

Área: Inovação | **Tema:** Empreendedorismo Inovador

A PRESENÇA FEMININA NO CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO

THE FEMALE PRESENCE IN THE CONTEXT OF BRAZILIAN ENTREPRENEURSHIP

Giulia Xisto De Oliveira, Isabela Marques Kumer, Jéssica Da Silva Maciel e Reisoli Bender Filho

RESUMO

Ser empreendedor exige coragem, ousadia e resiliência e essa função era ocupada prioritariamente por homens. As ações empreendedoras que eram predominantemente masculinas têm apresentado mudanças nos anos recentes, entre os anos de 2002 e 2015 o número de empreendedores homens e mulheres no Brasil demonstrou uma maior uniformidade. Frente a essa temática, busca-se analisar o panorama do empreendedorismo feminino no Brasil por meio de um levantamento bibliográfico. A análise demonstrou proximidade entre os índices femininos e masculinos no que se refere a iniciativas para empreender, porém os índices femininos decaem em relação a negócios já estabelecidos. Dessa forma, percebe-se que ainda perduram desigualdades relacionadas ao número de empreendedores homens e mulheres. Esse contexto possivelmente é impactado pela falta de apoio e incentivo para empreendimentos femininos, bem como as dificuldades enfrentadas pelas mulheres devido a necessidade de conciliar uma dupla jornada de trabalho, família e filhos. Porém, identificou-se que houve um crescimento ao longo dos anos nos índices de empreendedorismo feminino.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Mulheres, Brasil.

ABSTRACT

Being an entrepreneur requires courage, boldness and resilience, and this function was primarily occupied by men. Entrepreneurial actions that were predominantly male have shown changes in recent years, between the years of 2002 and 2015 the number of male and female entrepreneurs in Brazil has shown a greater uniformity. In view of this theme, we seek to analyze the panorama of female entrepreneurship in Brazil through a bibliographical survey. The analysis showed that the female and male indices are close in relation to initiatives to be undertaken, but the female indices decline in relation to established businesses. In this way, it can be seen that there are still inequalities related to the number of male and female entrepreneurs. This context is possibly impacted by the lack of support and encouragement for women's entrepreneurship, as well as the difficulties faced by women due to the need to reconcile a double working day, family and children. However, it was identified that there was a growth over the years in the indices of female entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Women, Brazil.

A PRESENÇA FEMININA NO CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, a discriminação esteve sempre ligada a mulher. Este fato se revelou em diversos ramos como educação, atividades profissionais, família, responsabilidades sociais entre outros. Além disso, as mulheres foram vistas por muito tempo como responsáveis unicamente pelas atividades domésticas, da casa, sendo que somente aquelas com melhores condições financeiras e sociais poderiam aprender a ler e escrever; contrariamente, o homem sempre exerceu todas as demais funções.

Porém, a partir da Primeira e da Segunda Guerra Mundial (respectivamente, 1914 e 1939), as mulheres foram obrigadas a assumir cargos de liderança nos negócios da família, pois seus maridos estavam em batalha, iniciando assim a reversão deste processo (PELEGRINI; MARTINS, 2010). No Brasil, a mudança iniciou entre as décadas de 1970 e 1980, com as mulheres começando a tomar a frente dos negócios de seus pais, administrando lojas e butiques. Entretanto, essas atividades passaram de ser uma simples ocupação para algo mais sério, e as mulheres começaram a conquistar o seu espaço no mundo do trabalho (WONG, 2005).

Jablonski (1991) aponta que estas mudanças foram, em grande parte, decorrentes dos Movimentos Feministas da década de 1960, que “desnaturalizaram” as antigas identidades de homens e mulheres, questionando diversas esferas da vida social – como a família, a sexualidade, a divisão sexual do trabalho público e doméstico, entre outras – bem como da ampliação das necessidades de consumo, que teve como uma de suas consequências a busca do aumento da renda familiar por meio do trabalho remunerado também das mulheres. Tais fatores alteraram não apenas o espaço público como também a esfera privada da família.

Mesmo assim, as mulheres ainda não reconheciam o conceito de empreender e como poderiam ser empoderadas a partir dele. Segundo Dornelas (2012), empreender é inovar e assumir riscos. A capacitação e busca por novas estratégias também fomentam o empreendedorismo, remetendo a ideia de que ao passo em que as mulheres assumiriam as atividades profissionais ocupadas anteriormente por homens, também assumiriam as atividades educacionais, a fim de se capacitarem. Atualmente, o empreendedorismo feminino já não é mais novidade, existindo até mesmo programas de fomento como o Programa 10.000 Mulheres da Goldman Sachs em parceria com a EAESP – FGV/SP.

A análise do empreendedorismo feminino tem despertado a atenção de pesquisadores, como Moore e Buttner (1997), que examinam diversas características psicológicas e sociais das empreendedoras. Tais trabalhos buscam mapear as experiências de mulheres que, ao criarem e/ou assumirem a liderança de seus próprios negócios, inovam, transpondo o denominado “teto de vidro”, entendido como uma barreira simbólica que dificulta a ascensão das mulheres aos níveis mais altos da administração empresarial (MORRISON; WHITE; VAN VELSOR, 1987).

A desigualdade de cargos por gênero é uma regularidade. Em pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2012), verificou-se que o acesso de mulheres com 25 anos ou mais de idade aos cargos de direção e gerenciais é menor em comparação ao dos homens nessa faixa etária: 5% para mulheres e 6,4% para os homens (IBGE, 2012). Aspecto que revela-se importante no debate sobre a inserção da mulher nas diversas áreas laborais e que fundamentou o objetivo de analisar o panorama do empreendedorismo feminino no Brasil.

O presente artigo está estruturado em outras cinco seções além desta introdução. Na seção a seguir é apresentado o referencial teórico, na terceira os estudos referentes ao tema, na

quarta a metodologia, onde se discrimina o método de análise utilizado no desenvolvimento do estudo. E, finalmente, nas últimas duas seções, são apresentados e analisados os resultados e delineadas as considerações finais.

2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO FEMININO

O termo *empreender* surgiu na língua portuguesa no século XV e se remete ao termo *entrepreneur* do francês, que significa aquele que contrata, que faz o intermédio em uma troca. Já o termo *empreendedorismo* é uma tradução da língua inglesa, do termo *entrepreneurship*, que remete ao significado de posição, grau ou qualidade de *empreender* (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

De acordo com Dornelas (2008), o conceito de *empreendedorismo* tem sido muito difundido no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se a partir do final da década de 1990. Existem vários fatores que talvez expliquem esse repentino interesse pelo assunto, já que principalmente, nos Estados Unidos o termo *entrepreneurship* é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, algo novo ou desconhecido.

No contexto brasileiro, a preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade de redução da taxa de mortalidade desses empreendimentos são aspectos que incitam a popularização do termo *empreendedorismo*, o qual tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Isso porque, nos últimos anos, após várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda do fenômeno da globalização, muitas grandes empresas brasileiras tiveram de procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado.

O *empreendedorismo* tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade dos países e regiões (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). De acordo com Baggio e Baggio (2014), os primeiros a perceberem a importância do *empreendedorismo* foram os economistas, que estavam primordialmente interessados em compreender o papel do *empreendedor* e o impacto da sua atuação na economia.

Dornelas (2012) afirma que *empreender* significa inovar assumindo riscos e existem diversas classificações entre os autores, sendo uma delas a divisão entre o *empreendedorismo* por necessidade e *empreendedorismo* por oportunidade. O primeiro se refere aos indivíduos que criam negócios apenas visando o suprimento de suas necessidades quando não há outra opção, já o segundo é aquele que visa um negócio criativo e inovador, encontrando um sentido e propósito para suas ações, a fim de solucionar alguns problemas na sociedade. Ainda, o *empreendedorismo* tem forte relação na ascendência de novos negócios, bens, serviços, empregos, no desenvolvimento econômico e nas transformações sociais (HEILBRUNN; ABU-ASBEH; NASRA, 2014).

Existe também a classificação de três tipos de *empreendedores*: o *empreendedor* corporativo, *empreendedor startup* e o *empreendedor* social. O corporativo se preocupa em agir dentro de um limite estabelecido, numa empresa já constituída; o *startup* rompe todas as barreiras para inovar, criando até mesmo novas empresas, e o *empreendedor* social está ligado ao propósito e missão social da empresa, dando maior foco para ajudar o próximo em vez do lucro (MARQUES, 2016).

Todavia, dentro do universo do *empreendedorismo*, surge como temática incipiente o *empreendedorismo* feminino (RAMADANI, 2015). Atualmente, se admite que as mulheres desempenham função essencial no processo de desenvolvimento, de maneira que sua atuação proporciona um maior fortalecimento da diversidade dos agentes econômicos no que tange a motivação e reconhecimento de oportunidades relevantes ao crescimento econômico (MICOZZI; LUCARELLI, 2016).

De acordo com Ismail, Shamsudin e Chowdhury (2012), durante os últimos cinquenta anos vários setores possibilitaram a atuação das mulheres em ofícios de geração de renda, e como efeito disso vários países em desenvolvimento estão executando iniciativas no intuito de maximizar as atividades empresariais das mulheres.

Durante o processo de empreender, é natural que o empreendedor se depare com diversos entraves. No que concerne ao empreendedorismo feminino, as mulheres em virtude da própria construção histórica atrelada ao seu gênero experimentam uma gama de dificuldades extras quando optam por empreender (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Existem diversas razões que impulsionam as mulheres a fundarem seus próprios empreendimentos, entre eles está a vocação ou percepção de oportunidades (BONCHNIARZ, 2000) e a busca pela estabilidade financeira, independência, realização pessoal, paixão pelo que faz (SARFARAZ; FAGHIH; MAJD, 2014). Em outros casos, as mulheres podem buscar abrir um negócio devido a dificuldade de inserção no mercado de trabalho, a baixa renda familiar, a crise econômica, ao descontentamento com o trabalho que exerce e a busca em conseguir equilibrar trabalho e família (NASER; NUSEIBEH; AL-HUSSAINI, 2012; SARFARAZ; FAGHIH; MAJD, 2014).

Corroborando com isso, Machado *et al.* (2003) afirmam que o empreendedorismo feminino é predominantemente impulsionado pela necessidade quando comparado a criação de empreendimentos por oportunidade; isso se dá por vários motivos, como a busca pela realização pessoal, frustração com o emprego onde atuavam, morte do cônjuge e necessidade em suprir o sustento da família.

Apesar do aumento significativo das mulheres no mercado de trabalho e sua participação crescente na criação de negócios, esse não se constituiu em um processo simples ou fácil. As mulheres se depararam com diversas barreiras no contexto laboral, tais como salários menores, escassez de políticas sociais, obstáculos para progredirem na carreira, jornada dupla de trabalho, e falta de credibilidade em seus espaços no que tange a tomada de decisão, que representam alguns dos obstáculos encarados pelas mulheres (FRANCO, 2014).

Esses e outros percalços apresentam-se à parcela expressiva das mulheres no mercado de trabalho, e por isso tornam-se motivos para que elas deixem seus empregos e iniciem por conta própria seus empreendimentos no intuito de alcançar sucesso por meio de suas capacidades (MUNHOZ, 2000). Neste sentido, alguns dos fatores socioculturais apontados como de considerável influência no empreendedorismo são a percepção das capacidades e o medo do fracasso (NOGUERA, ALVAREZ, URBANO, 2013).

Esses aspectos, muitas vezes refletem-se na diferença nos níveis de empreendedorismo feminino e masculino, os quais relacionam-se a diferença de percepção das próprias capacidades e uma falta de confiança das mulheres nas suas capacidades empreendedoras (KOELLINGER; MINNITI; SCHADE, 2011). Apesar disso, as mulheres têm assumido os riscos inerentes ao empreendedorismo e sua participação está cada vez mais expressiva, como demonstra-se nas próximas seções.

3 ESTUDOS REALIZADOS

Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) realizaram um estudo qualitativo no qual foram analisadas as histórias de vida de mulheres empreendedoras que participaram do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios em Santa Catarina. Os autores abordaram no estudo os problemas identificados pelas mulheres durante o processo de empreender. Os resultados mostram que as empreendedoras em questão se preocupavam com os estudos, e mesmo enfrentando dificuldades para estudar a maioria havia finalizado o ensino médio (38%), ensino superior (34%) e até especialização (20%). O estudo ainda mostrou que, entre as mulheres, aquelas que ainda não haviam concluído o ensino superior buscaram fazê-lo no decorrer da

jornada como empreendedoras. Os relatos revelam que a busca por conhecimentos se mostrou aspecto importante na vida dessas empreendedoras. Além disso, elas são típicas da classe média, onde há uma cultura de que para melhorar na vida é necessário estudo e trabalho.

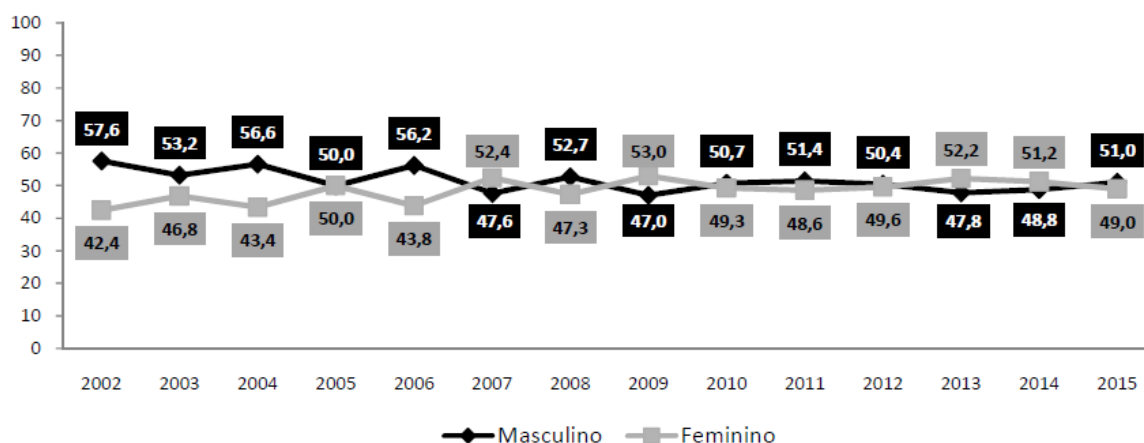
Na pesquisa realizada por Silva, Mainardes e Lasso (2016), os autores aplicaram um questionário em uma amostra de 109 mulheres empreendedoras a fim de analisar as características empreendedoras, apurar como elas ingressaram no empreendedorismo e identificar seu perfil empreendedor. O estudo apontou que as mulheres empreendedoras são experientes, altamente escolarizadas e a maioria casadas, que iniciaram suas atividades sozinhas e que tiveram dificuldades na obtenção de financiamentos. Além disso, o estudo identificou que as empreendedoras careciam de habilidades gerenciais e tecnológicas para que pudessem realizar uma melhor gestão do seu negócio.

Teixeira e Bomfim (2016) em um estudo de casos múltiplos analisaram os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras de agências de viagens para conciliar os conflitos entre trabalho e família. O estudo demonstrou que as empreendedoras possuem um elevado nível de escolaridade, a maior parte delas estabeleceram negócios fora de suas cidades e de acordo com a faixa etária elas não se enquadram no empreendedorismo jovem. Identificou-se que a motivação para empreender dessas mulheres não foi por necessidade. Esse resultado se aproxima com o apresentado pelo GEM (2013) onde se registrou entre as mulheres uma predominância do empreendedorismo por oportunidade.

Observa-se o crescente número de trabalhos sobre o empreendedorismo feminino buscando entender melhor como ocorre o processo do empreendedorismo feminino, quais as características empreendedoras que essas mulheres apresentam e o delineamento de seu perfil. Percebe-se uma predominância em pesquisas que se utilizam do método de estudo de caso, o que difere do presente trabalho que busca uma análise bibliográfica e análise descritiva de dados referentes ao empreendedorismo feminino no Brasil.

De acordo com pesquisas da GEM (2015), o Brasil é um dos países com maior igualdade de gênero quando o assunto é empreendedorismo. Nota-se que os percentuais por gênero de empreendedores iniciais no Brasil têm cada vez mais se igualado, ou seja, as mulheres estão cada vez mais corajosas e tomando a frente de cargos anteriormente ocupados, em sua maioria, por homens. O Gráfico 1 representa a evolução da proporção de empreendedores iniciais.

Gráfico 1 – Empreendedores iniciais por sexo (em %)



Fonte: GEM Brasil (2015).

Observa-se que, em 2002, 57,6% dos empreendedores iniciais eram homens e 42,4% mulheres, chegando a 50% homens e 50% mulheres em 2005 e mantendo-se relativamente estável até 2015, quando percebe-se o marco de 51% homens e 49% mulheres. Este processo de igualdade pode também ser atribuído a programas de incentivo ao empreendedorismo feminino, como o Programa 10.000 Mulheres da Goldman Sachs em parceria com a EAESP – FGV/SP. Tais programas buscam estratégias para incentivar e fomentar a busca de novos empreendimentos pelas mulheres.

Para Oliveira, Vasconcelos e Jeunon (2015), as mulheres têm uma participação cada vez mais efetiva no mercado, pelo fato de estarem buscando uma escolaridade superior e também por estarem assumindo cargos como chefes de família. Percebendo que a rotatividade de empregos está presente nas famílias e também a necessidade de sustento, as mulheres decidem investir na criação do seu próprio negócio, a fim de identificar oportunidades e até mesmo formas para desenvolver suas habilidades.

Nesse sentido, as mulheres conseguem vantagens, pois sua percepção aguçada, sua capacidade de exercer diferentes papéis e até mesmo a forma como elas gerenciam o tempo são fatores que impulsionam sua participação no mercado de trabalho (NUNES, 2006).

Os dados de empreendedores iniciais demonstram certa igualdade, porém os dados para empreendedores estabelecidos apresentam importantes diferenças quando o assunto é igualdade. Ainda, de acordo com a GEM (2015), percebe-se que a função de empreendedor está ocupada em maior escala por homens, demonstrando assim que as mulheres estão participando, porém acabam desmotivadas e pressionadas a desistir ao longo do tempo. Pode-se sugerir que tal fato ocorre devido as multitarefas desempenhadas pelas mulheres, como a criação dos filhos, a gerência da casa e o seu papel no mercado de trabalho. A Tabela 1 detalha melhor, as os índices masculinos e femininos, entre tipos de empreendedores (iniciais ou estabelecidos).

Tabela 1 – Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) e Taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE) segundo gênero – países selecionados – 2016

Países	Masculino	Feminino	TEA	Masculino	Feminino	TEE
Brasil	19,2	19,9	19,6	19,6	14,3	16,9
África do Sul	8,0	5,9	6,9	3,8	1,2	2,5
Alemanha	6,0	3,1	4,6	9,6	4,4	7,0
China	11,8	8,6	10,3	8,5	6,4	7,5
Estados Unidos	14,8	10,5	12,6	10,9	7,6	9,2
Índia	13,5	7,6	10,6	5,7	3,4	4,6
México	9,3	10,0	9,6	8,7	6,5	7,5
Rússia	6,9	5,7	6,3	6,0	4,6	5,3

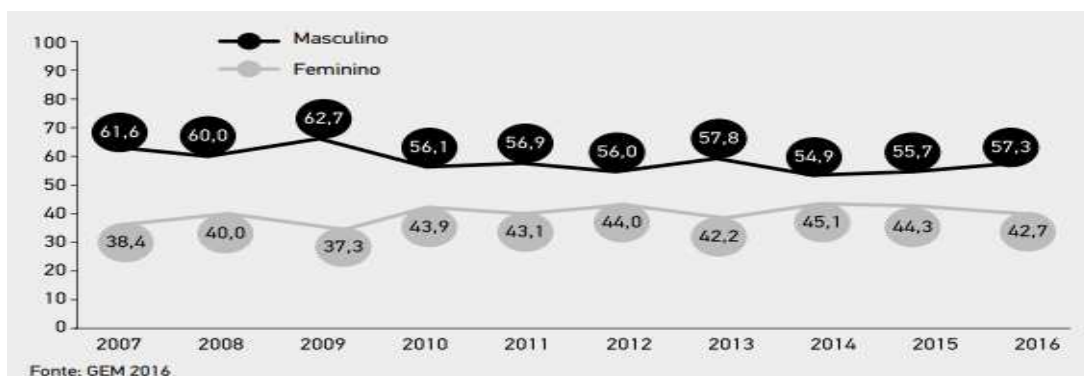
Fonte: GEM (2016)

As taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA), conforme Tabela 1, referem-se a empreendedores nascentes, donos de um novo empreendimento, que tenha efetuado alguma remuneração a funcionários por um período entre 3 meses e 3 anos e meio, enquanto que as taxas específicas de empreendedorismo estabelecido (TEE), retratam empreendimentos tidos como consolidados, com remuneração de algum funcionário por período superior a 3 anos e meio.

Analisando, observa-se que as mulheres brasileiras conseguem abrir novos negócios na mesma proporção que os homens, porém enfrentam mais dificuldades para fazer seus empreendimentos prosperarem, conforme detalha o Gráfico 2. Tal fenômeno pode estar associado às condições relatadas pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de

gênero; menor credibilidade pelo fato de o mundo dos negócios ser mais tradicionalmente associado a homens; maior dificuldade de financiamento; e dificuldade para conciliar demandas da família e do empreendimento.

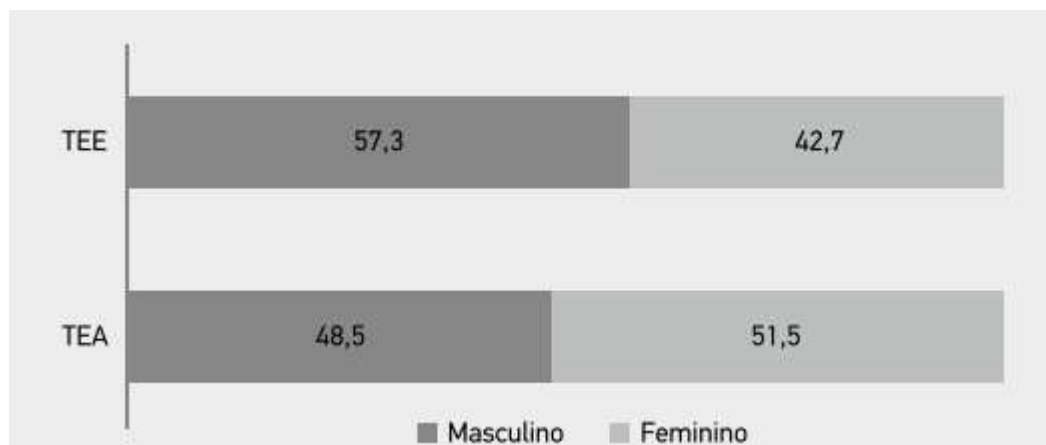
Gráfico 2 – Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE), segundo gênero – Brasil – 2007 a 2016



Fonte: GEM (2016).

Através da análise do Gráfico 2, é possível confirmar a dificuldade que as mulheres enfrentam em manter seus empreendimentos, frente aos homens, visto que, a equidade de gênero não se mantém ao analisar a participação por gênero nos empreendimentos estabelecidos. O gráfico retrata que, entre os empreendedores brasileiros com negócios em funcionamento há mais de 3,5 anos, 57,3% são homens, enquanto 42,7% são mulheres, representando, uma diferença de 14,6% entre os gêneros. Este indicador era ainda mais contrastante até 2009, quando alcançou diferença de 25,4%, os homens respondiam por 62,7%. Por outro lado, desde 2010 esta diferença segue relativamente estável, o que pode indicar a necessidade de mais investimento em programas de apoio a mulheres com negócios já estabelecidos.

Gráfico 3 – Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo gênero – Brasil – 2016



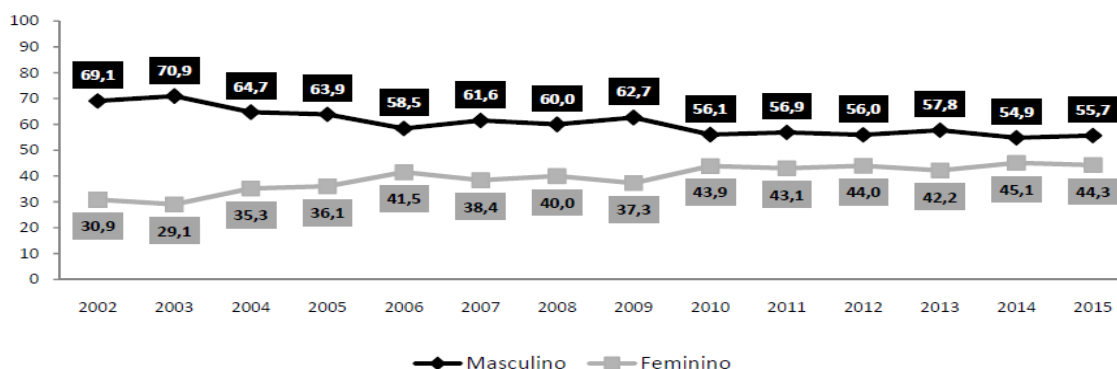
Fonte: GEM Brasil (2016).

Observa-se com maior clareza a inversão das participações masculina e feminina em empreendimentos iniciais e estabelecidos em 2016. Enquanto as mulheres são a maioria (51,5%) nos novos empreendimentos (até 42 meses), os homens representam a maior parte

(57,3%) dos empreendedores responsáveis por negócios estabelecidos (mais de 42 meses). Os motivos desta inversão podem ser associados às dificuldades relatadas por empreendedoras como maiores entraves para conseguir financiamento, preconceito no ambiente de negócios e dificuldades em conciliar as demandas organizacionais e familiares (GEM, 2016).

O Gráfico 4 representa essa proporção e ainda demonstra a crescente busca das mulheres pelo empreendedorismo. Mesmo com todos os desafios mencionados, a figura feminina no âmbito do empreendedorismo, no Brasil, está cada vez presente, ampliando constantemente a participação nos negócios estabelecidos.

Gráfico 4 – Empreendedores estabelecidos por sexo (em %)



Fonte: GEM Brasil (2015).

Pode-se observar o êxito dos programas de fomento ao empreendedorismo feminino por meio do gráfico, que remete ser um sucessivo crescimento nas taxas femininas. De acordo com relatórios da GEM (2011), os maiores motivos que estão levando as mulheres a empreender são: a flexibilidade de horários que facilita suas rotinas conturbadas e permite que sejam multitarefas, e a possibilidade de independência financeira e de aumentar seus ganhos também são fatores motivacionais para elas.

4 METODOLOGIA

O trabalho é composto por levantamento bibliográfico, por meio de estudos já realizados acerca da temática e tem caráter descritivo, pois “descreve, sistematicamente, fatos e características presentes em uma determinada população ou área de interesse. Seu interesse principal está voltado para o presente e consiste em descobrir” (GRESSLER, 2004, p. 54).

A pesquisa descritiva exige diversas informações sobre o que se almeja pesquisar. Tal tipo de estudo busca descrever os fenômenos e acontecimentos de uma realidade específica. Para Triviños (1987), uma das críticas à pesquisa descritiva é quando o investigador não apresenta um exame crítico das informações verificadas.

Um estudo de natureza descritiva almeja descobrir as características do fenômeno, abordando-o de maneira abrangente, bem como os aspectos relativos a determinada situação, indivíduo ou grupo (RICHARDSON, 2007). Uma das peculiaridades da pesquisa descritiva refere-se às técnicas patronizadas que são utilizadas na coleta dos dados, como observação sistemática, questionários, entre outros (GIL, 2008).

Para desenvolvimento deste estudo, fez-se uma coleta de dados em canais como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Global Entrepreneurship Monitor (GEM) e Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), nos períodos de 2001 a 2014. Com isso, objetivou-se, além de fazer um panorama geral dos estudos realizados, também

adicionar fatores como frequência escolar e anos de estudo, aliados às taxas de empreendedorismo. De todos os dados coletados, foram realizadas estatísticas descritivas para facilitar a interpretação dos resultados, apresentados na seção a seguir.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para contextualizar a atividade empreendedora brasileira, primeiramente analisam-se alguns dados de uma pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), onde o Brasil ocupou a 13ª posição no ranking mundial de empreendedorismo e a taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 12,02, o que significa que de cada 100 brasileiros 12 realizavam alguma atividade empreendedora até o momento da pesquisa (GEM, 2008).

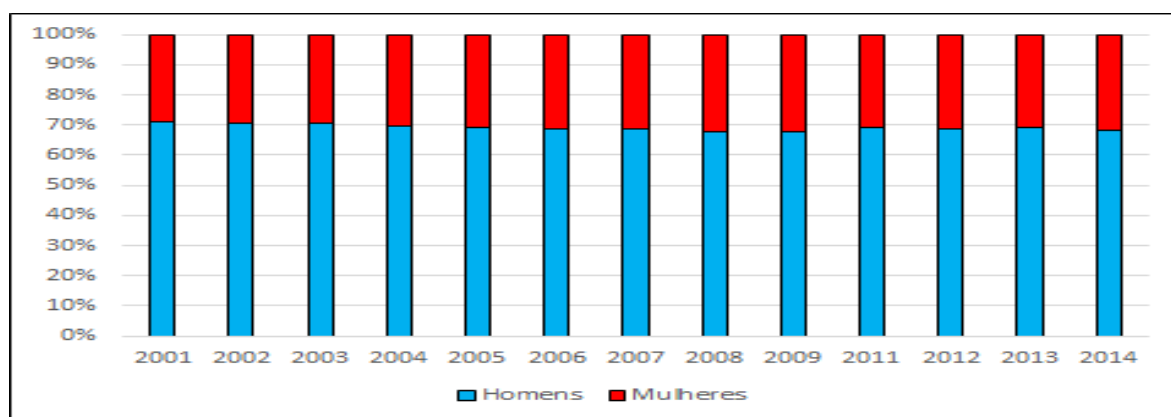
De acordo com o GEM (2008) o Brasil continua com uma TEA superior à média dos países observados pela pesquisa GEM, que foi de 10,48%. A TEA média brasileira de 2001 a 2008 é de 12,72% contra uma TEA média dos demais países GEM de apenas 7,25%. Isso reforça que o Brasil é um país de alta capacidade empreendedora e que na média entre 2001 e 2008 o brasileiro é 75,58% mais empreendedor que os outros.

No que tange ao empreendedorismo feminino no Brasil, o trabalho feminino tem aumentado significativamente, causando alterações no tamanho e na composição do mercado de trabalho brasileiro (JONATHAN, 2003). No Brasil, a participação da mulher empreendedora ganhou nova conotação, especialmente à frente de pequenos e médios empreendimentos (SILVEIRA; GOUVEA, 2008).

Dados fornecidos pelo relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em 2006, confirmam o crescimento da atividade empreendedora das mulheres na criação de negócios. O Brasil é o sexto colocado quanto ao empreendedorismo feminino, e o 13º no empreendedorismo masculino, demonstrando que as mulheres detêm posição de destaque do Brasil (GEM, 2006).

Por mais que os índices de empreendedores iniciais tenham se igualado na questão de gênero, observa-se por meio do Gráfico 5, que em 2001 apenas 28,78% dos negócios eram gerenciados por mulheres. Já em 2014, 31,73% dos negócios eram gerenciados por mulheres e 68,27% por homens. Com isso, constata-se que há um crescimento dos índices, porém ainda é fato que os homens empreendem mais que as mulheres.

Gráfico 5 – Gerência dos negócios por sexo (em %)

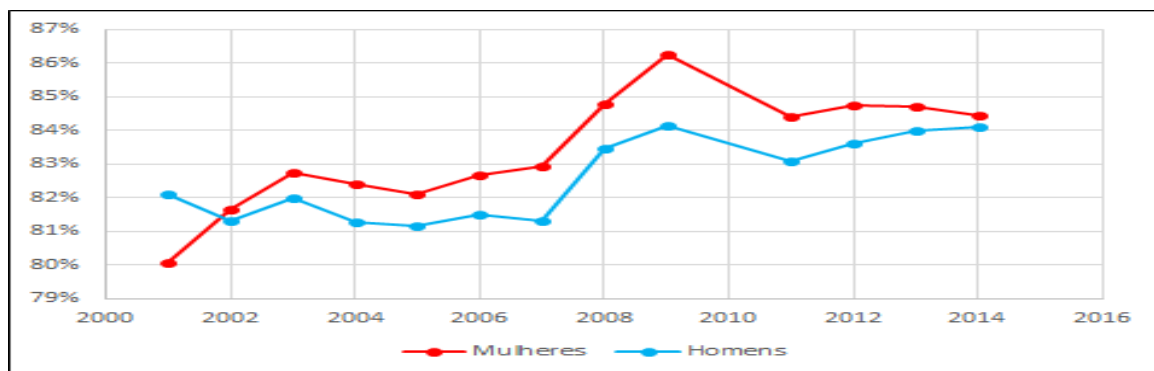


Fonte: Elaborado com base em Ipeadata (2017).

Tal fato ocorre, entre outros aspectos, devido a maior dificuldade para mulheres abrirem e gerenciarem seus próprios negócios, tendo em vista que para ocupar os mesmos espaços que

os homens devem realizar diversas funções como ser a chefe do lar, em muitos casos, cuidar dos filhos, estudar para mudar de vida e ainda gerenciar os negócios. Nota-se ainda que o maior índice obtido ocorreu em 2009, com relação às mulheres empreendedoras, pois 32,19% dos negócios eram geridos por elas. Outro fato interessante é que nesse mesmo ano também houve um aumento na frequência escolar das mulheres, conforme mostra o Gráfico 6.

Gráfico 6 – Variação da frequência escolar por sexo (em %), entre 2001 e 2014

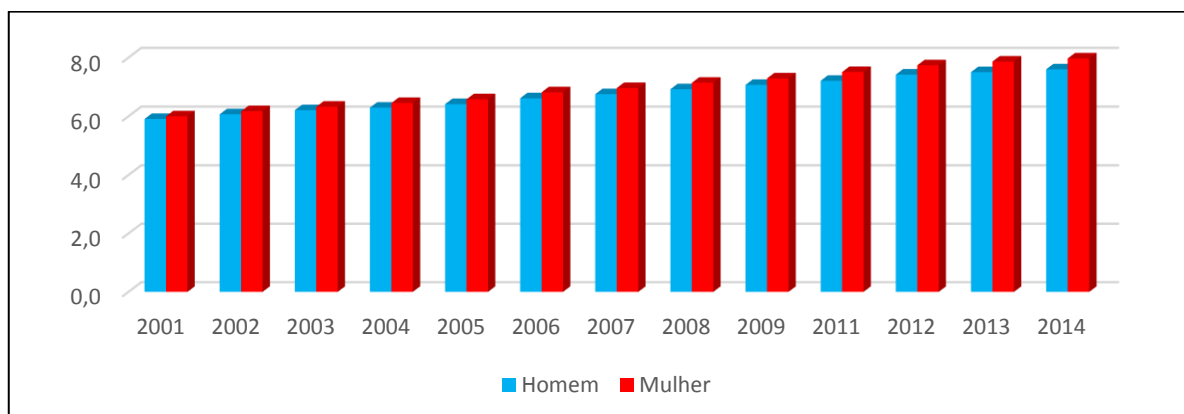


Fonte: Elaborado com base em Ipeadata (2017).

Em 2001, as mulheres tinham frequência escolar em torno de 80,07% enquanto os homens tinham 82,11%, demonstrando assim que ainda possuíam índices mais elevados até mesmo nos estudos. A partir de 2002 esse fato começou a mudar e, desde então pode-se perceber um constante crescimento na busca das mulheres por formação e qualificação. Em 2009 verificou-se 86,26% de frequência escolar por parte das mulheres e 84,15% dos homens, já a partir de 2010 os dois índices voltaram à média em que estavam e até 2014 se mantiveram similares. Entretanto, ainda as mulheres continuamente apresentam maior frequência escolar.

Corroborando as análises, o Gráfico 7 aponta os anos de estudos entre homens e mulheres e, da mesma maneira, pode-se perceber um crescimento constante tanto nos anos de estudos dos homens quanto das mulheres. A crescente busca por aperfeiçoamento e disputa no mercado podem ser fatores que levam a esses dados, porém as mulheres também são líderes, já que em todos os anos mencionados elas obtêm um número maior se comparado aos homens.

Gráfico 7 – Evolução do estudo por sexo, em anos, entre 2001 e 2014.

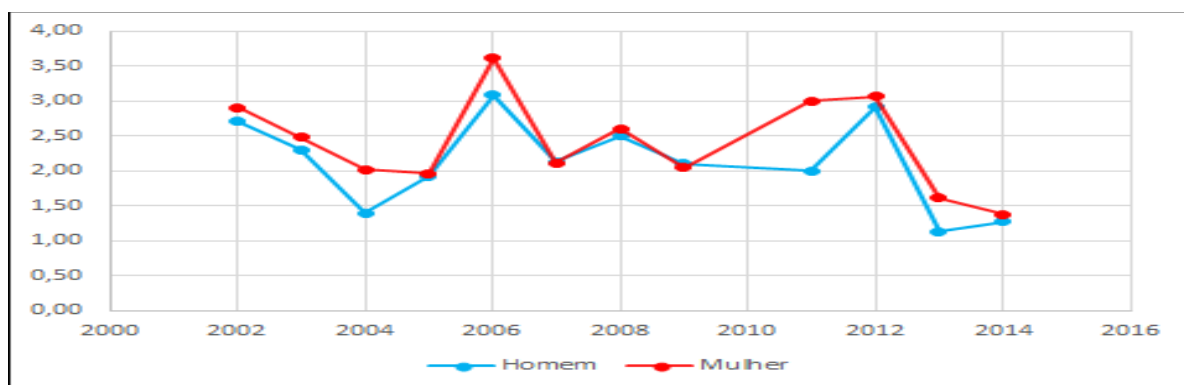


Fonte: Elaborado pelos autores com base em Ipeadata (2017).

As dificuldades enfrentadas pelas mulheres podem ser significativas ao olhar feminino na busca de melhorias de estudo. Já que a desigualdade de gênero é um fator visível nas variáveis estudadas, as mulheres são mais propensas a buscar oportunidades de estudo, a fim de alavancarem suas carreiras e terem chances que podem ser similares às chances profissionais concedidas aos homens.

Complementando, para uma análise mais detalhada também foi calculada a variação dos anos de estudos entre homens e mulheres, que pode ser vista no Gráfico 8.

Gráfico 8 – Variação dos anos de estudos por sexo, entre 2001 e 2014



Fonte: Elaborada pelo autor com base em Ipeadata (2017).

Identifica-se uma maior variação por parte das mulheres quando se trata em anos de estudo, defendendo a visão de que as mulheres têm demonstrado maior interesse em aumentar seus anos de estudo, justamente porque não têm oportunidades iguais em outros setores. Já que os homens mantêm maiores índices quanto ao empreendedorismo, elas buscam maior qualificação e liderança no ramo dos estudos.

Pode-se perceber também que o estudo não está intimamente relacionado ao fato de empreender, pois se assim fosse, as mulheres deveriam estar liderando as ações empreendedoras. De qualquer maneira, entende-se que, da mesma forma que as mulheres estão sistematicamente aumentando seus níveis de estudo, podem também continuar crescendo no que tange ao empreendedorismo e atingir a igualdade nos índices com os homens ou até mesmo ultrapassar, podendo também se destacar a longo prazo, no desenvolvimento de negócios sustentáveis e com maior planejamento, visto que estão à frente dos homens na busca pela qualificação.

7 CONCLUSÕES

Historicamente as mulheres se deparam com diversos reveses e obstáculos na busca por oportunidades e direitos quando comparadas aos homens. No que concerne à atividade laboral elas já conseguiram conquistar diversos espaços, no entanto está longe de ser o ideal. No Brasil, quando se trata de sua participação no empreendedorismo, os índices mostram que as mulheres estão cada vez mais abrindo seus próprios negócios, de forma que apresentam índices muito similares aos masculinos.

A partir da análise dos índices de empreendedoras iniciais dos anos de 2002 a 2015, é possível observar que as mulheres superam os homens na abertura de negócios nos anos de 2007, 2009, 2013 e 2014, aspecto que já demonstra o interesse crescente das mulheres em participarem de atividades empreendedoras. Apesar disso, esse resultado não se mantém quando se trata de empreendimentos estabelecidos, haja vista que os índices das mulheres

decaem em relação a sua proporção de negócios estabelecidos quando comparadas aos homens. Isso demonstra que as mulheres apresentam iniciativas para iniciarem o negócio, no entanto com o passar do tempo, por diversos fatores, desistem de seus empreendimentos.

Este aspecto possivelmente pode ser influenciado pelas diversas atividades domésticas que as mulheres assumem além de suas atividades empreendedoras, e a dificuldade de conciliar a dupla jornada de trabalho pode ser apontada como determinante na decisão de continuidade. Processo que pode estar associado também aos impedimentos, tais como entraves para obter financiamento e dificuldades para conciliar demandas organizacionais e familiares.

No que se refere a escolaridade, as mulheres têm se sobressaído aos homens, demonstrando maior frequência escolar. Além disso se destacam em anos de estudo e busca por aperfeiçoamento, superando os homens. Este aumento na busca por aperfeiçoamento pode ser explicado pelo interesse das mulheres em alavancarem suas carreiras e buscarem oportunidades a fim de conquistar igualdade de chances com os homens.

O estudo demonstrou que as mulheres têm conquistado espaço como empreendedoras, no entanto, ainda existe desigualdade entre os índices masculinos e femininos. As dificuldades encontradas pelas mulheres na manutenção dos seus negócios, a falta de incentivo e os obstáculos para conseguirem financiamento podem explicar parte dessa desigualdade. No entanto, sabe-se que ainda existe uma cultura que entende que a mulher deve ser responsável pelas tarefas domésticas, e essa dupla função enfrentada pelo gênero feminino pode acarretar dificuldade de se consolidarem como empreendedoras.

O presente estudo demonstrou que as mulheres estão no caminho de alcançarem a igualdade, no entanto há muitos desafios. Para isso é necessário que programas de fomento ao empreendedorismo feminino continuem e intensifiquem suas atividades, aliando suas forças a movimentos de igualdade de gênero.

Como limitação, destacam-se as dificuldades em encontrar plataformas com séries de dados a respeito do empreendedorismo feminino, limitando as análises e discussões, como também a reduzida literatura sobre o tema. Com isso, sugere-se que mais estudos sejam realizados a respeito do tema, buscando entender de maneira mais profunda como ocorrem essas dificuldades no processo de empreender para as mulheres.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, dez. 2014.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.

BOCHNIARZ, H. Theses to the discussion at the conference “women entrepreneurs in SMES”. In: **CONFERENCEWOMEN ENTREPRENEURS IN SMES**, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FRANCO, M. M. S. Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas. In: **VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)**, Goiânia, mar. 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - 2006: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2007.

_____. Empreendedorismo no Brasil – 2008: relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2009.

_____. Empreendedorismo no Brasil – 2010: relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2011.

_____. Empreendedorismo no Brasil – 2015: relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2016.

_____. Empreendedorismo no Brasil – 2016: relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2017.

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

GRESSLER; L. A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2004.

HEILBRUNN, S.; ABU-ASBEH, K.; NASRA, M. A. Difficulties facing women entrepreneurs in Israel: a social stratification approach. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.6, n.2, p.142-162, 2014.

HISRICH, R.; PETERS, M.; SHEPHERD, D. **Empreendedorismo**. 9.ed. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – PNAD. Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira**. Rio de Janeiro, 2012.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. Série de dados. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/Default.aspx>. Acesso em 03 mai. 2017.

ISMAIL, H. C.; SHAMSUDIN, F. M.; CHOWDHURY, M. S. An exploratory study of motivational factors on women entrepreneurship venturing in Malaysia. **Business and Economic Research**, v. 2, n.1, p.1-13, 2012.

JABLONSKI, B. **Até que a vida nos separe: A crise do casamento contemporâneo**. Rio de Janeiro: Agir, 1991.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE – ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. **Anais Brasília**, UEM/UEL/UnB, 2003, p. 41-53.

KOELLINGER, P.; MINNITI, M.; SCHADE, C. Gender Differences in Entrepreneurial Propensity. **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, v. 75, n. 2, p. 213–234, 2011.

MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O processo de criação das empresas por mulheres. **RAE Eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-22, 2003.

MARQUES, J. R. **O que é o empreendedorismo corporativo?** Disponível em:

<http://www.jrmcoaching.com.br/blog/o-que-e-emprededorismo-corporativo/>. Publicado em 29 de março de 2016.

MICOZZI, A.; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.8, n.2, p.173-194, 2016.

MOORE, D. P.; BUTTNER, E. H. (1997). **Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997.

MORRISON, A.; WHITE, R.; VAN VELSOR, E. **Breaking the glass ceiling: Can women reach the top of America's largest corporations?** Reading, MA: Addison-Wesley, 1987.

MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? In: **Encontro Nacional de Empreendedorismo**, Maringá, 2000.

NASER, K.; NUSEIBEH, R.; AL-HUSSAINI, A. Personal and external factors effect on women entrepreneurs: evidence from Kuwait. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v.17, n.2, p.1-23, 2012.

NOGUERA, M.; ALVAREZ, C.; URBANO, D. Socio-cultural factors and female entrepreneurship. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 9, n. 2, p. 183–197, 2013.

NUNES, J. L. F. **O empreendedorismo feminino e o estilo de liderança no Conselho da Mulher Empreendedora da Associação Comercial de Minas Gerais**. Dissertação de mestrado, FEADMINAS, Belo Horizontes, MG, Brasil. 2006.

OLIVEIRA, A. F.; VASCONCELOS, M. C.; JEUNON, E. E. Empreendedorismo feminino de empresárias de Belo Horizonte: história de vida, características, desafios e fatores determinantes. **Rev. CCEI – URCAMP**, v.19, n.34, 2015.

PELEGRINI, J.; MARTINS, S. N. A história da mulher no trabalho: da submissão às competências. Um resgate histórico e as gestoras lajeadenses neste contexto. **Revista destaques acadêmicos**, CCHJ/UNIVATES, ano 2, n. 2, 2010.

RAMADANI, V. The woman entrepreneur in Albania: an exploratory study on motivation, problems and success factors. **Journal of Balkan & Near Eastern Studies**, v.17, n.2, p.204-221, junho, 2015.

RICHARDSON, R. J.; PERES, J. A. S.; WANDERLEY, J. C. V.; CORREIA, L. M.; PERES, M. H. M. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SARFARAZ, L.; FAGHIH, N.; MAJD, A. A. The relationship between women entrepreneurship and gender equality. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v.4, n.1, p.1-6, 2014.

SEBRAE. Os Donos de Negócio no Brasil: análise por sexo (2001 a 2014). Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/quem-sao-os-pequenos-

[negociosdestaque5,7f4613074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/90b8df1d92222d82a99aaf48a2d3aeccd/$File/7762.pdf). Acesso em: 03 mai. 2017.

SEBRAE. Perfil das mulheres empreendedoras, 2013. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/90b8df1d92222d82a99aaf48a2d3aeccd/\\$File/7762.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/90b8df1d92222d82a99aaf48a2d3aeccd/$File/7762.pdf) Acesso em: 25 mai. 2019.

SILVA, M. S. da; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Gestão e Desenvolvimento**. Novo Hamburgo, a. XIII, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2º sem. 2016.

SILVEIRA, A.; GOUVEA, A. Empreendedorismo Feminino: Mulheres Gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 7, n. 3, p. 124-138, jul-set 2008.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v. 10, n. 1, p. 44-64, jan./abr. 2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

WONG, Robert. **O sucesso está no equilíbrio**. São Paulo: Campus, 2005.