

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS  
FACULDADE DE DIREITO

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO DIREITO**

RIO DE JANEIRO

2016/2

JESSICA TIMOTEO DE SOUZA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO DIREITO**

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação da Professora Dra. Cecília Caballero Lois.

RIO DE JANEIRO

2016/2

S719e Souza, Jêssica Timoteo de  
Empreendedorismo feminino: uma análise sob a  
ótica do direito / Jêssica Timoteo de Souza. --  
Rio de Janeiro, 2016.  
50 f.

Orientadora: Cecilia Caballero Lois.  
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade  
de Direito, Bacharel em Direito, 2016.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Inserção da  
mulher no mercado de trabalho. I. Lois, Cecilia  
Caballero, orient. II. Título.

341.6

JESSICA TIMOTEO DE SOUZA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO DIREITO**

Monografia de final de curso, elaborada no âmbito da graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação da Professora Dra. Cecília Caballero Lois.

Data da Aprovação: \_\_\_/ \_\_\_/ \_\_\_\_.

Banca Examinadora:

---

Orientadora

---

Membro da Banca

---

Membro da Banca

RIO DE JANEIRO

2016/2

## **AGRADECIMENTOS**

Sem sombra de dúvidas, agradeço à minha mãe, por estar ao meu lado sempre. A presença física nem sempre foi possível, mas seu carinho e seu amor foram uns dos meus grandes impulsionadores.

Agradeço ao meu namorado, marido, amor, Raimundo, por ser a ponte entre as diversas águas turbulentas que estiveram presentes ao longo desses cinco anos.

Agradeço ao meu irmão, meu pequeno, Lucas, por ser a personificação do amor e do abraço carinhoso. Sua vinda a esse plano espiritual foi um dos maiores presentes em minha vida.

Agradeço aos meus familiares, por sempre estarem me enviando pensamentos e energias positivas.

Agradeço aos meus amigos, em especial Mariana, Maria Clara, Júlia e Isabella por me receberem nessa cidade e me aconchegarem em seus braços mais fraternos.

Agradeço a minha orientadora e amiga, Cecília, por toda a compreensão, carinho e paciência na conclusão desse trabalho.

Agradeço a grande e gloriosa Faculdade Nacional de Direito, por ser a realização de um sonho antigo, que fez com que eu me tornasse um ser humano melhor.

*“Mude a sua vida hoje. Não deixe para arriscar no futuro, aja agora, sem atrasos.”*

*Simone de Beauvoir*

## RESUMO

A desigualdade de gênero é latente na sociedade desde a antiguidade. Ela ainda não foi rompida. Com a inserção da mulher no mercado de trabalho, buscava-se que esses obstáculos discriminadores fossem rompidos. No entanto, tudo não foi tão feliz assim. Cercado de grandes momentos difíceis e desafiadores, a entrada da mulher no mercado de trabalho ainda é um dos maiores obstáculos vivido por cada uma delas. Sua independência e vontade de ser dona de si é maior do que tudo. Em razão disso, o empreendedorismo, recente ainda no mundo atual, vem como uma grande aposta para que a desigualdade de gênero diminua consideravelmente no mundo do trabalho. Negócios não se resumem a homens. Negócios pertencem a todos, sem estereótipos ou diferenciação de gênero. O mundo é tão grande que é impossível não haver espaço para todos. No entanto, para que isso aconteça, é necessário que as barreiras da desigualdade sejam rompidas de verdade.

Palavras chaves: Inserção da mulher no mercado de trabalho; empreendedorismo; empreendedorismo feminino.

## **ABSTRACT**

Gender inequality has been latent in society since antiquity. It has not yet been broken. With the insertion of women in the labor market, these discriminatory obstacles were sought to be broken. However, everything was not so happy. Surrounded by great difficult and challenging moments, the entry of women into the labor market is still one of the greatest obstacles experienced by each of them. Your independence, the will to own yourself is greater than everything. Because of this, entrepreneurship, which is still very much in the modern world, comes as a major investment in gender inequality in the world of work. Business is not limited to men. Business belongs to all, without stereotypes or gender differentiation. The world is so big that it is impossible not to have room for everyone. However, for this to happen, the barriers to inequality must be truly broken.

Keywords: Insertion of women in the labor market; entrepreneurship; Entrepreneurship.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	10
2. INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO.....	10
2.1 ASPECTOS GERAIS .....	10
2.2 REALIDADE BRASILEIRA .....	13
3. CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO .....	21
3.1 CARACTERÍSTICAS .....	22
3.2 HISTÓRICO .....	24
4. MULHERES NO EMPREENDEDORISMO .....	28
4.1 PROGRAMAS DE INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO FEMININO .....	40
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	44
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	46

## **1. INTRODUÇÃO**

Entre as diversas desigualdades existentes no mundo, uma das mais evidentes e mais arcaicas refere-se às relações de gênero, tanto no âmbito familiar, social e econômico.

A sociedade a qual estamos inseridos nos cerca de retrocessos e avanços. Avanços que muitas vezes são congelados em detrimento de obstáculos que os indivíduos colocam entre si. Retrocessos que ganham espaço pela falta de informação, conhecimento e abundância de preconceito.

A desigualdade, de modo geral, é um dos maiores obstáculos desde que mundo é mundo. Todo e qualquer tipo de desigualdade não merece (e não deve) prosperar. Isso vai contra a ordem natural dos acontecimentos. Vai contra a evolução dos indivíduos enquanto seres humanos.

A desigualdade de gênero, ainda fortemente presente em nosso dia a dia, é uma guerra em que o sexo masculino sempre esteve a frente. Incontáveis mortes, tragédias, sofrimento e dor cercaram esse longo caminhar.

A inserção da mulher na sociedade se deu de forma muito gradativa e lenta. A mulher, na posição de mãe, esposa e do lar, pelo simples fato de ser mulher, não era dona de si e nem de suas vontades. A subordinação imposta pelo marido, pela sociedade e pela família é altamente prejudicial à igualdade a que tanto almejamos.

Felizmente, nas últimas décadas do século XX, houve uma inserção da mulher no mercado de trabalho, em razão do avanço e crescimento da industrialização no Brasil, da transformação da estrutura produtiva, do contínuo processo de urbanização e da redução da taxa de fecundidade nas famílias.

## **2. INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO**

### **2.1 ASPECTOS GERAIS**

O trabalho pode ser entendido como a capacidade que o homem possui de transformar a natureza para satisfazer seus anseios e suas necessidades. Marx (1988) diz que o trabalho é a “...atividade orientada a um fim para produzir valores de uso, apropriação do natural para satisfazer a necessidades humanas, condição universal do metabolismo entre o homem e a natureza, condição natural externa da vida humana”.

Trabalhar é algo intrínseco ao ser humano, pertencente a condição originária do homem como meio de sua realização. Além de ser entendido como sendo uma das formas de satisfação e auto-afirmação do sujeito, tem se tornado também uma necessidade, uma forma de satisfação de necessidade fora dele.

O sentido do trabalho perpassa muitos aspectos da realidade humana e social. Pela visão objetiva, trabalho é o conjunto das atividades e técnicas pelas quais o homem se serve para produzir. No sentido subjetivo, ele abrange a ação do homem enquanto ser dinâmico, a capacidade de agir racionalmente e realizar-se. Em sua dimensão social, o trabalho de um indivíduo se entrelaça com o dos demais. Nesse diapasão, trabalho, como direito fundamental, é um bem útil e necessário para acrescentar a dignidade humana.

Nas últimas décadas, um dos fatos mais importantes foi o crescimento da participação das mulheres como força de trabalho. O avanço da industrialização, a continuidade do processo de urbanização, a queda na taxa de fecundidade, o processo tecnológico, a necessidade de complementação familiar, o maior número de mulheres chefes de família e a educação podem ser encarados como fatores impulsionadores a tal inserção. No entanto, o aumento da inserção de mão de obra feminina no mundo do trabalho não demonstra necessariamente um indicador positivo.

Não há como falarmos da entrada da mulher no mercado de trabalho, que é arraigada de empecilhos e barreiras, sem fazermos menção aos acontecimentos históricos do trabalho feminino, que traduz, de forma muito clara, os acontecimentos atuais. O passado traz resquícios ao mundo atual de uma desigualdade de gênero ainda enraizada em nossa sociedade.

Desde os primórdios da antiguidade, a mulher era encarada de uma maneira muito negativa, em uma evidente situação de inferioridade diante ao homem. Ingenuidade é pensar que a história que nos apresenta grandes políticos, líderes, pensadores, imperadores, navegadores do gênero masculino é uma mera ocasionalidade da situação. Isso tem outro

nome: desigualdade, como resultado de um machismo perpetuado em nossa sociedade e demonstrado de maneira muito “sutil” em nossos livros de história.

Na Grécia, onde se perpetuava a tão gloriosa “democracia”, Platão agradecia aos deuses pelo fato de ter nascido grego, livre e homem. A exclusão da mulher escancarava-se a todos os olhos, mas era encarada com um fato normal. Israel não fugia dessa “normalidade”. Um Estado organizado de forma patriarcal, em que o povo hebreu excluía a mulher do exercício do governo civil e até mesmo da participação na esfera religiosa.

A marginalidade social das mulheres perdurou com muita força até meados do século XIX. No entanto, com o pensamento socialista, que defendia bravamente a igualdade entre todos os cidadãos como condição máxima a fim de se alcançar o progresso social, Charles Fourier dizia:

*“O grau de emancipação das mulheres em uma sociedade é o termômetro geral através do qual se mede à emancipação geral”. Charles Fourier (1996 p. 87)*

Tal afirmação, desse filósofo socialista francês, é perfeitamente aplicada aos dias atuais, uma vez que nos países Ocidentais, em que as mulheres têm mais liberdade para trabalhar, a democracia é mais forte (ou deveria ser), ao contrário do que ocorre nos regimes fundamentalistas, onde a emancipação não é difundida plenamente e a democracia se restringe aos dicionários, uma vez que a mulher é ainda fortemente tratada com ser inferior e considerada incapacitada para o trabalho.

No século XIX, com o advento da Revolução Industrial, muito se discutiu os aspectos morais em relação às condições de trabalho dos assalariados, que consistiam em uma nova classe de trabalhadores surgida na Europa, que até então era feudal.

As condições de trabalho nesse período eram desumanas, degradantes, inimagináveis. Schimidt, 2005, p.94 afirma que “os salários eram baixíssimos, a jornada de trabalho podia alcançar 14 ou 16 horas por dia e não havia direito a férias. As fábricas eram imundas e barulhentas. Os patrões, muito autoritários, humilhavam os empregados”.

Tais jornadas, por serem tão longas, objetivavam a exploração ao extremo da classe trabalhadora de maneira que pudessem garantir o lucro e manter a massa operária dependente. Além disso, muitos industriais davam preferência pela utilização da mão de obra tida como

mais “dócil” e mais barata, como mulheres, crianças e moços abaixo dos 18 anos de idade. Enquanto isso, o homem ficava em casa, constantemente sem ocupação.

Diante dessas condições inconcebíveis, que ferem brutalmente a dignidade da pessoa humana, a autoridade moral da época, vulgarmente chamada de Igreja, se perfazia na fala do arqui-diácono W. Paley<sup>1</sup>: “Uma vantagem ainda maior que possuem as pessoas em situação inferior é a facilidade com que sustentam seus filhos. Tudo que o filho de um pobre necessita está encerrado em duas palavras: indústria e inocência”. Uma grande parte do operariado, influenciada diretamente por essa mentalidade ideológica, acreditavam que quanto mais se trabalhasse, mais ganharia (uma mera ilusão). No entanto, muitos outros desmoralizados pela extrema exploração e o empobrecimento, eram absorvidos pelo alcoolismo, demência, suicídio e prostituição.

As lutas feministas iniciaram-se pela busca de melhores condições e igualdade de trabalho. Importantes fatos históricos trazem a tona o quão importante essas lutas foram. Grande exemplo disso é o dia internacional da mulher, que teve como origem as manifestações de operárias da indústria têxtil “Cotton”, em Nova York, em busca de melhores condições de trabalho, tais como a redução da carga diária de 16 horas para 10 horas, a equiparação de salários com os homens e o tratamento digno dentro do ambiente de trabalho. A greve ocorrida em 1908, em 08 de março, foi altamente reprimida e aproximadamente 130 operárias foram trancadas dentro da fábrica e morreram carbonizadas por um incêndio proposital. Anos mais tarde, no mesmo 08 de março de 1917, trabalhadoras russas organizaram-se em manifestações a favor de igualdade e respeito, que serviram de estopim para a Revolução Russa de 1917, em que o governo Czarista foi destituído, dando abertura para que o primeiro país socialista do mundo se originasse: a União Soviética.

## **2.2 REALIDADE BRASILEIRA**

No Brasil, a crescente entrada da mulher no mercado de trabalho é um fenômeno que envolve fatores culturais, econômicos, demográficos e institucionais.

---

<sup>1</sup> W. Paley, *Reasons for contentment: Adresses to the labouring part of the British Public*. Londres, 1793, pp.11-12.

A educação formal não existia praticamente para a maioria das mulheres (com exceção para a minoria abastada que ia estudar no exterior) o que dificultava a profissionalização.

Após três anos da primeira Constituição brasileira, a lei de 15 de outubro de 1827 instituiu o ensino primário para o sexo feminino, com currículo para o aprendizado da economia doméstica, costura, decoração e pintura.

A partir de 1879 a mulher teve acesso aos cursos superiores, mas sem poder exercer as carreiras médicas e jurídicas.

Um dos primeiros entraves era o poder exercido pelo marido, que impedia a mulher de trabalhar (havia previsão no Código Civil de 1916, vigente na época), uma vez que as mulheres casadas eram incapazes de realizar “certos atos ou à maneira de os exercer” no que se referia ao trabalho.

Posteriormente, com o advento da Lei nº 4.121 de 1962, a previsão era de que:

*“as mulheres passavam a gozar de maior liberdade de ação diante do poder marital, presumindo-se autorizadas a exercer qualquer atividade lícita fora do lar, mas podendo o marido impedi-las de continuar no emprego, caso julgue suscetível de prejudicar os vínculos da família”.*

Adiante, com a Revolução de 1930, teve início a era dos direitos trabalhistas de Getúlio Vargas, momento ao qual fora expedido o Decreto nº 24.417-A de 17 de maio de 1932, que versava sobre a situação da mulher trabalhadora e a protegia contra a exploração social.

Já na década de 1950, um dos obstáculos que se apresentava para uma maior emancipação da mulher com relação ao trabalho era a “divisão” imposta pela sexualização das ocupações, em que a mulher só podia exercer profissões como costureira, professora primária e outros postos mais baixos da hierarquia ocupacional.

Por outro lado, a mulher brasileira nunca esteve completamente fora do mercado de trabalho. Madeira (1973) afirma que nos estágios anteriores ao início do processo de industrialização, a mulher era muito ativa e essencialmente ligada a atividades rurais, principalmente nas pequenas propriedades, uma vez que nas grandes propriedades, as culturas eram mais especializadas, com um cultivo em escala e maior mecanização, acarretando em

uma maior produtividade e redução do emprego. Os Censos Agrícolas de 1950 e 1960 mostram a quantidade de estabelecimentos rurais no Brasil, conforme tabela abaixo:

**TABELA 1 – Quantidade de Estabelecimentos Rurais**

Tamanho (Ha)	1950	1960	Var %
Menos 10	710.934	1.495.020	110,3%
10-100	1.052.557	1.491.415	41,7%
101-1000	268.159	314.831	17,4%
1000-10000	31.017	30.883	-0,4%
mais 10000	1.611	1.597	-0,9%

Fonte: Censo Agrícola de 1950 e 1960

Há de se observar que entre 1950 e 1960, o número de pequenas propriedades (menos de 10 Ha) aumentou em 110%, enquanto que as grandes propriedades apresentaram redução. Uma importante observação a se fazer é que nesse mesmo período, o volume de mulheres que trabalhavam no setor primário teve um acréscimo de 44,9%, conforme demonstra a tabela abaixo:

**TABELA 2 – Evolução da participação de homens e mulheres no setor primário brasileiro**

	1940-1950		1950-1960	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Setor Primário	14,0%	-10,3%	17,0%	44,9%

Fonte: Elaborado por MADEIRA (1973)

Diante disso, importa ressaltar que há uma estrita relação entre a participação feminina no mercado de trabalho rural com as mudanças na estrutura fundiária, ou seja, um maior número de pequenas propriedades representa um maior número de mão de obra feminina.

Com o êxodo rural, a partir da década de 1960, houve um aumento das atividades tipicamente urbanas, uma vez que os setores secundários e terciários tiveram um forte impulso entre 1960 e 1970, conforme tabela abaixo:

**TABELA 3 – Evolução da participação de homens e mulheres no setores primário, secundário e terciário da economia brasileira**

	1950-1960		1960-1970	
	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres
Primário	17,0%	44,9%	12,0%	28,0%
Secundário	21,0%	29,0%	88,0%	27,1%
Terciário	72,0%	61,5%	27,9%	80,5%

Fonte: Elabora por MADEIRA (1973)

Segundo Madeira (1973), há de se observar que o setor secundário teve predominância masculina porque os ramos de metalurgia e material de transporte, que empregam mais homens, tiveram uma expansão muito maior do que os ramos ocupados por mulheres, como têxtil e vestuário.

No que concerne ao terceiro setor, Madeira (1973) afirma que como ele tende a absorver a mão de obra originária do êxodo rural, a proporção feminina é maior do que a dos homens, uma vez que se relacionam as atividades ligadas à comercialização dos produtos em geral, serviços pessoais ou comunitários a terceiros.

Já entre a década de 1960 e 1970, houve um crescimento expressivo no número de comerciárias, em decorrência da multiplicação de grandes estabelecimentos comerciais onde o elemento feminino predominava. Além disso, a expansão do pequeno comércio foi consideravelmente grande, o que proporcionou as mulheres combinarem as atividades produtivas com as atividades domésticas. Paralelamente a isso, havia uma classe média urbana crescente, que demandava muito o emprego doméstico, o que acabava absorvendo a força de trabalho feminina vinda do campo. Exatamente, nesse contexto, que se inserem os primeiros contingentes de trabalhadoras, uma vez que as famílias chegavam do interior com escassos recursos financeiros e isso obrigava o maior número possível de integrantes da família a buscar trabalho e renda, para que pudessem manter o sustento da família e dar início a construção da “nova vida” na cidade.

Em um primeiro momento, as jovens e senhoras se ocuparam em ofícios precários e informais, ou seja, em atividades do qual tinham prática, como trabalhos domésticos (cozinheiras, lavadeiras, passadeiras, etc.) e começavam a ser requisitadas como comerciárias, haja vista que com o aumento das cidades, esse setor também cresceu.

Hoffman e Leone (2004) e Wajnman (2006) afirmam que houve um contínuo crescimento da atividade laboral feminina, uma vez que no início dos anos 1950, as mulheres representavam 12% do total da população economicamente ativa, e menos de 10% dessas mulheres participavam do mercado de trabalho. Há de se observar o perfil etário também, uma vez que havia picos entre 20 e 29 anos e declínios nas idades posteriores. Talvez isso fosse o resultado da maternidade, onde a trabalhadora retirava-se do mercado de trabalho e dedicava-se a família, em resposta a precariedade ou a ausência de instrumentos públicos que proporcionariam os cuidados com seus filhos.

Já na década de 1970, Leme e Wajnman (2003) informam que houve uma estagnação na taxa de participação das mulheres no mercado de trabalho (em média 37%), pois os empregos gerados na época eram ligados a construção civil e a indústria pesada, e, como a sociedade acreditava que tais setores eram destinados somente aos homens, as mulheres não encontraram espaço.

Como na década de 1980 houve uma estagnação da economia, deterioração do mercado de trabalho e incipiente reabertura política, uma efervescência popular em torno da redemocratização do país e da liberdade de expressão aconteceu.

Priori (1997) afirma que entre 1979 e 1985 houve um crescimento da mobilização em diferentes setores da sociedade, de modo a sacudir o imobilismo das organizações de classe. Mulheres refletiram e debateram frente aos tradicionais parâmetros da cultura separatista que perpetuava. Surgiu, nesse período, os Movimentos de Mulheres Trabalhadoras, que eram motivados pela bandeira do reconhecimento e valorização das trabalhadoras. As mulheres lutaram fortemente por sua liberdade, pela sindicalização, pela documentação, pelos direitos previdenciários (salário maternidade, aposentadoria,...), entre outros. As mulheres conseguiram penetrar nas estruturas de representação, que até então eram massantemente masculinas. As mulheres tiveram voz em diretorias de sindicatos, em partidos políticos, em associações. A figura da mulher unicamente dona de casa estava se desfazendo. Mulheres, de diferentes segmentos sociais, com críticas rústicas à desigualdade, participaram da elaboração da Constituição de 1988. Mulheres. Ah, mulheres!

Como na década de 1990 e 2000 houve uma abertura econômica, baixos investimentos e uma crescente terceirização da economia, a tendência de crescimento da incorporação da mulher no mercado de trabalho continuou. No entanto, houve uma alteração no perfil etário: uma queda da participação na faixa etária de 20-24 anos, justamente a faixa etária com maior número nas décadas anteriores.

A partir de 2003, o contingente feminino chegava a casa dos 43% da força de trabalho. Contudo, esse vigoroso crescimento de participação feminina no mercado de trabalho veio acompanhado de aspectos desfavoráveis às condições de inserção da mulher. Wajzman (2006) afirma que “do ponto de vista salarial, embora decrescente, há um hiato de rendimentos que privilegia os homens e não pode ser explicado pela heterogeneidade das características produtivas da população”. Ele ainda completa dizendo que “ainda assim, a despeito do maior nível de escolaridade das mulheres, que as habilita a ter um nível salarial maior, persiste a diferença salarial, privilegiando os homens.” Traços arcaicos de discriminação e segregação de gênero ainda persistem, mesmo que se considerem iguais patamares de escolaridade, qualificação, postos de trabalho e região geográfica.

Atualmente, o crescimento do desemprego tem atingido todo o mundo, porém a maior parte dos que estão sendo atingidos são as mulheres, haja vista que as empresas impõem empecilhos que dificultam a contratação da mão de obra feminina, uma vez que:

*“...alegam altos custos relacionados à manutenção de mulheres no emprego devido ao risco de engravidarem (...) adiante da obrigatoriedade de conceder alguma flexibilidade nos horários da mãe para que possa amamentar seus filhos (...) por ter de arcar com os custos de manutenção de creche, onde as crianças fiquem no horário de trabalho da mãe...”*  
(DIEESE, 2001)

Outro fator de discriminação na atualidade é a presença da mulher ser mais alta em trabalhos vulneráveis<sup>2</sup>, ou seja, no setor informal, por exemplo, onde se tem menos garantias legais e condições de trabalho mais precárias. Além disso, elas são mais passíveis de demissão e tendem a uma menor inserção e participação em sindicatos de trabalhadores e do patronato.

---

<sup>2</sup> Segundo o DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos), são considerados trabalhadores vulneráveis: os assalariados sem carteira assinada, os autônomos que trabalham para o público, os trabalhadores familiares não remunerados e os empregados domésticos.

Esse espaço de opressão, com entraves profissionais seriíssimos, ainda apresenta outras formas de discriminação, como a persistência do predomínio das mulheres nas atividades menos valorizadas e em cargos de menor hierarquia ocupacional. Além disso, existem profissões que ainda se constituem predominantemente femininas, tais como secretariado, recepção, costura, enfermagem, magistério de ensino fundamental, entre outras. Denota-se, portanto, que há uma discriminação ocupacional com uma forte visão estereotipada de fragilidade.

Outro ponto a se destacar é a falta de incentivo familiar, uma vez que tem que haver uma conciliação entre o trabalho doméstico com a jornada de trabalho. Além disso, recorrentes são os casos de assédio moral e sexual, e a discriminação no plano dos direitos sociais.

A relação entre a mulher e o trabalho é visivelmente apontada ao paradigma do patriarcado, à divisão sexual do trabalho e à dicotomia produção x reprodução.

Quanto ao patriarcado, este conceito é utilizado para caracterizar situações de subordinação e discriminação que oprimem a mulher. Para alguns autores, o sistema patriarcal não tem compatibilidade com o capitalismo, uma vez que “é sob o capitalismo que, pela primeira vez, a mão de obra feminina é objeto de remuneração” (Castro, Lavinias, 1992).

O patriarcalismo pode ser definido como um sistema social que tem sua ideologia assentada nos pilares de uma “heterossexualidade compulsória”, da violência por parte dos homens, e de maneiras de organizar a vida e o trabalho com dominância masculina nas mais variadas esferas sociais (sexual, cultural, econômica) provenientes do lar. Por outro lado, a participação da mulher no sistema de dominação por meio do protecionismo e da forma costumeira e tradicional da utilização da violência (que pode ser simbólica, apontando a adesão do dominado ao dominante, revelando uma relação de dominação que se dá pela incorporação pelo sujeito dominado (mulher) de esquemas cognitivos estabelecidos de acordo com a ótica dos dominantes (homem).

*“Embora as mulheres tenham seus direitos individuais e políticos reconhecidos e estejam rompendo com os limites impostos pela ideologia patriarcal, ainda permanecem as discriminações e os vícios da sociedade profundamente enraizadas nas relações de gênero. Como consequência, as mulheres que conseguem romper com o papel socialmente esperado a elas e chegam ao poder encontram ambientes extremamente hostis orientados pelo*

*gênero masculino, que historicamente habitam estas instituições”*  
(Barbacena, 2006)

No sistema patriarcal, a mulher é vista como trabalhadora complementar, uma vez que seu campo de atividade natural é a reprodução da família. Castells (2001) diz que o sistema patriarcal permanece nas sociedades contemporâneas, mesmo que existam fatores que atuam minando seus pilares de sustentação.

Com relação a divisão sexual de trabalho, tal termo é utilizado para designar diferenças de posicionamento de mulheres e homens na estrutura social, de modo a abranger os aspectos setoriais, ocupacional e de remuneração. Não há um consenso a respeito da origem desse posicionamento, seja no núcleo da família ou no mercado de trabalho. No entanto, essa divisão, tanto sexual como social, é determinada pelas relações sociais de sexo. Tal ideologia de gênero pode ser estendida a várias instituições sociais, tais como família, escolas, igrejas e até mesmo a mídia, que muitas vezes perpetuam valores androcêntricos por meio de ensinamentos imbricados da cultura patriarcal.

A origem da opressão à mulher não está necessariamente na família, mas é resultado “do processo de conquista-imposição da identidade de gênero, daí derivando relações que impregnam todas as esferas da vida social” (Saffioti, 1992). A relação de opressão sofrida pela mulher está ligada à dominância masculina, que varia em grau de acordo com as sociedades, em que o poder permeia as relações entre homens e mulheres.

Mesmo com toda essa desigualdade latente, a entrada da mulher no mercado de trabalho aconteceu. Diversos fatores a motivaram, tais como a necessidade de complementação da renda familiar; como estratégia de sobrevivência, em decorrência da transformação nos padrões familiares, de comportamento e nos valores concernentes ao papel da mulher (como o desejo de realização profissional e de emancipação); com o desemprego ou perda de renda do cônjuge; com o crescimento do número de famílias chefiadas por mulheres; ou pelo simples fato da mulher querer estar aonde ela quiser, de querer trabalhar ou de querer ser dona do seu próprio negócio.

Nisso o empreendedorismo vem como uma forte ferramenta de igualdade, como uma porta que se abre para que todas essas barreiras da desigualdade de gênero sejam rompidas.

### 3. CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Empreender. O empreendedorismo no mundo atual é alvo de constante avanço. O seu conceito tem passado por diversas modificações e, podemos assim dizer, que muitas ainda estão por vir.

Empreendedorismo é um tema que vem ganhando cada vez mais visibilidade no mundo acadêmico e no espaço de trabalho, sendo objeto de estudo e reconhecido como uma importante ferramenta impulsionadora do país (e do mundo), tanto pelo aspecto econômico, bem como pelo social, haja vista que a medida com que o empreendedorismo é cada vez mais difundido, novas oportunidades surgem.

Por outro lado, como veremos, o empreendedorismo vai muito além da questão financeira em si. Empreendedores não se resumem a capitalistas. Empreendedores têm uma visão muito mais profunda sobre empreendimentos e ideias. Empreendedores vão além do que a mente humana pode imaginar. Empreendedores são capazes de transformar ideias em realidade.

Por volta do ano 2.000, empreendedorismo não fazia parte da língua oficial brasileira. Não era possível encontrar sua definição em um dicionário. Hoje, empreendedorismo, como conceituação, pode ser entendido como uma atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração (AURÉLIO, 2016). Ele vai além. Diz ainda que é uma qualidade ou caráter do que é empreendedor.

O empreendedorismo é entendido como sendo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja ele uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Embora seja um termo tecnicamente novo, o empreendedorismo sempre esteve presente na nossa história. Grandes mentes agiram e modificaram a estrutura do mundo sem serem estereotipadas como empreendedores. O comportamento empreendedor sempre existiu em nossa sociedade. Mesmo sem possuir uma definição concreta, empreendedores e atitudes empreendedoras se mostraram presentes no passado.

Por ser um termo de difícil definição, para que se possa compreendê-lo melhor, se faz necessária uma análise de todo o apanhado histórico, tendo em vista que o conceito de

empreendedorismo passou por uma evolução em resposta ao entendimento melhor de sua compreensão no mundo real. A medida com que a sociedade foi assimilando cada vez mais o empreendedorismo como algo do seu cotidiano, grandes autores conseguiram reproduzir no papel a sua compreensão.

A definição do termo “empreendedorismo” passou por diversas mudanças em consonância com os avanços que a sociedade foi adquirindo.

### **3.1 CARACTERISTICAS**

Sabe-se que cada pessoa tem o seu jeito peculiar, sua maneira de agir e não seria diferente no mundo do empreendedorismo. Cada empreendedor tem características que o fazem ser único, mas existem algumas que são comuns a todo empreendedor.

De início, o otimismo é destaque. O empreendedor acredita que sempre vai dar certo.

É necessário também autoconfiança, uma vez que o empreendedor precisa acreditar em si mesmo, em seus talentos e opiniões. Além disso, é preciso coragem para aceitar os riscos, ter o desejo de ser reconhecido, e não desistir facilmente, de modo a superar todos os desafios e ir até o fim.

Nesse mundo imenso do empreendedorismo, haja vista que empreender não é uma tarefa fácil, como as vezes pode parecer, a mulher que quer empreender ainda sofre preconceito do mundo machista ao qual estamos inseridos. A velha e tão presente frase de que “negócios são coisas de homem” precisa ser superada.

Outro ponto que merece destaque é a diferença entre o trabalho e o empreendedorismo. Educação empreendedora pode ser perfeitamente relacionada com desenvolvimento. Dolabela (1999) diz que “tudo leva a crer que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade”. Para ele, as condições que favorecem o desenvolvimento apontam para a formação de empreendedores que saibam aproveitar as oportunidades, uma vez que é o empreendedor o agente capaz de criar e alocar valores individuais e coletivos, de modo a favorecer o desenvolvimento.

Nesse diapasão, salienta-se que é imprescindível que haja uma motivação e um estímulo, principalmente, aos jovens a abrirem o seu próprio negocio ou apresentarem atitudes empreendedoras na área que escolheram atual.

Entretanto, Dolabela (1999) afirma que os valores resguardados pelo atual sistema educacional não apontam para o empreendedorismo, mas sim para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho.

Desde cedo, as pessoas são “treinadas” a projetarem suas vidas em torno de um emprego formal, com carteira registrada e garantias previdenciárias. É uma questão cultural e até mesmo comportamental. Indivíduos devem estudar, irem à procura de um trabalho em alguma empresa de seu ramo (ou não), tentar crescer e assumir cargos relevantes. Esse é o perfil traçado pela grande e maçante maioria das pessoas.

Observa-se, a nível mundial, uma diminuição do número de empregos. Portanto, nos convém pensar na seguinte situação: Se as pessoas não possuem qualificação ou impulso para tal situação, como esse espírito empreendedor vai aflorar? Por sorte, há uma pauta de alívio: existem seres humanos que se inspiram em outros exemplos de empreendedorismo de sucesso e absorvem para si, essa vontade, esse sentimento de transformar um sonho em realidade, uma vez que embora o empreendedorismo seja um termo usualmente novo, ele é praticado sem ser estereotipado como tal há muito tempo. Empreendedores nem sempre souberam ou sabem que o são, mas fizeram deram a sua devida contribuição para a sociedade (e para si mesmo).

Infelizmente, o empreendedorismo, por ser um embrião ainda, em termos de apoio governamental, influência nas universidades e escolas, os órgão de apoio, tais como SEBRAE, SENAC e SENAI, ainda são pouco procurados. De acordo com o GEM, em 2015, a procura por entidades de apoio é relativamente baixa, tanto em homens quanto em mulheres, correspondendo a uma taxa média de apenas 14% do total de empreendedores (as). Observa-se que mulheres procuram ainda menos do que os homens.

**TABELA 4 – Empreendedores que buscaram órgãos de apoio em 2015 (%)**

Órgãos de apoio	Empreendedor		TOTAL
	Feminino	Masculino	
Não procurou nenhum	89%	83%	86%
Procurou algum órgão de apoio	11%	17%	14%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: GEM Brasil 2015

Embora o espírito empreendedor tradicional do brasileiro e o apoio oficial por meio do SEBRAE e outros órgão de fomento, há se observar que o ambiente educacional do país, desde a pré-escola até a pós graduação, tem dedicado pouco espaço ao tema.

### 3.2 HISTÓRICO

A origem do empreendedorismo não é precisa. Desde os primórdios da humanidade existem pessoas que transformam idéias em realidade, e, dessa forma, se destacam inovando suas atividades ou produtos. Isso é empreendedorismo.

Durante o período da idade média, empreendedor era um termo que descrevia tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção, que não assumia riscos significativos (PETERS; HISRICH, 2004), uma vez que ele simplesmente utilizava os recursos fornecidos, geralmente pelo governo do seu país, para gerenciar e administrar os projetos (DORNELAS, 2005).

Para Peters Hisrich (2004), “um exemplo inicial da primeira definição de empreendedor é Marco Polo, que tentou estabelecer rotas comerciais para o Extremo Oriente.” Em torno de 1200, Marco Polo havia se comprometido com um homem capitalista a se aventurar para vender suas mercadorias. É visível que sua atitude fora empreendedora, uma vez que o capitalista somente assumia o risco financeiro, enquanto Marco Polo teve a audácia de assumir todo tipo de risco, aproveitar uma oportunidade e tentar algo novo (DORNELAS, 2005).

O empreendedorismo, a partir do século XVII, começou a ganhar um significado mais concreto, ser estudado e associado a pessoas inovadoras que assumiam riscos em seus negócios para adquirir mais lucro (DORNELAS, 2005). Nesse momento, as contradições começaram a surgir, haja vista que cada pesquisador tendeu a seguir premissas de sua área atuante, de modo a formar duas correntes de pensamento: os economistas, que associavam o empreendedor com inovação, e os comportamentalistas, que se concentravam nos aspectos criativo e intuitivo (FILION, 1999).

O empreendedor é um ser dotado de peculiaridades que o fazem capazes de enfrentar adversidades e explorar situações novas. Esse personagem foi identificado primeiramente pelo investidor irlandês Richard Cantillon, no século XVII, que o denominou de “*entrepreneur*”, ou seja, aquele que é inovador, que assume e corre riscos.

No entanto, por volta de 1800, o economista francês Jean-Baptiste Say defendeu que o termo empreendedor era utilizado para identificar a pessoa que detinha capacidade de

transferir recursos econômicos de uma área de baixa produtividade para uma área onde tais recursos poderiam oferecer maior rentabilidade. Say tinha por objetivo diferenciar essa pessoa das outras que não tinham tal capacidade, e que não apresentavam significativa diferença no desempenho econômico de suas atividades.

Já entre os economistas mais modernos, podemos destacar o austríaco Joseph Alios Schumpeter, que, no século passado, elaborou uma importantíssima contribuição teórica que hoje se incorpora à corrente de pensamento do empreendedorismo. Ele foi um dos percussores do que se chama “*destruição criadora*”, como é conhecida no mundo da economia, que rompe com o equilíbrio preexistente por meio de novos métodos de produção, novos mercados, novos setores de transporte, novos bens de consumo, novas formas de organização. Schumpeter destaca:

*"Abertura de novos mercados estrangeiros e domésticos, e a organização da produção, da oficina do artesão a firmas, como a U. S. Steel, servem de exemplo do mesmo processo de mutação industrial - se é que podemos usar esse termo biológico - que revolucionou incessantemente o antigo e criou elementos novos. Este processo de destruição criadora é básico para entender o capitalismo."*

Schumpeter denominou esse agente básico do processo de destruição criadora de “*empresário empreendedor*”, que teve a audácia de romper com os limites que lhe eram impostos pelo mercado. Drucker o caracteriza:

*"O empreendedor vê a mudança como norma e como sendo sadia. Geralmente, ele não provoca a mudança por si mesmo. Mas, isto define o empreendedor e o empreendimento: o empreendedor sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade."*

Já os chamados comportamentalistas, que se compunham de psicólogos, psicanalistas, sociólogos e especialistas em relações humanas, conseguiram melhores resultados quanto a definição do ser empreendedor, uma vez que não tinham por foco aspectos essencialmente econômicos, mas sim, aspectos comportamentais como elementos críticos diferenciadores dos empreendedores. Eles preocupavam-se mais com o aspecto psicológico do que com dados numéricos e quantitativos.

No entanto, os comportamentalistas se dividiam em dois grupos. Aqueles que acreditam que já se nascia com características empreendedoras, enquanto outros acreditam que essas características poderiam ser adquiridas.

Max Weber, intelectual alemão, considerado, por muitos, como o fundador da sociologia, foi um dos primeiros comportamentalistas a se interessar pelo empreendedorismo. Para ele, os empreendedores eram “inovadores, independentes, cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal (FILION, 1999). Chiavenato (2007) destaca que Weber fez duas contribuições importantes para o entendimento do empreendedorismo:

*“[...] primeiro, ele observa a mudança decisiva ocorrida na atitude em direção ao empreendedorismo que toma lugar depois da Reforma no mundo ocidental. Em segundo, Weber analisa como a orientação da religião ajudou a desenvolver uma atitude positiva em direção à forma de “ganhar dinheiro” e ao trabalho, o que facilitou a mudança geral de atitude em direção ao empreendedorismo.”*

Nesse diapasão, merece destaque David McClelland, psicólogo da Universidade de Harvard, que iniciou seus estudos nos anos 50, assistindo a disputa de poder entre a URSS e EUA, que, de certo modo, o incentivou a estudar sobre a existência de grandes civilizações e o motivo de terem prosperado. Por meio desse estudo, McClelland percebeu que inúmeros heróis ao longo da literatura eram caracterizados por seus atos grandiosos, que tinham uma capacidade relevante de superar obstáculos e fazer tudo o que fosse possível para alcançar o objetivo final. McClelland acreditava que esse comportamento heróico e o desenvolvimento de uma necessidade de realização incentivavam as gerações seguintes, fazendo com que surgissem empreendedores (FILION, 1999).

McClelland desenvolveu um perfil comportamental do empreendedor por meio de uma segmentação da sociedade quanto à percepção e ao enfrentamento de desafios e oportunidades. Um primeiro grupo corresponde a uma parcela mínima da sociedade que se dispõe a enfrentar desafios e, conseqüentemente, empreender um novo negócio. Já o outro grupo, composto pela maioria da população, não se dispõe a enfrentar riscos desta natureza.

McClelland ia além, pois acreditava que um empreendedor não era somente aquele que comandava seu próprio negócio, mas também aquele sujeito que fosse um gerente ou executivo de uma organização. Empreendedor era alguém que exercia o controle sobre uma produção que não fosse somente para seu consumo pessoal.

Embora tenha sido muito criticado por estudiosos que não encontravam uma conexão entre a necessidade de realização e o sucesso do empreendedor, e que diziam que sua pesquisa era restrita a determinados setores econômicos, seu trabalho foi essencial para que se traçasse o perfil psicológico do empreendedor (FILLION, 1999).

Os comportamentalistas estiveram a frente do estudo do empreendedorismo até o início dos anos 80, e apesar de muito empenho, as inúmeras pesquisas não conseguiram chegar a um perfil psicológico relevante, haja vista a grande carga de contradições sobre a própria definição do que seria empreendedorismo (FILLION, 1999).

No entanto, esses estudos não foram em vão, pois se mostraram eficientes em apontar algumas características que um empreendedor de sucesso deve possuir. Além disso, chegou-se a conclusão de que o empreendedorismo pudesse ser algo regional e cultural, de modo a existir algumas características que se diferenciavam de acordo com as necessidades e hábitos de cada região estudada (FAYOLLE, 2000).

A partir dos anos 80, o campo do empreendedorismo não permaneceu restrito somente aos comportamentalistas, mas se expandiu significativamente por quase todas as ciências humanas e gerenciais. A transição foi marcada pela publicação da primeira enciclopédia contendo o que havia de melhor e mais moderno sobre o assunto e pela primeira grande conferência anual dedicada à pesquisa no novo campo, a Conferência de Babson.

No Brasil, o apogeu do empreendedorismo se deu por volta da década de 90, com a criação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software).

Antes do surgimento dessas entidades o empreendedorismo era um tabu formal, pois muitos autores defendem a ideia de que devido a forma de colonização ocorrida no Brasil, como a maioria das antigas colônias de exploração, não existia uma tradição empreendedora no Brasil e que o comportamento empreendedor se deu de forma tardia.

No entanto, é visível que esse tabu era apenas formal, pois, como defende Caldeira (2009), as relações de trocas de produtos e serviços que ocorriam no mercado interno brasileiro na época colonial visavam à acumulação de riquezas e não somente a subsistência. Na época, esse mercado era mais vigoroso do que o mercado externo em razão da presença do comportamento empreendedor nos brasileiros.

Empreendedores não surgiram somente quando o empreendedorismo passou a existir no dicionário brasileiro. Mas, ao virar um verbete, novas possibilidades se difundiram. Houve uma avalanche de novos negócios e iniciativas. E isso fez e faz a diferença.

Hoje em dia, mais pessoas estão se dedicando ao campo do empreendedorismo. A quantidade de novos empreendimentos criados cresce a cada ano. Segundo Timmons (1994):

*"o Empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais que a revolução industrial foi para o século 20".*

Como não há uma definição única sobre o termo empreendedorismo, há um consenso em pensar que ele transparece inovação, criatividade e risco. Empreendedores fazem com que a evolução aconteça todos os dias. O empreendedorismo pode ser latente, visível naquelas pessoas com um forte espírito empreendedor, que o exercem em diferentes lugares e situações, bem como pode ser manifestado de diferentes formas, como os empreendedores de alto impacto, que revolucionam seus mercados e servem de exemplo para gerações futuras.

#### **4. MULHERES NO EMPREENDEDORISMO**

O empreendedorismo tem se tornado ao longo do tempo um dos principais assuntos mais falados e discutidos no mundo em decorrência do papel fundamental que ele exerce na economia.

A partir de estudos feitos ao longo do tempo, a fim de avaliar a motivação para a abertura de novos empreendimentos, observou-se que o número de mulheres no ambiente de trabalho também aumentou e, além disso, surgiram empreendedoras em grandes, médias e micro empresas.

Atualmente, grande parte das mulheres tem optado por abrir seu próprio negócio. Um diferencial importante, que tem se observado, é a maneira com que elas lidam com a competitividade. Destacam-se por serem mais cautelosas na hora de empreender e investir em determinado setor, o que acaba acarretando em uma maior segurança nas transações econômicas e maior estabilidade de mercado da macroeconomia, que a cada dia esta mais especulativa e globalizada.

O empreendedorismo feminino vem se destacando e ganhando cada vez mais espaço tanto no mundo quanto no Brasil. Perceptível é que as mulheres estão ocupando cada vez

mais espaço nas empresas, faculdades e negócios empreendedores em diversos ramos de atividade.

A mulher está conquistando seu espaço nos negócios, deixando aflorar sua capacidade e força empreendedora. Seu potencial é reconhecido mundialmente quando se trata de administrar e investir em novas idéias.

O Brasil é um dos países mais empreendedores do mundo. Essa frase pode ser afirmada por meio de um resultado do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em que especialistas do Babson College e da London Business School criaram um ranking com os povos mais empreendedores do planeta. Em um total de 80 países que participaram da pesquisa em 2015, no Brasil, a TTE - Taxa Total de Empreendedores na média da população adulta brasileira (entre 18 e 64 anos), chegou a 39,3%<sup>3</sup> das pessoas, o que representa o maior índice dos últimos 14 anos e quase o dobro do que fora registrado em 2002<sup>4</sup>, época em que a taxa era de 20,9%.

Essa porcentagem significa que em 2015, dos 206 milhões de brasileiros, 52 milhões (entre homens e mulheres) com idade entre 18 e 64 anos estavam envolvidos na criação ou manutenção de algum negócio, na condição de empreendedor, em estágio inicial ou estabelecido. Esses dados demonstram que cada vez mais o empreendedorismo é difundido.

Segundo o GEM, empreendedores são todos os indivíduos que já possuem um negócio (formal ou informal), ou que não possuem, mas estão envolvidos na criação de um. Em suas pesquisas, observam-se os diferentes estágios de maturação do negócio, quais sejam:

---

<sup>3</sup> Embora a PNAD de 2015 estava disponível no momento da pesquisa, a PNAD do ano anterior já havia registrado um aumento do número de indivíduos com negócios (Empregadores e Conta Própria), frente ao ano anterior, superior ao crescimento do total da população ocupada no país, totalizando quase 25 milhões de pessoas que dependiam do seu próprio negócio, em 2014. A população total ocupada, por exemplo, cresceu 2,8%, entre 2013 e 2014. No mesmo período, os Empregadores cresceram 2,9% e os Conta Própria 6,2%. (Fonte: IBGE, PNAD 2013 e 2014).

<sup>4</sup> O GEM – Global Entrepreneurship Monitor é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo, coordenada por um consórcio de instituições internacionais chamado Global Entrepreneurship Research Association (GERA), liderado pela London Business School (Londres) e pela Babson College (Boston). Atualmente participam dela cerca de 80 países. No Brasil a pesquisa é realizada anualmente desde 2000, pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), com apoio do SEBRAE. Em 2015, a pesquisa foi realizada junto a uma amostra de 2.000 indivíduos que representam a população adulta (entre 18 e 64 anos).

empreendedores iniciais (empreendedores nascentes e empreendedores novos) e empreendedores estabelecidos.<sup>5</sup>

Dados revelados pelo SEBRAE a partir da pesquisa feita pelo GEM (GEM -2015) mostram que em 2015, no cômputo geral, a proporção total de mulheres adultas envolvidas com o empreendedorismo (36,4%) foi mais baixa que a dos homens (42,4%). Mas existe uma ressalva: mesmo que o empreendedorismo masculino seja superior ao feminino tanto no cômputo geral, bem como no caso dos “Empreendedores Iniciais”, dos “Empreendedores Estabelecidos” e dos “Empreendedores Nascentes”, a taxa feminina superou à masculina no caso dos “Empreendedores Novos”, demonstrando que entre 2012 e 2015, ocorreu um movimento muito forte de entrada de mulheres na atividade empreendedora. A taxa de empreendedorismo no Brasil está em constante crescimento e isso, de certo modo, revela que o índice de empreendedorismo está se tornando similar entre os gêneros masculino e feminino.

**TABELA 5 – Empreendedores segundo o estágio de maturação por gênero (em %)**

Estágio	Feminino	Masculino	Brasil
Empreendedores Iniciais	20,3	21,6	21,0
Nascentes	6,1	7,3	6,7
Novos	15,1	14,7	14,9
Empreendedores Estabelecidos	16,6	21,3	18,9
Total de empreendedores na população adulta	36,4%	42,4%	39,3%

Fonte: GEM Brasil 2015

A busca por qualificação e o acesso à informação tem sido um dos principais alvos de investimento das mulheres, uma vez que elas almejam ser profissionais e não meras amadoras. Como prova disso, o índice de escolaridade é uma demonstração de tal realidade, uma vez que os donos de novos negócios, 49% (em que as mulheres são maioria) têm pelo menos o 2º grau completo, enquanto que nos negócios estabelecidos (aqueles com mais de 3 anos de atividade), onde os homens são a maioria, o índice é de 41% (SEBRAE 2013).

Fato é que a população feminina já representa uma parte vital da economia, haja vista que, de acordo com o IBGE, em 2010, as mulheres representavam a maioria da população em

<sup>5</sup> Para o GEM, “Empreendedores Iniciais” é o grupo composto por “Empreendedores Nascentes” (indivíduos que estão envolvidos na estruturação de um negócio) e “Empreendedores Novos” (indivíduos que possuem um negócio com até 3,5 anos); “Empreendedores estabelecidos” é o grupo composto por indivíduos que possuem um negócio com mais de 3,5 anos. (Fonte: GEM Brasil 2015)

idade ativa (53,8%) e parte significativa da população economicamente ativa (46,2%). As barreiras impostas às mulheres no passado começam a ser quebradas.

Outro fato pertinente apontado pelo GEM é que 60% das mulheres optam por abrir o próprio negócio após identificar uma nova oportunidade de mercado. Diante disso, Luís Barreto, presidente do SEBRAE, em entrevista à Revista Exame, em 2014, afirmou que “... elas estão deixando de empreender apenas para complementar a renda da família ou por consequência de um passatempo”. Isso demonstra claramente que a cultura do empreendedorismo está sendo absorvida pelas mulheres de maneira muito positiva e eficaz.

Outro ponto interessante a ser observado é a questão da administração do tempo. O aumento do número de mulheres liderando o próprio negócio deve-se, também, a flexibilidade que lhe é conferida para que ela possa administrar o seu próprio tempo. Gerenciando a empresa, a mulher tem total liberdade em dividir o horário com as tarefas familiares (uma vez que ainda vivemos em uma sociedade em que as tarefas domésticas são tidas como algo intrínseco a mulher. A sociedade precisa evoluir). Isso não significa que ela irá trabalhar menos; pelo contrário, ela passa a ter autonomia na escolha dos horários, o que lhe era negado enquanto subordinada. Dessa forma, as decisões no empreendimento e na família podem ser feitos com mais cautela e precisão.

Como consequência de todo esse malabarismo para conciliar empreendimento com família, eis que a satisfação aparece como a dona da vez. O nível de satisfação entre as empreendedoras é muito maior do que entre as executivas. Korn/Ferry (2001), afirmam que “... as principais fontes desta satisfação diferenciada das empreendedoras remetem ao ritmo de trabalho, à quantidade mínima de interferência de terceiros e aos interesses pessoais satisfeitos”. Possati e Dias (2002) complementam dizendo que “...a satisfação das empreendedoras se deve ao fato de poder atuar com autonomia e ter poder de decisão, fatores importantes na satisfação de mulheres que lideram e que predizem o bem-estar psicológico de mulheres casadas”.

Além disso, Machado (2002) afirma que o comportamento gerencial feminino se caracteriza por:

*I – ter objetivos definidos e amplos, entre eles segurança e satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, ética do cuidar e responsabilidade social;*

*II – manter as estruturas organizacionais simples, informais, horizontais e descentralizadas, dando ênfase à cooperação, à integração e aos relacionamentos interpessoais;*

*III – adotar estratégias inovadoras em busca de qualidade e da satisfação de todos os envolvidos;*

*IV – empregar muitas mulheres;*

*V – exercer uma liderança interativa e cooperativa, facilitando a adoção de um processo decisório participativo.*

A mulher possui uma personalidade marcante em diversos cenários, e a partir do momento em que se analisam as características no universo empresarial, conclui-se que o estilo gerencial feminino tem alcançado ótimos resultados nos últimos anos. Kátia Simões (2013), especialista em empreendedorismo e pequenas empresas, lista alguns pontos fortes da liderança feminina. Entre eles estão:

- Apresentam um estilo de comunicação assertivo para expor suas ideias e estratégias para a gestão do negócio, o que facilita a compreensão de suas orientações na delegação de responsabilidades.*
- Mostram um estilo de liderança envolvente e gostam de levar as pessoas a pensar da mesma forma que elas. Assim, conquistam o apoio e o comprometimento da equipe em relação aos objetivos comuns.*
- São rápidas e voltadas a resultados. Tendem a imprimir um ritmo acelerado à administração e sentem necessidade de realizar tarefas de imediato.*
- Demonstram nos relacionamentos a empatia necessária para escutar as pessoas e perceber as necessidades de sua equipe, o que lhes permite realizar orientações personalizadas e bem direcionadas.*
- Revelam flexibilidade para seus conceitos e para escutar pontos de vista diferentes dos seus durante a busca de soluções, o que favorece a avaliação de alternativas, enriquecendo o processo decisório.*
- São ágeis na tomada de decisões, podendo transmitir um referencial de liderança positivo, enfatizando o dinamismo e o foco em resultados.*

- *Revelam maior motivação pelo relacionamento e interação com clientes, fornecedores e parceiros estratégicos com desenvoltura. Essa condição favorece a implantação de um ambiente amistoso de trabalho.*

- *Gostam de lidar com questões mais complexas em seu trabalho, o que as ajuda a compreender as estratégias de negócios e a implementar as mesmas na gestão de suas equipes, podendo identificar oportunidades e buscar soluções para atingir os resultados.*

**Fontes:** *Pesquisa da Executiva Brasileira realizada pela Caliper Estratégias Humanas do Brasil e HSM*

Para as mulheres, o sucesso de sua carreira não se dá por conta do poder adquirido, mas sim pela qualidade do serviço prestado, e esse é o modelo de gestão encontrado em organizações eficazes e administrada por elas. (Robins e Coutler, 1998).

De acordo com Lonennecker ET AL, entre 1976 e 2000, a participação feminina entre os empreendedores cresceu de 22% para 38%. Nesse mesmo período, as receitas registradas por empresas de propriedade de mulheres aumentaram 33% em comparação ao aumento de 24% das empresas como um todo.

A sobrevivência de empresas dirigidas por mulheres tem atingido maior tempo do que os padrões médios de sobrevivência de pequenos negócios.

Segundo Machado (2002), no processo de gestão conduzido por mulheres há uma tendência para que os objetivos sejam claros e difundidos entre todos da organização, numa tentativa de satisfazer a totalidade dos envolvidos.

As mulheres tendem a considerar mais detalhadamente as consequências a longo prazo de seus atos, o que faz ser mais um diferencial no setor dos negócios. Ela reconhece no empreendimento, a opção de vida mais promissora no que diz respeito à busca por crescimento profissional e realização pessoal.

A partir da entrada em massa da mulher no mercado de trabalho, e particularmente no mundo dos negócios, tornou-se evidente que uma nova configuração das relações profissionais, mais complexa e ainda não satisfatoriamente desvendada, instalou-se nos ambientes de trabalho.

O método de gestão feminino deve ser observado mais de perto, pois as escolhas e iniciativas tomadas por elas fazem a diferença na hora de empreender e investir em novas ideias capazes de gerar frutos e criar novos postos de trabalho a cada dia. Evidencia-se, que a mulher tem seu estilo próprio e está a cada dia mais apta a tomar decisões que eram feitas somente pelo por homens há pouco tempo atrás, em um passado bem recente.

No entanto, apesar de todos esses avanços do empreendedorismo feminino, ainda há muito preconceito e discriminação sobre mulheres empreendedoras no ramo dos negócios.

Atualmente, segundo o Ministério do Trabalho, as mulheres ocupam maior espaço no mercado de trabalho. O órgão indica que hoje, 16,2 milhões de mulheres estão no mercado formal, enquanto que em 2002 a participação feminina era de apenas 11,4 milhões, ou seja, houve um crescimento de 40,9%. Entretanto, elas ainda continuam em grande desvantagem em relação aos homens no universo corporativo, a exemplo da remuneração, que é 30% menor que a dos homens. Ainda assim, em meio a muitas barreiras e dificuldades impostas à elas, há inúmeros exemplos de mulheres que conseguiram conquistar seu espaço ( e isso é lindo de se ver).

Um exemplo do pioneirismo do empreendedorismo feminino deve-se a Madame Clicquot, que no auge dos seus 27 anos, em 1772, assumiu o negócio pelo seu sogro. Uma audácia sem tamanho, em uma época em que as mulheres não podiam sequer abrir uma conta bancária.

*“A Madame Clicquot nasceu em 1777 em Reims. Como filha do Barão Nicolas Ponsardin, o seu estatuto social permitiu-lhe ter uma excelente educação, fundada sobre os costumes e valores tradicionais da época.*

*Em 1798 casou com François Clicquot, filho do fundador da Casa Clicquot. François partilhou a sua paixão e conhecimento pela criação do champanhe e distribuição com a sua jovem esposa. Foi por ter passado muito do seu tempo ao seu lado que Madame Clicquot se tornou capaz de gerir o negócio da família - depois da morte de François em 1805.*

*Numa época em que as mulheres não desempenhavam qualquer papel no mundo empresarial, Madame Clicquot atreveu-se a assumir as rédeas da empresa, um papel ao qual se comprometeu com paixão e determinação.*

*O caráter de Madame Clicquot pode ser resumido a duas palavras: audacioso e inteligente. Aproveitar cada nova oportunidade que surgia, disposta a assumir riscos, e como tal foi capaz de expandir o seu negócio para os quatro cantos do mundo. Intransigente quando se referia à qualidade dos seus vinhos, aperfeiçoou novas técnicas de produção. Inventou a mesa de remuage para clarificar o champanhe e inovou a primeira assemblage de champanhe rosé. Dentro de poucos anos fez do seu nome uma marca de excelência, um nome conhecido hoje em todo o mundo. Os seus colegas da Champagne a reconheceram pelas suas contribuições formidáveis, e referiam-se a Clicquot como "A Grande Dama da Champagne".*

Fonte: [www.veuveclicquot.com](http://www.veuveclicquot.com)

Outro grande exemplo da história do empreendedorismo feminino é cabível perfeitamente na figura da Mary Kay Ash, a fundadora da Mary Kay. Seu sucesso deixou uma marca permanente nos negócios dos Estados Unidos e abriu portas para que mulheres ao redor do mundo pudessem trilhar uma carreira independente.

***“Encantadora. Inspiradora. Uma história de sucesso única.***

### ***Uma Companhia dos Sonhos***

*Quando Mary Kay se aposentou, depois de uma carreira de 25 anos de sucesso em vendas diretas, em meados de 1963, ela decidiu escrever um livro para ajudar as mulheres a enfrentarem um mundo de negócios completamente dominado pelos homens. Ela estava cansada de ver homens jovens que ela havia treinado sendo promovidos antes dela. Um dia, sentada à mesa da sua cozinha, Mary Kay fez duas listas: uma contendo tudo de bom que as companhias para as quais ela havia trabalhado haviam feito; outra incluindo tudo o que ela avaliava que poderiam ter feito melhor. Quando revisou essas listas, Mary Kay percebeu que tinha criado um plano de marketing para uma companhia dos sonhos – uma companhia que poderia dar às mulheres um potencial ilimitado de sucesso pessoal e profissional.*

*Então, com todas as suas economias, que totalizavam \$ 5.000 dólares, e com a ajuda do seu filho Richard Rogers, na época com 20 anos de idade, Mary Kay deu início companhia dos sonhos em uma sexta-feira, 13 de setembro de 1963.*

### ***Valores da Companhia***

*Mary Kay Ash adotou a Regra de Ouro como princípio básico, pois, para ela, a determinação do melhor caminho a ser seguido em qualquer tipo de situação – pessoal ou profissional – se tornaria simples tendo por base a seguinte sentença: "Faça aos outros o que você gostaria que fizessem a você mesmo". Mary Kay também acreditava que as prioridades da vida deveriam estar balanceadas, o que significaria para ela "Fé em primeiro lugar, Família em segundo e Carreira em terceiro".*

*Mary Kay sempre incentivou a sua força de vendas independente a reconhecer as realizações dos outros e oferecer apoio a elas. Constantemente, Mary Kay Ash encorajava tanto os colaboradores da companhia quanto suas Consultoras de Beleza Independentes a agirem como se cada pessoa que encontrassem tivesse uma placa ao redor do pescoço dizendo "Faça-me Sentir Importante".*

*Até hoje, a Mary Kay permanece fiel aos princípios de Mary Kay Ash.*

### ***Conquistas de Mary Kay Ash***

*Inúmeros líderes de negócios, autores, políticos e acadêmicos têm reconhecido o brilhantismo e determinação de Mary Kay Ash. Ela recebeu numerosas premiações de prestígio ao longo de sua vida e após sua morte em 22 de novembro de 2001.*

*Algumas de suas conquistas incluem:*

- *A&E Television Networks apresentou Mary Kay em seu canal Biography;*
- *Foi eleita dentre os 25 maiores líderes influentes no mundo corporativo dos últimos 25 anos pela PBS e Universidade Wharton em 2004;*
- *Maior mulher empreendedora da história dos Estados Unidos, segundo a Universidade de Baylor em 2003;*
- *Hall da Fama dos Negócios em Dallas, em reconhecimento às conquistas de sua vida, bem como por ter demonstrado um estilo de negócio inspirador, liderança comunitária, visão corporativa e serviço para a comunidade, como um modelo de negócio e cívico;*
- *Prêmio de Serviço Comunitário na Conferência Nacional de Cuidados Médicos de Violência Doméstica passou, em 2002, a se chamar Prêmio Mary Kay Ash;*

- *Título de "A Mulher de Maior Destaque na Área Empresarial no Século XX" concedido pela Lifetime Television em 1999;*
- *Título de "Mulher do Século do Estado do Texas" em 1999 Pela Câmara de Comércio das Mulheres do Texas;*
- *Eleita para fazer parte do Salão da Fama na Área Empresarial em 1996 pela Revista Fortune;*
- *"Prêmio ao Pioneirismo" em 1995, concedido pela Associação Nacional de Mulheres Empresárias;*
- *Título de "Líder Empresarial dos anos 90" concedido em 1990 pela Associação Nacional de Mulheres Empresárias;*
- *Prêmio do "Círculo de Honra" em 1989 concedido pela Fundação Educacional para as Vendas Diretas;*
- *Primeiro prêmio do "Salão da Fama Nacional de Vendas" concedido em 1989 pelos Executivos de Vendas e Marketing de Nova York;*
- *Uma das 25 mulheres americanas mais influentes em 1985 pelo The World Almanac and Book of Facts;*
- *Prêmio Horatio Alger "Cidadã Americana Extraordinária" em 1978.*

Fonte: [www.marykay.com.br](http://www.marykay.com.br)

No Brasil, entre os inúmeros exemplos da mulher no empreendedorismo, destaco Leila Velez e Ziza Assis, fundadoras do Beleza Natural.

*“Uma ex-empregada doméstica, um ex-taxista e dois ex-atendentes do McDonalds. Todos os dias, os quatro entravam em ônibus urbanos para colar, no vidro atrás do motorista, um papel xerocado. “Se seus cabelos são um problema, nós somos a solução”, dizia o anúncio. À noite, o papel era arrancado pelos supervisores. De manhã, lá estacam eles de novo, fazendo sua divulgação.*

*Essa história começou há 21 anos, quando Zica Assis começou a misturar produtos e matérias-primas em busca da fórmula que traria balanço a seus cachos super rebeldes. Foram incontáveis testes, que chegaram a deixar familiares carecas, até encontrá-la. Nasci o Beleza Natural, primeiro instituto especializado em cabelos crespos e ondulados do Brasil. Na época, ele era uma salinha de 30 m<sup>2</sup> que recebia imensas filas na porta, tocada por quatro sócios \_ aqueles do início. As chances de ar errado eram grandes,*

*mas nas palavras da presidente e co-fundadora, Leila Velez, “a gente acreditava muito em um sonho e era tudo o que a gente tinha”.*

Fonte: [www.endeavor.org.br](http://www.endeavor.org.br)

Alcione Albanesi, fundadora da FLC, é um grande exemplo brasileiro de que a mulher pode atuar em todos os ramos que quiser.

*“Alcione Albanesi nasceu prematura – brinca que nem na barriga da mãe, conseguiu esperar para fazer as coisas, e sua veia empreendedora se manifestou cedo. Com 14 anos, arranhou um trabalho como modelo, mas o que ela queria era ser dona da confecção de roupas, por isso se inseria nos bastidores do corte e costura. Montou sua própria confecção e, com 17 anos, já tinha 80 funcionários.*

*Em 1992, com a confecção vendida e outra loja sucedida em funcionamento, Alcione encontrou uma lâmpada fluorescente sendo vendida a baixo custo em uma loja nos EUA, várias vezes mais barata que no Brasil, onde ainda era novidade. Quando leu “Made in China! No produto, resolveu ir socinha visitar o país e perguntar pelas lâmpadas. Foram 71 viagens à China desde então, que contribuíram para a criação e o rápido crescimento da FLC”.*

Fonte: [www.endeavor.org.br](http://www.endeavor.org.br)

A todo momento surgem mulheres com perfil e habilidades empreendedoras. Umas, são motivadas pela discriminação salarial, outras tinham um mente frente a época a qual viviam e eram determinadas a fazer a diferença; outras enxergam uma oportunidade em uma necessidade; outras não se limitam e invadem todos os ramos possíveis. Cada mulher empreende em uma particularidade.

As brasileiras estão se destacando entre as mulheres no mundo todo, pois buscam novidades e mostram sempre o que sabem fazer de melhor com carisma, paciência e, acima de tudo, respeito e colaboração entre seus companheiros de trabalho.

Mas, mesmo assim, o público feminino enfrenta diversas barreiras sociais e problemas culturais que afetam o desenvolvimento do seu papel como líderes. Infelizmente ainda é possível encontrar pessoas que acreditam que as mulheres não são capazes de tomar decisões,

e ao compará-las com os homens, as colocam em posição inferior no quesito de assertividade e imparcialidade na tomada de decisão.

*“As dificuldades mencionadas pelas mulheres empresárias estão geralmente relacionadas com os pais, maridos ou filhos. Pode-se dizer que um dos motivos para que isso ocorra é porque as mulheres carregam consigo um peso adicional, que é a preocupação vinculada à constituição de uma família.” (ANDREOLI, 2007 apud MACHADO, 2002).*

Além dessas dificuldades mencionadas, as mulheres empreendedoras têm de lidar com vários mitos associados ao simples fato de serem mulheres. Existe uma crença de que mulheres apenas criam empresas em áreas que lhes parecem familiares, como as de produtos alimentícios, cosméticos, vestimentas, entre outras. No entanto, observa-se que esse é um fator que tem mudado nos últimos anos, pois o número de empresas com segmentos tradicionalmente comandados pelo sexo masculino, que agora possui uma mulher no comando, tem crescido consideravelmente, como observado por LONGENECKER (2007).

Mesmo com obstáculos e pré-conceitos, a mulher tem superado essas adversidades de uma maneira muito encantadora, mostrando quão grande é o seu potencial enquanto empreendedora e dona de si. Elas possuem características singulares que as tornam mais do que capazes para seguir com êxito nessa carreira.

A busca pela auto realização, independência com seu próprio negócio e novas oportunidades são um dos grandes fatores que as motivam a iniciar e permanecer com seu empreendimento.

Tendo em foco que o empreendedorismo feminino nos dias de hoje é muito eficaz e com base nos índices apontados pelo GEM, podemos afirmar que em um futuro muito breve, grande parte dos negócios que virão a ser sucesso serão comandados por mulheres. Mulheres essas, que foram (e são) fortes, persistiram em busca de seus ideais, não abaixaram a cabeça perante aos inúmeros desafios, mas que conseguiram alcançar seus objetivos. Mulheres essas, que representam toda uma história de luta frente ao machismo, ao sistema patriarcal, a desigualdade de gênero, a discriminação, ao preconceito. Mulheres essas, que representam todas as mulheres que sofreram (e ainda sofrem) e que morreram lutando por um mundo onde houvesse igualdade de gênero e nenhum privilégio a mais ( nada mais do que isso) ; por um mundo onde a diferença de sexo não fosse um fator determinante quanto a competência e a capacidade; por um mundo onde ser mulher e ser homem tenham o mesmo significado.

#### 4.1 PROGRAMAS DE INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO FEMININO

Atualmente, diversos incentivos estão ligados a mulher no mercado de trabalho. Diversos sites e programas fazem com que a labuta da entrada da mulher no mundo dos negócios aconteça de uma forma mais leve.

Um dos exemplos é a Rede Mulher Empreendedora, que foi fundada em 2010 com o objetivo de servir como uma plataforma de serviços para unir e auxiliar empresárias brasileiras a desenvolver seus negócios. O portal promove a integração, conhecimento e troca de informação entre sua base de cadastrados. Além do contato virtual, a Rede Mulher Empreendedora promove encontros mensalmente como uma média de 200 a 250 empresárias.

*“A **Rede Mulher Empreendedora** foi idealizada em 2010, durante o “Programa 10 mil Mulheres da FGV”, por Ana Lúcia Fontes e Alice Salvo Sosnowski. Exemplo de como boas ideias e muita boa vontade podem mudar o mundo, especialmente, na área dos negócios. A **RME**, como é conhecida, conta com mais de 260 mil empreendedoras cadastradas e que acessam, em seus diversos canais de informações, conteúdos, dicas e notícias sobre empreendedorismo.*

*E a cada evento realizado pela Rede aumenta, ainda mais, o número de participantes empreendedores. Inclusive, muitos homens vêm buscando apoio empreendedor na RME. Esta dinâmica acontece, especialmente, por conta da interação contínua incentivada pelas diversas ações das dirigentes da RME que acreditam fortemente no poder dos relacionamentos com as empreendedoras e parceiros que resultam num poderoso networking para o sistema empreendedor.*

*Tudo isso é feito, como repete sua idealizadora, Ana Fontes, e membros da equipe, para dar voz, empoderar e incentivar, ainda mais, as pessoas para assumirem seus talentos, desenvolverem suas ideias e transformarem seus sonhos empreendedores nos mais expressivos tipos de negócios para seus diversos públicos de interesse. Em pesquisa realizada pela Rede, foi identificado que as mulheres, por exemplo, quando têm negócios que dão certo, investem em suas*

*comunidades, especialmente, para que haja um contínuo desenvolvimento. E tratam seus públicos de interesse como uma família estendida. E nunca se cansam de buscar alternativas de evolução porque acreditam no poder colaborativo para melhorar o mundo.*

*QUANDO NINGUÉM...*

*...falava de empreendedorismo feminino no Brasil, criamos a primeira rede de mulheres empreendedoras do país.*

*...pensava em ter um espaço para mulheres empreendedoras, **NÓS***

***CRIAMOS** o primeiro grupo **Coworking para Mulheres do Brasil,***

*...sabia que mulheres faziam pouco networking nós criamos o: **Café com Empreendedoras,***

*...oferecia espaço para Elas falarem, criamos o espaço **Pitch no Café** e demos voz à elas,*

*... dizia que empreender era prática. Mas nós já acreditávamos e usamos **a linguagem de empreendedora para empreendedora,***

*...oferecia espaço para trocas e colaboração – criamos o **1º grupo fechado** que hoje tem mais de 30 mil empreendedoras que conversam diariamente,*

*...acreditava nas suas histórias e achavam que não eram boas, criamos **a Empreendedora da Semana,***

*...trazia novidades, e elas estavam cansadas de ver os mesmos exemplos, **nós buscamos novos** para mostrar que este universo feminino é plural,*

*...falava fora do eixo Rio-SP, criamos o **Programa de Embaixadoras,***

*...fazia eventos para apoiar empreendedoras, nós criamos o **Fórum Empreendedoras,***

*... falava em investimento anjo para mulheres, nós ajudamos a cocriar o **MIA – Mulheres Investidoras Anjo***

*... falava mais de outra coisa o tema **“Empreendedorismo feminino”** virou **MODA.***

*sabia falar com propriedade do tema, **NÓS FICAMOS** mais **FELIZES, PORQUE SABÍAMOS HÁ 6 ANOS** da **IMPORTÂNCIA DAS MULHERES PARA MELHORAR O MUNDO...***

*Por isso, somos a Primeira Rede de apoio ao Empreendedorismo do Brasil.”*

Fonte: redemulherempreendedora.com.br

Um programa que é destaque no mundo todo é o **10.000 mulheres**, financiado pelo banco Goldman Sachs. Trata-se de uma iniciativa filantrópica global responsável por capacitar dez mil mulheres empreendedoras de 43 países, por meio de cursos de negócios e gestão. No Brasil, a iniciativa é desenvolvida em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV). O programa reserva uma carga de 10% do total de vagas para o Brasil, ou seja, atende um total de mil brasileiras.

*“Lançado em 2008, o 10.000 Mulheres é um programa global do banco de investimentos Goldman Sachs e da Goldman Sachs Foundation, que proporciona educação em administração e gestão de negócios a mulheres empreendedoras, a fim de ajudar a melhorar a qualidade da educação empresarial nos países em desenvolvimento.*

*O programa 10.000 Mulheres já atingiu mais de dez mil mulheres empreendedoras em 43 países, incluindo Afeganistão, África do Sul, Brasil, China, Egito, Índia, Libéria, México, Nigéria, Peru, Quênia, Ruanda, Tanzânia e Turquia, através de uma rede de 90 escolas e organizações sem fins lucrativos. Mais de 30 das mais importantes escolas de negócios do mundo já participaram do programa.*

*Como parte da iniciativa, a FGV – EAESP oferece um programa que proporcionará às empreendedoras participantes os conhecimentos e ferramentas necessários para que elas tenham sucesso no competitivo mercado global. Projetado em parceria com a Babson College, a mais importante escola de empreendedorismo dos Estados Unidos, o currículo abrange de modo objetivo temas como operações, negociação, marketing e gestão de recursos humanos, que poderão ser imediatamente postos em prática pelas empreendedoras. As participantes também terão acesso a tutoria, eventos de networking e fóruns que lhes permitirão se conectar, aprender e trocar ideias. Após concluir o programa, as empresárias se tornarão parte da rede de ex-alunas do 10.000 Mulheres e terão acesso contínuo a aprendizagem e oportunidades de networking.”*

Fonte: [www.10000mulheres.com.br](http://www.10000mulheres.com.br)

Por fim, e não menos importante, temos o Empreendedorismo Rosa, um blog que surgiu com a proposta de valorizar a mulher empreendedora e tudo que envolve o seu universo. Fruto do programa **10.000 mulheres**, o espaço reúne entrevistas com mulheres de destaque, artigos sobre a vivência empreendedora no mundo, análises masculinas a respeito

do empreendedorismo feminino, perfil de empresas, cobertura de eventos, dicas para o dia a dia, além de networkng.

*‘Tudo começou quando iniciei minha formação dentro do projeto 10.000 women, patrocinado pelo banco de investimentos Goldman Sachs e desenvolvido pela Fundação Getulio Vargas (FGV – EAESP) juntamente com o IE Business Scholl, renomada escola espanhola de gestão, durante 3 meses na sala 9 da FGV - Fundação Getúlio Vargas em São Paulo.*

*Fiz parte da turma 5 e passamos esses meses estudando, revendo nossos empreendimentos, reformulando idéias, produzindo um plano de crescimento para nossas empresas e trocando experiências profissionais e pessoais.*

*Em maio de 2012 o que era uma ideia tornou-se realidade, e o Blog nasceu com o objetivo de inspirar mulheres que empreendem e intraempreendem.*

*No Brasil, a proporção de mulheres empreendedoras superou a proporção de homens, 21% contra 49%, segundo a Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor – GEM 2014.”Lênia Luz, fundadora e CEO do Empreendedorismo Rosa*

Fonte: [www.empreendedorismorosa.com.br](http://www.empreendedorismorosa.com.br)

Mais recentemente, no começo do ano deste ano de 2016, as redes sociais Facebook e Intagram lançaram o programa *#ElaFazHistória*, com objetivo primordial de incentivar o empreendedorismo feminino, reunindo homenagens e cases de sucesso. A iniciativa oferece capacitação e um prêmio às mulheres que administram seus próprios negócios.

*“Já são quase oito milhões de empreendedoras no Brasil. No Facebook, o número de páginas de negócios gerenciadas por mulheres dobrou no último ano. Para celebrar essas conquistas e inspirar novos projetos delas, o Facebook criou o programa #ElaFazHistória. Além de contar histórias e abrir espaço para que todos identifiquem mulheres inspiradoras, o programa terá eventos nas cinco regiões do Brasil com palestras e oficinas de capacitação.”*

Fonte: [fb.me/elafazhistoria](https://fb.me/elafazhistoria)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um mundo onde as mulheres empreendedoras contribuem substancialmente para o crescimento da economia e para redução da pobreza;

Onde 200 milhões de empresas foram abertas por mulheres desde 2012, em 83 países;

Onde 40% dos trabalhadores do mundo são mulheres;

Onde, em dez anos, o número de empreendedoras e chefes de família no Brasil saltou de 6,3 milhões para 8 milhões;

Onde 46,7% das pequenas empresas no Brasil são lideradas por mulheres;

Onde Educação familiar e comunidades são onde as mulheres empreendedoras estão mais dispostas a investir os lucros;

Onde 16% é o crescimento do empreendedorismo feminino nos últimos 10 anos, contra 7% dos homens;

Onde 23,5% é o aumento do número de mulheres empreendedoras que empregam, nos últimos 10 anos, no Brasil;

Onde 15% é o crescimento do número de empreendedoras que trabalham por conta própria, contra 8% dos homens;

Onde 84% das empreendedoras eram assalariadas antes de empreender no negócio atual;

Onde 40% das empreendedoras têm entre 18 e 39 anos, e 54% entre 40 e 64 anos;

Onde 71,5% das mulheres empreendedoras estão no ramo de comércio ou serviços;

Onde apenas 15,8% das mulheres empreendedoras têm nível superior;

Onde 90% das empreendedoras fazem dupla jornada. Trabalham na empresa e em casa;

Onde a igualdade de gênero poderia aumentar em até 25% a produtividade laboral em países em desenvolvimento.

Esse é o retrato do mundo ao qual estamos inseridos. A representatividade da mulher está crescendo a cada dia, mas a desigualdade ainda é latente. Lutas e mais lutas em prol de uma igualdade tão almejada. Quando a teremos? Quando o mundo será o mundo de todos?

O empoderamento da mulher no mundo dos negócios merece prosperar cada dia mais, pois a história nos dá grandes exemplos de que somente lutando e manifestando contra essa sociedade doente em termos de gênero (e outros também), é que a igualdade um dia possa chegar até nossas portas. Incansavelmente lutar, levantar a bandeira da igualdade e enterrar o preconceito, a desigualdade, o machismo, o patriarcalismo. Não desistir.

Sem equiparidade de labor, de gênero, de liberdade, o avanço fica cada vez mais longe de ser alcançado. Quando as mulheres prosperam, a economia avança (*#ElaFazHistória*), a sociedade evolui e a vida se torna mais leve. Não é tão difícil, mas depende da vontade de todos os indivíduos como seres humanos, como seres de uma sociedade, como seres que são iguais e que se sintam iguais. A igualdade é a chave de entrada para um mundo melhor.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo Transformando Ideias em Negócio. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. É possível ensinar empreendedorismo. Disponível em : <[http://www.empresabrasil.com.br/artigos/index.php?destinocomum=noticia\\_mostra&id\\_noticias=67id\\_eventos](http://www.empresabrasil.com.br/artigos/index.php?destinocomum=noticia_mostra&id_noticias=67id_eventos)> . Acesso em: 27 de novembro de 2016.

DORNELAS, José. Porque escrever um plano de negócio. Disponível em:<<http://www.planodenegocios.com.br/>>. Acesso em: 27 de novembro de 2016.

DRUCKER, Peter F. Inovação e Espírito Empreendedor (entrepreneurschip): prática e princípios. 2. ed. São Paulo: Pioneira 1987.

GONÇALVES, Caio Márcio. Empreendedorismo, ensino e desenvolvimento regional: onde está a conexão. Disponível em: <http://>. Acesso em: 30 de novembro de 2016.

MALHEIRO, Rita de Cássia. (org.). Viagem ao mundo do Empreendedorismo. 1. ed. Florianópolis: IEA. 2003.

MARINHO, Roberto. Aprender a Empreender. Programa Brasil Empreendedor. SEBRAE.

SCHUMPETER, Joseph A . The Theory of economic development. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1983.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em <[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)>. Acesso em 26 de novembro de 2016.

TERRA, Branca; DRUMONND, Ricardo. O empreendedorismo e a inovação tecnológica. Disponível em:<[http://www.capitalderisco.gov.br/vcn/empreendedorismo\\_e\\_a\\_inova%E7%E3o\\_tecnol%C3%93gica\\_CR.asp](http://www.capitalderisco.gov.br/vcn/empreendedorismo_e_a_inova%E7%E3o_tecnol%C3%93gica_CR.asp)>. Acesso em 29 de novembro de 2016.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. Disponível em: <http://redemulherempreendedora.com.br/#>. Acesso em 04 de dezembro de 2016.

FACEBOOK. Disponível em < <https://shemeansbusiness.fb.com/pt/>>. Acesso em 04 de dezembro de 2016.

EMPREENDEDORISMO ROSA. Disponível em < [www.empreededorismorosa.com.br](http://www.empreededorismorosa.com.br)>. Acesso em 04 de dezembro de 2016.

MARY KAY. Disponível em < <https://www.marykay.com.br/>>. Acesso em 04 de dezembro de 2016.

10.000 WOMEN. Disponível em < <http://www.10000mulheres.com.br/home>> . Acesso em 04 de dezembro de 2016.

VEUVE CLICQUOT. Disponível em < <https://www.veuvecliquot.com/pt-br/nossa-maison/madame-cliquot>> . Acesso em 28 de novembro de 2016.

DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil – 2002. Curitiba: IBQP, 2003.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael R. Empreendedorismo – 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

SCHUMPETER, J. Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper and Brothers, 1942.

WEVER, Luiz. Mulher empreendedora: pronta para encarar os novos desafios. Endeavor Empreendedorismo. Disponível em: <[sebrae.com.br](http://sebrae.com.br)> Acesso em 26 de novembro de 2016

THIMMONS, Jeffry A. The Entrepreneurial Mind. Andover, Massachusetts: Brick House Publishing Company, 1989.

BARRETO, Luís; PIRES, Alessandra. Mulheres são maioria entre os novos empreendedores. Revista Exame, Rio de Janeiro, v. 3, n. 9, p. 30-32, set. 1994. Edição Especial. Disponível em: . Acesso em 25 de novembro de 2016.

VIANNA, Luis Werneck. “Weber e a interpretação do Brasil”, in SOUZA, Jessé (org.). O malandro e o protestante: a tese weberiana e a singularidade cultural brasileira, Brasília: Universidade de Brasília, 1999.

WEBER, M.: The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism, London, 1930.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. Global Report, 2013. Disponível em Acesso em 26 de novembro de 2016.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. Tradução de Lene Belon Ribeiro. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o Desafio da ESCOLHA do empreendedorismo EO Exercício do Poder. Psicol. clin. Rio de Janeiro, v.23, n. 1, 2011. Disponível em . Acesso em: 30 de novembro de 2016.

MACHADO, Ela V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração ENANPAD, Foz do Iguaçu, 1999. CD-ROM.

MACHADO, Hilka V et al. O processo de criação de empresas por mulheres. RAE eletrônica, v.2, n.2, 2003.

MACHADO, Hilka V. Identidade de mulheres empreendedoras. Maringá: Eduem, 2009.

MACHADO, Hilka V. et al. Mulheres empreendedoras: Retrospectiva e Perspectivas de Estudos. Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração ENANPAD, Rio de Janeiro, 2010. CD-ROM.

SMITH, Robert. Masculinity, doxa and the institutionalisation of entrepreneurial identity in the novel Cityboy. International Journal of Gender and Entrepreneurship, v.2, n.1, 2010.

CARREIRA, Denise (org.). Igualdade de gênero no mundo do trabalho: projetos brasileiros que fazem a diferença. São Paulo: Cortez; Brasília, FIG, 2004.

CASSAL, Sueli Tomazini (trad. ). O sexo do trabalho. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

CASTRO, Mary; LAVINAS, L. Do feminismo ao gênero: A construção de um objeto. In:COSTA, Albertina; BRUSCHINI Cristina (org.). Uma questão de gênero. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992.

CATTANI, Antonio David. Trabalho e autonomia. 2ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

CENSOS DEMOGRÁFICOS DA POPULAÇÃO BRASILEIRA. Disponível em [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em 01 de dezembro de 2016.

LOURO, Guacira. Nas redes do conceito de gênero. In: LOPES, Marta (org.). Gênero e saúde. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

MARX, K. O capital. V.1. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SINGER, Paul. Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas. 4 ed. São Paulo. Contexto, 2001.

MARTINS, José de Souza. A imigração e a crise do Brasil agrário. São Paulo: Pioneira, 1973.

MADEIRA, Felícia; SINGER, Paul. Estrutura de emprego e trabalho feminino no Brasil. Cadernos CEBRAP, São Paulo, n.15, 1975.

DIEESE. Negociação coletiva e equidade de gênero no Brasil: cláusulas relativas aos trabalhos da mulher no Brasil, 1996-2000. São Paulo, 2003. (Pesquisa DIEESE, n. 17).

BECKER, G. The economics of discrimination. Chicago: University of Chicago Press, 1971.

BANDEIRA, Lourdes; VASCONELOS, Márcia. Equidade de gênero e políticas públicas: reflexões iniciais. Brasília, DF, 2002 (Cadernos Agende, v.3).