

MULHERES EMPREENDEDORAS

REDÜ, Ary¹; aryredu@yahoo.com.br, CANEZ, Cláudia²; claudia.canez@gmail.com
:DOMBROWSKI, Leticia³; lesheikha@hotmail.com; MELLO, Simone Portella
Teixeira de³; orientadora, SOARES, Isabel Teresinha⁴; co-orientadora, RASIA,
Isabel Cristina Barros⁵, co-orientadora.

1. INTRODUÇÃO

Empreendedorismo diz respeito a qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas. Esta definição é proposta pelo programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM, de abrangência mundial, é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora sobre Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo de 2010.

O aumento do número de mulheres empreendedoras tem se dado significativamente no Brasil, principalmente nas últimas duas décadas, por razões econômicas e sociológicas. É notório, no entanto, que o perfil da mulher empreendedora difere do perfil masculino.

Em um mundo originariamente masculino, onde os homens detêm a maioria dos cargos de liderança, as mulheres vêm se destacando em todos os segmentos como donas de seu próprio negócio e estão conquistando a independência que tanto queriam, seja financeira ou de poder se organizar com o tempo de maneira que quiserem.

O empreendedorismo feminino, antes iniciado por necessidade, atualmente está voltado para as oportunidades, ou seja, a cada três empreendimentos, dois são por oportunidade e um por necessidade.

Mulheres que atuavam no segmento profissional formal migraram para o mercado empreendedor buscando uma maior flexibilidade de horários, conciliando atividades ligadas à família e ao emprego. Elas visaram no empreendimento ao atingimento de seus objetivos e atingiram crescimento nos negócios. Atualmente, no Brasil, conforme dados GEM (2012), do total de empreendedores 49% são mulheres, sendo seus projetos mais exitosos que os dos homens. Isso está sendo atribuído a fatores que vão desde o maior nível de escolaridade em relação aos homens até as mudanças na estrutura familiar, cabendo então perguntar: como acontece o crescimento das mulheres empreendedoras?

Para obter prováveis respostas a essas preocupações, o presente estudo tem o propósito de identificar as características dessas mulheres que apresentam resultados positivos no mercado de trabalho empreendedor.

2. METOLOGIA

A pesquisa é de natureza exploratória. De acordo com Gil (2010) “as pesquisas exploratórias têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito”. Desenvolveu-se uma pesquisa bibliográfica, através de leitura de revistas, artigos científicos e livros, com revisão de literatura e resumos. Contou-se ainda com o auxílio da internet,

acessando-se *sites* tais como o Google Acadêmico, que é uma ferramenta de pesquisa que permite a leitura de trabalhos acadêmicos, literatura escolar, jornais de universidades e artigos variados. Foi também acessada a base SciELO - *Scientific Electronic Library Online* que é uma biblioteca eletrônica onde se disponibiliza uma coleção selecionada de periódicos científicos brasileiros. A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado, impresso ou disponibilizado eletronicamente. GIL (2010, p.29)

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O empreendedorismo feminino teve início na década de 70, sendo que o perfil das empreendedoras era composto por jovens, mulheres solteiras e sem filhos. Já na década de 80, o perfil sofreu alterações: destacavam-se mulheres mais velhas, casadas e com filhos. Outro fator importante sobre o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho é resultante de um maior nível de escolaridade (LINDO et al. 2007).

Mulheres empreendedoras têm algumas características peculiaridades, tais como persistência, alto desejo de realização, possuem autonomia, são ativas e eficazes. Isso faz com que as empresas gerenciadas por elas sejam crescentes e mais duradouras que as gerenciadas pelos homens. Isso se explica também porque as mulheres sabem conduzir situações de maneiras diferenciadas, em virtude da multiplicidade de papéis, o que tende a ser uma característica feminina de forte importância no negócio (SILVA, 2006).

As mulheres trazem consigo um ideal do trabalho que foi construído socialmente em certo contexto histórico. Agrega-se a este discurso o trabalho como fonte de prazer e realização (MORGADO, et al, 2013).

A participação feminina no empreendedorismo pode ser percebida conforme os quadros 1 e 2.

Quadro 1 - Perfil de empreendedores estabelecidos, Brasil e regiões – 2012.

Gênero	Brasil %	Região Sul %	Região Nordeste %	Região Norte %	Região Centro-Oeste %	Região Sudeste %
Feminino	44,0	40,5	47,1	43,9	43,9	45,3
Masculino	56,0	59,5	52,9	56,1	56,1	54,7

Fonte: GEM Brasil 2012

As brasileiras já somam quase a metade do número de empreendedoras existentes em nosso país (GEM Brasil, 2012).

Quadro 2 - Perfil de empreendedores iniciais, Brasil e regiões – 2012.

Gênero	Brasil %	Região Sul %	Região Nordeste %	Região Norte %	Região Centro-Oeste %	Região Sudeste %
Feminino	49,6	51,8	51,8	49,1	47,7	47,2
Masculino	50,4	48,2	48,2	50,9	52,3	52,8

Fonte: GEM Brasil 2012

No Brasil, 49,6% dos empreendedores iniciais são mulheres, sendo que as regiões Sul e Nordeste concentram a maior proporção de empreendedorismo feminino (GEM Brasil, 2012).

Os quadros acima foram ampliados com a ilustração de algo a mais: qual seria o sonho do brasileiro? De uma forma mais abrangente e sem delimitar pelo gênero feminino ou masculino, chegou-se à resposta de que, procurando comparar o desejo de ter um negócio próprio com outros desejos, como, por exemplo, comprar uma casa, viajar ou ter uma carreira em uma empresa, os resultados mostraram que o sonho de ter um negócio próprio superou todos os demais desejos, exceto viajar pelo Brasil e ter uma casa própria. No entanto, o sonho de ter um negócio próprio (43,5%) superou em muito o desejo de ter uma carreira em uma empresa (24,7%).

4. CONCLUSÕES

A participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro é muito significativa, contribuindo positivamente para o crescimento do país.

O presente estudo revela, através da pesquisa bibliográfica, o alto grau de comprometimento das empreendedoras com suas atividades, pois são destemidas e autoconfiantes, preocupadas com o crescimento dos negócios e com a satisfação de seus clientes. Algumas mulheres criam seus próprios negócios e, enquanto proprietárias revelam-se empreendedoras.

A grande satisfação decorre de que o negócio próprio é algo com que se identificam e que lhes possibilita criar e afirmar seus próprios valores, pela autonomia, independência e liberdade para ter a iniciativa e desenvolver idéias.

A experiência de ser empreendedora propicia um forte sentimento de auto-realização, que se reflete em uma elevada auto-estima.

As principais características das empreendedoras, que ficaram evidenciadas no estudo, são: relacionamento interpessoal, ousadia, responsabilidade, visão, dedicação, trabalho em equipe, persistência e criatividade.

O empreendedorismo coloca as mulheres em condição de transformar as dificuldades e insatisfações em desafios capazes de gerar satisfação. O fato é que as mulheres vêm encontrando seus papéis sociais e encontrando novas e criativas estratégias para lidar com a multiplicidade de papéis.

As mulheres empreendedoras apresentam uma melhor qualidade de vida, com resultados positivos para o convívio profissional e familiar.

No entanto, o exercício do empreendedorismo feminino não é fácil. No que tange às políticas públicas é preciso facilitar o acesso a linhas de crédito para investimentos, propiciar e adequar à formação profissional e melhorar os programas de incentivos fiscais.

Diante do que foi exposto, podemos dizer que para ser uma empreendedora de sucesso é necessário ter conhecimento, experiência e estar em aprendizado contínuo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRUSCHINI, Cristina. O trabalho da mulher no Brasil: Tendências recentes. Belém: Livraria Rosa dos Ventos, 1994.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Campus/Elsevier, 2008.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo 2012 – IBQP – Instituto Brasileiro de Qualidade e

Produtividade, SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – FGV – Fundação Getúlio Vargas. Disponível em http://www.sebrae.com.br/uf/pernambuco/downloads/estudosepesquisas/copy3_of_seminario-web/pesquisa-gem-2012.pdf. Acesso em 14.08.2013.

JONATAHN, Eva Gertrudes – Mulheres empreendedoras: Medos, conquistas e qualidade de vida, aspectos psicológicos envolvidos no empreendedorismo feminino brasileiro. – Psicologia em estudo, Maringá, v.10. nº 3. p.373-382, Set./dez.2005.

LINDO, Maíra Riscado; CARDOSO, Patricia Mendonça; RODRIGUES Mônica Esteves; WETZEL, Ursula. Vida Pessoal e Vida Profissional: Os desafios de Equilíbrio para Mulheres Empreendedoras do Rio de Janeiro. RAC-Eletronica/ANPAD, v.1, n.1 art.1, disponível em <http://www.anpad.org.br/rac>, 2007.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: Perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento: Ed. Egepe, 2003.

MARCOVITCH, Jacques. Pioneiros e empreendedores: A saga do desenvolvimento no Brasil. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

MORGADO, Ana Paula Dente Vitelli; TONELLI, Maria José. O Desaparecimento Simbólico da Mulher: Questionando o Conceito de Diversidade a partir de Pesquisa com Gestoras Intermediárias – EnANPAD/2013, Rio de Janeiro, p.9, 2013.

ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. O papel dos homens e mulheres na família. Rio de Janeiro: Editora da PUC, 2003.

SILVA, Juliana Vieira Almeida: A relação trabalho e família de mulheres empreendedoras. C.Mourão, v.1. nº.1, Revista Perspectivas Contemporâneas, jan.jul./2006.