



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
CAMPUS VII – PATOS - PARAÍBA**

ALUSKA GUEDES CAMPOS

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO NA
PERSPECTIVA CONCEITUAL**

**Patos – PB
2022**

ALUSKA GUEDES CAMPOS

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO NA
PERSPECTIVA CONCEITUAL**

Trabalho de conclusão de curso (Artigo) apresentado a Coordenação do Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Aretuza Candeia de Melo

**Patos – PB
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

C198e Campos, Aluska Guedes.
Um estudo sobre o empreendedorismo feminino na perspectiva conceitual [manuscrito] / Aluska Guedes Campos. - 2022.
23 p. : il. colorido.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2022.
"Orientação : Profa. Dra. Aretuza Candeia de Melo, Coordenação do Curso de Administração - CCEA."
1. Empreendedorismo. 2. Mulher empreendedora. 3. Desafios. 4. Mercado de trabalho. I. Título

21. ed. CDD 650.1

ALUSKA GUEDES CAMPOS

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO NA
PERSPECTIVA CONCEITUAL**

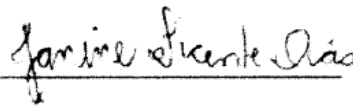
Trabalho de conclusão de curso (Artigo) apresentado a Coordenação do Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Administração.

Aprovada em 23 de novembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA



Prof.^a. Dra. Aretuza Candeia de Melo - UEPB
Orientadora



Prof.^a. Dr.^a. Janine Vicente Dias
1^a Examinadora



Prof.^a. MSc. Aristeia Candeia de Melo
2^a Examinadora

SUMÁRIO

RESUMO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. MATERIAL E MÉTODOS.....	9
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO: uma revisão sobre o empreendedorismo feminino sob o campo dos desafios das mulheres microempreendedoras.....	9
3.1 Campo do Empreendedorismo.....	9
3.2 Relevâncias Sociais do Empreendedorismo Feminino.....	13
3.3 O Papel da Mulher Empresária no Cenário dos Negócios no Brasil.....	16
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20
5 REFERÊNCIAS.....	21

UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO NA PERSPECTIVA CONCEITUAL

Aluska Guedes Campos^{1*}
Aretuza Candeia de Melo^{2**}

RESUMO

O presente estudo teve como meta realizar um estudo de fundamentação teórica, ou seja, em trabalhos já realizados, de modo a aprofundar o conhecimento sobre as questões relacionadas às mulheres que sobrevivem e vivem do empreendedorismo. Os desafios que as mulheres empreendedoras enfrentam perante o cenário da economia mundial e a concorrência com os homens ainda é muito grande, não só no Brasil mais em vários países nos quais predominam a cultura do gênero masculino. O objetivo deste trabalho foi realizar um estudo literário sobre o empreendedorismo feminino na modalidade descritiva, elencando os desafios das mulheres empreendedoras diante do mercado de trabalho, como forma de necessidade de melhorar sua vida pessoal e familiar, por meio do trabalho usando a motivação como principal atributo no desempenho das atividades a serem realizadas. “O tipo de pesquisa utilizado foi à pesquisa exploratória de revisão de literatura apoiada na técnica descritiva, que buscou descrever os fundamentos teóricos do Empreendedorismo Feminino”. As categorias de estruturação se deram a partir: 1) Introdução; 2) Material e Métodos; 3) Resultados e Discussão; 4) Considerações Finais; 5) Referências. Os resultados e a discussão encontram-se no âmbito do contexto adotado para o referido trabalho, que teve como propósito principal destacar os pontos que acentuam os impasses dos desafios e dificuldades, como o papel que a mulher empreendedora exerce perante a sociedade e a família, buscando por espaço e valorização diante do mercado de trabalho. Estas mulheres podem converter uma ideia em um negócio grande ou pequeno, através da ideologia de desenvolver, ampliar, financiar, experimentar e da iniciação de um determinado negócio. Concluiu-se que as mulheres possuem características distintas comparadas aos homens, quando o assunto é empreender e gerir, tais como: a sensibilidade, dedicação, visão aberta, detalhista e ação cooperativa, mais amplas do que os homens.

Palavras chave: Mulheres. Empreendedorismo. Desafios. Cenário. Economia. Feminino.

ABSTRACT

The present study aimed to carry out a study of theoretical foundation, that is, in works already carried out, in order to deepen the knowledge about the issues related to women who survive and live from entrepreneurship. The challenges that women entrepreneurs face in the world economy scenario and the competition with men is still very great, not only in Brazil more in several

^{1*} Graduanda em Administração. Email - aluskacampos@gmail.com.

^{2**} Professora de Administração do Campus VII da Universidade Estadual da Paraíba.

countries where male culture predominates. The objective of this work was to conduct a literary study on female entrepreneurship in the descriptive mode, listing the challenges of women entrepreneurs in the labor market, as a way of need to improve their personal and family life, using motivation as the main attribute in the performance of the activities to be performed. "The type of research used was the exploratory literature review based on the descriptive technique, which sought to describe the theoretical foundations of Female Entrepreneurship". The structuring categories were based on: 1) Introduction; 2) Material and Methods; 3) Results and Discussion; 4) Final Considerations; 5) References. The results and discussion are within the context adopted for this work, whose main purpose was to highlight the points that accentuate the impasses of challenges and difficulties, such as the role that the entrepreneurial woman plays before society and the family, space and appreciation before the labor market. These women can convert an idea into a big or small business, through the ideology of developing, expanding, financing, experimenting and initiating a particular business. It is concluded that women have distinct characteristics compared to men, when it comes to undertaking and managing, such as sensitivity, dedication, open vision, detail and cooperative action, broader than men.

.

Keywords: Women. Entrepreneurship. Challenges. Scenario. Economy. Feminine.

1. INTRODUÇÃO

O enredo do mercado de trabalho nas últimas décadas vem se traduzindo em constantes mudanças significativas ao que diz respeito à inserção das mulheres no âmbito dos negócios, uma vez que, estas vêm desempenhando cada vez mais brilhantemente funções específicas e ganhando mais espaço no cenário organizacional. Ainda é recorrente o preconceito sobre o perfil feminino no meio corporativo, a mudança com a introdução destas desempenhando funções que antes eram restritas aos homens ainda gera impacto nessa quebra de paradigmas.

De acordo com dados do SEBRAE e da Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2020 (GEM, 2017, p. 11), o Brasil assume a sétima posição com o maior número de mulheres empreendedoras no mundo. Dos 52 milhões de empreendedores no país, 30 milhões (48%) são mulheres. No entanto, ao que referem aos microempreendedores individuais (MEI), as mulheres representam 48% do total, empreendendo nos segmentos de moda, beleza e ramo alimentício.

O presente estudo ressalta a problemática das resistências culturais no que diz respeito às mulheres e sua atuação na sociedade que deixaram de restringirem suas vidas apenas ao lar e passaram a atuar em diversos campos do mercado de trabalho, de forma que, vem desenvolvendo e desempenhando perfis no ramo empreendedor e agindo como agentes transformadores do ambiente que estão inseridas, no qual por vez, geram emprego e renda, beneficiando assim a si própria e seu núcleo familiar, buscando satisfação pessoal (financeira) e reconhecimento social.

O objetivo deste trabalho foi realizar um estudo literário sobre o empreendedorismo feminino na modalidade descritiva elencando os desafios das mulheres empreendedoras diante do mercado de trabalho, como forma de necessidade de melhorar sua vida pessoal e familiar, por meio do trabalhado usando a motivação como principal atributo no desempenho das atividades a serem realizadas.

Este se justifica devido ao grande crescimento participativo das mulheres no mercado de trabalho, fomentado pelo empreendedorismo feminino, no qual os resultados vão além do aumento de seus rendimentos e poder de mercado. Entretanto, as torna independentes e protagonistas de suas vidas. Em busca desse crescimento, cada vez mais tem tomado proporção à quantidade de mulheres que diariamente exercem outra atividade de trabalho para além do trabalho domiciliar, se tornando donas de seu próprio negócio e conciliando bem a rotina de mães donas de casa e mães empreendedoras mesmo com tantos desafios.

2. MATERIAL E MÉTODO

Os procedimentos metodológicos significam o estudo dos caminhos a serem seguidos em um trabalho de estudo, pesquisa ou extensão, e principalmente nos trabalhos de conclusão de cursos, ou seja, acadêmicos, tanto na modalidade de monografia, artigos, relatórios, dissertações ou teses. Neste caso, fica expressa a modalidade de um artigo, que “os resultados sejam confiáveis quanto a sua análise, devem ser feitas de forma criteriosa e objetiva” (BARBETTA, 2010, p.21).

Para a construção deste artigo, o tipo de pesquisa utilizado foi à pesquisa exploratória de revisão de literatura apoiada na técnica descritiva, que buscou descrever os fundamentos teóricos do Empreendedorismo Feminino, não tendo compromisso em explicar os fatos que descreve (através de uma pesquisa de campo), embora seja de base para tal explicação, “levantando as informações necessárias para o entendimento do empreendedorismo feminino como desafios para as mulheres empreendedoras” (VERGARA, 2013).

O presente trabalho desenvolveu-se mediante o uso apenas da coleta de dados secundários, não sendo desenvolvida nenhuma pesquisa de campo. Quanto aos procedimentos utilizados, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, desenvolvida através de materiais já elaborados, como livros, artigos científicos, revistas, papers, monografias, teses, dissertações, sites online, no qual se permitiu uma ampla investigação sobre o que se propôs dissertar: 1. Campo Conceitual de Empreendedorismo; 2. Relevância Social do Empreendedorismo Feminino; e 3. O Papel da Mulher Empresária no Cenário dos Negócios no Brasil. As categorias de estruturação se deram a partir: 1) Introdução; 2) Material e Métodos; 3) Resultados e Discussão; 4) Considerações Finais; 5) Referências.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO: uma revisão sobre o empreendedorismo feminino sob o campo dos desafios das mulheres microempreendedoras

3.1 Campo do Empreendedorismo

Conforme Oliveira (2012) a palavra empreendedorismo deriva do termo francês *entrepreneur*, que significa fazer algo ou empreender. O empreender compreende o sentido de fazer, realizar e executar. Portanto, empreender “consiste em fazer algo novo, criativo, diferente e inovador com o objetivo de criar riqueza para o indivíduo e adicionar valor para a sociedade” (KAO, 1997). A princípio as aparições do termo empreendedorismo surgiram na Idade Média, em menção a pessoa que fazia parte ou administrava projetos de produção de alto padrão, que passou

a ser denominado de empreendedor, e sendo assim, detentor de vantagens por parte do governo (BISPO *et al.*, 2016).

O termo empreendedorismo foi apontado inicialmente por Richard Cantillon no ano de 1955, de forma receptível ao risco de compra de algo por um valor a ser negociado em regime de incerteza. Todavia, o economista francês Jean Baptiste Say, em 1903, distinguiu e expandiu essa definição, mencionando que o empreendedorismo está voltado para aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixo para outro superior, acrescentando maior rendimento (HASHIMOTO, 2013).

Richard Cantillon, na época, observou o empreendedor como o indivíduo que comprava os insumos por valor fixado, manejava-os e repassava-os por um valor qualquer, desta forma, gerando um fator de risco, principalmente por dispor seu próprio dinheiro. Ainda para Cantillon, o empreendedor era visto como o sujeito que conseguia seu lucro a partir das possibilidades avistadas, mesmo sendo vulnerável aos riscos. Porém, os empreendedores ainda eram chamados como administradores, ocasionando certa dificuldade na diferenciação dos dois termos (PINHEIRO, 2011).

O empreendedor era compreendido como o indivíduo que mantinha o comportamento de realizar acordos contratuais e assumir riscos no século XVII. Entretanto, devido ao processo de industrialização que se expandia no mundo surgiu a separação dos termos empreendedor e capitalista em meados do século XVIII. Entre o fim do século XIX e início do século XX os empreendedores eram comparados e julgados tais como gerentes e administradores o que é recorrente ainda nos dias atuais, são analisados apenas pelo ponto de vista econômico como aqueles que organizam a empresa e controlam os processos desenvolvidos na organização (DORNELAS, 2005).

O empreendedorismo tem enorme relevância para a economia de forma geral, conforme as mudanças dos meios de produção e serviços deram ênfase para o surgimento do empreendedorismo em decorrência do avanço tecnológico e sua rapidez (DORNELAS, 2005). A função do empreendedorismo envolve um processo de começar e instituir transformações no sistema organizacional e social, conforme Hisrich *et. al.*, (2014). Embora ainda haja algumas divergências acerca da definição do termo, alguns autores ainda têm pensamentos compatíveis ao afirmar que é um processo criativo.

Schumpeter (1988) *Apud* Baggio (2014) relata que há uma “destruição criativa” neste processo, no qual os métodos ou produtos existentes são destruídos e substituídos por outros mais novos. Dolabela (2010) destaca o efeito transformador do Empreendedorismo, em que os sonhos

viram realidade e riqueza. Outro conceito que ganha visibilidade é o de Barreto (1998), que afirma que “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”.

Compreende-se que o empreendedorismo está identificado na relação de pessoas que percebem oportunidades e as transformam em um negócio criativo e lucrativo, de forma que atenda às necessidades dos demais clientes. Estudos sobre a temática do empreendedorismo vêm ganhando maior proporção nas últimas décadas, visto que, sua prática é essencial para o desenvolvimento e crescimento dos países.

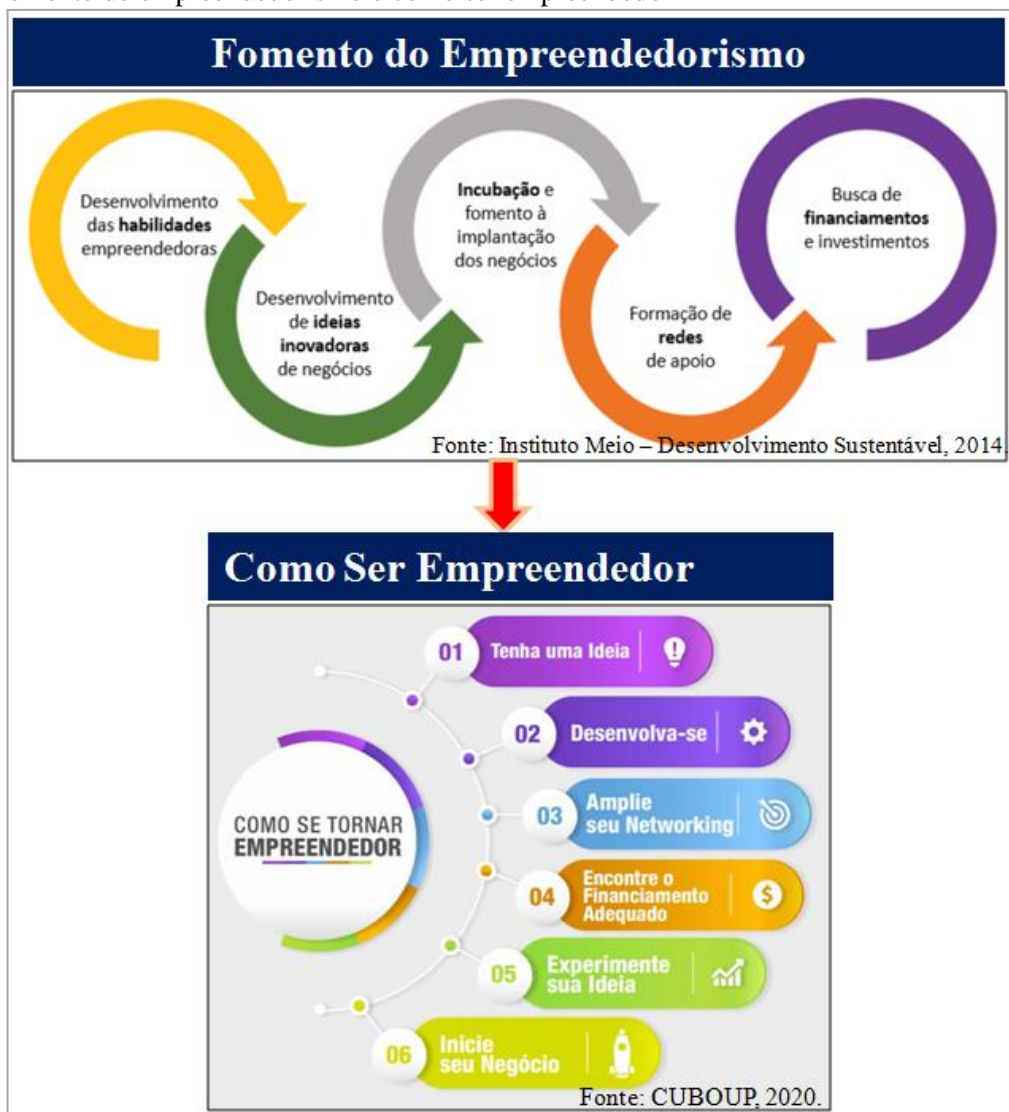
Mcclelland (1961) caracterizou o empreendedor como motivado inicialmente por uma enorme necessidade de realização e por um forte impulso para construir. A literatura abrange muitas definições para o empreendedor. Para Dolabela (2008) “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. O autor defende que “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Argumenta também que alguns atributos dos empreendedores de sucesso, tais quais: visionários, detentores de melhores decisões, pessoas que buscam as oportunidades, inteligentes, apaixonados pelo que fazem determinados e dinâmicos, assumem riscos calculados, são líderes e formadores de equipes.

Na concepção de Drucker (1987), o empreendedor busca fontes de inovação e de mudança a fim de gerar diversos valores e satisfações. Para Miranda (2007) o GEM (2008) é o principal órgão que acompanha a atividade empreendedora no mundo, para o respectivo órgão, o empreendedorismo pode ser definido como “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas” (GEM, 2008). A atenção dada à classe empreendedora nos tempos atuais é imprescindível, devido a esta ter se tornado um fator relevante de crescimento e desenvolvimento econômico na sociedade, esta por sua vez, é quem gera riquezas através das demais inovações implementadas nas organizações contemporâneas (DAVID, 2004).

Considera-se o empreendedorismo como um comportamento relacionado à inovação, a fim de ocasionar valores e riquezas para si e para os demais, incentivando o lucro através de novos negócios e fomentando o crescimento do país através destes, tendo em vista que todo processo de inovação e de mudanças são vistos como um processo ousado e que corresponde a um fator de risco pelos quais dependem tão somente do empreendedor e de seu desempenho.

Na concepção literária sobre empreendedorismo, empreendedor é alguém motivado que sonha e procura realizar seus sonhos visando a autorrealização a partir de riscos assumidos e com responsabilidade (FIGURA 1). É alguém sempre criativo e que busca em suas ações satisfação e resultados positivos a partir de atividades empresariais que geram lucros livres de rotinas. O empreendedor é extremamente apaixonado pelo que faz e se dedica intensamente no que quer realizar e no seu autodesenvolvimento.

Figura 1: Fomento do empreendedorismo e como ser empreendedor



Fonte: Adaptado pela autora, 2022.

Empreendedorismo é o processo de iniciar, desenvolver e operar um negócio a partir do zero, no qual se fomenta na base do desenvolvimento tais como habilidades, ideias inovadoras, incubação, redes e financiamentos. Com relação aos empreendedores estes são sujeitos visionários que podem converter uma ideia em um negócio grande ou pequeno, através de uma ideia, do desenvolver-se, do networking, financiamento, experimento e da iniciação do negócio.

3.2 Relevâncias Sociais do Empreendedorismo Feminino

A figura do gênero feminino tem expressado sua força e demonstrado a habilidade da mulher em se sobressair diante dos desafios diante do mercado de trabalho e ter que desempenhar múltiplas tarefas, seja no âmbito familiar, profissional, ou na vida cotidiana como um todo, ainda assim, podendo se desenvolver como uma empreendedora de sucesso. Durante um expressivo período da história, as mulheres vêm lutando por uma igualdade social e por mais espaço no mercado de trabalho e, diante disso, tem conseguido extrair inúmeras conquistas, a exemplo, de ter sua independência e também estar à frente do próprio negócio.

O avanço da mulher no campo do empreendedorismo ressalta suas mudanças e evolução no cenário de um mercado altamente competitivo com os homens, no tocante a inserção neste espaço, deixando de lado o que antes apenas tinha a representatividade da figura masculina. Por muito tempo as mulheres foram condicionadas a serem submissas devido aos padrões socioeconômicos e culturais impostos pela sociedade.

As mulheres se restringiam apenas as atividades do lar, desenvolvendo atividades femininas e domésticas, as quais a imposição social da época mencionava ser específicas delas (VALE; SERAFIM, 2010). Uma expressiva participação das mulheres nos negócios, traz avanços para sociedade, para economia e para as organizações. O empreendedorismo feminino levou a este gênero a exercer um papel essencial para amenizar as discrepâncias entre as vantagens de crescimento na carreira para homens e mulheres. Entretanto, ainda favorece a diversidade de negócios frente às perspectivas inovadoras avistadas pelas empreendedoras.

Tem sido perceptível que as mulheres estão ingressando cada vez mais no cenário dos negócios. A introdução feminina no mercado de trabalho e de modo específica no âmbito do empreendedorismo trouxe incontáveis mudanças importantes no modo de idealizar as relações profissionais e estratégicas (MARTINS et al., 2010). Greco et. al. (2010) cita que os fatores pelos quais as mulheres investem no empreendedorismo se dão pelas mesmas razões que os homens. Estes objetivam seu sustento e dos familiares, buscam serem autossuficientes e independentes e visam liberdade financeira devido suas carreiras serem bem sucedidas.

O contexto de mudanças econômicas, transformações e as inovações tecnológicas nos tempos atuais propiciam um cenário competitivo pelo qual se torna fundamental formulações de estratégias para lidar com o mercado e sua permanência. Tais mudanças favorecem a prática do empreendedorismo feminino, que é determinado pela inovação, intuição, persistência, aptidão em trabalhar em equipe e outras características do empreendedorismo. O público feminino ocupa-se

cada vez mais no sonho de iniciar um negócio próprio, se sobrepondo a riscos de forma que consiga alcançar sua realização pessoal (LIMA, 2013).

Figura 2: Imagem ilustrativa da importância do empreendedorismo feminino



Fonte: Portal SEBRAE, 2021.

Ainda conforme o Portal SEBRAE (2021) mesmo em um cenário positivo e crescente com a evolução das mulheres empreendedoras no mercado, ainda existem diversos desafios a serem enfrentados e superados pelos quais estas ainda enfrentam muitos obstáculos em suas jornadas de trabalho nas quais são submetidas em seu cotidiano:

1. **Preconceito** - A discriminação no ambiente de trabalho e a diferença de oportunidades em relação aos homens ainda persistem. Porém, essa questão é algo que já vem sendo discutido ao longo dos anos e mudanças consideráveis já podem ser vistas.
2. **Dupla jornada** - Além do preconceito, as mulheres precisam conciliar todas as suas responsabilidades da vida pessoal com a profissional. É desafiador, mas possível. Por meio de uma gestão eficiente do tempo e com a divisão de responsabilidades entre os membros da família, a empreendedora encontrará mais harmonia entre os papéis que desempenha.
3. **Autoconfiança** - O medo de falhar aterroriza muitas mulheres. Mas lembre-se: fracassar faz parte, desistir, não. Para melhorar a autoconfiança, o ideal é procurar cursos que ajudem no desenvolvimento de habilidades técnicas e pessoais, para assim ter mais segurança nas tomadas de decisões (PORTAL SEBRAE, 2019, p.3).

Na percepção de Fialho (2012), a atuação do perfil feminino no meio corporativo e na trama familiar, atenta-se como um fator em crescimento exponencial, no qual se desencadeia uma modificação no ambiente familiar e de trabalho em meio aos papéis desempenhados entre os homens e mulheres. Entretanto, ainda se evidencia certa inferioridade na ocupação de cargos gestores e políticos confiados as mulheres e, no que diz respeito ao perfil masculino, percebe-se uma desvantagem sobre sua participação no círculo familiar. Para Santos & Sales (2011), o corrente papel realizado pela mulher no setor econômico e social tem gerado interesse crescente de modo geral. Pessoas e governos de muitos países admitem a marcante colaboração concedida pelas mulheres à frente da gestão de empresas e como operantes no mercado de trabalho.

Um aspecto que desafia as mulheres empreendedoras é manter uma harmonia entre a carreira profissional e pessoal. Faz-se necessário que elas aprendam a gerenciar seus negócios e, ao mesmo tempo, sua família, uma vez que, a maternidade e a dificuldade de se manter no mercado de trabalho, bem como a carência de sustentar a família muitas vezes sozinhas, são consequências de ainda haver uma discriminação de gênero no mundo dos negócios. Apesar da figura feminina representar um nível de escolaridade 16% superior, as mulheres ainda permanecem ganhando 22% menos do que os homens empresários (CAPITANI, 2022).

Segundo Dornelas (2001), desde os anos 1970 que a participação feminina tende a aumentar na economia. Nesta última década o público feminino representa maior escolaridade se comparado ao masculino e passou a ocupar lugares de prestígio e liderança nas organizações tanto públicas quanto privadas. No decorrer da história diversos foram os acontecimentos marcantes, a exemplos: a Revolução Industrial e também a conquista por direito ao voto, estas conquistas ajudaram as mulheres a se inserirem no mercado de trabalho e dessa forma, também passaram a ter participação ativa no desenvolvimento das nações.

Pessoa (2015) coloca em evidência que no Brasil foi a partir de 70 que se iniciou o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho mediante movimentos sindicais e feministas, porém, foi somente com a Constituição Federal de 1988 que a mulher passou a dispor de uma igualdade jurídica correspondente aos homens, passando a serem reconhecidas por possuírem capacidade tal qual os homens.

As mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço no mercado e sendo reconhecidas e premiadas pelas organizações e pelos seus excelentes desempenhos. O SEBRAE fomenta isso através da premiação “Mulher de Negócios”, no qual o objetivo é dar visibilidade e reconhecimento às histórias de sucesso de mulheres empreendedoras em todo o Brasil (SEBRAE, 2019).

As atividades de empreendedorismo feminino ganharam espaço e destaque devido às características inerentes ao perfil feminino. Essa inserção no mercado se dá por variados motivos que vão desde motivações intrínsecas a propósitos alheios. Peñaloza et. al (2008) menciona que a introdução das mulheres no mercado de trabalho transcorre de complemento financeiro da renda familiar e sua independência, à expansão pelo exercício vocacional, formação de identidade profissional e a realização pessoal. Ressaltam que se trata de uma mudança social que envolve transformações nas expectativas de vida pessoal e nas relações familiares.

3.3 O Papel da Mulher Empresária no Cenário dos Negócios no Brasil

Gerir uma empresa no Brasil se traduz em um enorme desafio e quando esse papel é desempenhado por uma mulher, as dificuldades encontradas são ainda maiores, portanto, é imprescindível constantemente o empreendedorismo feminino ser colocado em pauta o papel da mulher empresária no cenário dos negócios no Brasil, como uma super mulher, que se traduz em esposa, mãe, filha, irmã e uma “super mulher” que desenvolve muitas delas uma tripa jornada de trabalho entre empresa e família (FIGURA 3).

Figura 3: Imagem ilustrativa da super mulher como empreendedora



Fonte: Portfólio de Siraanamwong, 2022.

Empreender e obter resultados propícios para a manutenção e conservação de uma empresa não é tarefa fácil, se faz necessários investimentos variados, estudo, criatividade, políticas públicas eficientes e outras determinações. Conforme Gouveia et. al (2013) as mulheres empreendedoras brasileiras possuem perfil com estado civil de casadas e mães, aparentemente com um pouco mais de idade, apresentam escolaridade com ensino superior, tendem a ser organizadas, comunicativas e capazes de lidar com ideias divergentes e ambientes conflitantes. Todavia, estão dispostas a investir na sua profissão além de terem habilidade para trabalhar em equipe.

Os estudos do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017) relatou que os homens são parcialmente mais empreendedores do que as mulheres, ao analisarmos o empreendedorismo por definição de gênero. Entretanto, existe uma disparidade mínima nesse percentual. O sexo feminino correspondia como a maioria se tratando dos empreendedores iniciais, dessa forma, faz sentido perceber que estas empreendem de forma maior que os homens, embora em partes seus negócios não se mantenham ativos tanto tempo quanto aos do gênero masculino. Em razão disso, vale ressaltar que a respeito da quantidade de mulheres que empreenderam no Brasil por volta de 2017 eram correspondentes a 24 milhões, comparando-as aproximadamente aos homens que correspondiam a 25,4 milhões de empreendedores.

Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em análises divulgadas em março de 2021, 54,5% das mulheres com idade a partir dos 15 anos ou mais, em 2019, faziam parte da força de trabalho no país em relação aos homens que tinham em seu percentual 73,7%. Vale salientar que compõe a denominada força de trabalho qualquer pessoa que esteja em busca de emprego ou as que já estejam empregadas. Ainda, de acordo com base da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) coletada em 2021 pelo IBGE, relatou que aproximadamente 9,3 milhões de mulheres estavam a frente de empreendimentos no Brasil e que em 2018 destas, 34% correspondiam a mulheres “donas de negócio” (CAPITANI, 2022).

A LinkedIn Corporation (2020), empresa voltada a relacionamentos profissionais, explica o Brasil expandiu sua atividade para 41% referente as mulheres que se propuseram a iniciar um negócio próprio. Com relação aos homens, a proporção foi verificada em 22%. Dados em referência a 2020 e com relação a 2019. Ainda de acordo com a LinkedIn, dados publicados no Global Gender Gap Report 2022 do Fórum Econômico Mundial, o crescimento das mulheres se introduzindo cada vez mais no segmento do empreendedorismo, se deu devido às dificuldades ocasionadas pela pandemia do Covid-19 e pelos desafios profissionais com ambientes de trabalhos desiguais pelos quais enfrentavam e tendem a enfrentar no país. Gouveia, Silveira e Machado (2013) mencionam que normalmente as mulheres são responsáveis pela formação de micro e

pequenas empresas e esses empreendimentos constituem uma parcela significativa para população em países em desenvolvimento, a exemplo do Brasil.

A pesquisa da LinkedIn Corporation citou que a representação da figura feminina na função de liderança no Brasil é de apenas 27% e dessa forma o país fica compreendido na 27.^a posição diante dos países mensurados na pesquisa e relativamente abaixo da média global de 31%. Mostra também que a probabilidade de promoções confiadas à liderança para os homens foram 52% maior ano passado em relação às mulheres, desta forma, evidenciando que a figura feminina vem ocupando menos de um terço dos espaços de liderança e que globalmente continuam sub-representadas. Ao passo que ocupam quase 46% das funções de nível básico no Brasil, ocupam pouco menos de 35% dos cargos de gestão e menos de um quarto 23% dos cargos de liderança Sênior.

A inserção da representação feminina na alta liderança nas empresas tem ocasionado consideráveis modificações e vantagens para um novo cenário de modelo de gestão por competência nas organizações. Conforme Carreira et. al (2006), as mulheres possuem habilidades de desempenhar muitas tarefas ao mesmo tempo, e ainda ter atenção ao comportamento dos demais colaboradores, haja vista sua capacidade de inserir no contexto de trabalho habilidades herdadas do contexto doméstico. Para Aburdene e Naisbitt (1993), o meio corporativo propende a incorporar valores descritos femininos: trabalho em equipe, cooperação ao invés de competição, importância do relacionamento, a sociabilização no lugar da imposição, participação ao invés da centralização.

A busca eminente por alternativas de trabalho e fonte de renda tem elevado o surgimento de novas empreendedoras no Brasil, de modo que, buscam se realocar no mercado de trabalho com mais liberdade a partir de um negócio próprio e possuir renda de forma autônoma. “Fomentar o empreendedorismo feminino é fundamental para que as mulheres possam aumentar seus rendimentos, gerar empregos, ter sustentabilidade no mercado e, sobretudo, ser independentes e protagonistas de suas vidas” (SEBRAE, 2011).

Conforme um levantamento realizado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PENAD, 2022) aproximadamente 10 milhões de mulheres resolveram empreender no ano de 2022, o que implica em um aumento de 34% na inserção de mulheres empreendendo no país. Segundo a pesquisa realizada este ano pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2022) com apoio da Rede Mulher Empreendedora e Meta, e execução do Instituto Locomotiva, esta revela que maior parte das mulheres “donas de negócios” tem o perfil composto por negras, são mães e estão inseridas na Classe C na sociedade. Indica ainda que 46% das mulheres empreendem

por necessidade, 52% delas são negras e revela ainda que 71% estão inseridas na classe D e E e que 56% finalizaram o ensino fundamental.

A iniciação feminina no mundo do empreendedorismo parte da premissa de um futuro de trabalho mais promissor, seja pela necessidade de uma renda no orçamento ou pela dificuldade de uma posição no mercado formal. O empreendedorismo não necessariamente tem garantido a renda pretendida, pois não é sempre que seus empreendimentos geram lucros que gerem satisfação ao chegar ao fim do mês. Ainda conforme a pesquisa do IRME, 41% das empreendedoras não possuem faturamento suficiente para manter as despesas de seus negócios. Todavia, 35% conseguem cumprir com as despesas de seus negócios e somente 11% diz ter a possibilidade de poupar.

De acordo com o levantamento do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2022), a pandemia do Covid 19 deu força ao crescimento nos números das mulheres no empreendedorismo. Dados mensurados entre as respondentes mostram que em torno de 38% dos negócios tem até dois anos de iniciação evidenciando seu início em plena pandemia. Das análises feitas a partir destes negócios com até dois anos de abertura, 52% são representados por mulheres das classes D e E, 45% são moradoras de favelas ou comunidades e 42% começaram a empreender por necessidade.

Este levantamento aponta que 60% das mulheres donas de negócios são negras, 37% brancas, 2% descendem de asiáticos e 1% representam as indígenas. Com relação ao grau de escolaridade 24% possuem ensino médio completo e 28% ensino superior. Ao que diz respeito a classe social, 50% estão inseridas na classe C, 34% nas classes A e B, 17% nas classes D e E. Destas possuem perfil de casadas 57%, estão em condições de mães 73% enquanto que 51% dessas mães 51% têm filhos com idades maiores que 18 anos. A faixa etária fica representada em 63% correspondente de mulheres com até 45 anos, 28% entre 46 e 59 anos e somente 10% acima de 60 anos (IRME, 2022).

Quanto à formalidade dos negócios das entrevistadas, a pesquisa acentua que os índices no país com maior informalidade que as empreendedoras atuam, se concentram nas regiões Norte e Nordeste, com 75% e 64% respectivamente. Enquanto que nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste mais da metade da população empreendedora feminina possuem CNPJ (IRME, 2022).

A pesquisa ainda aponta que a maior parte das empreendedoras entrevistadas trabalha sozinha ou empregam ao menos um funcionário e isso representa 57% destas. Quando contratam, tendem a contratar outras mulheres. Entretanto, 44% possuem um quadro de funcionários totalmente feminino e 28% a equipe se mantém em maior parte feminina. No que diz respeito ao

rendimento de seus negócios, 63% das empreendedoras recebem até R\$ 2,5 mil enquanto que, 80% recebem até R\$ 5 mil (IRME, 2022).

Alguns dos fatores que tem levado as mulheres a empreender consistem na procura por seu espaço e independência financeira, interesse em possuir uma poupança e também melhor conciliar o trabalho e convivência familiar. “Sejam impulsionadas pela necessidade ou por vislumbrarem uma oportunidade de crescimento profissional, as mulheres estão escrevendo um novo capítulo na história do empreendedorismo nacional, atuando de forma estratégica e ousada” (FERNANDES, CAMPOS, DA SILVA, 2013).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa demonstrou os principais motivos e dificuldades para as mulheres empreendedoras que estabelecem negócios de comércio no segmento da economia informal e de serviços. As mulheres empreendedoras foram motivadas principalmente por fatores insatisfatórios no emprego anterior e desejavam ganhar dinheiro para satisfazer suas próprias necessidades e de sua família, que são os fatores que revelavam os motivos como a necessidade de conciliação entre trabalho e família, quanto também a flexibilidade de horários sendo importantes para estas.

O empreendedorismo feminino é cada vez mais reconhecido como uma importante força de crescimento econômico, produtividade, inovação e emprego, sendo amplamente aceito como um aspecto fundamental do dinamismo econômico, mesmo ainda vivendo as mulheres numa sociedade altamente machista. A sociedade com trabalho na formalidade ainda é composta na sua maioria pelos homens, ocupando as mulheres uma parcela de menos de 40% na economia formal.

As mulheres por meio do empreendedorismo feminino vem buscando transformar ideias em oportunidades econômicas sobre o anseio de um dia ingressarem na formalidade. A história mostra que o progresso econômico das mulheres foi significativamente avançado por pessoas pragmáticas, empreendedoras e inovadoras, as chamadas “super mulheres”, que são capazes de explorar oportunidades e estão dispostas a correr riscos.

Neste Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade de um artigo para o Curso de Bacharelado em Administração da UEPB – Campus VII de Patos-PB, foi possível constatar que a mulher ainda se encontra em uma luta diária em busca de valorização e reconhecimento perante a sociedade e perante o mercado de trabalho formal. Portanto, o propósito deste trabalho como uma revisão literária, consiste em um aperfeiçoamento que possa ser utilizado para futuras pesquisas de campo fomentado no empreendedorismo feminino.

6. REFERÊNCIAS

- ABURDENE, P. NAISBITT, J. **Mega-tendências para as mulheres**. Tradução de Magda Lopes. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1993.
- BAGGIO, A. F. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, (1): 25-38, 2014.
- BARBETTA, P.A. **Estatística Aplicada às ciências sociais**. São Paulo: Editora Atlas, 2010, pp. 21.
- Barreto, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo. Educação Brasileira**, pp. 189-197.
- BISPO C. S. et al. **Empreendedorismo e Inovação. 2016**. Uniceusa. Disponível em: <http://www.ibes.edu.br/aluno/arquivos/artigo_empreendorismo_inovacao.pdf>. Acesso em: 05 de set. de 2022
- CAPITANI, Lidia. **As razões que levam as mulheres brasileiras a empreender**. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/womentowatch/2022/10/10/mulheres-empreendem-em-busca-de-independencia-financeira-e-para-conciliar-trabalhos-domesticos.html>> Acesso em 30 de out de 2022.
- CARREIRA, D.; MENCHU, A.; MOREIRA, T. **Mudando o mundo: A Liderança Feminina no Século 21**. São Paulo: Cortez, 2006.
- CUBOUP. Seu Negócio no Topo. **Empreendedorismo: o que é, qual a Importância e os Diferentes Tipos de Empreendedores**. São Paulo: CUBOUP, 2020. Disponível em: <https://cuboup.com/conteudo/empreendedorismo/>. Acesso em: 2/10/2022.
- DAVID, Per. **Researching entrepreneurship**. Boston: Springer, 2004.
- DORNELAS, J. C. A. O ensino de empreendedorismo: panorama brasileiro. **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2001. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
- _____, J. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, Peter F. **A prática de administração de empresas**. São Paulo: Pioneira, 1987.
- FERNANDES, J. A. T.; CAMPOS, F.; SILVA, M. O. Mulheres Empreendedoras: o desafio de empreender. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales – CCCSS**. Junho, 2013. Disponível em:
- FIALHO, M. O. H. C. Empreendedorismo feminino no poder local. **Dissertação de Mestrado**. Instituto Politécnico de Beja, 2012; disponível em: <<https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/3952>> Acesso em: 11 de out de 2022.
- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **O Empreendedorismo no Brasil. 2008**. Curitiba: IBPQ, 2008.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **O Empreendedorismo no Brasil. 2017.** Curitiba: IBPQ, 2017.

GRECO, S. M. O. S. **Empreendedorismo no Brasil.** 2010. Disponível em: <<https://ibpq.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2010.pdf>> Acesso em: 03 de nov de 2022.

GOUVEIA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A.; MACHADO. H. P. V. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n.2, p. 32-54, 2013.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo.** 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

HISRICH, Robert D. **Entrepreneurship/Intrapreneurship.** *American Psychologist*, v. 45, n. 2, p. 209-222, 1990

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mapa do Estado da Paraíba com Destaque para o Município de Teixeira-PB.** IBGE: Patos-PB, 2021.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estimativa Populacional do Município de Teixeira-PB, 2017.** Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2021.** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html>> Acesso em: 20 de out de 2022.

INSTITUTO MEIO. Desenvolvimento Sustentável. **Fomento ao Empreendedorismo.** São Paulo: Instituto Meio, 2014. Disponível em: <https://institutomeio.org/wordpress/fomento-ao-empreendedorismo/> Acesso: 12/10/2022.

IRME. **Instituto Rede Mulher Empreendedora.** 2022. Disponível em: <<https://institutorme.org.br/blog/>> Acesso em: 30 de out de 2022.

KAO, John J. **The entrepreneur.** Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1997.

LIMA, A. N. S. Empreendedorismo feminino: Estudo sobre o perfil empreendedor das mulheres no gerenciamento das micro e pequenas empresas no município de Rolim – Moura - RO. **Trabalho de Conclusão de Curso.** Universidade Federal de Rondônia. 2013; disponível em: <<https://www.ri.unir.br/jspui/handle/123456789/1673>> Acesso em: 11 de out de 2022.

LINKEDIN CORPORATION. 2022. **Participação das mulheres cresceu 41% no Brasil, aponta LinkedIn.** Disponível em: < <https://empreendedor.com.br/noticia/participacao-das-mulheres-cresceu-41-no-brasil-aponta-linkedin/> > Acesso em: 03 de nov de 2022.

MARTINS, C. B. **Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas.** Santa Maria, 2010. Disponível em: <https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/955/1/VitorValadarMiranda.pdf> Acesso: 05/11/2022.

McCLELLAND, David. **A Sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1961.

MIRANDA, V. V. **Análise do apoio oferecido para incubação de empresas**. São Luís, 2007.

Disponível em:

<https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/955/1/VitorValadarMiranda.pdf>/Acesso: 12/10/2022.

OLIVEIRA, F. M. **Empreendedorismo: teoria e prática**. **Revista maio 2012** n. 3, 2012.

Disponível em: <<https://www.ipog.edu.br/revista-especialize-online/edicao-n3-2012/empreendedorismo-teoria-e-pratica/>>. Acesso em: 10/09/2022.

PEÑALOZA, V., DIÓGENES, C. G.; SOUSA, S. J. Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. **Revista de Administração Mackenzie**, 9 (8), 151-167, 2008.

PESSOA, E. **Tipos de empreendedorismo: semelhanças e diferenças**. 2015. Disponível em:

<<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/tipos-de-empreendedorismo-semelhancas-e-diferencas/10993>>. Acesso em: 06 out. 2022.

PINHEIRO, F. F. **A importância do perfil do empreendedor no desenvolvimento e sucesso de novos negócios**. Campinas - SP, 2011; Disponível em: <<https://portalcorreio.com.br/no-brasil-24-milhoes-de-mulheres-sao-empreendedoras-diz-pesquisa/>> Acesso em: 05 de set. 2022

PORTAL SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino: qual a sua importância para a sociedade?** São Paulo: SEBRAE, 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismo-feminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 15/10/2022.

PORTFÓLIO/SIRAANAMWONG. **A Super Mulher Empreendedora**. Disponível em: <https://pt.dreamstime.com/ilustra%C3%A7%C3%A3o-stock-o-domin%C3%B3-est%C3%A1-caindo-um-homem-de-neg%C3%B3cios-que-procura-o-futuro-image59340129>. Acesso em: 16/10/2022.

SANTOS, E. F.; SALES, T. L. Empreendedorismo Feminino: o Caso das Mulheres Empreendedoras na Cidade do Recife. **Revista de Iniciação Científica**, v.1, jan.-jun. 2011.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Nova Cultura, 1988.

SEBRAE. **Projeto Sebrae Mulher de Negócios – 2021**. Empreendedorismo feminino em pauta.

Disponível em <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/programas/projeto-mulher-de-negocios-empreendedorismo-feminino-em-pauta,318225981b13a610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>

Acesso em 30 de ago de 2022.

SEBRAE (2011). **Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas**. Brasília.

SEBRAE (2019) **Semana Global do Empreendedorismo**. Disponível em

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/sebraeaz/semana-global-do->

empreendedorismo-2019,bf3963b76340e610VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em 04 de nov de 2022.

VALE, G. M. V.; Serafim, A. C. F. & Teodósio, A. S. C. (2010). Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba,15 (4): 631-649.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Editora Atlas, 2013.

AGRADECIMENTOS

No decorrer da vida, inúmeras são as pessoas que crescem no nosso aprendizado. Aqui agradeço primeiramente a Deus por me dá o poder de aprendizado e força para que eu nunca desistisse e a minha mãe por ter me induzido ao caminho dos estudos antes mesmo de me levar a uma escolinha. A minha tia pela qual tive que me fazer ausente nos seus últimos anos de vida devido às obrigações da vida acadêmica, mas que guardarei para sempre seus ensinamentos e o contar das horas, risos.

Agradeço de coração aos colegas de curso e demais professores pela parceria e caminhada percorridas juntos, diante de todos os desafios e gratidão também a todos que fazem a Universidade por todo acolhimento.

Agradeço aos meus amigos e familiares fora dos limites da universidade pela compreensão nos momentos pelos quais não pude estar presente por estar em busca de alcançar meus sonhos. Ao meu namorado por todo incentivo de sempre. Agradeço a minha prima por segurar minhas mãos nessa caminhada e sempre estar disponível e atenta para me ajudar em tudo que precisei.

Por fim e com tamanha importância, agradeço a minha orientadora Aretuza por todo apoio e incentivo durante e fora das aulas, por acreditar em mim nos momentos em que pensei em desistir, sempre com um incentivo e um carinho através de uma palavra amiga e ombro amigo. Guardarei comigo um carinho enorme por todos vocês!