UM ESTUDO SOBRE O CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Brenda Maria Bernardino Gomes[1]
Isabel Cristina de Oliveira[2]

RESUMO

A temática desenvolvida irá analisar a evolução do Empreendedorismo Feminino e suas características, assim como o Empreendedorismo no Brasil. O tema se justifica devido ao potencial do empreendedorismo feminino no cenário econômico brasileiro e a luta das mulheres para conquistarem seu espaço no mercado. Sabe-se que na trajetória histórica do nosso país a mulher têm conquistado seu espaço em todos os seguimentos. O problema relacionado a pesquisa é: que desafios as mulheres empreendedoras têm que enfrentar dentro do contexto empresarial. O objetivo geral é analisar o empreendedorismo feminino no Brasil especificamente, realizar uma análise do empreendedorismo brasileiro; verificar o crescimento de empresas administradas por mulheres e destacar os avanços e desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no mercado nacional. O trabalho embasou-se em um estudo bibliográfico, ou seja, utilizou-se de livros, artigos, revistas e materiais que contribuíram para a riqueza de informações. Verificou-se, portanto, que o estudo acerca do empreendedorismo feminino no Brasil, é muito complexo e ainda tem muito que evoluir, principalmente em tempos de crise onde o país tem que se reinventar.

Palavras Chave: Empreendedorismo. Feminino. Mercado. Gênero.

ABSTRACT

The theme developed will analyze the evolution of Female Entrepreneurship and its characteristics, such as Entrepreneurship in Brazil. The theme is justified due to the potential of female entrepreneurship in the Brazilian economic scenario and the struggle of women to conquer their space in the market. It is known that in the historical history of our country, women have conquered their space in all segments. The problem related to a survey is: what challenges as women entrepreneurs they face within the business context. The general objective is to analyze female entrepreneurship in Brazil, to carry out an analysis of Brazilian entrepreneurship; verify the growth of companies managed by women and highlight the advances and challenges faced by women entrepreneurs in the national market. The work was based on a bibliographic study, that is, it used books, articles, magazines and materials that contributed to the wealth of information. It was found, therefore, who studies about female entrepreneurship in Brazil, is very complex and still has a lot to evolve, especially in times of crisis in which country or country has to reinvent itself.

Keywords: Entrepreneurship. Feminine. Market. Genre.

[1] Graduanda no curso de Administração na Faculdade Santa Rita de Cássia- UNIFASC – ITUMBIARA/GO – BRASIL. E-mail - brendabernardinog@gmail.com.

[2] Coordenadora e docente do ensino superior na Faculdade Santa Rita de Cássia – UNIFASC - ITUMBIARA/GO - BRASIL, mestre em Ambiente e Sociedade (UEG) e graduada em Ciências Econômicas (UFU), e-mail-isabell.deoli@gmail.com.

1 Introdução

As mulheres têm conquistado cada vez mais seu espaço no mercado de trabalho e também no âmbito do empreendedorismo. Entretanto, as mulheres no Brasil têm, historicamente, enfrentado desafios e preconceitos em relação ao seu espaço.

Desde a época colonial, são submissas aos homens e principalmente na relação de trabalho. Suas funções no mercado eram restringidas e o seu salário, quando permitido, era sempre inferior à remuneração masculina, mesmo ambas as partes tendo desempenhado a mesma função ou funções semelhantes. (PROBST, 2015)

Independente do alto índice de escolaridade entre as mulheres, que é considerado quase sempre superior ao dos homens, elas ainda desempenham níveis que variam de médio a baixo em relação à qualificação pessoal e suas condições de trabalho. A remuneração ainda se encontra inferior se comparada às masculinas, principalmente na ocupação de cargos de comando e de liderança. É antiquado pensar que as micro e pequenas empresas só podem ser administradas por homens. Pelo contrário, números do SEBRAE (2019) revelam que o número de empresárias tem crescido a cada dia.

Torna-se uma barreira que ainda alcança outras dimensões como a ocupação de cargos na esfera pública e política. Tal comportamento é justificado pela ideologia da religião cristã, que através de uma massiva ênfase na incapacidade e inferioridade feminina, acaba por tornar natural esse ponto de vista aos olhos da sociedade e internalizado pelas próprias mulheres (EDUARDO, 2009).

O inicio do século XX foi marcado e será sempre lembrado por revoltas femininas, podendo citar o exemplo do acesso à educação e a obtenção de direitos civis, sociais e principalmente voz na política.

Os campos sociais que mais sofreram com essas revoluções foram: o casamento e a família. A divisão do trabalho toma novas proporções, a mulher passa a desenvolver múltiplos papéis enquanto o homem vê a necessidade de uma maior participação nas tarefas domésticas e com a educação dos filhos. O crescimento da demanda da participação feminina no mercado de trabalho nos últimos anos do século XX, não fez com que houvesse igualdade entre homens e mulheres nesse campo (COSTA, 2018).

Tendo em vista essas dificuldades enfrentadas pelas mulheres, a criação e condução de seus próprios negócios tem se tornado uma solução valida na emancipação feminina, que se torna uma opção de inserção e delonga no mercado de trabalho. Dessa forma a pergunta problema da pesquisa é: Apesar das grandes conquistas femininas, tanto pelo lado pessoal quanto do lado profissional, quais os principais desafios enfrentados dentro do contexto empresarial para mulheres que querem empreender?

O objetivo geral desse artigo é analisar como evoluiu o empreendedorismo feminino no Brasil. Já os objetivos específicos da pesquisa são: analisar o empreendedorismo brasileiro; verificar o crescimento de empresas administradas por mulheres e por fim destacar os avanços e desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no mercado nacional.

As empreendedoras tendem a ser otimistas e perseverantes, confirmando que o empreendedorismo abrange o risco e a ausência de medo. Medo esse que está relacionado por vezes a sobrevivência da empresa e a seus aspectos financeiros, e mesmo quando presente não inerte as empreendedoras. Contudo o crescimento da empresa assusta algumas empreendedoras, que prezam pela qualidade e pela segurança do retorno financeiro. (JONATHAN, 2005)

A prática do empreendedorismo feminino quebra barreiras milenares, pois demonstra a habilidade feminina em liderar e administrar os negócios como também exibe características peculiares de bons empresários, além de favorecer economicamente as mulheres que tem essa iniciativa.

Diante do exposto, este tema justifica-se pela necessidade de investigação do percurso realizado pelas mulheres empreendedoras em busca de serem donas do próprio negócio, identificar a evolução do processo empreendedor feminino e os desafios dentro do empreendedorismo feminino com vistas a auxiliar as futuras empresárias. Neste contexto, é imprescindível entender o empreendedorismo feminino e sua evolução mundo dos negócios.

Sobre a metodologia aplicada, o tema abordado utilizou-se de um estudo exploratório baseado em pesquisa bibliográfica como livros, artigos, revistas, documentos relacionados, sítios virtuais.

2. O Empreendedorismo Feminino no Brasil

2.1 O conceito de empreendedorismo

Pode-se considerar segundo Schenatto, (2009) que “um dos mais novos paradigmas das ciências administrativas”, o empreendedorismo surgiu despertando interesse por parte de

várias organizações. Parte deste interesse deve-se ao fato de que o entendimento de que pequenas e médias empresas, quando comandadas por empreendedores, podem vir a contribuir para a geração de empregos e desenvolvimento econômico local, dessa maneira contribuem para o desenvolvimento socioeconômico de todo o país. Isso vem se proliferando gradativamente entre economistas, político e uma parcela da sociedade, o que vem despertando o interesse pela promoção da atividade empreendedora no país.

Aquele que tem coragem de criar um empreendimento faz com que as coisas aconteçam, e tem uma visão futura de organização. Faz-se necessário estudar as características empreendedoras para entender porque alguns fazem sucesso profissional e outros acumulam diplomas e, no entanto, não estão realizados com o futuro onde suas vidas profissionais chegaram (SANTOS, 2012).

Acerca das características de um empreendedor, Dolabela (2008, p. 44), enuncia, de modo geral, que na atualidade para se transformar e tornar-se um empresário não basta apenas ter conhecimento, mas se torna necessário também: entender de valores, mudar sua conduta e as maneiras de entender o mundo ao seu redor e principalmente entender de si mesmo. É preciso inovar para aprender a conviver com as diferenças que o espaço vai lhe proporcionar.

Sobre as características dos empresários atuais pode-se afirmar que consistem em:

> "Conhecimento: ato ou efeito de conhecer; Aptidão: qualidade de apto, capacidade; Habilidade: qualidade de que é hábil, capacidade, inteligência, facilidade em executar qualquer coisa; Interesse: utilidade, conveniência, lucro e vantagem; Vontade: faculdade de livremente praticar ou deixar de praticar algum ato, faculdade de querer; desejo; Desempenho: ato de executar ou cumprir; Potencial: relativo a potência, que exprimir possibilidade" (AMORA, 1999, p. 18).

De acordo com dados do SEBRAE (2019), são três os conjuntos de características para identificar um empreendedor. O primeiro deles é o Conjunto de realizações. Nele empenha-se por oportunidades, mesmo correndo risco, persistindo sem desistir em busca de suas conquistas. O segundo é o Conjunto de planejamentos, onde a busca acontece por informações, estabelecendo-se objetivos, planejando e monitorando o resultado desejado. Por fim o Conjunto de poder. Nesse conjunto o empreendedor mostra sua convicção, sua autonomia e sua transparência e firmeza.

Diante de diversas definições e características citadas por Cruz e Moraes (2013) conhecedores do espaço de empreendedorismo, que buscam justificar quais aptidões e habilidades o indivíduo necessita obter para ser um empresário de sucesso, principalmente sendo uma mulher, pode-se destacar diversas como: busca por qualidade e eficiência,

disposição a correr riscos, comprometimento, criatividade, flexibilidade, liderança, busca por oportunidades, otimismo, entre tantas outras.

Consequentemente para o aprimoramento da cultura empreendedora vê-se a necessidade de formar estudantes dispostos de tais características e habilidades para poderem liderar seus empreendimentos com visão ampla da sociedade.

Para que isso ocorra é importante considerar que o ensino superior deve dar prioridade para a formação de novos empreendedores que abranjam e entendam de desenvolvimento interpessoal e intrapessoal, além da geração de idéias, negociação, desenvolvimento estratégico, desenvolvimento de produtos, tomada de decisão e resolução de problemas (ROCHA; BACCHI, 2011).

Essas questões constituem um grupo de inter-relações, onde o educador tem participação fundamental, exigindo um novo posicionamento e metodologia de ensino tendo que dedicar mais tempo a seus alunos para assim serem facilitadores de produção do conhecimento para se tornarem empreendedores de sucesso no mercado.

De acordo com Custódio (2011, p. 7) a colocação dessa nova maneira de ensinar com base no empreendedorismo designa um estimulo para a nova geração de administradores, pois existe um papel econômico que deve ser exercido por intermédio do ensino superior, onde esses administradores estarão saindo preparados não somente para modernizar a cultura empreendedora local, como também estará contribuindo para a modernização do país.

2.2 O Empreendedorismo No Brasil

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) relatou, em março no ano de 2019, que “a taxa de empreendedorismo no Brasil atingiu 38% na Taxa de Empreendedorismo Total (TTE). Isso significa que cerca de 52 milhões de brasileiros têm um negócio próprio, número que aumenta a cada dia” (GEM, 2017).

De acordo com estudo inédito feito pelo Sebrae (2019), pode-se afirmar que dos 72 milhões de brasileiros que compõem esse grupo de pessoas, 50,6 milhões têm como origem das suas receitas os empreendimentos de pequeno porte. Do total de pessoas que sobrevivem de um pequeno negócio, 26 milhões são empreendedores que empregam ou que trabalham por conta própria, sejam eles formais ou não. Os outros 24,7 milhões são trabalhadores com ou sem carteira assinada. A intervenção governamental possui duas facetas: tem diminuído, mas ainda se manifesta como um fardo burocrático. A disponibilidade de capital no Brasil é escassa.

Muitos empreendedores brasileiros ainda percebem o capital como algo difícil e custoso de se obter.

De acordo com o SEBRAE (2019) os principais fatores que desencorajam para os novos negócios no Brasil atualmente são: primeiramente são as políticas governamentais desfavoráveis, para 77,6% dos entrevistados; Falta de apoio financeiro, para 31,2% dos entrevistados; Falta de educação e capacitação, para 31,2%; Características negativas na força de trabalho nacional, para 17,2% dos entrevistados; 5° Normas Culturais e Sociais desfavoráveis, para 9,7%; 6°- Clima Econômico desfavorável - 9,7%; 7°- Falta de Pesquisa e Desenvolvimento, 9,7%; 8°- Mau acesso à estrutura física, 7,5%.

Neste sentido, a principal recomendação dos especialistas para melhoria das condições de empreender no Brasil, se vem da redução da burocracia, ou seja, a criação de novas leis que auxiliem os novos empreendedores. (SEBRAE,2019)

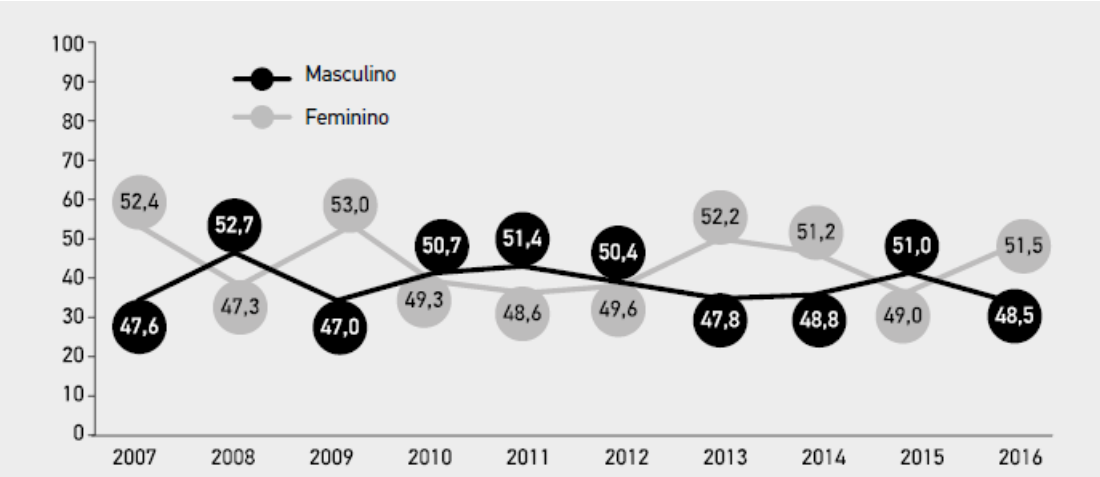
Segundo Ferrari e Torres (2019) em dados divulgados pelo IBGE no mesmo ano o desemprego no Brasil aumentou consideravelmente, durante o primeiro trimestre. O que isso significa é que com o desemprego aumentando as pessoas se veem meio que obrigadas a buscar o próprio negócio como forma de sustento próprio, para suprir suas necessidades, esses são os principais fatores do aumento do empreendedorismo no Brasil, especialmente por necessidade.

2.3 A evolução da mulher que trabalha e o perfil das empreendedoras e suas empresas

De acordo com Gomes (2006, p.79), começar o próprio negócio, tornar possível aquilo que um dia foi ideia, assumir diversos riscos em busca de realização pessoal, antigamente eram consideradas qualidades masculinas, porém na atualidade a realidade é diferente. As mulheres estão mais corajosas e enfrentam com mais postura os negócios, por isso o número de empresas comandadas por mulheres tem crescido significavelmente.

Essa afirmação pode ser verificada por meio dos dados sobre o as distribuições percentuais por gênero no Brasil conforme na figura 1.

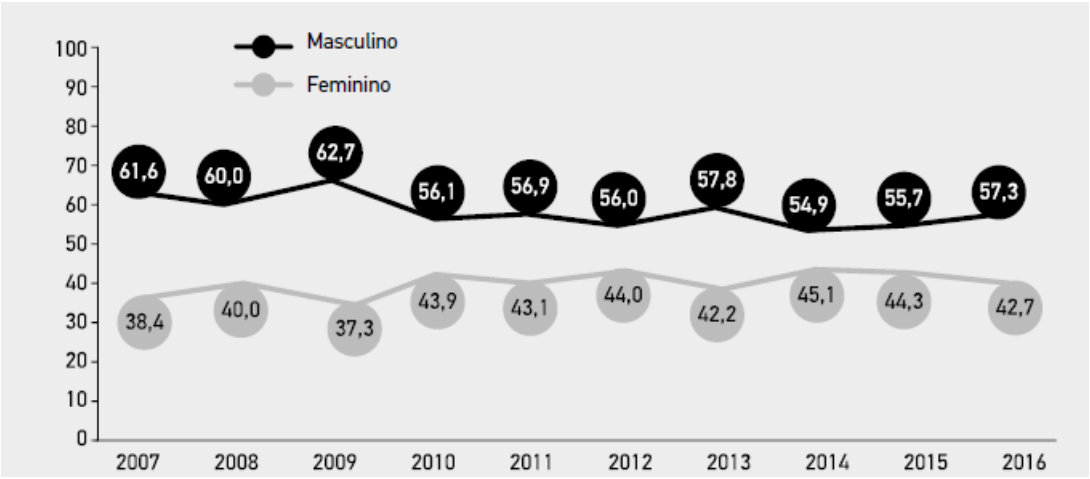
Figura 1 – Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) *, segundo gênero - Brasil - 2007:2016



*Taxa Específica de Empreendedorismo Inicial (TEA)
Fonte: GEM (2016).

Dados percentuais sobre homens e mulheres empreendedores iniciais (TEA) mostram que as mulheres empreendedoras representam cerca de 52,5% do total, enquanto que os homens representam 48,5%, demonstrando uma participação um pouco maior das mulheres no setor. Por outro lado, quando se verifica os percentuais de empreendedores estabelecidos percebe-se que os homens se destacam, como pode ser observado na figura 2.

Figura 2 - Distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos (TEE), segundo gênero - Brasil - 2007:2016.



*Taxa Específica de Empreendedorismo Estabelecido (TEE).
Fonte: GEM (2016).

Na figura 2 observa-se uma situação inversa no que diz respeito às participações masculina e feminina em empreendimentos iniciais e estabelecidos no ano de 2016. Se por um lado, as mulheres representam 51,5% nos novos empreendimentos (até 42 meses), os homens,

por outro lado, representam a maior parte dos empreendedores responsáveis por negócios estabelecidos (mais de 42 meses), com 57,3%. Essa situação pode ser explicada pelas dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras, tais como: financiamento, preconceito no ambiente de negócios e conciliação as demandas da empresa e da família (GEM, 2016).

Segundo Gomes (2005 apud WILKENS, 2019), na atualidade a parcela feminina da sociedade prefere abandonar seu emprego para correr riscos abrindo seu próprio empreendimento, sendo que no sexo masculino ainda há o receio em relação a essa questão.

Gomes (2006, p. 81) afirma que "dois fenômenos econômicos criaram possibilidades de mulheres inserirem-se no mercado na condição de empresárias". O primeiro fenômeno foi o aumento da demanda no setor de serviços, o que levou as mulheres a investirem como empresárias de pequenas empresas para procurar e encontrar as oportunidades dos setores: lavanderias, serviços de comida congelada, escolas e cursos de recreação, dentre outros diversos.

Outro fator que aumentou o número de mulheres atuantes em microempresas foi à terceirização dos serviços. Em geral, dentro de seus lares, tanto na periferia das grandes cidades, quanto na zona rural, mulheres têm-se tornado microempreendedoras. Nesse caso, áreas como a produção direcionada à indústria, ao pequeno comércio, à alimentação, ao artesanato, ao vestuário e a alguns tipos de serviços estão entre as mais relevantes para a atuação feminina. Tanto um como outro vêm gerando oportunidades de trabalho por conta própria para muitas mulheres (GOMES, 2005, p. 215).

Na pesquisa GEM (2011) realizada no Brasil, 28% das atividades estavam no comércio varejista, 15% na indústria de transformação e 11% em alojamento e alimentação. Esses três setores econômicos eram considerados como sendo 54% dentre os envolvidos no empreendedorismo.

2.4 Avanços e desafios do empreendedorismo feminino no Brasil

Atualmente aumentou significavelmente o número de mulheres empreendedoras pelo mundo todo, onde as mesmas vêm contribuindo para a sociedade gerando emprego e renda para grande parte do gênero feminino, pois mulheres são mais abertas a dar oportunidade para a classe feminina, valorizando e incentivando o crescimento profissional da mulher. O novo papel feminino na dinâmica econômica e social tem incitado interesse crescente, de forma geral. Sociedade e governos de diversos países conseguem reconhecer a importância da colaboração

oferecida pela classe feminina a frente da gestão de empresas e como colaboradoras no mercado de trabalho (CASSOL et al., 2007).

De acordo com Oliveira e Neto (2008, apud MACHADO, 2019) a quantidade de empresas criadas por mulheres é cada vez maior. Outro fator primordial a ser enunciado é que as empresas iniciadas por mulheres têm alcançado uma sobrevivência maior do que a média de vida dos outros novos empreendimentos. Acredita-se que estas experiências bem-sucedidas de negócios estão intrinsecamente ligadas a forma de liderar das mulheres.

As mulheres empreendedoras têm desempenhado um papel socioeconômico importante, pois o ingresso feminino no mercado de trabalho conduziu um número significativo de empresárias que juntas corroboram sendo uma fonte valiosa de empregos, mudança e desenvolvimento econômico. Sendo assim, levando em consideração a amplificação do trabalho das mulheres, aumenta junto com elas sua atuação em postos de liderança e ganhando mais voz no setor e importância no espaço empreendedor (OLIVEIRA; NETO, 2008).

De acordo com Belmont (2016) mulher sempre foi a pessoa designada para tomar conta dos filhos e cuidar da casa, desde os tempos mais remotos, porém com o passar dos anos essa afirmação mudou significamente surgindo para as mesmas a oportunidade de imporem-se na sociedade ampliando o seu espaço cada vez mais, quebrando o tabu de que mulheres são feitas e criadas para cuidar da casa.

Os múltiplos papéis desempenhados pela classe feminina, tende a ser considerado como uma característica importante no universo feminino, levando ao reconhecimento de um talento nas mulheres sendo conhecidas por conseguir fazer e pensar várias coisas de modo simultâneo. Todavia, o aglomerado no número de desempenho de suas tarefas, públicas ou privadas, rotulado pela sociedade de "dupla jornada" é, constantemente, considerado causa ou origem de conflitos e desgastes (JONATHAN, 2005).

Ainda, afirma a autora supracitada, que pensar diferentemente, quebrar este rótulo, atentar para a construção social dos papéis de gênero é uma necessidade que se impõe nos dias atuais. A pesquisa mostra que mães que trabalham têm índices mais elevados de bem-estar e estão mais satisfeitas com seu dia-a-dia do que aquelas que aquelas mães que não trabalham, ou exercem outros tipos de atividades fora do lar.

Normalmente, além de cumprir suas tarefas na empresa, ela precisa cuidar dos afazeres domésticos. Isso acontece em quase 90% dos casos. Em uma década, o número de mulheres responsáveis pelos domicílios brasileiros aumentou de 18,1% para 24,9%, segundo os dados da pesquisa “Perfil das Mulheres Responsáveis pelos Domicílios no Brasil”, desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (GEM, 2017).

Numa pesquisa sobre empreendedorismo feminino realizada em 2016, por Robert D. Hisrich (2014), 267 mulheres e 360 homens do Norte da Europa, Reino Unido, Irlanda, América do Norte e Austrália responderam a 60 variáveis: 40 compreendendo "empreendedorismo" e 20 compreendendo "um empreendedor" (PICANÇO, et al.,2016, p. 43).

> "Descobertas realizadas atestam que as mulheres geralmente percebem o empreendedorismo mais positivamente que os homens. As variáveis como insolência, egoísmo e dureza, foram consideradas de menor significado para as mulheres do que para homens. Em variáveis típicas de empreendedorismo, como polivalência, inovação, desejo de experimentar, criatividade, eficiência, dedicação ao trabalho e comprometimento, as mulheres conseguiram notas mais altas que os homens. Nos três primeiros, as mulheres foram mais positivas que os homens; nos dois últimos não houve diferenças entre os grupos. Os resultados sugerem que as mulheres têm melhor estrutura afetiva para aceitar e apreciar o empreendedorismo. Na prática, tem-se observado um volume crescente de mulheres empregadoras no mundo e também no Brasil" (DOLABELA, 2006, p. 235).

Na relação existente entre as micro e pequenas empresas brasileiras é muito significativo a existência de organizações criadas e geridas por mulheres, que sozinhas conseguem empreender e construírem para si uma alternativa de inclusão ou permanência no mercado se tornando grandes empreendedoras (OLIVEIRA, et. al., 2016).

Pouco a pouco o gênero feminino amplia o seu espaço na economia nacional, ocupando grande parte dela. O fenômeno ainda é lento, mas constante e progressivo. Em 2003, apenas 30,9% da População Economicamente Ativa (PEA) do Brasil eram do sexo. Já em 2018, mais 62 mil mulheres ingressaram pela primeira vez no mercado, aumentando a participação em 1,1 ponto percentual. Analisando este fenômeno, deve-se levar em conta um universo muito maior, porque há uma diferença de valores sociais nesse caso. A mulher deixou de ser apenas uma parte da família para se tornar a comandante dela em algumas situações. Por esse fato, este ingresso no mercado empreendedor é uma grande vitória (ALVERNAZ, 2016).

A Mulher, de acordo com Ribeiro (2013), está cada vez mais assumindo cargos estratégicos no mercado empreendedor, além de atuar como administradora do lar e educadora dos seus filhos. Uma das principais características apresentadas pelas mulheres é que possuem mais habilidade de lidar com estruturas não hierárquicas, enquanto que os homens operam melhor com estruturas hierárquicas. Isso ocorre devido à própria natureza da mulher, a qual ao longo dos anos vem se adaptando a diferentes situações, nos diferentes papéis que desempenha na sociedade.

Ribeiro (2013) afirma ainda que a pesquisa Perfil Social da Mulher no Mercado de Trabalho relata que embora ocorra o avanço feminino nas empresas, elas estão menos satisfeitas do que seus colegas do sexo masculino. Isto ocorre devido elas sentirem-se mais injustiçadas

nas promoções e indicam estar menos contentes com seus salários do que os homens que ocupam as mesmas posições de trabalho. Planejamento, razão, lógica, analise, etc, são características que os homens gostam de se pautar, a maioria das mulheres preferem por sentimentos (emoção) ou chamados inexplicáveis (intuição).

Percebe-se que donas de negócios próprios apresentam maiores índices de satisfação do que executivas que apontam que ritmo de trabalho, menor interferência de terceiros e interesses pessoais satisfeitos são fontes fundamentais de satisfação das empreendedoras, que se sentem muito comprometidas com seu trabalho (JONATHAN, 2005).

As características do gênero feminino alteram a cultura organizacional, as estruturas organizacionais, os relacionamentos, a maneira de fazer o trabalho. Pelo papel que a mulher tradicionalmente ocupa na sociedade (mãe, protetora, cuidado com o ser), na empresa, ela procura valorizar os membros organizacionais como seres humanos e indivíduos, com valores e necessidades individuais, e não apenas como alguém que faz, carrega, empurra transporta ou ocupa uma posição (RIBEIRO, 2013).

Assim, percebe-se que a mulher foca sua atenção no indivíduo, no relacionamento, e por isso, prevê-se que as organizações geridas pelo gênero feminino são mais flexíveis em suas estruturas e com relacionamentos saudáveis e sentimento de comunidade. Haveria uma maior flexibilidade na divisão do poder, na minimização da burocracia, da autoridade, e ao mesmo tempo, um maior compartilhamento de informações (AHRENS, 2017).

Essa realidade aponta para o fato de a mulher ter capacidades multivariadas, habilidade que foi sendo treinada há séculos e está ligada às questões interpessoais (praticidade e afetividade). “Foram essas características que fizeram a mulher ser procurada pelo mercado de trabalho que atua, tanto como trabalhadora como também como líder. ” (PELEGRINI; MARTINS, 2010, p. 57).

Para Oliveira e Neto (2008), o modo de liderar da mulher empreendedora pode ser comparado com o modo no qual a mulher administra sua própria casa: sem hierarquia, com cooperação e estilo fluído. No que diz respeito ao processo decisório e ao estilo de liderança, características como encorajar a participação, compartilhar poder e informação, assim como estimular, valorizar e motivar os outros no trabalho estão fortemente presentes em mulheres.

O estilo participativo é a forma que tem sido destacada nos estudos sobre mulheres e gestão, predominando a valorização dos indivíduos, a sensibilidade, a compreensão, a necessidade de conciliação em situações de conflito, o espírito de grupo e a liderança pelo consenso. Tais características podem ser associadas a uma maior competência comunicativa. (GOMES, 2005).

Boa parte das pesquisas sobre empreendedorismo e liderança feminina desdobra-se nas vantagens e desvantagens das mulheres na condução de seus negócios, e poucos dos trabalhos acadêmicos preocupam-se em seguir o caminho do meio, ou seja, buscar compreender a liderança feminina sem amarras, sem preposições e pré-conceitos (NATIVIDADE, 2009).

3 Considerações Finais

É muito significativa a integração das mulheres no empreendedorismo que evidencia um melhor entendimento das questões encaradas pelas empreendedoras e das percepções destas na sua qualidade de vida.

O presente trabalho manifestou o alto grau de responsabilidade das empreendedoras com seu negócio. Apesar de demonstrarem preocupações com a área financeira e com a evolução da empresa, elas mostram que são autoconfiantes e destemidas, além de preocupadas com as condições sócio-político-econômicas do país e em relação a satisfação dos clientes.

O forte sentimento de auto realização, tende a fazer com que suas preocupações e medos percam o alto nível de importância. O sentimento de realização, orgulho e vitória são evidenciados pelo sucesso almejado da execução da multiplicidade de papeis e/ou no reconhecimento pessoal.

Mas a prática do empreendedorismo não é fácil, além de exigir grande empenho das empreendedoras, há ganhos e perdas; insatisfações e satisfações. Trabalho, respeito próprio e filhos propiciam quase que de forma idêntica altos níveis de satisfação; contribuindo para a satisfação e influenciando positivamente o bem-estar psicológico das empreendedoras.

O empreendedorismo constitui-se em um grande desafio, pois é a partir desses fatores críticos que dependem as organizações, seja para seu sucesso tanto quanto para sua sobrevivência. Deste modo, gerir as operações e projetos com eficiência demanda, portanto, de esforço empresarial consciente, bem como a adoção de metodologias de gerenciamento, comunicação, investimentos logísticos e tecnológicos, sem esquecer o treinamento dos colaboradores e gestores de projetos.

A experiência do empreendedorismo oferece contentamento às mulheres, pois serve de intermédio para o forte sentimento de auto realização, que remete a uma alta autoestima. Por outro lado, a identificação é a grande fonte de satisfação que decorre do fato do negócio próprio ao qual a paixão é refletida na dedicação e que torna possível a criação e afirmação de seus valores, na proporção em que há independência, liberdade e autonomia para propor e elaborar ideias.

Complementarmente, a satisfação dos clientes e do reconhecimento declarado pelo mercado são fontes de sua própria satisfação. A importância dada a saúde, que é muito baixa, é fonte de muito descontentamento entre as empreendedoras.

A discussão merece maior aprofundamento, porém a conjuntura dessas observações propõe a necessidade da melhoria na atenção dada à saúde para que possibilite o melhoramento da qualidade de vida das empreendedoras.

Conclui-se que a multiplicidade de papéis envolvendo o público e o privado pode enriquecer e ser fator de soma, e não de divisão, fragmentação, contradição e estresse. Papéis que envolvem autonomia no trabalho e poder de decisão trazem muita satisfação para as mulheres em posição de liderança e são bons preditores do bem-estar psicológico de mulheres casadas.

4 Referências

AHRENS, Rudy de Barros. A gestão estratégica na administração: vol. 2 – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2017.

ALVERNAZ, Julia Souza Pontes. Discriminação salarial por cor e gênero no mercado de trabalho brasileiro: uma análise dos dados da Pnad para os anos de 2001, 2004, 2008 e 2012. Mariana DECEG / ICSA / UFOP. 2016.

AMORA, Antônio Soares. Dicionário da Língua Portuguesa. 6.ª Edição. São Paulo: Saraiva, 1999.

BELMONT, Cristiane. Alienação parental x guarda compartilhada: a aplicabilidade da lei nº13.058/2014 como meio adequado para garantir o princípio do melhor interesse da criança e do adolescente. UNISC. Edição 2016.

CASSOL, Neidi Krewer. SILVEIRA, Amélia; HOELTGEBAUM, Marianne. Empreendedorismo Feminino: Análise da Produção Científica da Base de Dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006. ANPAD. Rio de Janeiro, 2007.

COSTA, Fabiana Alves da. Mulher, trabalho e família: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares**.** Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas, 2018**.**

CUSTÓDIO, Telma Padilha. A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio. Lins/SP, 2011.

CRUZ, Myrt Thânia de Souza. MORAES, Isabel Mingotti Machado de. Empreendedorismo e Resiliência: mapeamento das competências técnicas e comportamentais exigidas na atualidade. Revista Pensamento e Realidade. Ano XVI– v. 28 n° 2/2013.

DOLABELA, Fernando O segredo de Luísa. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elisevier, 2005.

EDUARDO, Carlos. O Empreendedor no Brasil. 2009. Disponível em: < https://administradores.com.br/artigos/o-empreendedor-no-brasil> Acesso em 10 de Junho de 2020.

FERRARI, Amilton. TORRES, Mariana. Desemprego atinge 13,4 milhões; PIB de 2019 pode ficar comprometido. Correio Brasiliense, 2019. Disponível em:<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/05/01/internas_economia,752506/desemprego-atinge-13-4-milhoes-pib-de-2019-pode-ficar-comprometido.shtml> Acesso em 10 de Junho de 2020.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Relatório executivo do ano de 2011. Disponível em: < <http://www.ibqp.org.br/img/projetos/downloads/ arquivo_20120705122320.pdf>. Acesso em 25 de junho de 2020.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2017. Publicado pelo IBQPPR/SEBRAE Nacional. Disponível em: < https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf> Acesso em 10 de Junho de 2020.

GOMES, Almiralva Ferraz. O outro no trabalho: Mulher e Gestão. Revista de Gestão USP, São Paulo, 2005.

GOMES, Almiralva Ferraz. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. Univale, 2005.

GOMES, Almiralva Ferraz. Mulheres Empreendedoras. Amazon Brasil. Univale, 2006.

JONATHAN. Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. Psicol. Maringá, 2005.

MACHADO, H.V. Identidade Empreendedora de Mulheres No Paraná. (Tese de doutorado). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, 2019.

NATIVIDADE. Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. Rev. Adm. Pública vol.43 no.1. Rio de Janeiro, 2009.

OLIVEIRA, Michele Morais Oliveira. MENEZES, Raquel Santos Soares Menezes. SILVA, Francielih Dorneles. O empreendedorismo sob o olhar de micro e pequenas empresárias. Oikos: Revista Brasileira de Economia Doméstica, Viçosa, 2016.

OLIVEIRA, Pâmella Gabriela. NETO, Bazamat de Souza. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma Análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João del-Rei/MG. Brasília-DF, 2008.

PELEGRINI, Jordana. MARTINS, Silvana Neumann. A história da mulher no trabalho: da submissão às Competências. Um resgate histórico e as gestoras Lajeadenses neste contexto. Revista destaques acadêmicos, ano 2, n. 2, 2010.

PICANÇO, Fabiana Cristina de Azevedo; GALVÃO, Margareth Soares; CARNEIRO, Reginaldo Aparecido; PERIOTTO, Tânia Regina Corredato. Empreendedorismo (Coletânia de Artigos). Vol. 1. Maringá-PR: Cesumar, 2016.

PROBST, Elisiana Renata. A evolução da mulher no mercado de Trabalho. 2015. RH Portal. Disponível em: < https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-evoluo-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/> Acesso em 25 de junho de 2020.

SANTOS, José Fernando Vasconcelos. Empreendedorismo: A ideia de um espírito empreendedor. Portal Administradores.com. 2012. Disponível em: < https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-a-ideia-de-um-espirito-empreendedor> Acesso em 10 de Junho de 2020.

SCHENATTO. Fernando J. A.; LEZANA, Álvaro G. R.. O Intra-empreendedor como Agente de Mudança nas Instituições Públicas Federais de Educação Superior. 2009. Disponível em: http://www.pp.ufu.br/Cobenge2001/trabalhos/EMP001.pdf. Acesso em 10 de Junho de 2020.

SEBRAE. Empreendedorismo presentes das escolas. Revista Sebrae. Brasília, 2019.

SEBRAE. Fatores condicionante de taxa de mortalidade de empresas no Brasil. Relatório de pesquisa. Brasília, 2009.

RIBEIRO, Elaine. A mulher e o mercado de trabalho. Elite Vale Revista. 2013. Disponível em: < https://www.elitevale.com.br/materias/a-mulher-e-o-mercado-de-trabalho/> Acesso em 10 de Junho de 2020.

ROCHA, Stevão Lima de Carvalho Rocha. BACCHI, Gino Augusto. Ensino de Empreendedorismo nos Cursos de Graduação em Administração na Cidade de Fortaleza: Um Estudo Comparativo dos Conteúdos e Instrumentos Pedagógicos. Encontro da ANPAD: Rio de Janeiro, 2011.

WILKENS, J. A.Mulher Empreendedora: como iniciar seu próprio negócio. São Paulo: Mc-Graw-Hill, 2019.