



IV Encontro de Iniciação Científica e Tecnológica

IV EnICT

ISSN: 2526-6772

IFSP – Câmpus Araraquara

24 e 25 de outubro de 2019

AS MOTIVAÇÕES PARA O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Área de conhecimento (Tabela CNPq): 6.03.06.04-1 – Capital Humano

Leticia Caldas De Freitas¹; Renata Oliveira De Carvalho²

¹Estudante de graduação em Tecnologia de Processos Gerenciais e bolsista do Programa de Iniciação Científica Voluntária PIVICT-IFSP; ²Professor do eixo de Gestão do IFSP, Campus São Carlos, SP.

RESUMO: Empreender é identificar uma oportunidade e criar meios para realizá-la, seja criando algo novo ou agregando valor a algo já existente. Nesse processo o papel do empreendedor se torna fundamental. A mulher brasileira vem sendo cada vez mais atuante no assunto, pois nos últimos vinte anos de estudo pelo GEM sobre o tema no Brasil é evidente uma crescente participação das mulheres nesse cenário. Mulheres brasileiras tornaram-se empresárias e buscaram sua independência financeira, seja para aumentar o faturamento familiar ou tornar a atividade como fonte principal de renda. O papel da mulher na sociedade e na economia vem passando por um significativo crescimento e ressignificação, pois a mulher na sociedade atual está dividida entre as demandas familiares e profissionais. Por meio de um levantamento bibliográfico e documental, esta pesquisa buscou compreender o cenário empreendedor feminino no Brasil e a identificar os tipos de empreendimentos e as motivações que levam as mulheres brasileiras a escolherem o empreendedorismo como opção de carreira. Em um contexto que a participação da mulher no cenário empreendedor é praticamente igual ao do homem, muitas optam pela carreira empreendedora por ser uma forma de gerar renda e conciliar com outras atividades, algumas percebem no empreendedorismo a oportunidade de exercerem liderança e autonomia e equidade salarial. Os empreendimentos nos setores de alimentação, serviços domésticos, comércio varejistas de roupa e serviços de beleza, são os mais habituais entre as empreendedoras brasileiras.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo feminino; mulher; carreira.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é consideravelmente um conceito respeitável para o desenvolvimento econômico de um país, pois tem uma função importante na criação, no crescimento e na prosperidade de nações e regiões (DOLABELA, 2008; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Para Chiavenato (2012) o empreendedor não é somente o criador de novas empresas, construtor de novos negócios ou consolidador e impulsionador de negócios atuais, ele é muito mais do que isso, pois proporciona a energia que move toda a economia, alavanca as mudanças e transformações, produz a dinâmica de novas ideias, cria empregos e impulsiona talentos e competências, promovendo de fato a destruição criativa defendida por Schumpeter (1949) apud Dornelas (2015).

No Brasil, de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), publicado no ano de 2019, existiam cerca de 23,8 milhões de mulheres empreendedoras contra 25 milhões de homens, ou seja, a participação da mulher no empreendedorismo é quase a mesma dos homens (IBQP, 2019). Miranda (2006) coloca que a mulher desempenha atividades profissionais e continua sendo a principal responsável pelas tarefas de casa e cuidado com os filhos, buscando conciliar sua profissão com as tarefas do lar, quatro a cada dez lares são chefiados por mulheres e muitas aproveitam a *internet* para criar empreendimentos que são impulsionados por meio de redes sociais, *blogs*, vídeos, *marketplace* e lojas virtuais.

Fica evidente que a mulher tem representatividade na sociedade e economia brasileira, pois mesmo acumulando funções o empreendedorismo feminino vem apresentando um crescente nos últimos anos conforme pesquisas realizadas pelo GEM. Dessa forma, o principal objetivo é compreender o papel da mulher no cenário empreendedor brasileiro e, especificamente, para identificar as motivações que a levam a empreender e os tipos de empreendimentos que atuam.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

As mulheres formam a metade a população mundial. Entretanto, desde o período pré-histórico, pouco se diz sobre o trabalho feminino, pois de acordo com Diniz (2006), mulheres contribuíram tanto para o trabalho de coleta de alimentos, quanto para a criação dos filhos. A desvalorização da atividade laboral das mulheres se tornou crescente, e durante boa parte da antiguidade, essas dedicavam seu tempo exclusivamente aos cuidados do lar e assistência ao seu marido e filhos, essa doutrina patriarcal as excluía de decisões políticas e sociais.

O capitalismo, de certa forma, representou libertação feminina, na dimensão em que elas possuíam participações em espaços públicos e maior autonomia financeira. Atualmente, embora com sequelas e escala desigual, o papel da mulher, em contexto social e econômico, vem sendo cada vez mais abrangente e sua atuação recebe cada vez mais espaço em papéis de destaque. Logo, a expectativa é que cada vez mais o nível educacional da mulher tenha efeito positivo e sobre a oferta de emprego da mesma (BEZERRA, 2014).

As relações de trabalho ganham novos significados e complexidades a partir da inserção feminina no espaço organizacional. Muito embora as sociedades ocidentais estejam progressivamente incrementando e operacionalizando o discurso igualitário entre homens e mulheres em áreas como cultura e educação, mudanças são escassas quando se analisa a divisão hierárquica do trabalho. (MIRANDA, 2006).

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2014), estamos uma era empreendedora onde o assunto é cada vez mais relevante. O Governo incentiva as pessoas a empreenderem oferecendo vantagens com impostos. A mídia destaca o “espírito empreendedor” e as empresas estão cada vez mais interessadas, tendo em vista o cenário atual de hipercompetição e da necessidade de globalização.

O conceito sobre empreendedorismo para Dolabela (2010) é fundamentado em um processo de transformar seus desejos pessoais em realidade e buscar formas de lucrar com isso, para os empreendedores dividem-se entre aqueles para os quais o sucesso é definido por um molde da sociedade e aqueles que buscam o sucesso de maneira interna. Dessa forma consequentemente são recebidas recompensas de satisfação econômica e pessoal.

O GEM (2019), classifica as motivações da ação empreendedora em duas categorias, a por necessidade, que é propagado pela ausência de outras oportunidades de geração de renda e trabalho relacionado por uma forma de sobrevivência. E o empreendedorismo por oportunidade, visa no cenário atual a possibilidade viável de negócio.

São diversos os fatores que influenciam a ação empreendedora, mas independente do ramo, é necessário possuir conhecimento básico no segmento que pretende empreender e nas habilidades necessárias para se empreender. Contudo, para Hisrich e Peters (2014), as principais habilidades exigidas dos empreendedores são formadas por comunicação empresarial, habilidades administrativas, habilidades empreendedoras pessoais como disciplina, capacidade de arriscar-se, espírito de inovação, persistência, liderança visionária e orientação para mudanças.

Dentro da realidade laboral feminina, o fenômeno “teto de vidro”, que de acordo com Miranda (2006), descreve uma barreira sutil, mas que impossibilita a ascensão das mulheres em cargos mais altos da hierarquia organizacional. O sistema de dominância patriarcal e a presença de filhos atrelada com o mito da mãe perfeita, são fatores que desencoraja mulheres a gerar seu próprio negócio. Esse sentimento é refletido por medo do fracasso e escassez de autoconfiança. O sexismo persegue uma mulher, desde uma entrevista de emprego até a hora de assinar o contrato de sua própria empresa (AZEVEDO; ARRAIS, 2016)

Todavia, esses desafios podem servir como alavanca para as mulheres buscarem empreender. Uma das vertentes Para o (GEM, 2017) existe uma mínima diferença entre homens e mulheres, o que significa uma mudança no comportamento das mulheres, não para se assimilar aos homens, mas sim competir em igualdade.

METODOLOGIA

Segundo Matias-Pereira (2012), trata-se de uma pesquisa de natureza aplicada, de abordagem ao problema de forma qualitativa e de caráter exploratório, pois o papel da mulher no cenário empreendedor brasileiro só pode ser respondido por inferência a pesquisa bibliográfica e documental que versam sobre empreendedorismo, empreendedorismo feminino e participação da mulher no mundo do trabalho.

A pesquisa bibliográfica incide em material já elaborado e que receberam um tratamento analítico (GIL, 2008), constituiu-se, principalmente, de livros, artigos científicos, monografias e relatórios de estudos (GEM) que abordam sobre empreendedorismo e empreendedorismo feminino no Brasil.

A pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico (GIL, 2008). Utilizou-se de *sites* especializados, artigos de revistas não acadêmicas, blogs de especialistas sobre o tema, palestras promovidas por entidades de empreendedoras e estudos realizados por órgãos setoriais.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O GEM apresenta que no ano de 2018 a taxa de empreendedorismo no Brasil foi de 38%, o que significa que em cada cinco brasileiros adultos, dois eram empreendedores. Essa taxa representa, aproximadamente, 52 milhões de brasileiros, entre 18 e 64 anos, que estão envolvidos em atividades empreendedoras. Considerando que as mulheres representam 23,5 milhões desse total, ou seja, 45,2%, pode-se afirmar que a mulher possui representatividade nesse cenário.

Almeida (2017), aponta que as mulheres ocupam apenas 37% dos cargos de gestão de grandes empresas e no setor público, apenas 21% dos altos cargos são ocupados por mulheres, ficando a maioria (44,9%) em cargos inferiores. Entretanto, quando a mulher ascende na carreira ocorre, em sua maioria, desigualdade salarial, pois, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD Contínua (2019) apud Paradella (2019), mulheres ganham, em média, 20,5% menos que os homens. Como alternativa, mulheres buscam o empreendedorismo como fonte de renda e protagonismo.

Sebrae (2019) relaciona, o Brasil entre 49 países do mundo, a sétima maior proporção de mulheres entre os “empreendedores iniciais”. O mesmo aponta que, as áreas em que mulheres buscam empreender são variadas, de acordo com um estudo realizado pelo, as empreendedoras estabelecidas brasileiras escolhem atividades econômicas relacionadas aos setores de alimentação, serviços domésticos, comércio varejistas de roupa e serviços de beleza.

A participação das mulheres em empresas ligadas à ciência, engenharia, matemática e tecnologia é escassa. Chavatzia (2018), aponta que as diferenças entre gêneros nesse quesito, nada têm relação com a capacidade intelectual. São construções sociais que começam desde a infância, e são reforçadas na família e na escola que afastam as mulheres dessas áreas. O que resulta em produção e potencial desperdiçados.

Entretanto, quando começam seu próprio negócio, mulheres em posição de liderança sofrem novos desafios atrelados além das questões inerente a qualquer empreendimento, como a resistência de homens principalmente mais velhos, a atacar ordens impostas por elas, não sendo tão receptivos e respeitosos o quanto são com homens, por meio cultural a associação a figura masculina a liderança. Esse fruto do machismo, também interfere em outros quesitos, como falta de apoio dos amigos e familiares, afetando a autoestima dessas mulheres. (HRYNIEWICZ; VIANNA, 2018).

Outro fator que impacta diretamente a jornada empreendedora feminina, é a divisão de tarefas domésticas, em uma realidade em que segundo o Sebrae (2019) 25% das mulheres donas de negócio trabalham em casa e quando são micro empreendedoras individuais, essa proporção sobe para 55%. De acordo com o IPEA apud Verdélio (2017), assim como a taxa de escolaridade das mulheres é mais alta a carga de trabalho também é, elas trabalham de média 7,5 horas a mais que os homens por semana, devido a jornada dupla. O acúmulo de muitas tarefas, causa cansaço físico e psicológico.

No entanto, as condutoras femininas apresentam dados relevantes em relação a gestão financeira, onde essas possuem menos empréstimos e com o valores menores que os homens. Além da taxa de inadimplência das mulheres é inferior à registrada por homens, 3,7% para mulheres contra 4,2% para os empresários. (SEBRAE 2019).

No cenário atual brasileiro, o empreendedorismo feminino vem ganhando cada vez mais destaque. O Sebrae (2019) em 2018, aderiu à Carta dos Princípios do Empoderamento Feminino, movimento internacional liderado pela ONU, que é composto por políticas que buscam equidade entre homens e mulheres. Em suas sedes acontecem conferências com a agenda com foco no tema.

CONCLUSÕES

O empreendedorismo consiste na forma de recriar algo já existente ou criar algo novo, correndo os riscos necessários para perseguir e concretizar uma oportunidade a ser explorada. No Brasil, o tema é relevante, pois se torna um fator crucial para o desenvolvimento econômico e social do país possibilitando o fortalecimento da economia com o aumento da empregabilidade que impacta positivamente no crescimento da renda familiar e no poder de consumo.

A mulher brasileira ainda enfrenta muitas barreiras sociais além da desigualdade de renda e ocupação no mercado de trabalho. O empreendedorismo possibilita a participação ativa da mulher na sociedade e na economia, pois como empresárias assumem o papel de protagonistas, sejam motivadas para aumentar a receita familiar ou tornar a atividade como fonte principal de renda. Além da inserção no mercado de trabalho, flexibilidade de horários para conciliar com as outras atividades do lar e filhos, equidade de salário e independência e autonomia no trabalho.

A participação feminina nesse cenário de risco é relevante, e atualmente mulheres mais jovens são inseridas nesse meio, avançando os índices nacionais de empreendedores iniciais. Além de aumentar a diversidade de áreas que as elas empreendem. Atualmente, a maioria dos empreendimentos femininos já estabelecidos são relacionadas ao universo feminino, como o cuidado da beleza, do lar e da alimentação. Fruto do doutrina patriarcal estabelecida por tempos.

Entretanto, mesmo após criar seu empreendimento, mulheres brasileiras continuam colhendo frutos do sexismo na hora de gerir seu negócio, a todo tempo tendo que provar sua competência e capacidade, aos seus familiares, companheiros, funcionários, amigos e principalmente a si mesma, uma vez que a autoestima e confiança se abalam com toda carga, além profissional a pessoal, com o cuidado do lar e a falta de divisão justa das tarefas domésticas, tendo empreendimento dentro de casa ou não.

Além das ações não governamentais com o intuito de tornar o empreendedorismo feminino crescente, mulheres se organizam em conselhos em todo Brasil, com o objetivo de unir, incentivar e desenvolver o fortalecimento das mesmas. Muitos contam com cursos e palestras buscando capacitar mulheres a assumir cada vez mais cargos de protagonismo.

O empreendedorismo feminino, embora com muitas dificuldades, vai além do ato de empreender em si, é um instrumento social onde possibilita a mulher brasileira prover recursos a aumentando a visibilidade da figura feminina como um agente que avalia oportunidade de negócio, se assegura que sua ação causará sucesso e possui autonomia financeira. Com isso, outras mulheres são empoderadas a fazer o mesmo com seu próprio estilo, espaço e gestão. Transformando-as em sujeitos ativos, que lutam em nome de seus ideais.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Cássia. **Mulheres estão em apenas 37% dos cargos de chefia nas empresas**. O Globo, p. B1, 5 mar. 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/mulheresestao-em-apenas-37-dos-cargos-de-chefia-nasempresas-21013908>>. Acesso em: 30 ago. 2019.
- AZEVEDO, Kátia Rosa; ARRAIS, Alessandra da Rocha. **The myth of the exclusive mother and its impact on postnatal depression**. Psicol. Reflex. Crit., Porto Alegre: v. 19, n. 2, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo>>. Acesso em 30 ago. 2019.
- BEZERRA, Marília dos Santos. **Dificuldade de aprendizagem e subjetividade**: para além das representações hegemônicas do aprender. 2014. 157 f., il. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/17772/1/2014_MariliodosSantosBezerra.pdf>. Acesso em 30 ago. 2019.

CHAVATZIA, Theophania. Decifrar o código: educação de meninas e mulheres em ciências, tecnologia, engenharia e matemática. UNESCO, [S. l.], p. 33-99, 2 jul. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

DINIZ, Mariana. **Para a história das mulheres na Pré-História: em torno de alguns atributos do discurso**. [S. l.], 2006. Disponível em: https://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/7136/1/PROM04_pp037-052.pdfhttps://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/7136/1/PROM04_pp037-052.pdf. Acesso em: 1 set. 2019.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 7 ed. São Paulo: Empreende, 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9 ed. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HRYNIEWICZ, Lygia Gonçalves Costa; VIANNA, Maria Amorim. **Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais**. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 331-344, set. 2018. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512018000300331&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 08 set. 2019.

IBQP, Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade. **Global Entrepreneurship Monitor: Relatório executivo Brasil 2019**. [S. l.], 2019. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rioExecutivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>>. Acesso em 30 jul. 2019.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MIRANDA, Liliana. **A percepção da mulher no mercado de trabalho: Emprego, Carreira ou Vocação**. 2006. Dissertação – (Mestrado de Administração) - Faculdades Ibmecc, Rio de Janeiro.

PARADELLA, Rodrigo. **Diferença cai em sete anos, mas mulheres ainda ganham 20,5% menos que homens**. Agência IBGE notícias, [S. l.], 8 mar. 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencianoticias/2012-agencia-denoticias/noticias/23924-diferenca-cai-em-sete-anos-mas-mulheres-ainda-ganham-20-5-menos-que-homens>>. Acesso em: 13 ago. 2019.

SEBRAE. **Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** Empreendedorismo, [S. l.], p. 1-1, 13 mar. 2019. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 13 ago. 2019.

VERDÉLIO, Andreia. **Mulheres trabalham 7,5 horas a mais que homens devido à dupla jornada**. **Agência Brasil**, [S. l.], 6 mar. 2017. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-03/mulheres-trabalham-75-horas-mais-que-homens-devido-dupla-jornada>. Acesso em: 8 set. 2019.