

EMPREENDEDORISMO FEMININO: O LUGAR DA MULHER É ONDE ELA QUISER

Brizza Danielle Silva Reis¹

Danielle Thais Barros de Souza Leite²

RESUMO

Este artigo aborda o aumento gradativo que empreendedorismo feminino, vem ganhando espaço desde os anos 2000. Diferentemente do espaço na sociedade ocupado pela mulher séculos atrás, a mulher vem desempenhando diversos papéis antes não almejados, como de chefe de família, provedora do lar, profissional tecnicamente qualificada, trilhando assim um longo caminho rumo a igualdade de gênero profissional. O que leva a mulher a empreender é a necessidade de manter-se é manter a sua prole ou a busca de oportunidade de realização profissional aliada a realização pessoal. No atual cenário brasileiro as mulheres estão empreendendo mais por necessidade. Para isto, tem buscado força no conhecimento nas mais diversas áreas e especialização baseada na educação, mais mulheres buscando as universidades. Utilizamos pesquisas recentes do GEM e DIEESE para apresentar dados que apoiam a ideia da mulher empreendedora e percebemos através deles o quanto a mulher tem evoluído através dos anos. O quanto ela vem conseguindo construir de legado independentemente do seu estado civil, da cor ou do seu poder aquisitivo.

PALAVRAS CHAVE

Empreendedorismo feminino, empreendedorismo, mulher.

¹ Graduada em Administração pela Universidade Tiradentes.

E-mail: brizzadanielle@yahoo.com.br

² Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente; Graduada em Administração pela Universidade Federal de Sergipe – UFS.

E-mail: danielle_souza@unit.br

ABSTRACT

This article discusses the gradual increase that female entrepreneurship, which has been increasing since the year 2000. Unlike the place in society occupied by women centuries ago, the woman has played many roles not previously targeted, as breadwinner and provider of home, thus pursuing a long way towards equal professional genre. What leads women to undertake is the need to maintain - and maintain their offspring or seeking professional realization opportunity combined with personal fulfillment. In the current Brazilian scenario women are undertaking more by necessity. For this, we have sought strength in knowledge in different areas and expertise based on education, more women looking for the university. We use recent research GEM and DIEESE to present data supporting the idea of enterprising woman and realized through them how women have evolved through the years. How she has managed to build legacy regardless of their marital status, color or their purchasing power.

KEYWORDS

Women's Entrepreneurship. Entrepreneurship. Woman.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão do curso de pós-graduação aborda o empreendedorismo feminino e para isto é preciso conhecer um pouco da história feminina. Assim, percebemos por meio dos fatos históricos processos de evolução da mulher.

Na Idade Moderna, o ensaísta Richard Steel, no século XVIII, conceitua a mulher sob a visão da sua época, 'Uma Mulher é uma filha, uma Irmã, uma Esposa, e uma Mãe, um mero apêndice da Raça Humana'. Nesta frase estão os papéis que as mulheres detinham, numa época que o perfil do homem era de único provedor. Cabia então à mulher a doçura e a afabilidade para cuidar dos seus filhos, dos doentes e dos idosos, bem como a subordinação às vontades e atos dos pais e quando realizavam o matrimônio, eram submissas as vontades do marido (OST, 2009).

Durante a Revolução Industrial surgiu timidamente a necessidade de a mulher trabalhar em fábricas, porém o trabalho e o salário eram diferenciados do homem. A ideia de mulher, mãe e do lar não foi extinta. Além de trabalhar numa jornada exaustiva nas fábricas, elas ainda exerciam o trabalho do lar e de educar. Continuando submissa as escolhas do marido.

O papel da mulher no mercado de trabalho continuava pouco expressivo, pois ela ficava à sombra do homem. Porém, dada circunstâncias das Guerras Mundiais, ocorridas na primeira metade do século XX, os homens provedores do lar foram defender seus países e muitos não voltaram ou quando voltavam, voltavam mutilados (OST, 2009). Coube a partir deste momento à mulher e as crianças ocuparem as funções que até então eram exclusivas dos homens.

A mulher teve uma oportunidade, mostrou que é tão competente quanto o homem e assim começou a galgar a igualdade de gênero na sua vida profissional. A mulher pode e vem num trajeto contínuo de buscar realização pessoal e profissional, deixando para trás a ideia da mulher fora do mercado de trabalho, instruída para ser do lar e obediente ao marido.

Trabalhar e sustentar-se não é tarefa apenas do homem. Atualmente, além de trabalhar, a mulher tem buscado o equilíbrio entre trabalho e família, ela vê a oportunidade do empreendedorismo como fonte de realização pessoal e profissional ao mesmo tempo. Daí surge a indagação desta pesquisa: O que leva a mulher a empreender?

Neste sentido, o presente artigo tem como objetivo mostrar mais um papel que a mulher vem desempenhando: o papel de empreendedora. Deixando de serem vistas apenas como submissas e do lar. Tendo o presente trabalho como objetivos específicos: a) motivos do empreendimento, b) o empreendedorismo aliado à educação, c) expressão feminina no mercado de trabalho por meio de dados estatísticos de diferentes órgãos de pesquisa. Para fundamentação deste artigo utilizaremos recursos bibliográficos.

Justifica-se a pesquisa à prática da investigação científica e à relação teoria no intuito de incentivar as mulheres que desejem empreender, que elas busquem conhecimento necessário, planejem, organizem, busquem recursos e empreendam! Empreender é para todos!

2 EMPREENDEDOR

O que é um empreendedor? Para Chiavenato (2018, p. 23), o empreendedor é mais que gestor das empresas por eles criadas, eles são 'a energia que move toda a economia, alavanca as mudanças e transformações, produz a dinâmica de novas ideias, cria empregos e impulsiona talentos e competências'. Um empreendedor consegue visualizar uma oportunidade de negócio de uma forma que outro indivíduo ainda não enxergou e vai em busca da concretização.

Dolabela (1999) nos apresenta que as habilidades de um empreendedor podem ser adquiridas em três níveis:

Primário: Se os familiares e conhecidos são empreendedores, o indivíduo consegue visualizar com mais facilidade seu potencial e desenvolvê-lo. Além de ter alguém próximo que possa conduzir a realização do seu projeto, sobretudo que ele tenha pessoas em que confie e que o incentivem durante todo o processo de empreender.

Secundário: Se o indivíduo possuir ligação em torno da área do seu projeto, para conhecer várias vertentes do projeto. Conhecer e ter facilidade em adquirir o maior número de informações para agregar ao projeto.

Terciário: Conhecimento adquirido em cursos, livros, viagens, feiras e congressos. Realizar cursos na área ou adquirir livros e revistas e estar sempre em contato com as informações mais atuais ligadas ao seu projeto. Melhor ainda se puder realizar visitas a outras cidades ou estados que tenham projetos parecidos com o que se deseja empreender.

É possível desenvolver, estando em qualquer um dos níveis apresentados, um empreendimento de sucesso. Para isso é necessário conhecer sua área de atuação, seja seus possíveis fornecedores, clientes, concorrentes e saber utilizar o conhecimento adquirido nas mais diversas áreas: finanças, política, tecnologia, infraestrutura e até da cultura local do ambiente aonde deseja-se estruturar fisicamente o empreendimento.

Baron (2010) cita o conhecimento como habilidades do empreendedor que podem potencializar a visão em busca das oportunidades. Quanto mais

se conhece, mais propriedade para agir de forma eficaz e poder agir antes que os outros ajam. Ele cita em seu livro Empreendedorismo: uma visão do processo:

Organize seu conhecimento: aprenda a fazer conexões de tudo que se assimila; nenhuma informação é tola ou em vão, somadas a outras informações elas te deixam mais forte.

Melhore seu acesso à informação: tenha uma ampla rede de contatos ligadas ao que você está construindo no trabalho e na vida; quanto mais pessoas envolvidas nessa rede mais pessoas com conhecimentos diferentes do seu e que podem colaborar com o crescimento do seu projeto.

Construa sua inteligência prática: aprenda a desenvolver a capacidade de resolver problemas de forma prática;

Equilibre a ansiedade por acertos com o receio de alarmes falsos: os empreendedores, em sua maioria, são otimistas e na ânsia do seu projeto dar certo perde a sensibilidade de perceber que pode dar errado.

Estas habilidades empreendedoras são inerentes do ser humano, cabendo tanto ao homem, quanto a mulher. Cabe a cada empreendedor buscar uma maneira de extrair cada uma delas. Sem conhecimento do mercado, do cliente, dos concorrentes, dentre outros, não é possível conseguir fixar-se por muito tempo.

Em entrevista para Itaú Mulher Empreendedora, a fundadora da FLC, Alcione Albanesi³ nos mostra a força de vontade, determinação e conhecimento. Atuando no mercado de materiais elétricos, vê nas lâmpadas LED uma oportunidade e busca conhecimento para investir nesse mercado, tornando-se anos depois líder do segmento de iluminação. Ela afirma que 'sempre busquei informações de mercado e dados que contribuam para que minhas decisões sejam mais assertivas'. Alcione Albanesi serve de incentivo para a mulheres que desejam adentrar num mercado, ainda visto como masculino, mas com dedicação, empenho e conhecimento alcança-se êxito.

3 Portal Itaú Mulher Empreendedora. Disponível em: <https://imulherempreendedora.com.br/inspiracao/mulheres-que-inspiram/alcione-albanesi-uma-empreendedora-iluminada>. Acesso em: 15 jun. 2019.

3 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Antes de tomar a decisão de empreender é preciso levar em consideração todos os processos do projeto. Wolheim e Nuccio (2016) trazem alguns dados sobre o empreendedorismo no Brasil em detrimento a outros países. O Brasil aparece em primeiro lugar no ranking das pessoas com vontade de serem donas do seu próprio negócio, com a 76%. Seguido da China com 56%, Coréia do Sul com 53%.

Porém alguns são os empecilhos que os brasileiros encontram para empreender. Como por exemplo a burocracia excessiva que faz com que o processo de abertura das empresas brasileiras chegue à média de 101,5 dias e quando olhamos o segundo lugar no ranking, a África do Sul, demora apenas 46 dias e a China 30 dias.

Associado à burocracia vem o custo para se conseguir, pois é necessário toda a documentação legal e licenças que no Brasil o custo médio para abrir uma empresa, em porcentagem de renda per capita do país é 3,7.

Estes são alguns dos dados que é preciso levar em consideração antes de abrir uma empresa. Muitos outros são necessários e ainda assim a mulher tem buscado empreender. Não é uma decisão fácil, tão pouco rápida, mas a busca é crescente independente da motivação.

3.1 MOTIVOS DO EMPREENDIMENTO

No livro *Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor* (2014), Chiavenato aborda o quanto a decisão de empreender envolve o empreendedor profundamente, decisão esta que requer dedicação para enfrentar os desafios e obstáculos que aparecerão. Independe dos fatores que levam você a empreender deve-se analisar cautelosamente todos os prós e os contras, preferencialmente, elaborando um plano de negócios para que os riscos sejam mais bem visualizados, bem como as oportunidades sejam ampliadas e as ameaças sejam extintas.

Degen (2013) traz dois tipos de motivação do empreendimento. O primeiro é o empreendimento ocasionados pela oportunidade, do qual ele afirma

ser o empreendimento de maior impacto para a economia, pois quando se empreende por vocação, por realização de um sonho sem a obrigação de suprir as necessidades financeiras pessoais da família, tem-se tempo e disposição para buscar auxílio de todos os órgãos, a exemplo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) que são órgãos que auxiliam e capacitam os empreendedores nos diversos níveis, sejam eles nascentes ou estabelecidos com disponibilidade de consultorias e cursos de aperfeiçoamento, tornando assim pessoas capazes de obter sucesso no empreendimento.

Nesta motivação de empreendimento, a probabilidade de elaboração de um Plano de negócios é maior, fazendo com que as chances do empreendimento obter sucesso sejam maiores. 'O plano de negócios é um projeto indispensável para definir os rumos atuais e futuros do novo empreendimento' (CHIAVENATO, 2008, p. 140). Com o plano de negócios é possível realizar análise de mercado, planejamento de marketing, planejamento operacional e financeiro, além de traçar suas forças e fraquezas, oportunidades e ameaças.

Dolabela (1999) nos apresenta a história de Luísa que confirma a afirmação acima. Luísa, estudante de Odontologia a um ano da formatura, percebe que cursou odontologia para realizar os sonhos dos pais e decide buscar um outro caminho que trouxesse autorrealização e sustento. Encontrando na goiabada cascão a concretização de um desejo. Apoiada inicialmente pela tia Fernanda, dona do Sereia Azul e vendedora de goiabada cascão.

Para isso, Luísa vai em busca de todo conhecimento possível, primeiro do professor de Empreendedorismo Pedro, que ensina a ter foco, dedicação, determinação. Segundo obteve do consultor Eduardo o auxílio que necessitava para elaborar o Plano de negócios. Depois do Sr. André, que é padrinho do negócio, apresenta a Luísa possíveis sócios e investidores do negócio. E Rodrigo namorado da irmã mais nova de Luísa que trabalha com incubadoras e apresenta soluções para o término do processo do Plano de Negócios da Goiabadas Maria Amália (GMA).

O resultado desse empreendimento é positivo, tendo Luísa expandido até o ponto de exportar a goiabada cascão. E nos mostra que a motivação do empreendimento tem que vir de dentro e não de motivos exteriores.

Em pesquisa realizada a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (SEBRAE, 2015), mostra que a mulher em 2003 ganhou força de empreendimento, alcançando a porcentagem de 53% de empreendimento por oportunidade, alcançando seu pico em 2008 e 2011 com a taxa de 69%. E vem sofrendo baixas desde então alcançando seu declínio em 2015 com apenas 45%. Essa queda do empreendedorismo feminino por oportunidade se deve ao reflexo da crise econômica que o Brasil vem enfrentando.

Mas não podemos deixar de nos alegrar com a evolução da mulher neste aspecto, que em 2002 eram apenas 38%, taxa mais baixa entre 2002 e 2015. Aos mesmo tempo que os empreendimentos por oportunidade reduziram, os empreendimentos por necessidade aumentaram, alcançando o índice de 54%.

O segundo é o empreendimento motivado pela necessidade o qual, segundo Degen (2013) têm pouco impacto sobre o crescimento econômico de um país, por não inovar e não incorporar tecnologia.

Alguns dos empreendedores com esta motivação, o são por motivos problemas de ordem econômica, ou seja, tornam-se empreendedores pela necessidade de gerar renda para o autossustento e sustento da família. Assim tornam-se empreendedores, porém sem o conhecimento necessário.

O Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE, 2015) na região metropolitana de São Paulo, demonstra claramente essa motivação. Em 2000 a quantidade de mulheres chefes de família era de 19,8%, já em 2015, 24,5%. Mais mulheres tem sustentado sozinhas a família, mais mulheres tem idealizado por necessidade o empreendedorismo como forma de sanar as dificuldades financeiras que têm passado para gerir a família, sem, no entanto, buscar o conhecimento necessário para realizá-lo

3.1.1 Onde Encontrar a Ideia para o Segmento para Empreender

Ter o desejo de empreender já é o passo inicial para quem vai empreender, mas daí ter a segu-

rança de escolher uma área para atuar demanda tempo de pesquisa. Pesquisa de concorrentes, fornecedores, perfil dos clientes. Mas como ter clareza no momento de decidir qual o momento e o melhor segmento a empreender?

Chér (apud BHIDE, 2002), traz a Figura 2.1, página 42 intitulada *Como os empreendedores constroem estratégias que dão certo*. Apresenta como surge a construção das ideias empreendedoras, em porcentagem:

- 71% cópia ou modificação de uma ideia encontrada em um emprego anterior
- 20% descobertas por acaso
- 5% descoberta da onda da revolução de TI
- 4% pesquisa sistemática em busca de oportunidade

A porcentagem de empreendimentos a partir de experiências e melhoramento de ideias anteriores é significativamente expressiva. Se observarmos o agregado de informações que uma colaboradora possui do seu antigo emprego, tendo com ela a *network* necessária de fornecedores, clientes, prestadores de serviços. Fica compreensível o motivo que leva grande número de empreendedores a escolher o ramo que tem experiências anteriores.

Dentro dos 20% de descobertas por acaso o autor nos mostra as alternativas: transformou um trabalho casual ou temporário em uma empresa; desejou essa ideia como um cliente individual; leu por acaso sobre o setor; desenvolveu a ideia de um membro da família.

O item desejou essa ideia como um cliente individual, chama a atenção pelo fato do empreendedor ter se imaginado o empreendimento e ter consumido o produto ou serviço dele antes mesmo dele ser realidade. O empreendedor precisa acreditar que o seu empreendimento vai dá certo, logicamente associando o plano de negócios para compreender a viabilidade do negócio.

O item desenvolveu a ideia de um membro da família, é um item contrário ao anterior. Você está em busca de realizar algo que outra pessoa idealizou e pode aí não encontrar a motivação necessária para fazer o empreendimento fruir e obter sucesso.

Independentemente de a ideia a seguir é necessário estar atento ao que acontece ao redor e como você pode tirar proveito e aplicar nas suas ideias. Chér (2014) apresenta 10 fontes de oportunidades que auxiliam no momento de escolher o segmento para empreender, sendo eles:

- Problemas enfrentados por pessoas físicas e jurídicas – é utilizar o que o outro tem de fraquezas e criar a sua oportunidade;
- Escassez de recursos, serviços e bens;
- Atenta observação do cotidiano – percebe o que as pessoas estão consumindo ou que desejam consumir;
- Atenção aos seus *hobbies* – item muito importante, pois se você vai dedicar um tempo relativo da sua vida ao empreendimento você precisa gostar daquilo que faz ou será um tormento trabalhar, além da possibilidade do insucesso;
- Pesquisas de opinião e testes de mercado – através das pesquisas de opinião podemos avaliar se a nossa ideia será comprada por muitas pessoas;
- Revistas de negócios – revistas trazem ideias de sucesso e levam a pensar em diferentes possibilidades;
- Viagens ao exterior – viajar amplia os horizontes, mostrando possíveis negócios semelhantes;
- Produtos introduzidos por *trading companies* – buscar oportunidade no comércio exterior;
- Novas tecnologias – a globalização traz a cada dia uma nova tecnologia e estar atento a elas e utilizá-las como oportunidade de negócio. O risco que se corre é de ficar ultrapassado, caso não haja inovação constante;
- Atenção às tendências – semelhante as novas tecnologias, as tendências trazem um amplo campo de atuação, mas pode tornar-se obsoleto em pouco tempo.

3.2 EDUCAÇÃO ALIADA AOS NEGÓCIOS

Diferentemente da situação vivida pela mulher séculos atrás, hoje a mulher tem a liberdade de poder estudar e cada dia mais tem buscado qualificação, conhecimento. A mulher não quer apenas ser mãe, cuidadora da prole e do lar, ela busca independência financeira, aliada a realização pessoal.

Resultado disso é o número de mulheres que tem ingressado nas universidades e têm se destacado nos mais diversos setores e em profissões que eram exclusivamente masculinas, como engenheiras, presidente, advogadas, dentre outras. Participando ativamente da sociedade que estão inseridas e nas decisões que lhes compete, deixando de ser coadjuvante do processo, passando a ser protagonista.

Dados confirmados pelo Censo 2013, realizado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), mostram que no total geral de matrículas em graduação é 57,2% é de mulheres.

A pesquisa ainda traz outro dado importante, a escolha da mulher por graduações das áreas de Ciências Sociais, Negócios e Direito é de 57%, onde cerca de 60% delas conseguem concluir seus cursos. Uma das áreas de relevância procuradas pelas mulheres é a área de negócios, procura esta que pode ser impulsionada pelo desejo de empreender.

Segundo Dieese (2015) na região metropolitana de São Paulo a jornada de trabalho das mulheres varia de 37 horas semanais no setor de serviços até 43 horas no setor de comércio. Mesmo com a jornada de trabalho média de 38 hora semanais, além da jornada diária de afazeres domésticos e dedicação a outras atividades sociais que a mulher desempenha, ela consegue em sua maioria concluir sua graduação.

Ainda de acordo com o Inep, em 2012, o segundo curso mais procurado pelas mulheres foi Administração. Curso diretamente ligado aos negócios, onde ela tem a possibilidade de compreender os processos que compõem um negócio, desde o seu planejamento, o plano de negócios, até a execução e direção deles, tendo como aliados a tecnologia e todas as ferramentas de gestão que ela proporciona para o melhoramento do empreendimento, sendo em forma de máquinas e equipamentos, bem como softwares.

Cada dia mais a mulher vem ganhando espaço não apenas nas Universidades, nas gerências de empresas, como também vem empreendendo. Segundo o Presidente do Sebrae Luiz Baretto (SEBRAE, 2015), a quantidade de mulheres empreendedoras aumentou consideravelmente até pesquisa realizada em 2015 pela GME, o percentual de novas

empreendedoras é de 52%. Onde 66% empreendeu por oportunidade, não apenas necessidade.

Os resultados das duas pesquisas nos mostram que a mulher está buscando realização profissional e para isto está se capacitando, buscando no conhecimento científico bases sólidas que permitiam galgar sozinha os passos do empreendedorismo. Para algumas mulheres o empreendedorismo não vem como forma de solucionar uma questão de dificuldade financeira, mas como forma de realização pessoal. O prazer de sentir-se gestora do seu negócio, do seu tempo, das suas escolhas, gestora em completo da sua vida, gozando da liberdade e flexibilidade que o próprio negócio proporciona.

3.2.1 Setores de Destaque dos Empreendimentos Femininos

Segundo o *Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas 2013* as atividades que a mulheres mais empreendem são cabeleiras e atividades relacionadas a tratamentos de beleza, representando 14,5%. A mulher busca o equilíbrio pessoal e profissional. Trabalham arduamente, criam, inovam, mas como forma de aumentar a autoestima cuidam da beleza do corpo. Em segundo lugar, está o comércio varejista com 9,2%. E, em terceiro serviço de alimentação com 7,1%.

Em se tratando de empreendimentos iniciais as porcentagens se alteram um pouco, como nos mostra a pesquisa da GEM (SEBRAE, 2016) as atividades de destaque do gênero feminino, em ordem, são: 16% no segmento de restaurantes e assemelhados, 16% em serviços domésticos, 13% em cabeleireiros e/ou tratamento de beleza. Mesmo em outro período de realização da pesquisa, as atividades vinculadas a tratamentos de beleza continuam em destaque, realçando a vontade da mulher de estar bem consigo mesma.

Como forma de complementar a renda familiar e não deixar de realizar seu projeto, a mulher algumas vezes tem dois vínculos empregatícios, até que o empreendimento traga segurança e rentabilidade. É empreendedora, mas desenvolve também uma segunda atividade remunerada. As três primeiras atividades de destaque são: comércios

de produtos alimentícios com 6,2%, comércio varejista com 5,9% e saúde particular com 5,3%.

Os dados citados mostram o quanto a mulher tem crescido no aspecto empreendedor no seu próprio negócio como nas empresas que trabalham. Elas vêm se destacando em todos os setores da economia, dia a dia galgando um espaço seu por direito, mostrando que a mulher pode atuar aonde ela quiser, pois tem competências, habilidade e atitudes para exercer. Sejam elas nas microempresas com 29,1% e em outros estabelecimentos 23,6%. Nos setores de construção civil, indústria, serviços e comércio, a mulher dobrou a quantidade de empregos, tendo destaque maior o setor de comércio que passou de 1.252.207 em 2001 para 2.807.815 em 2011.

3.3 EXPRESSÃO FEMININA ATRAVÉS DE DADOS ESTATÍSTICOS DO ANUÁRIO DAS MULHERES EMPREENDEDORAS E TRABALHADORAS EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E DIEESE

O empreendedorismo no Brasil, tomou força após a década de 1990, após a criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Numa parceria Sebrae e Dieese, nasceu o *Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas*, cujo objetivo é apresentar dados sobre a importância da mulher nos empreendimentos de micro e pequeno porte, sendo empregadoras ou empregadas.

Na fase de empreendimentos novos (com até 3,5 anos) em 2015, 15,1% de mulheres contra 14,7% de homens. Já em empreendimentos estabelecidos a taxa de mulheres é de 20%, enquanto que a mesma taxa para o homem é de 22%; esses dados do GEM (SEBRAE, 2015) demonstram o quanto a mulher vem empreendendo e principalmente, conseguindo estabilidade no seu empreendimento, proporcional aos homens, o que há 20 anos parecia surreal está ganhando força e poder. A mulher no mercado de trabalho e dona do seu próprio negócio, galgando direitos iguais aos homens.

Outro dado da pesquisa que reafirma a ascensão da mulher no empreendedorismo é a taxa total de empreendedorismo no Brasil (TTE), que apresenta a

taxa de 53,3% para o homem e 46,7% para a mulher (SEBRAE, 2015). Empreender não é algo que está determinado apenas a uma parcela da sociedade, todos devem ter espaço para buscar alternativas de sustento e realização. Independente de raça, cor ou religião. Em 2011, 23% das mulheres empreendedoras eram negras, segundo Sebrae (2013).

Diferente do papel da mulher séculos atrás que era de dedicação ao marido, ao lar e a prole a mulher tem se tornado independente não apenas financeiramente, como em suas relações. Segundo dado do GEM (SEBRAE, 2015) apenas 39% das mulheres empreendedoras são casadas e 30% são solteiras.

Mesmo com esses números crescentes de evolução do empreendedorismo feminino ainda é expressivo o número de mulheres assalariadas no Brasil, 72,2% (SEBRAE, 2013) que em número representa 898 mil. O mesmo dado em 2001 era de 752 mil, o número de assalariadas ainda é grande, mas olhando o quando já houve de evolução.

Uma pesquisa em Recife, mostra a retração da taxa de desemprego entre 2013 e 2014, de 15,7% para 14,8% retomando a trajetória descendente iniciada em 2004 e interrompida em 2013, dados do Dieese (2014).

- No Nordeste, o estado com maior representatividade de mulheres empregadoras é a Bahia com 58 mil mulheres em 2011;
- Em Sergipe, em 2011, as mulheres assalariadas representavam 60,5% enquanto que apenas 25,6% eram empregadoras.

Apesar da ascensão da mulher no mercado de trabalho, algumas coisas continuam iguais. A mulher, em diversos setores, continua ganhando menos que o homem que desempenha a mesma função. Em dados, o Anuário traz a remuneração média do homem é de \$1.750,00 enquanto a remuneração da mulher é de \$1.250,00.

Em dados do Dieese (2015) na região metropolitana de São Paulo o valor por hora de trabalho do homem em 2000 era de R\$ 14,35, enquanto no mesmo período o valor pago por hora a uma mulher era de R\$ 10,70. Uma diferença de R\$ 3,65. A mesma pesquisa realizada 15 depois, em 2015 traz o valor da hora do homem de R\$ 12,20, enquanto que o da mulher é de R\$10,25. A diferença reduziu, mas ainda assim existe.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde os primeiros registros da mulher na história até hoje é perceptível o tamanho da sua evolução. E ainda assim o quanto ela tem que evoluir. O intuito do presente artigo é promover a visão da mulher como empreendedora.

Mas o que é empreender? Se não realizar algo novo ou melhorar algo já existente, preferencialmente, utilizando da menor quantidade de recursos possíveis.

Segundo Sebrae (2015), em 2015 a taxa de empreendedores no Brasil foi de 39,3%, enquanto em 2002 a taxa era de apenas 20,9%. Dos 39,3%, 18,9% já são estabelecidos, os demais estão nas fases iniciais. Mostrando o quanto o Brasil é país com pessoas que estão buscando executar uma mesma tarefa com mais agilidade ou utilizando menos recursos; desenvolvendo projetos que beneficie um grupo social; buscando sair da sua zona de conforto e apreendendo novas habilidades e as desenvolvendo.

A vontade do conhecimento precisa estar presente nas pessoas que desejam empreender, pois terão que dedicar tempo a diversas áreas do conhecimento humano com o intuito de melhor gerir o seu empreendimento. Conhecimento, determinação e vontade, são algumas das chaves do sucesso do empreendimento.

Diferente do que alguns imaginam, empreender é difícil, leva tempo estruturar corretamente um e exige totalmente do empreendedor. Então antes de abdicar do emprego estável é preciso se perguntar se esse é o momento. Para no futuro não passar por situações indesejadas.

Buscando bases em dados de pesquisas recentes realizadas pelo Sebrae, Dieese, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), percebemos que a mulher tem evoluído bastante em diversos aspectos: entrar no mercado de trabalho, buscado estudar, conseguir ocupar cargos de destaque, dentre inúmeras coisas que os dados nos mostram como a mulher tem avançado rumo a sua realização.

Mas, vemos que ainda é preciso lutar para ter os seus direitos amplamente exercidos. A mulher tem buscado dia a dia desenvolver as habilidades necessárias para executar suas funções de trabalho com louvor, mas ainda há a discriminação pela raça, pelo gênero. Tendo como reflexo o valor do trabalho reduzido.

Numa visão geral, crescemos! Crescemos em muitos aspectos, já vencemos algumas dificuldades e venceremos ainda mais. O papel de empreendedora exige a resolução de conflitos constantemente, a adaptação as novas tecnologias, o equilíbrio entre pessoal e profissional e este papel a mulher vem desempenhado com louvor.

REFERÊNCIAS

ALCIONE ALBANESI: uma empreendedora iluminada. 30 out. 2015. **Itaú Mulher Empreendedora**. Disponível em: <https://imulherempreendedora.com.br/inspiracao/mulheres-que-inspiram/alcione-albanesi-uma-empreendedora-iluminada>. Acesso em: 15 jun. 2019.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. Tradução All Task. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

BHIDE, A. Como os empreendedores constroem estratégias que dão certo. *In: Empreendedorismo e estratégia*. Harvard Business Review. Trad. Fábio Fernandes. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

CHÉR, Rogério. **Empreendedorismo na veia**: um aprendizado constante. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier; Sebrae, 2014.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 4ª reimpressão, 2013.

DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. **Mulheres, 2015**: Região Metropolitana de São Paulo. Disponível em <https://www.dieese.org.br/analiseped/mulheresSAO.html>. Acesso em: 26 out. 2016.

DOLABELA, Fernando Celso Chagas. **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

OST, Stelamaris. **Mulher e mercado de trabalho. Âmbito Jurídico**. Rio Grande, XII, n. 64, maio 2009. Disponível em: http://ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=6088. Acesso em: 5 jul. 2016.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Análise dos resultados do GEM 2015 por gênero em 2016**. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4ee07253fa008eb297c4585b988b0a43/\\$File/7216.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4ee07253fa008eb297c4585b988b0a43/$File/7216.pdf). Acesso em: 22 ago. 2016.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas em 2013**. Disponível em http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario_Mulheres_Trabalhadoras.pdf. Acesso em: 8 jul. 2016.

WOLHEIM, Bob; NUCCIO, Dony de. **Nasce um empreendedor**. Portifolio – Penguin, 2016.

Recebido em: 2 de Agosto de 2019
Avaliado em: 5 de Novembro de 2019
Aceito em: 15 de Dezembro de 2019
