios, no entanto, há evidências que demonstram potencialidades que podem fazer com que o assunto ganhe muita receptividade em variados campos. Diante da importância desse estudo, pode-se observar que a mulher não só tem demonstrado estar em igualdade com os homens devido às suas habilidades e capacidades profissionais, como também, tem validado os atributos e características que são significativos no que diz respeito aos espaços organizacionais. **Objetivo:** Refletir sobre os obstáculos, vantagens, potencialidades e desafios vivenciados por mulheres empreendedoras, buscando dar ênfase a estudos que apresentem teorizações e experiências. **Metodologia:** Trata-se de uma revisão bibliográfica, para tanto foi realizada uma busca nas bases de dados Scientific Electronic Lirary Periodic (SPELL) e Scientific Electronic Lirary Online (SciELO). **Discussão:** Constando como um longo caminho marcado por lutas que buscavam a real efetivação de direitos, a mulher tem feito significativas mudanças em múltiplos cenários que compõem a realidade social na qual ela está inserida. Os papéis a ela delegados, que basicamente se referiam aos cuidados com o lar e partes dos serviços religiosos, foram sendo ampliados e ganhando destaque em múltiplos sentidos e dimensões. O mercado de trabalho é um dos principais espaços cujas demandas têm sido preenchidas por profissionais do sexo feminino.

Mulheres empreendedoras contribuem amplamente para uma sociedade profissionalmente mais igualitária. Dessa forma, percebe-se novos olhares para a relevância que o empreendedorismo feminino tem na atualidade gerando então, uma maior valorização do público empreendedor feminino e da mulher empreendedora.

Palavras-chave: Desafios. Empreendedorismo feminino. Mulheres. Potencialidades.

ABSTRACT

Introduction: female entrepreneurship is permeated by several challenges, however, there is evidence that demonstrates potential that can make the subject gain a lot of receptivity in various fields. Given the importance of this study, it can be observed that women have not only demonstrated that they are on an equal footing with men due to their professional skills and abilities, but also have validated the attributes and characteristics that are significant with regard to organizational spaces. **Objective:** Reflect on the obstacles, advantages, potentials and challenges experienced by women entrepreneurs, seeking to emphasize studies that present theories and experiences. **Methodology:** This is a literature review, for which a search was performed in the Scientific Electronic Library Periodic (SPELL) and Scientific Electronic Library Online (SciELO) databases. **Discussion:** As a long path marked by struggles that sought the real realization of rights, women have made significant changes in multiple scenarios that make up the social reality in which they are inserted. The roles delegated to her, which basically referred to care for the home and parts of religious services, were expanded and gained prominence in multiple senses and dimensions. The labor market is one of the main spaces whose demands have been fulfilled by female professionals. Entrepreneurial women largely contribute to a more professionally egalitarian society. In this way, there are new perspectives on the relevance that female entrepreneurship currently has, thus generating a greater appreciation of the female entrepreneurial public and female entrepreneurs.

Keywords: Challenges. Female entrepreneurship. Women. Potentials.

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é mais visto como um acontecimento individual que pode estar ligado com a criação de um negócio e que por meio de uma oportunidade ou até mesmo por necessidade de sobrevivência potencializa uma pessoa ou comunidade a desenvolver competências necessárias, como por exemplo, a de solucionar problemas e de construir o seu próprio futuro (ZARPELLON, 2010).

O empreendedorismo pode mudar a vida das pessoas e da comunidade. O processo de empreender tem um papel fundamental no avanço da economia, além de fazer com que os empreendedores desenvolvam suas competências e habilidades. Os empreendedores são os grandes responsáveis por liderar iniciativas, resolver conflitos, criar soluções para diminuir custos, além da criação de novos empregos.

1 Os empreendimentos dirigidos por mulheres têm crescido consideravelmente e dessa
2 forma, justificando a tendência de estudos sobre os embates trabalho-família dentro do contexto
3 da mulher e de realização pessoal. As mulheres estão cada vez mais atuantes no mercado de
4 trabalho, tanto na condição de colaboradoras como na de empreendedoras, por consequência
5 pode ocorrer impactos de toda ordem. (STROBINO E TEIXEIRA, 2014).

6 As mulheres têm conquistado maior visibilidade e espaço. No Brasil, tem-se visto que
7 os empreendimentos idealizados e implantados por mulheres tendem a ser uma realidade. O
8 destaque e reconhecimento do valor da mulher tem viabilizado um novo posicionamento da
9 sociedade. Embora ainda existam paradigmas e preconceitos no mercado de trabalho e no
10 universo de negócios, os desafios estão sendo superados.

11 Para Rosa e Brito (2009, p. 63), existem barreiras invisíveis nas organizações de
12 dominação masculina que impedem a promoção de mulheres, uma vez que essas organizações
13 possuem “uma dinâmica simbólica que se articula com o contexto social, reproduzindo sua
14 lógica, suas virtudes e, acima de tudo, seus preconceitos”. Devido ao curso da história, de uma
15 longa jornada de desigualdade de gênero, quando se fala em trabalho é evidente que a mulher
16 sofre com a discriminação intelectual e com a ideia de que os conceitos de força e poder estejam
17 relacionados à masculinidade. No entanto, as mulheres aos postos de liderança, ainda enfrentam
18 muitas adversidades, o que se observa é a verificação dos talentos naturais e a mudança de
19 mentalidades que podem fazer no ambiente organizacional (SCHLICKMANN; PIZARRO,
20 2013).

21 A mulher ainda é associada a trabalhos domésticos e mesmo desempenhando papéis
22 nas empresas ou ainda empreendendo, as mulheres ficam com a maior parte desses cuidados
23 com a casa e com os filhos. Os homens acreditam que já fazem o seu papel e arcam com suas
24 responsabilidades profissionais, podendo escolher se irá dividir ou não as atividades
25 domésticas. Infelizmente, essa situação coloca a mulher em uma posição menos favorável,
26 dificultando ainda mais a sua ascensão e seu reconhecimento em âmbito profissional e
27 empresarial.

28 Dornelas (2005), declara que somente na década de 90 que o empreendedorismo no
29 Brasil começou a tomar formas. Com pouca capacitação, o SEBRAE notou que poderia orientar
30 esses empreendedores. Na atualidade, existem inúmeras redes que oferecem apoio para
31 mulheres e seus negócios. O GEM (Global Entrepreneurship Monitor) recolheu dados de 49
32 países e a pesquisa mostrou que o Brasil ficou entre os dez, no ranking de proporção de
33 mulheres à frente de empreendimentos iniciais. Diversas empreendedoras e mulheres de

1 negócios têm formado grandes impérios ou conquistado posições de destaque em empresas,
2 com cargos de liderança que eram predominantemente ocupados por homens.

3 As mulheres têm desempenhado de forma competente suas funções no
4 empreendedorismo. São destaque em diversas habilidades, como a assertividade na
5 comunicação, a liderança, o bom relacionamento interpessoal, a flexibilidade e a
6 multifuncionalidade. Além de todos esses pontos importantes, a mulher ainda possui um grau
7 de escolaridade maior que o homem. As potencialidades têm sido exaltadas, elogiadas e até
8 mesmo apontadas como elementos preferenciais no mercado de trabalho, que até algumas
9 décadas era praticamente um território exclusivamente masculino.

10 Diante da importância desse estudo pode-se observar que a mulher não só tem
11 demonstrado estar em igualdade com os homens devido às suas habilidades e capacidades
12 profissionais, como também, tem validado os atributos e características que são significativos
13 no que diz respeito aos espaços organizacionais. O objetivo geral da pesquisa é refletir sobre
14 os obstáculos, vantagens, potencialidades e desafios vivenciados por mulheres
15 empreendedoras, buscando dar ênfase a estudos que apresentem teorizações e experiências. Os
16 objetivos específicos são: Conceituar empreendedorismo e o empreendedor; Identificar os
17 maiores desafios que as mulheres encontram ao empreender; Analisar o perfil da mulher
18 empreendedora; Refletir sobre o empreendedorismo feminino no Brasil; e Entender a relevância
19 do empreendedorismo feminino para a sociedade.

20 A escolha do tema de pesquisa foi motivada pelo fato de o empreendedorismo
21 feminino estar em constante crescimento. Buscando refletir sobre os obstáculos, vantagens,
22 potencialidades e desafios vivenciados por mulheres empreendedoras por meio de um
23 levantamento bibliográfico.

24

25 **2. METODOLOGIA**

26

27 Esse trabalho tem como fundamentação a pesquisa bibliográfica e para tal foram
28 utilizados meios de pesquisa como: livros, artigos e sites na internet.

29 Para Gil (2002, p. 17) "A pesquisa é necessária quando não há informações suficientes
30 para responder ao problema, ou quando a informação disponível está em tal estado de desordem
31 que não pode ser adequadamente relacionada ao problema." A pesquisa científica tem diversas
32 modalidades, uma das quais é a pesquisa bibliográfica, que é tratada neste artigo e que
33 estabelece todas as etapas que devem ser seguidas para sua execução.

1 Este tipo de pesquisa é idealizada por diversos autores, entre eles Marconi e Lakatos
2 (2003) e Gil (2002). As pesquisas bibliográficas são utilizadas principalmente, no meio
3 acadêmico e servem para aprimorar e atualizar conhecimentos por meio do estudo científico de
4 trabalhos já publicados.

5 Foi trabalhado também, a pesquisa exploratória, onde, esse tipo de pesquisa visa
6 explorar um fenômeno. Habitualmente, esse tipo de pesquisa busca elencar hipóteses sobre o
7 tema ou fenômeno estudado para que outras pesquisas as testem e validem. De acordo com Gil
8 (2017), as pesquisas exploratórias tendem a ser mais flexíveis em seu planejamento, pois
9 pretendem observar e compreender os mais variados aspectos relativos ao fenômeno estudado
10 pelo pesquisador e as pesquisas exploratórias mais comuns são os levantamentos bibliográficos.

11 12 **3. EMPREENDEDORISMO E O EMPREENDEDOR: CONCEITUAÇÃO**

13
14 Em suas pesquisas de caráter historial Baggio e Baggio (2015), põe em evidência que
15 a terminologia empreendedorismo possui uma longa trajetória linguística. Enquanto vocábulo,
16 ou seja, um componente do vocabulário, que é o conjunto de palavras que formam uma língua
17 ou idioma é derivado da palavra *imprehendere*, originada da língua latina clássica. O sentido
18 da palavra estava desde o início relacionada a uma atitude, ou seja, ao ato de fazer ou praticar
19 algo. Já a partir do século XV é possível ver em textos escritos em Portugal o termo empreender.

20 Por outro lado, a expressão “empreendedor”, caracterizando e se referindo àquele que
21 empreende algo segundo os autores mencionados, então surge em língua portuguesa apenas
22 cem anos depois, especificamente no século XVI. De modo geral, a expressão
23 “empreendedorismo”, aplicada no sentido de práticas inovadoras de criar e gestar negócios
24 recorrentes a campos como: Administração, Finanças e Economia, possui origem da tradução
25 do termo *entrepreneurship* que é próprio da língua inglesa (BAGGIO; BAGGIO, 2015).

26 O primeiro uso do termo empreendedorismo, de acordo com Dornelas (2005), foi feito
27 por Marco Pólo, onde por meio de uma negociação com um capitalista ocorreu um contrato que
28 tinha o propósito de vender mercadorias e dessa forma foi estabelecida uma rota comercial para
29 o Oriente. Na Antiguidade, acreditava-se que o capitalista de forma passiva assumia riscos e o
30 empreendedor era aquele que tinha papel ativo, conhecido como aventureiro.

31 O empreendedorismo pra Zarpellon (2010), é mais visto como um acontecimento
32 individual que está conectado com a criação de empresas e que por meio de uma oportunidade
33 ou até mesmo por necessidade de sobrevivência, do que um fenômeno social que potencializa

1 uma pessoa ou comunidade a desenvolver competências, como a de solucionar problemas e de
2 construir o seu próprio futuro, isto é, de gerar Capital Social e Capital Humano.

3 Dornelas (2008), afirma que empreender é identificar uma oportunidade e criar um
4 negócio considerando possíveis riscos. No olhar de outros autores a respeito do
5 empreendedorismo encontram-se os seguintes aspectos relativos ao empreendedor: a) tem
6 atitude para criar um negócio e amor pelo que faz; b) utiliza de forma criativa os recursos
7 disponíveis, modificando o ambiente econômico social; c) aceita e responsabiliza-se pelos
8 possíveis riscos e a possibilidade de fracassar.

9 Chiavenato (2004), afirma que a energia da economia, o encorajamento de talentos e
10 a execução de ideias fazem parte do espírito empreendedor. São aqueles que não perdem
11 oportunidades, são rápidos e aproveitam o momento. Uma pessoa que inicia e/ou atua em um
12 negócio para efetivar uma ideia inovadora ou até mesmo um projeto pessoal, assumindo riscos.
13 Dolabela (2010, p. 25), ainda complementa concluindo que: “O empreendedor é alguém que
14 sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

15

16 **4. EMPREENDEDORISMO FEMININO E SEUS DESAFIOS**

17

18 As novas dinâmicas sociais têm permitido uma real ressignificação do papel e da
19 importância da mulher nos negócios. A respeito da vigente perspectiva sobre empreendedores
20 e empreendedoras, Baggio e Baggio (2015), apontam que estes têm em si, de maneira bem
21 enfática, a caracterização de pessoa que possui uma visão ampliada da realidade econômica e
22 mercadológica à sua volta. Portanto, é relevante considerar que, pessoas visionárias têm
23 aptidões que permitem aproveitar bem as oportunidades, tomando decisões com clareza. Essas
24 pessoas têm prazer no que faz, possuem uma boa rede de relacionamentos, são capazes de fazer
25 a diferença, são pessoas que prosperam, que lideram, e que são vistas como exemplo.

26 Muitos estudos têm demonstrado que já tendo se passado duas décadas da chegada do
27 século XXI, o empreendedorismo feminino tem se revelado como uma forte tendência e que a
28 cada dia está mais em evidência. Do ponto de vista da economia, a idealização e atuação da
29 mulher no campo dos negócios tem aumentado de forma significativa a cada ano. Somente no
30 ano de 2018 contabilizavam 24 milhões de empreendimentos gestados por mulheres no Brasil.
31 (LOSCHI; PERISSÉ, 2019).

32 É bem reconhecível que iniciar um negócio, passando por todos os desafios que
33 existem, desde o planejamento até o seu desenvolvimento e concretização, buscando se manter
34 no mercado que a cada dia se torna mais competitivo, consta como uma atividade muito

1 desafiadora. O empreendedorismo é permeado por entraves tanto para homens quanto para
2 mulheres, exigindo de ambos os sexos uma postura corajosa e organizada para que o
3 empreendimento saía do papel e ganhe forma. Entretanto para as mulheres, devido aos aspectos
4 culturais, os desafios parecem ser mais assinalados. (LOSCHI; PERISSÉ, 2019).

5 Este tem sido tema de muitos estudos no Brasil, a evidência da mulher no mercado de
6 trabalho e no mundo. Embora no caso brasileiro, as estatísticas demonstram que para as
7 mulheres apesar de possuírem escolaridade mais elevada em relação aos homens e também que
8 o total de mulheres que concluíram o ensino médio e tem curso superior incompleto ou em fase
9 de conclusão é 10 pontos mais elevados que mesma faixa do grupo de homens, os desafios são
10 múltiplos e possuem raízes históricas (SCHLICKMANN; PIZARRO, 2013).

11 A vivência em uma cultura que prestigia em maior grau os homens em detrimento às
12 mulheres, acaba por viabilizar que exista mais facilidade para o primeiro grupo no que tange às
13 práticas empreendedoras. Mesmo ante a desafios, as mulheres têm provado a sua competência
14 em implementar e gestar negócios. A respeito dos principais desafios que as empreendedoras
15 enfrentam, que se pode observar na literatura é possível destacar a múltipla jornada de trabalho,
16 o preconceito de gênero e a falta de incentivo por parte de políticas públicas mais abrangentes
17 e até mesmo taxas de juros mais elevadas (COHEN, 2016).

18 Ocorreu uma maior e melhor participação das mulheres no mercado de trabalho com
19 a chegada do século XXI, levando em consideração que estas estatisticamente se preparam e se
20 capacitam mais e ainda se deparam com a dificuldade de conciliar outros campos, aspectos e
21 fatores da vida com a carreira profissional. Isto é decorrente do fato de que existe uma
22 concepção cultural de que às mulheres cabem de maneira quase exclusiva, os cuidados com o
23 lar e com os familiares de maneira geral. Isso tem feito com que muitas mulheres precisem
24 dividir o seu tempo e por vezes, acabam se sobrecarregando. Neste sentido, cabe mencionar
25 que, na maioria das vezes, essa cobrança não existe no caso dos homens, o que pode ser
26 considerado como um ponto de dificuldade para as mulheres nesta direção (SAFFIOTI, 2013;
27 NOGUEIRA, 2016).

28 Pesquisas recentes realizadas no Brasil atestam que, por exemplo, no ano de 2017 o
29 tempo empregado por mulheres empreendedoras nos cuidados domésticos e familiares
30 representa um percentual de 73 vezes maior do que os preconizados pela parcela masculina da
31 população. Aspectos assim, denotam que as mulheres são compelidas a se dedicarem
32 parcialmente aos negócios. Mesmo assim, as pesquisas não revelam que há fatores que
33 desabonem a competência e a presteza demonstrada neste contexto. (FERNANDES; DUARTE,
34 2020).

1 Tido como um dos grandes problemas enfrentados pelas mulheres, o preconceito com
2 relação ao gênero é baseado, do ponto de vista cultural, em estereótipos comumente
3 denominados de sexismos. Em vários setores e campos de atuação profissional que em sua
4 maioria são encabeçados por homens, como é o caso dos setores de tecnologia nos quais a
5 presença de mulheres ainda é menor em relação aos homens, o preconceito é vivenciado como
6 obstáculo que pode impedir as mulheres, embora competentes, e preparadas de galgarem
7 posições mais representativas e de destaque (SAFFIOTI, 2013). A falta de incentivo, tanto do
8 ponto de vista político, quanto no que tange o apoio dos familiares, também têm revelado alguns
9 dos embates vivenciados pelas mulheres que pretendem ser empreendedoras ou que já estão no
10 mercado de trabalho. A falta de autoconfiança associada ao medo de fracassar nos negócios
11 tem imprimido na maior parte das mulheres um certo receio em investir seus esforços, tempo e
12 recursos em empreendimentos novos. (FERNANDES; DUARTE, 2020).

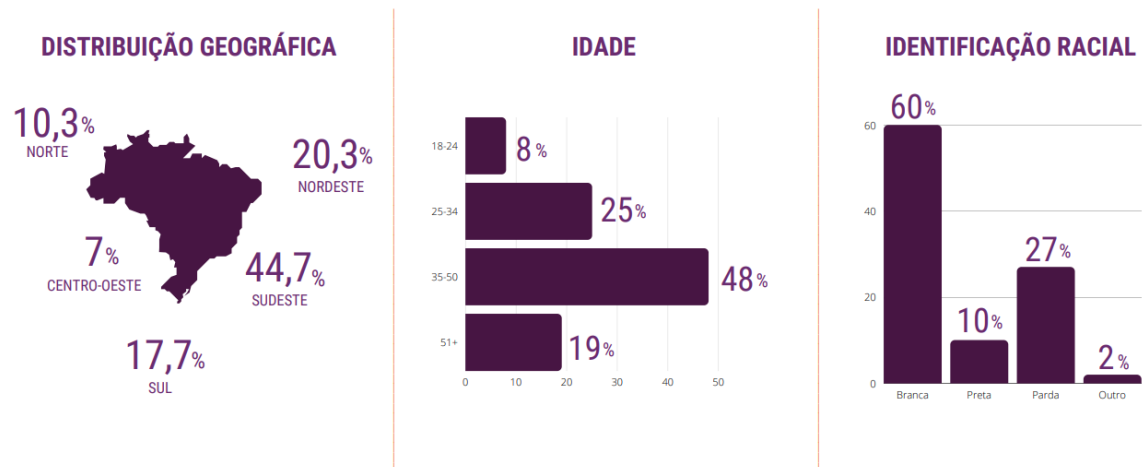
13 Em virtude do curso da história, de uma ampla jornada de desigualdade de gênero, não
14 se pode falar de características de sexo X ou Y, sem compará-lo ao outro. Quando o assunto é
15 trabalho, fica notório que a mulher ainda sofre com a discriminação intelectual, além disso, há
16 o estereótipo vigente há anos na sociedade de que os conceitos de força e poder estejam
17 relacionados à masculinidade. Enfrentando inúmeros obstáculos, com a chegada da mulher aos
18 postos de liderança, o que se constata são os seus talentos naturais e da diferença que podem
19 fazer no ambiente corporativo atual (SCHLICKMANN; PIZARRO, 2013).

20

21 **4.1 PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA**

22

23 A RME (Rede Mulher Empreendedora), fez recentemente um estudo importante sobre
24 o empreendedorismo feminino no Brasil. Em 2020, um ano atípico e desafiador mostrou os
25 seguintes resultados sobre o perfil da mulher empreendedora, conforme a figura 1 representa
26 abaixo.



1 Fonte: RME (2020)

2 **Figura 1** – O perfil da mulher empreendedora

3

4 O gráfico mostra que de acordo com a distribuição geográfica, 44,7% das mulheres
 5 empreendedoras são do sudoeste do Brasil, 20,3% são do nordeste, 17,7% do sul, 10,3% do
 6 norte e 7% do centro-oeste. Em relação a idade, 48% das mulheres empreendedoras têm entre
 7 35 a 50 anos, 25% têm entre 25 a 34 anos de idade, 19% das mulheres têm mais de 51 anos e
 8 8% têm entre 18 e 24 anos de idade. Quanto a identificação racial a pesquisa apontou que 60%
 9 são mulheres brancas, 27% são pardas, 10% são mulheres pretas e 2% outras.

10

11 De acordo com a RME (2019), a flexibilidade de horário e tempo para a família, são
 12 as principais motivações para as mulheres iniciarem um negócio. E sendo assim, as mulheres
 13 têm menos tempo para o negócio do que os homens, pois se dividem em cuidar dos afazeres
 14 domésticos, dos filhos e seu negócio. As mulheres continuam se desdobrando mais que os
 15 homens entre o empreendedorismo e as atividades do lar. Além de que o sucesso de empreender
 16 da mulher pode ser o sustento de inúmeras famílias. A Rede Mulher de Empreendedorismo,
 17 ainda mostra que as mulheres geram oportunidades e empregos para outras mulheres, criando
 18 uma rede de apoio.

18

19 Outra situação importante que deve ser colocada em ênfase é o início da maternidade.
 20 A mulher não se sente acolhida pelas empresas em razão de suas novas necessidades e
 21 infelizmente, são desligadas após a volta da licença maternidade. A RME (2019), afirma que a
 22 mulher acaba empreendendo em sua área de conhecimento. Com o crescimento dos filhos a
 23 mulher consegue ter a flexibilidade que precisa e ainda dedicar mais tempo para identificação
 24 de possibilidades do mercado e consequentemente, conseguem impulsionar o seu negócio.

24

25 Com a observação do mercado e da sociedade atual, percebe-se que a mulher possui,
 de forma natural, muitas das habilidades que são exigidas para a prática de empreendedorismo

1 eficaz e eficiente. Diversas pesquisas acrescentam ainda que as mulheres podem ser mais
2 criativas, onde o raciocínio prevalece, enxergando as situações de maneira ampla, intuitiva e
3 harmonizadora. A delicadeza da mulher, não é sinônimo de vulnerabilidade, mas de sutileza. A
4 cooperação, o cuidado são características empáticas e que ao serem, empregadas em ambiente
5 organizacional, podem render bons frutos por meio do exemplo que arrasta (SCHLICKMANN;
6 PIZARRO, 2013).

7 Hisirich e Peters (2004), afirmam que a mulher empreendedora é flexível e tolerante,
8 orientada para metas, focada, criativa e realista, possuem nível médio em autoconfiança e tem
9 habilidade de lidar com ambiente social e econômico. Garcia (2019), corrobora dizendo que as
10 mulheres são mais persistentes, tem uma facilidade de formar boas equipes, cuidam dos
11 detalhes e não vê o negócio como algo ruim ou um fardo e sim como um desafio. Já Peters
12 (2004), menciona a intuição como um ponto forte da empreendedora na tomada de decisão,
13 além de confiar nas pessoas pelo fato de terem um bom relacionamento interpessoal.

14 O perfil de liderança da mulher empreendedora é consideravelmente alto, para Rechia
15 (2007), a mulher possui uma comunicação assertiva, consegue deixar em evidência de forma
16 clara e transparente suas metas para toda a equipe, possui paixão em se relacionar com as
17 pessoas, gostam de expor sobre o que acreditam, seus valores e visão de futuro, têm um poder
18 de persuasão, convencimento e sabe vender e negociar de forma estratégica.

19 Um atributo importante que Andreoli e Borges (2004), destaca é a multifuncionalidade
20 da mulher. Elas são capazes de realizar diversas tarefas e funções, cuidam de inúmeros assuntos,
21 além de serem muito flexíveis podendo desempenhar diferentes papéis na empresa. Peters
22 (2004), menciona outro ponto importante, do qual as mulheres possuem mais ações
23 empreendedoras e possuem maior nível de escolaridade do que os homens.

24 25 **4.2 O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL**

26
27 Segundo Bolina (2015), na década de 90, houve uma abertura maior na economia e
28 dessa forma surgiram os primeiros empreendedores no Brasil. Contudo, os novos
29 empreendedores não possuíam conhecimentos necessários para administrar seus negócios.
30 Dessa forma, o SEBRAE começou a dar um suporte técnico para esses novos empreendedores,
31 como, capacitação para os novos empreendedores, acesso aos novos mercados, acesso à
32 tecnologia e inovação e ainda orientação para o acesso aos serviços financeiros.

33 Refletindo sobre o papel da mulher na sociedade, há alguns anos era resumido em
34 cuidar da família, Bolina (2015), destaca que as mulheres estão superando as barreiras impostas

1 pelo preconceito, pelo mercado, pela economia e tantas outras. Diversas empreendedoras e
2 mulheres de negócios têm arquitetado grandes impérios ou conquistado posições de destaque
3 em empresas, com cargos de liderança que eram predominantemente ocupados por homens.

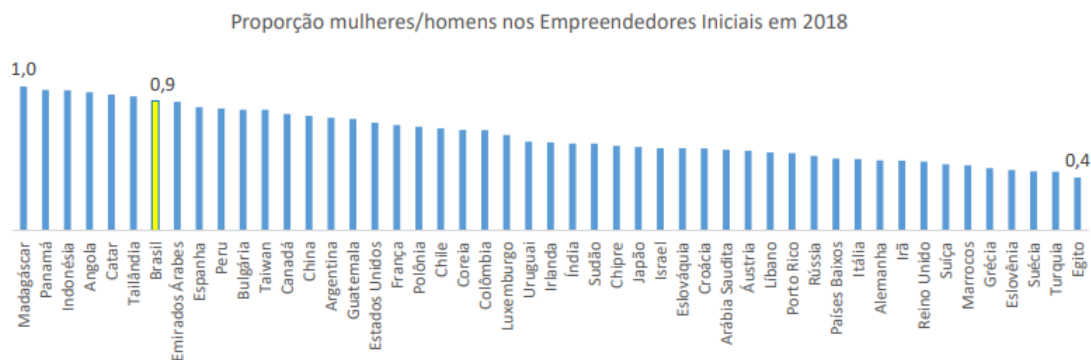
4 De acordo com uma pesquisa da RME (2019), existem os negócios informais também,
5 onde mulheres brasileiras, mostram que esse tipo de negócio surge após a demissão da própria
6 empreendedora ou ainda de seu companheiro e tem relação com alguma atividade que não
7 depende de investimentos. Em geral, são mulheres que trabalham em casa, sozinhas e que a
8 demanda de filhos, família e afazeres domésticos interferem no horário de trabalho. Essa
9 pesquisa ainda mostrou que 78% pretendem se formalizar; 74% citam a falta de dinheiro como
10 motivação da informalidade; 61% fariam empréstimos para formalizar o negócio e que ao
11 contrário do que acreditava-se, a pesquisa ainda revela que as empreendedoras não-
12 formalizadas (76% delas) possuem curso superior completo ou algum tipo de formação em
13 nível maior.

14 A RME (2019, p. 9), indica que 29% das mulheres empreendedoras são motivadas
15 pelo sucesso; 21% empreendem mais qualidade de vida e 14% procuram empreender para poder
16 conciliar família e trabalho. “Mulheres empreendem principalmente para trabalhar com o que
17 gostam, para alcançar sucesso e obter lucro, para ter qualidade de vida e para conciliar as
18 atividades da casa e demandas da família com o trabalho”. Apesar de afirmarem que
19 empreendem por buscarem qualidade de vida, em média as mulheres empreendedoras dedicam
20 7,5 horas por dia a negócio, 2,8 horas para filhos e família e 1,8 horas por dia para lazer.

21 O SEBRAE (2021), aponta dados da última Pesquisa Nacional por Amostra de
22 Domicílios Contínua (PNADC) realizada pelo IBGE apresentam que 9,3 milhões de brasileiras
23 estão à frente de seu próprio negócio e que em 2018 elas já eram 34% dos empreendedores no
24 Brasil. Outro dado importante que o SEBRAE (2021) traz é da principal pesquisa sobre
25 empreendedorismo do mundo, o GEM (Global Entrepreneurship Monitor) onde em 2018 foram
26 captados dados de 49 países e o Brasil ficou em 7º lugar no ranking de proporção de mulheres
27 a frente de empreendimentos iniciais, ou seja, aquelas empresas que possuem menos de 42
28 meses de existência, segue a figura abaixo.

29

O Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres entre os Empreendedores Iniciais



Fonte: GEM (2018). NOTA: 49 países participaram do GEM 2018 (em 2017, participaram 54 países e a proporção de mulheres brasileira foi a 3ª maior).

*Os empreendedores iniciais são aqueles indivíduos que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência.

Especialistas em pequenas negócios / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



1

2

Fonte: SEBRAE (2019)

3

Figura 2 – O empreendedorismo feminino no mundo

4

5

A pesquisa mostrou que o Brasil ocupa o 7º lugar no ranking onde mulheres são a maior proporção entre os empreendedores iniciais, ficando à frente da Espanha, Canadá, Japão, Rússia, Alemanha, Suíça, Suécia e Turquia. Os países que ocupam as primeiras posições são: Madagascar em primeiro lugar com 1,0 milhões de mulheres empreendedoras, Panamá em 2º lugar, Indonésia em 3º, Angola em 4º, Catar em 5º e Tailândia em 6º lugar no ranking.

10

Martinez (2021), afirma que o número de mulheres iniciando negócios não para de crescer no Brasil. Um levantamento da Rede Mulher Empreendedora (RME) mostrou que 55% das empreendedoras brasileiras abriram negócios nos últimos 3 anos. 26% viram uma oportunidade durante a pandemia. No entanto, muitas empreendem por necessidade e acabam enfrentando percalços no caminho, como o acesso ao crédito. Essa mesma pesquisa mostrou que 43% das mulheres tiveram pedidos de crédito negado.

16

17

5. A RELEVÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO FEMININO PARA A SOCIEDADE

18

19

20

A ONU (Organização das Nações Unidas), criou em 2014 o Dia do Empreendedorismo Feminino com o intuito de celebrar e incentivar o protagonismo feminino. A data escolhida foi o dia 19 de novembro. A ONU Mulheres reuniu mais de 150 países, empresas e instituições a fim de debater sobre a desigualdade salarial no ambiente corporativo. A autora diz ainda que a busca por equidade de equiparação salarial e de gênero faz parte de

24

1 uma jornada longa da vida profissional de mulheres do mundo todo. De acordo com o Fórum
2 Econômico Mundial (FMI), serão necessários cerca de 136 anos para que a igualdade entre
3 homens e mulheres seja estabelecida globalmente (DIAS, 2021).

4 O SEBRAE (2021), afirma que o empreendedorismo feminino contribui diretamente
5 para o crescimento da economia, ampliando a quantidade de vagas de empregos e
6 transformando as relações sociais. Mulheres que alcançam a autonomia financeira, que não
7 dependem de terceiros para o sustento, tendem a não se submeterem a relacionamentos abusivos
8 e violentos. Além de influenciar e inspirar outras mulheres, a liderança feminina tem
9 potencialidades grandiosas dentro das organizações, modificando os pontos de vistas nas
10 tomadas de decisões e trazendo debates importantes sobre questões de gêneros.

11 A presença de mulheres em cargos de liderança e na gestão empresarial no mercado
12 de trabalho se mostra bastante necessária. A partir dessa consciência ocorre uma diversificação
13 do ambiente de trabalho, em outros termos, há um aumento da pluralidade de opiniões e por
14 consequência acarretando a quebra de barreiras sociais estabelecidas ainda nos dias de hoje. A
15 autora ainda cita uma pesquisa que foi realizada em conjunto com a Universidade Técnica de
16 Munique, buscando entender a relação entre inovação e diversidade dentro de uma empresa. Os
17 resultados foram surpreendentes, mostrando que empreendimentos nos quais o número de
18 mulheres em cargos de liderança representa são de fato mais inovadores (GARCIA, 2019).

19 Segundo Gross (2019), a inclusão de mais empreendedoras pode aumentar o PIB
20 (Produto Interno Bruto) global até US\$5 trilhões. As pesquisadoras salientam que é importante
21 proporcionar o apoio que ajuda os negócios fundada por mulheres a ter sucesso. Ainda há um
22 ponto a ser observado, as empresas lideradas por mulheres têm menos probabilidade de
23 permanecer operando. “Não é exagero dizer que o empreendedorismo das mulheres tem o poder
24 de mudar o mundo, e os benefícios vão muito além de impulsionar o PIB global”, afirmaram as
25 pesquisadoras Shalini e Cherie a Forbes. “Diminuir a lacuna de gênero no empreendedorismo
26 e alimentar o crescimento de empresas pertencentes a mulheres lançará novas ideias, serviços
27 e produtos em nossos mercados. E, no final, essas forças podem redefinir o futuro”.

28 29 **6. CONCLUSÃO**

30
31 A área de negócios e finanças é um forte exemplo das novas dinâmicas de trabalho de
32 mulheres. É bem comum encontrar mulheres a frente de cargos de lideranças em praticamente
33 todos os setores da economia, contudo há aqueles que por proporcionar maiores oportunidades

1 e de maneira justa e igualitária permitem às mulheres competirem em igualdade provando com
2 isso suas capacidades, habilidades e competências.

3 Na atualidade assinalada por vários avanços sociais e educativos que têm acontecido no
4 século XXI o destaque e reconhecimento do valor da mulher tem viabilizado um novo
5 posicionamento da sociedade. No entanto, ainda é bem visível a existência de paradigmas e
6 preconceitos vivenciados por mulheres, não apenas no mercado de trabalho e no universo dos
7 negócios, mas em todos os espaços. Com isso, reconhece-se que há inúmeros desafios a serem
8 superados no que se refere às ações e atividades relacionadas ao empreendedorismo praticado
9 pelo público feminino.

10 As mulheres, enquanto profissionais que atuam em diferentes campos, ramos e
11 segmentos, têm vivenciado um período no qual as suas potencialidades têm sido destacadas,
12 elogiadas e até mesmo apontadas como elementos preferenciais no mercado de trabalho, que
13 até algumas décadas era praticamente um território exclusivamente masculino. Entretanto, é
14 indispensável levar em consideração que, devido ao fato de existir elementos sociais e culturais
15 que evocam uma situação de preconceito de gênero, mulheres vivenciam dificuldades que as
16 contrapõem e se tornam obstáculos quando estas buscam desenvolver em algum tipo de
17 empreendimento ou implementação de negócios. O desempenho e as competências
18 demonstradas pelas mulheres nos ambientes de trabalho têm despertado a atenção e a
19 consciência de gestores, administradores e empregadores.

20 É possível afirmar que às pesquisas e estudos que mapeiam e refletem sobre os desafios
21 e as potencialidades de mulheres empreendedoras, firmam bases para sua justificação no fato
22 de que essas têm contribuído amplamente para uma sociedade profissionalmente mais
23 igualitária. Nesta direção, buscar entender tais desafios e potencialidades pode constar como
24 uma forma catalisadora de se ter novos olhares sobre a relevância que o empreendedorismo
25 feminino tem na atualidade que os negócios e empreendimentos se encontram, propiciando com
26 isso, uma maior valorização do público empreendedor feminino e da mulher empreendedora
27 brasileira.

28 A pesquisa em questão alcançou a finalidade principal da qual proporciona reflexões
29 sobre os desafios e possibilidades que amparam e perpassam o empreendedorismo vivenciado
30 por mulheres brasileiras. Dessa forma, contribui para que o leitor tenha uma visão ampliada da
31 temática incentivando novas empreendedoras e fazendo com que conheçam os embates e as
32 vantagens existentes neste contexto. Também, espera-se contribuir com novos estudos neste
33 sentido.

1 REFERÊNCIAS

2
3 ANDREOLLI, T. BORGES, W. **Empreendedorismo feminino**: uma análise do perfil
4 empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um pequeno negócio.
5 São Paulo: Atlas, 2004.

6
7 BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de
8 empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015. Disponível em:
9 <<http://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>> Acesso em: 11 mai. 2021

10
11 BOLINA, Laís. **Empreendedorismo Feminino: o papel da mulher no mundo dos**
12 **negócios**. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/empreendedorismo-feminino/>>
13 Acesso em: 04 de dez. de 2021.

14
15 CHIAVENATO, I. (2004). **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**.
16 São Paulo: Saraiva

17
18 COHEN, M. **Como escalar montanhas de salto alto? Exercendo no poder feminino**. São
19 Paulo: Editora Saraiva, 2016.

20
21 DIAS, M, C. **Dia do empreendedorismo feminino: o cenário das empresárias no**
22 **Brasil**.2021. Disponível em: <[https://exame.com/pme/dia-do-empreendedorismo-feminino-](https://exame.com/pme/dia-do-empreendedorismo-feminino-cenario-brasileiro/)
23 [cenario-brasileiro/](https://exame.com/pme/dia-do-empreendedorismo-feminino-cenario-brasileiro/)> Acesso em: 04 de dez. de 2021.

24
25 DOLABELA, F. **A corda e o sonho**. Revista HSM Management, n. 80, p. 128-132, 2010.

26
27 DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2ª ed. Rio
28 de Janeiro: Campus, 2005.

29
30 DORNELLAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de
31 Janeiro: Campus, 2008

32
33 FERNANDES, R. A. S.; DUARTE, K. A. **Empreendedorismo feminino: análise de perfil**
34 **de mulheres empreendedoras no Brasil**. Revista Eletrônica Cosmopolita em Ação, v. 6, n.
35 2, p. 1-11, 2020. Disponível em: <[http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view](http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1030)
36 [/1030](http://revistas.icesp.br/index.php/Cosmopolita/article/view/1030)>. Acesso em: 08 Mar. 2021.

37
38 GARCIA, M. **A importância do empreendedorismo feminine. 2019**. Disponível em:
39 <<https://ufabcjr.com.br/empreendedorismo-feminino/>> Acesso em: 05 de dezembro de 2021.

40
41 GIL, A, C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

42
43 GIL, C, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. São Paulo, Atlas, 2017.

44
45 GROSS, E, L. **Inclusão de mais empreendedoras pode aumentar o PIB global até US\$5 tri**.
46 2019. Disponível em: <<https://forbes.com.br/negocios/2019/11/inclusao-de-mais-emprende>
47 [doras-pode-aumentar-pib-global-ate-us-5-tri/](https://forbes.com.br/negocios/2019/11/inclusao-de-mais-emprende)> Acesso em: 05 de dezembro de 2021> Acesso
48 em: 05 de dez. de 2021.

49

- 1 HISRICH, R. PETERS, M. **Empreendedorismo**. 5. Ed. Porto Alegre; Bookman, 2004.
2
- 3 LOSCHI, M.; PERISSÉ, C. **Mercado de trabalho reflete desigualdades de gênero**. Revista
4 Retratos, v. 1, n. 17, p. 19-26, 2019. Disponível: <[https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/
5 agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25223-mercado-de-trabalho-reflete-
6 desigualdades-de-genero](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25223-mercado-de-trabalho-reflete-desigualdades-de-genero)>. Acesso em: 28 mai. 2021.
7
- 8 MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo:
9 Editora Atlas, 2003.
10
- 11 MARTINEZ, F. **Empreendedorismo feminino: mulheres fazem sucesso em setores**
12 **dominados por homens**. Disponível em: <[https://g1.globo.com/empreendedorismo/no
13 ticia/2021/11/19/em-preendedorismo-feminino-mulheres-fazem-sucesso-em-setores-
14 dominados-pelos-homens.ghl](https://g1.globo.com/empreendedorismo/noticia/2021/11/19/em-preendedorismo-feminino-mulheres-fazem-sucesso-em-setores-dominados-pelos-homens.ghl) ml> Acesso em: 04 de dezembro de 2021.
15
- 16 NOGUEIRA, R, M. **A evolução da sociedade patriarcal e sua influência sobre a**
17 **identidade feminina e a violência de gênero**. Revista Eletrônica Jus, Ed. Especial. São
18 Paulo, 2016.
19
- 20 PETERS, T. **As mulheres reinam**. HSM Management. Nº 43, 2004.
21
- 22 RECHIA, J, G. **Elas por elas**. HSM Management. 2007.
23
- 24 RME. **Empreendedorismo no Brasil: Um recorte de gêneros**, 2019. Disponível em: <
25 [https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1571769199Ebook_Pesquisa_Rme_201
26 9.pdf](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1571769199Ebook_Pesquisa_Rme_2019.pdf)> Acesso em: 05 de dezembro de 2021.
27
- 28 RME. **Pesquisa Instituto Rede Mulher Empreendedora 2020**. Disponível em: <
29 [https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1606148439EMPREENDEDORAS_E_
30 SEUS_NEGCIOS_2020_RECORTE_DOS_IMPACTOS_DA_PANDEMIA.pdf](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1606148439EMPREENDEDORAS_E_SEUS_NEGCIOS_2020_RECORTE_DOS_IMPACTOS_DA_PANDEMIA.pdf)> Acesso
31 em: 05 de dezembro de 2021.
32
- 33 ROSA, A. R.; BRITO, M. J.; OLIVEIRA, F. M. **A violência do dia-a-dia no trabalho: uma**
34 **autobiografia da condição feminina na polícia militar de Minas Gerais**. In: ENCONTRO
35 NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS DO TRABALHO, 9., 2005,
36 Recife. Anais... Recife: ABET, 2005.
37
- 38 SAFFIOTI, H. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade**. São Paulo: Expressão
39 Popular, 2013.
40
- 41 SCHLICKMANN, E.; PIZARRO, D. **A evolução da mulher no trabalho: uma abordagem**
42 **sob a ótica da liderança**. Revista Borges, v. 03, n. 01, p. 34-47, 2013. Disponível:
43 <[https://silo.tip.s/download/julho-de-2013-revista-borges-issn-vol-03-n-01-a-evoluao-da-
44 mulher-no-trabalho-um](https://silo.tip.s/download/julho-de-2013-revista-borges-issn-vol-03-n-01-a-evoluao-da-mulher-no-trabalho-um)>. Acesso em: 19 mai. 2021.
45
- 46 SEBRAE. **Relatório especial: Empreendedorismo feminino no Brasil**. 2019.
47
- 48 SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?** Portal
49 Sebrae, 2021
50

- 1 STROBINO, M, R, C. TEIXEIRA, R.M. **Empreendedorismo feminino e o conflito**
- 2 **trabalho-família**. Rev, ADM. São Paulo, 2014.
- 3
- 4 ZARPELLON, S. C. (2010). **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional**.
- 5 Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía, 1(1), pp. 47-55.