

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: uma revisão bibliográfica

Ana Paula Rocha de Moraes / RA: 1710905

Beatriz Alves Garcia / RA: 1710948

Ewerton Rodrigues / RA: 1610619

Guilherme Grummt / RA: 1710324

Vinicius Marcos Moraes / RA: 1710107

Graduandos do Curso de Graduação em Administração do Centro Universitário UniDomBosco. E-mail: aprmoraes@yahoo.com

Adriana Franzoi Wagner

Professora e orientadora do Projeto Interdisciplinar (TCC)

Coordenadora de cursos da Escola de Gestão (presencial e educação à distância)

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIDOMBOSCO

RESUMO: O presente artigo teve como objetivo mostrar o crescimento da mulher no mercado de trabalho desde os primórdios da história da civilização, os desafios e as conquistas encontrado nessa jornada no meio dos negócios. As mulheres vêm alcançando cada vez mais espaço em diversas áreas profissionais e na área do empreendedorismo não foi diferente. Utilizou-se como metodologia a revisão bibliográfica (específica da área), com influência principal em artigos renomados de sites confiáveis, aonde comprovaram algumas hipóteses levantadas inicialmente. O principal objetivo dessa pesquisa é identificar e analisar as conquistas e os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no mundo dos negócios dominado pelos homens, conciliando também os conflitos entre o trabalho e a família. Esse estudo adotou a estratégia de gráficos comparativos entre homens e mulheres no mercado de trabalho. Em relação a esta comparação ou inversão de papéis, constatou-se que

as mulheres muitas vezes sofrem com o preconceito, frustração e desgaste emocional e físico.

1 INTRODUÇÃO

A atuação feminina no papel de empreendedor é recente, geralmente os empreendedores são do sexo masculino, mas com o passar do tempo esse cenário mudou, a mulher começou a conquistar seu espaço no mundo do empreendedorismo e dos negócios.

Os empreendedores têm a função e o desafio de ajudar no crescimento do mercado, tem a capacidade de reinventar e inovar os meios para atender as necessidades de seus clientes das mais diversas formas, proporcionar transformações em negócios já existentes atentos à melhoria.

Pode ser levada em questão a desigualdade de gênero pelo fato de as mulheres antigamente terem sido tratadas com inferioridade e hoje em dia essa questão estar mais igual em ambas as partes, e ter retirado a visão que a mulher normalmente seria do lar e seus cônjuges empreendedores.

“Empreendedores não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento” (CHIAVENATO, 2007, p. 18).

“O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. A atividade empreendedora não é recente, existe desde “sempre”, pois inovar é parte da natureza humana” (DOLABELA, 2006, p. 29).

O objetivo geral deste trabalho é analisar os avanços da mulher no ambiente de trabalho e seus desafios, como a mulher conquistou seu lugar na sociedade, como surgiu a oportunidade e o que as motivou a empreender e abrir seu próprio negócio em meio a todas as responsabilidades já atribuídas a mesma.

Com base no aumento da participação das mulheres no mundo dos negócios e no empreendedorismo, em que representam distintos papéis, nasceu a preocupação com o aspecto do empreendedorismo feminino. Assim, por quais motivos, necessidades levaram a mulher a empreender? Onde e como despertou o interesse em abrir seu próprio negócio?

Também evidenciou a independência financeira feminina, em meio a desigualdade

salarial perante a masculina. Mostrando que elas invadiram as mais diversas áreas no mercado de trabalho, visando perfeição e técnica no seu dia-a-dia.

Contemplou com o início dos movimentos femininos, passando por vários momentos de afirmação feminina na sociedade e, por fim, chegando ao importante papel e representatividade no cenário histórico e atual do empreendedorismo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo aprofundou-se na evolução do avanço feminino no mercado de trabalho, visando seu crescimento pessoal e profissional perante a sociedade.

2.1 A EVOLUÇÃO DA MULHER DO MERCADO DE TRABALHO

Desde o início da sociedade até os dias atuais, a mulher luta contra a discriminação e o impedimento de atuar no ambiente profissional. A geração passada registrou fatos impressionantes que oprimiram a mulher durante muitos anos e afugentaram seus sonhos e aspirações, oferecendo-lhe um espaço restrito e limitado a prática doméstica (LAIMER e VAZ, 2010).

Segundo Cunha (2004, p. 08),

desde os tempos antigos, as mulheres participam do mercado de trabalho, mesmo sendo em ambientes domésticos, em cooperativas, ou em ambientes rurais etc. Com o passar dos tempos, a mão de obra feminina foi, pouco a pouco, se interessando pelo trabalho no meio assalariado. Assim, a mulher foi buscando o trabalho formal, começando a ingressar em empresas ou, melhor dizendo, em fábricas destinadas à tecelagem. Esse importante passo rumo à inserção da mulher no mercado de trabalho, teve início na Inglaterra e, rapidamente se espalhou pela França, começando assim, a surgir as mulheres operárias em maior número.

Para Probst (2007, p. 18),

com o desenvolvimento e crescimento industrial as máquinas passaram a exigir menos força braçal e mais habilidade, podendo, então, ser manuseadas por mulheres e até crianças. É importante ressaltar que, nesse período é quando as grandes empresas passam a se aproveitar da mão-de-obra barata, com salários reduzidos e carga horária maior. Isso acaba contribuindo para que os homens percam o interesse pelos trabalhos em fábricas.

Mediante Piovesan (2014, p. 134),

com o intuito de contribuir com o sustento da família, a mulher se submetia à jornada de trabalho exaustiva, com turnos de até 17 horas seguidas. Em caso de algum erro, as mulheres eram castigadas. Além dos salários que não eram justos, muitas operárias morriam de exaustão, tuberculose, ou outras doenças relacionadas ao trabalho.

De acordo com Stearns (2007, p. 11),

falar em gênero é uma forma de enfatizar o caráter social e, portanto, histórico das concepções baseadas nas percepções das diferenças sexuais, profundamente arraigada num domínio masculino milenar, cuja dissolução total ainda não é um horizonte claramente perceptível em curto prazo. Portanto, trata-se de interações entre definições entre masculino e feminino, e das funções designadas para homens e mulheres, em relação a culturas diferentes.

Conforme Lopes (2006, p. 418),

a constituição de 1988 foi um marco para a igualdade no trabalho entre homens e mulheres. Até esse momento, a legislação era protetora em relação aos direitos da mulher, proibindo horas-extras e trabalho pesado. Dessa forma, protegia as mulheres, partindo do princípio de que seriam mais frágeis, porém as deixava fora da competição pelo trabalho. A inclusão e mudanças nas leis de proteção à maternidade, normas de combate à discriminação e meios de assegurar a igualdade (como proibição da diferença de salários) transformou o direito do trabalho, de protetor a promocional.

2.2 EMPREENDEDORISMO

“A palavra empreendedor origina-se da palavra entrepreneur que é francesa, literalmente traduzida, significa: Aquele que está entre ou intermediário” (HISRICH, 1986, p. 96).

“O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade” (HISRICH e PETERS, 2004, p. 33).

Empreendedor é o indivíduo que tem um olhar inovador sobre o negócio e se responsabiliza pelo papel de liderança no desenvolvimento desse novo

empreendimento, já o empresário desempenha a função de financiador (DEGEN, 2009).

Depois de abrir um novo negócio por meio da inovação e a criatividade, o indivíduo deixa o papel de empreendedor e começa a ter a responsabilidade de um administrador na empresa, ou seja, passa a ser responsável pelo novo empreendimento (MAYER e MARIANO, 2011).

Existem os que se motivam pela necessidade e os que se motivam pelas oportunidades. O primeiro tipo é aquele que não encontra no mercado boas opções de emprego e com o intuito de sustentar a si e a sua família abre um negócio. Já o segundo escolhe abrir um negócio próprio mesmo quando já possui boas opções de emprego, visando, por exemplo, aumentar ainda mais a sua renda, ou para aproveitar uma oportunidade de mercado (GEM, 2009).

A relação das desigualdades é maior, quando se trata de mulheres negras, sendo as mais discriminadas no país. Elas sofrem duplamente, com as discriminações de gênero e o preconceito étnico-racial (IPEA, 2002).

De acordo com Gem (2004, p. 19),

o índice de empreendedorismo no Brasil, estabelecido como “a porcentagem da força de trabalho que está eficazmente começando novos empreendimentos ou é proprietária gerente de negócios cujo período de existência é inferior a 42 meses” oscilou em torno dos 13%, demonstrando o equilíbrio no crescimento em um cenário sem muitas alterações nas suas políticas públicas de incentivo a essa população.

O trabalho feminino no Brasil vem conquistando mais espaço na atuação em posições de liderança e cargos de confiança dentro das empresas, vem conquistando mais terreno nos espaços públicos (BRUSCHINI, 1994).

Segundo Bruschini (2000, p. 214),

a partir dos anos 70 houve um grande aumento da inserção da mulher no mercado de trabalho que pode, segundo a autora, ter sido consequência, fundamentalmente, de dois fatores: a necessidade financeira e as oportunidades ofertadas pelo mercado. Somado a esses pontos é importante destacar que, nesse momento, a sociedade passava por grandes transformações demográficas e culturais, causadas também por movimentos feministas no país. Essa soma de fatores levou a mudanças na economia do Brasil e na estrutura das famílias brasileiras.

É possível compreender melhor essa situação, quando se observa outros países, como é o caso da França, no qual para cada 12 homens empreendedores, apenas 1 mulher empreendia. Com o passar dos anos, a relação entre homens e mulheres

no que tange aos novos empreendedores no Brasil foi se modificando. Em 2011, para cada 1,06 homens que empreendiam, 1 mulher estava na mesma situação. Na Coréia do Sul, essa mesma relação era de 3,08 para sexo masculino e 1 para o sexo feminino. Dos 54 países pesquisados em 2011, o Brasil estava entre os quatro países que apresentavam menor diferença entre a proporção de mulheres e homens empreendedores (GEM, 2011).

A mulher brasileira é uma das mais empreendedoras e inovadoras do mundo, pois desde a primeira pesquisa realizada no país, em 2000, elas já se sobressaíam frente aos países integrantes, desfrutando o maior equilíbrio no vínculo entre homens e mulheres empreendedores a nível mundial (GEM, 2014).

O estudo mostrou um maior equilíbrio entre os gêneros, visto que no meio de os empreendedores iniciais, a cada 1,06 mulheres se tinha 1 homem. Em outros países, como os Estados Unidos, essa diferença era maior: a cada 1,47 homens iniciando um novo negócio, havia 1 mulher no mesmo contexto (GEM, 2014).

2.3 O TRABALHO E A FAMÍLIA

No Brasil, os estudos mais recentes apresentam o tema “empreendedorismo feminino” de forma a colaborar com a presença de estereótipos na qual se extinguem a realizar comparações entre os sexos (GOMES, SANTANA e ARAUJO, 2009).

Para Vale, Serafim e Teodosio (2011, p. 44-64),

é quase que inevitável fazer comparações como a anterior, diante da percepção de que as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço em diversas áreas, afirmando que a mulher vem conquistando lugares de destaque nas esferas social, econômica, cultural e política. No campo do empreendedorismo, também se reflete essa evolução, no entanto, com evidências de existência de preconceito.

Um dos principais motivos para que a mulher venha a empreender e ter o próprio negócio é a flexibilidade de horários e a independência financeira pois assim consegue conciliar o trabalho e a família (GOMES, SANTANA e ARAUJO, 2009).

São incomuns as empreendedoras que têm a divisão entre o trabalho e a vida pessoal, ou a vida em família, bem definida e organizada, em decorrência disso, a questão trabalho-família é confrontada (STROBINO e TEXEIRA, 2014).

“O dever de relacionar seus diversos papéis somados à dificuldade de avançar na carreira vem impulsionando mulheres a expandir efetivamente o potencial de empreendedoras para si próprias” (GOMES, GUERRA e VIEIRA, 2011).

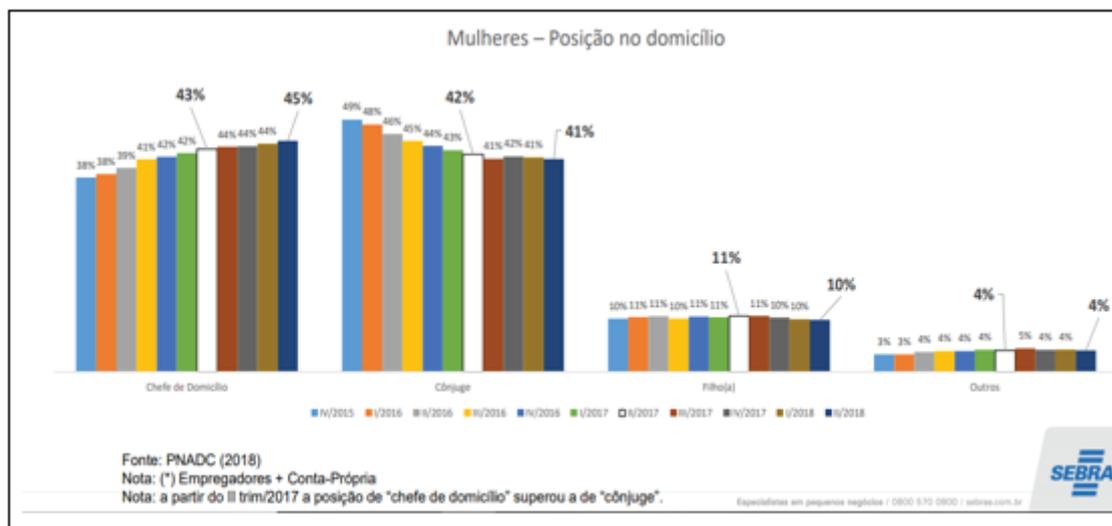


Figura 1: Posição das mulheres no domicílio
 Fonte: IBGE (2018)

Mediante Gomes, Guerra e Vieira (2011, p. 48-49),

os autores buscaram compreender como as mulheres percebem as motivações que as levaram ao empreendedorismo. Eles partem de estudos anteriores para definir como principais motivos, a realização pessoal, a percepção de uma oportunidade de mercado, a dificuldade de ascensão na carreira, a necessidade de sobrevivência e por último a possibilidade de conciliar trabalho e família, sendo este último o recorte que importa destacar.

Segundo Villas Boas (2010, p. 51),

existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa, o que se torna um diferencial em relação aos homens.

Conforme Grzybovski (2002 p. 06),

a mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão.

De acordo com Jonathan (2001 p. 09),

as mulheres têm participação significativa no empreendedorismo, onde sua demanda é melhor e as compreensões referentes a questões que elas enfrentam, estes são reflexos da qualidade de vida. Revela-se que o comprometimento das mulheres com a empresa é grande, onde mostra que são destemidas e autoconfiantes, embora fiquem preocupadas com aspectos financeiros, crescimento, satisfação dos clientes, segurança no trabalho e satisfação dos empregados. Suas preocupações tendem a diminuir conforme seus esforços trazem resultados positivos para o negócio, proporcionando sentimento de conquista e comprometimento com seu trabalho. O reconhecimento pessoal é alto do sucesso alcançado pelos esforços e realização de diversas tarefas. O ritmo com que trabalham há uma mínima interferência de terceiros e interesses pessoais.

As mulheres geralmente adotam um modo de liderança mais democrático, elas encorajam a participação, a divisão do poder e da informação e tentam aumentar a autoestima dos seguidores. Optam liderar pela inclusão e utilizam seu carisma, experiência, contatos e habilidades interpessoais para influenciar as pessoas (LODI, 1999).

Para Chiavenato (2007, p. 172),

a motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas.

De acordo com Chiavenato (2007, p. 174),

as pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. Como o trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam.

2.4 INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA

Segundo Vieira (2011, p. 04),

o Instituto brasileiro de geografia e estatística (IBGE) aponta o setor de serviços como maior gerador de empregos formais do país e também como a área em que as mulheres mais inovam e onde têm maior potencial de crescimento” e ainda “o levantamento do Instituto brasileiro de qualidade e produtividade (IBPQ),conclui que, em 33% dos casos, as mulheres preferem atividades ligadas ao comércio varejista; 20% investem em alimentação; e 12% apostam na indústria de transformação”, comprovando a tendência feminina para a área de serviços.

Para Dolabela (2006, p. 31),

os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade, como é o caso de desempregados, imigrantes, etc.).

Conforme Chiavenato (2006 p. 05),

existem dois pontos de partida para analisar uma oportunidade, iniciar um negócio que se tem em mente e analisar a sua viabilidade. Para cada tipo de negócio existem variáveis críticas básicas, como, analisar qual é a melhor região para montar o negócio, os clientes podem ser atendidos, a facilidade de localização, entre outros. Pesquisar sobre seu mercado e explorar o novo nicho, iniciando assim o plano de negócios.

Inúmeros obstáculos ao empreendedorismo no Brasil são, continuamente, mencionados: os altos custos e a burocracia para regulamentar e formalizar um empreendimento; as dificuldades para adquirir créditos e serviços financeiros; os altos impostos. E fora estes obstáculos, destacamos duas questões apontadas como problemas enfrentados pelas mulheres: as questões impostas pela discriminação e os empecilhos associados a dupla/tripla jornada. (SCHLEMM, 2007).

Em concordância com Chiavenato (2007, p. 11),

a mulher empreendedora não busca somente um novo objetivo na vida. Abrindo negócios, busca livrar-se de situações incômodas, como por exemplo, as refugiadas feministas descritas como “mulheres que sentem discriminações ou restrições em uma empresa e preferem iniciar um negócio que possam dirigir independentemente dos outros”.

A partir dessa constatação, é importante entender que o maior nível de escolaridade de uma pessoa pode influenciar em dois pontos distintos. O primeiro é que, indivíduos com maior escolaridade possuem maiores oportunidades de bons empregos, logo, se eles se tornarem empreendedores é porque, provavelmente, identificaram boas oportunidades (GEM, 2009).

Por outro lado, pessoas que estudam mais possuem maior probabilidade de desenvolverem negócios de sucesso e com maior durabilidade, pois um empreendedor com mais informações possui uma maior compreensão dos desafios relacionados com o empreendedorismo, logo poderá responder melhor aos mesmos (GEM, 2014).

2.5 CARREIRA E SUCESSO

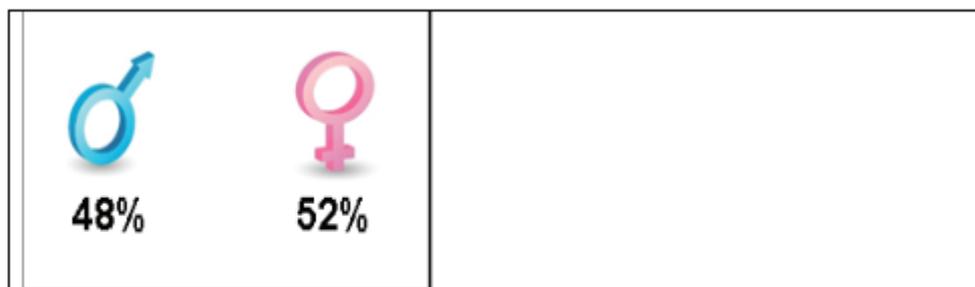


Figura 2: Comparação de homens e mulheres no mercado empreendedor
Fonte: Pequenas empresas grandes negócios (2015, p. 01)

Conforme o percentual exibido acima, o estudo do SEBRAE (PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS, 2015) revela que as empresas lideradas por mulheres estão mais ligadas a lojas, oficinas, fábricas ou escritórios. São esses os setores preferidos por 36% das empresárias para dar sequência para suas empresas, embora 34% das proprietárias de negócios empreendam na própria residência.

Incentivar as mulheres a serem líderes de empresas e criar seus próprios negócios é fazer parte de um movimento que só desenvolve. As mulheres empreendedoras estão à frente da maior parte dos novos empreendimentos abertos no Brasil nos últimos tempos. E quando elas empreendem, a economia melhora. Pois, com uma maior inserção feminina no mercado de trabalho, o país pode caminhar para uma maior igualdade social. Ter o apoio de mais mulheres empreendendo gera mais renda para as famílias, mais empregos para os trabalhadores e mais confiança para elas (SEBRAE, 2019).

Conforme Hisrich e Peters (2004, pag. 04),

as principais habilidades exigidas dos empreendedores são: a) habilidades técnicas que abrangem redação, atenção, apresentações orais, organização, treinamento, trabalho em equipe e know-how técnico; b) habilidades administrativas de empresas que incluem as áreas envolvidas no início, o desenvolvimento e a administração de qualquer empresa; c) habilidades empreendedoras pessoais como controle interno (disciplina), capacidade de arriscar-se, espírito de inovação, persistência, liderança visionária e orientação para mudanças.

Uma das áreas profissionais que vem apresentando um destaque da atividade feminina é a engenharia, que tem se tornado menos heterogênea, não mais se limitando apenas a população masculina (LOMBARDI, 2005).

Recentemente, as mulheres estão mais bem representadas em vários cursos de engenharia e ciências exatas no Brasil e no mundo a fora, mas ainda em quantidades inferiores às dos homens (CORRALES, 2016).

As mulheres se delimitavam em funções focadas à produção industrial tradicional, como por exemplo, a área da mecânica e da metalurgia, e obtinham maior facilidade em especialidades como a engenharia de alimentos e a sanitária (OLIVEIRA, 2017).

As mulheres que são Microempreendedoras individuais (MEI) estão incluídas principalmente em serviços relacionados à beleza, moda e alimentação (SEBRAE, 2017).

Código CNAE	Descrição*	Setor	Nº de MEI mulheres	% de MEI mulheres
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	Comércio	539.956	76%
9602501	Cabeleireiros	Serviços	422.795	79%
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	Serviços	154.094	96%
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	Indústria	123.209	75%
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	Comércio	106.318	73%
1412602	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	Indústria	76.222	90%
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	Indústria	71.998	85%
3299099	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	Indústria	54.863	81%
4755502	Comercio varejista de artigos de armário	Comércio	44.318	63%
4789099	Comércio varejista de outros produtos	Comércio	40.478	60%

Figura 3: Atividades mais desempenhadas pelas mulheres empreendedoras
Fonte: SEBRAE (2017)

Empreendedorismo por oportunidade, geralmente é determinado pela geração de empresas de maior complexidade organizacional, níveis de tecnologia superiores e melhor conhecimento de mercado por parte do empreendedor (IBPQ, 2009).

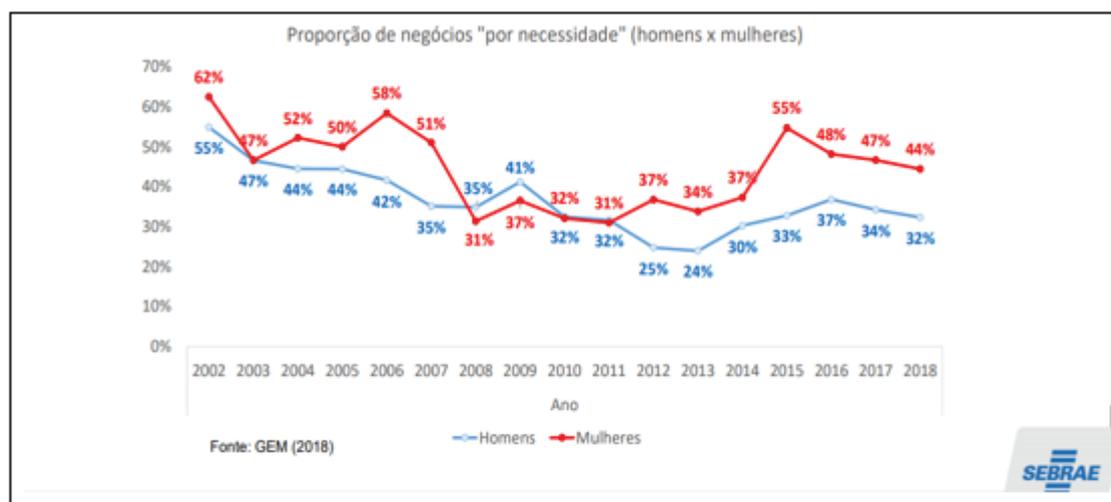


Figura 3: Diferença de empreender por necessidade entre homens e mulheres
Fonte: (GEM, 2018)

De acordo com Gem (2007, p. 10),

a necessidade é fator de motivação para as mulheres iniciarem o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, esse percentual aumenta para 63% para as mulheres. A maioria dos empreendedores, independentemente de seu estágio e motivação, não teve orientação para a abertura de seus negócios. Contudo, é relevante frisar que os empreendedores por oportunidade demonstram mais interesse em buscar orientações (45,3%) que aqueles que empreendem por necessidade (37,5%).

As mulheres empreendedoras são definidas por serem corajosas, seguras, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos (JONATHAN, 2005).

A Pesquisa GEM de 2003 evidencia que havia em torno de 6,4 milhões de empreendedoras, o que representou 46% do total de empreendedores brasileiros. Em 2007, as mulheres representavam 52% dos empreendedores no Brasil, invertendo uma tendência histórica, quando considerado o período 2001-2007. Observa-se, com mais clareza, essa inversão quando se destaca o ano de 2001, em que os homens empreendedores representavam 71% contra 29% das mulheres (GEM, 2003).

Segundo IBPQ (2009, p. 07),

em 2008, o empreendedorismo feminino do Brasil foi o décimo mais atuante no mundo, com taxa de 9,61% das entrevistadas, o que representa cerca de 5,5 milhões de mulheres empreendedoras em estágio inicial.

3 METODOLOGIA

Nosso labor foi desenvolvido por meios de artigos, em fontes confiáveis como, por exemplo: o Scielo. Inicialmente é apresentado sobre a evolução da mulher no mercado de trabalho, que por decorrer do tempo foi interpelado com muitas discriminações. As referências utilizadas nesta pesquisa também como fonte de pesquisa foram: coletânea de textos, teses e dissertações, artigos científicos, trabalhos acadêmicos. Nossa busca foi baseada em artigos mais recentes como Corrales, do ano de 2016, trazendo o mais atual do cenário feminino no mercado de trabalho, a fim de transmitir confiança e dar credibilidade aos fatos apresentados.

Considera-se, que o processo de pesquisa se constitui em uma atividade científica básica que, da indagação e reconstrução da realidade, alimenta a atividade de ensino e a atualiza frente à realidade. Assim como vincula pensamento e ação já que” nada pode ser intelectualmente um problema, se não tiver sido, em primeiro lugar, um problema da vida prática”. (MINAYO, 2001).

Segundo Boccato (2006, p. 266),

a pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Para tanto, é de suma importância que o pesquisador realize um planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação.

4 ANÁLISES E DISCUSSOES

Entendeu-se que a participação da mulher no mercado está cada vez mais comum, e a desigualdade de gênero está cada vez mais perto de ser extinta. Muitos acreditam na ideia de que as mulheres deveriam receber menos, analisando que elas têm necessidades que o homem não tem, como, por exemplo engravidar e assim ter que usufruir de licenças, porém tais circunstâncias não implicam na causa, e as mulheres estão cada vez tendo maior presença no mercado de trabalho mundial e também na política.

O fato de a mulher ter o momento de engravidar em sua vida, é uma situação em

que a mulher necessita de uma renda maior ainda neste momento, pois se trata de mais uma pessoa na família para ser sustentada e educada, adicionalmente os gastos com saúde da própria mulher em questão.

São vários os fatores que justificam o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, como: maior nível de escolaridade em relação aos homens até as alterações na composição familiar, com uma menor quantidade de filhos e novos valores referentes à inclusão da mulher na sociedade brasileira.

Ainda que a mulher demonstre dispor de uma escolaridade mais avançada que a dos homens, elas ainda trabalham com remunerações inferiores e ainda são restritas a alguns departamentos do mercado, como por exemplo, na engenharia civil que é um setor que geralmente se encontra mais trabalhadores do sexo masculino.

São poucas as mulheres atuantes em áreas como engenharia, mecânica, mas isto está mudando, devido à insistência delas em fazer parte deste segmento, deixando de lado o preconceito e as dificuldades.

As mulheres durante todo período histórico desde seu ingresso no mercado de trabalho vêm lutando por igualdade, como se observou ao decorrer deste artigo.

A participação feminina no empreendedorismo é algo que vem crescendo e se destacando a cada dia, mas muitos direitos tiveram de ser adquiridos e preconceitos serem quebrados para se chegar ao patamar atual. A revolução francesa teve origem em meados do século XVIII e, dali em diante, houve vários outros movimentos a favor de direitos femininos em todo o mundo. Devido a estes movimentos revolucionários executados pelas mulheres do século passado, hoje a mulher é mais valorizada em todos os sentidos.

No Brasil, um movimento se deu a favor do voto da mulher, isso ocorreu no governo Vargas em 1934 e, a partir disso, a mulher foi ganhando o cenário nacional, e se impondo cada vez mais.

A luta histórica das mulheres pela igualdade de direitos e contra a segregação de gênero, que colocava o masculino acima do feminino, aos poucos vem mudando de direção.

Enfim, todos esses movimentos históricos tiveram muita importância para o empreendedorismo feminino, se não fosse por eles os direitos das mulheres poderiam ter demorado muito mais a serem adquiridos, ou nem se quer conquistados.

A questão da mulher que geralmente concilia o trabalho e a família atualmente é um ponto antagonista, pois muitas vezes a conciliação de ambos é de alta dificuldade principalmente para mães solteiras. Entretanto, essa conciliação faz com que as

mulheres consigam desenvolver várias responsabilidades ao mesmo tempo, fator que serve como ponto positivo no trabalho.

O cenário mais constante é quando a mulher começa um empreendimento, antes de se casar e, quando resolve se casar e tiver o primeiro filho, ela enfrenta muitos empecilhos para dar continuidade no negócio. Tem casos que algumas até deixam o trabalho para outra pessoa ser responsável, devido às situações mais emocionais do que financeiro, como o sentimento de culpa por deixar o bebê na escolinha ou com uma babá. Em casos mais extremos, mas que ocorre muito no Brasil, em que a mãe do bebê não tem dinheiro nem para a babá, e precisa levar a criança junto no trabalho, o que dificulta muito em sua concentração e dedicação no seu local de trabalho.

Quanto à escolha de empreender, muitas mulheres aproveitam a circunstância para associar a um hobby de seu gosto, para tornar a oportunidade mais agradável, ou até mesmo quando surge uma oportunidade de negócio/parceria com algum amigo/conhecido.

As mulheres enfrentam três desafios: envolvendo questão profissional, familiar e pessoal, onde utilizar estratégias, como: I) a auto-organização do tempo, envolvendo planejar/administrar o tempo disponível; II) parceria e cumplicidade com seus familiares; III) dispositivos de alívio de tensão, envolvendo atividades físicas, viagens entre outros. A organização de tarefas no dia a dia é um ponto importante para as mulheres, pois a separação de afazeres ajuda na hora de tomar decisões e liderar uma empresa.

Constatou-se que as mulheres preferem ser independentes e livres para criarem e comandarem seu negócio. Assumindo suas obrigações maternas e conciliando sua casa e seu trabalho. Assim sendo, as empreendedoras, sabem dominar situações atípicas de grande competência.

A habilidade de produzir e administrar bens não é mais competência somente masculina, as mulheres que têm uma visão sistêmica vêm atuando nos mais diversos segmentos do mercado, dominando cargos estratégicos e obtendo respeito entre seus pares.

É importante que o empreendedorismo alcance uma função de independência na vida das mulheres, que ao iniciar seu empreendimento sintam um misto de sensações, como os bons resultados vindos das perspectivas do enfrentamento de novos obstáculos relacionados à prática das suas necessidades e planos pessoais e profissionais.

Geralmente as mulheres que seguem o caminho do empreendedorismo são

mulheres que querem trabalhar com o que gostam, realizar um sonho antigo, terão flexibilidade de horários, uma renda maior do que ser subordinada (possivelmente), terão controle de suas tarefas, do seu desempenho etc.

Elas assumem um grande risco ao ser empreendedoras no Brasil, isto devido às dificuldades em razão das tarifas altas de impostos, preconceitos, pouca informação e preparo para essa difícil jornada. Porém, essa dificuldade de empreender no Brasil não se limita somente as mulheres, pois os homens também sofrem dificuldades em “decolar” o seu empreendimento pelos mesmos motivos, exceto o preconceito enfrentado pelas mulheres.

Notou-se que algumas das habilidades do perfil/”cargo” empreendedor, são adquiridas pelas mulheres no decorrer de sua vida, devido à algumas situações particulares, principalmente no que se diz respeito à formação da família e afazeres domésticos, que requerem habilidades manuais e o senso de se fazer várias tarefas ao mesmo tempo.

Para o empreendimento crescer, é necessário que os responsáveis invistam em tarefas operacionais e tenham atenção estratégica. Se responsabilizar pelo controle financeiro é ainda mais importante nesse cenário, uma empresa com um satisfatório controle financeiro possivelmente terá sucesso.

Pelo fato de as mulheres terem conquistado mais espaço no mercado de trabalho e negócios, isso aumenta suas rendas. Elas até vêm ganhando mais que os homens. Sendo assim, a autoestima financeira não acompanhou esse aumento de renda. O problema está em fortalecer esta questão, em construir confiança para que mulheres possam cuidar melhor das próprias finanças e a tomar melhores decisões.

Para ter um melhor controle das finanças o caminho do sucesso pode ser a gestão financeira, a aplicação dos conceitos de economia é um fator diferencial na obtenção de êxito na competição das micro e pequenas empresas.

Com conhecimento mais elevado sobre o tema na atualidade, as mulheres empreendedoras ou que pretendem assumir uma posição importante, sabem da importância de que, antes de colocar as ideias em prática se faz necessário ter um plano de negócio, estruturando todos os setores da empresa chegando até a linha de produção, fazendo um planejamento financeiro com a visão e projeção do negócio perante o mercado, sendo fundamental para o sucesso da empresa e ascensão em sua carreira de administradora; empreendedora.

5 CONCLUSÕES

O objetivo principal desta pesquisa consistiu em analisar e entender os problemas e assoluções encontradas ao longo do processo de empreender das mulheres. O rumo das mulheres empreendedoras é marcado pela procura de se desenvolver no mercado de trabalho assim como os homens, sendo que as mulheres tiveram grande busca em construir um projeto de vida, focando no empreendedorismo ao qual se dedicam com esforço e com comprometimento. A questão familiar também é um dos pontos que levaram as mulheres a procurarem empreender, pois, se tornar empreendedora é a melhor forma de conseguir prover suas famílias financeiramente e estar presente na vida de seus filhos. As questões de gênero também podem ser consideradas como construções sociais e espaço simbólico produzido pela cultura.

Analisando de forma geral, as empreendedoras buscam inovar, criando meios alternativos para os desafios que presenciam o que termina produzindo transformações nas áreas que atuam, tanto no local de trabalho e quanto no âmbito familiar. Ao longo do tempo todas as dificuldades trouxeram mais conhecimento e mais aprendizado para dar forças aos negócios.

Admitiu-se por fim que a necessidade da evolução feminina tanto no aspecto familiar quanto no profissional trouxe muitos benefícios para a sociedade, pois a vontade da independência financeira feminina e de conquistar espaço no mercado de trabalho, acabam se destacando e desempenhando um papel fundamental para o desenvolvimento de suas empresas, sendo fortes concorrentes para o sexo oposto, pensamento que no nosso século já deixa de existir com tanta força - o preconceito que existia, pois conseguem com maestria conciliar a vida familiar - com filhos e casa.

As mulheres empreendedoras do século XXI, são cada vez mais fortes pois já enfrentaram muitos desafios para conseguirem seu espaço e hoje se sentem mais seguras e confiantes para abrir seu próprio negócio ou assumir uma posição importante dentro de uma empresa, não tendo portanto medo de arriscar e seguir em frente, razão da qual a grande maioria consegue atingir o sucesso no que escolhe, pois entendem que para conciliar tudo de maneira que funcione (pessoal e profissional) precisam dedicar-se de forma a compreender todos os desafios do seu negócio para assim atuar de maneira assertiva. Não se pode mais julgá-las de forma preconceituosa apesar de muitas ainda não terem o reconhecimento merecido, isso vem diminuindo cada vez mais, pois estão se empoderando no meio de uma sociedade mais madura.

Notou-se que seu papel no meio empreendedor é cada vez mais variado, pois o que no começo se tratava de apenas algumas áreas que empreendiam, hoje estão diversificadas. As mulheres estão atuando em todas as áreas dos mercados, e aumentando suas capacidades para atender as demandas atuais da sociedade.

Observou-se que foram por meio de diversas dificuldades e obstáculos, que a mulher foi se moldando e achando caminhos até chegar a sua grande notoriedade empreendedora dos tempos atuais. Sua experiência em enfrentar diversos desafios ao mesmo tempo e ter uma maior capacidade de assimilar diversas tarefas, foram imprescindíveis para seu desenvolvimento profissional/empreendedor.

Com base no resultado deste estudo, é possível afirmar que o empreendedorismo feminino vem em crescente elevação, isso vem sendo visto no investimento na sua própria instrução, facilitando a sua inclusão no mercado de trabalho. Em contraposição sobre isto, as mulheres enfrentam o estresse de conciliar sua vida profissional e familiar, reduzindo seu tempo no ambiente de trabalho.

Assim, entendeu-se que a forma de empreender tem mais a ver com a capacidade de cada um, independente do gênero.

Como futuros administradores entendemos que o crescimento do empreendedorismo feminino deve continuar em larga escala nos próximos anos, devemos estar preparados e abertos para entender suas necessidades dentro do mercado, e a falta da mão de obra que existia por conta do gênero feminino estar muito mais presente anteriormente em outras áreas industriais e comerciais, e no futuro a tendência é que aconteça uma maior migração para o empreendedorismo.

Como todo trabalho, esse também teve suas facilidades e dificuldades, sendo: por ser um tema de vasto conteúdo não tivemos dificuldades para decorrer o assunto, das numerosas informações da temática utilizada, grande parte, são dados que podem ser atualizados com o passar do tempo e, por esse motivo, teve que se ter muita atenção nas pesquisas para não aderir informações que poderiam ter sido modificadas.

Seguindo por essa linha de estudo, podemos ver mulheres em constante crescimento pessoal e profissional. Sendo assim engajadas no mundo do empreendedorismo.

Por fim, conclui-se que a mulher possui um papel fundamental no mundo do empreendedorismo, complementando com maestria esse papel perante a sociedade. Conclui-se também que o preconceito que antes existia do sexo oposto, hoje embora ainda não totalmente escasso, já diminuiu muito com relação ao século passado, onde antes a visão feminina era basicamente ter uma casa limpa com filhos e marido bem cuidados, detalhe que não foi deixado de lado, porém foi demonstrado que a

capacidade feminina de se reinventar é muito maior que qualquer paradigma imposto pela sociedade. Por fim, hoje em empresas de sucesso sempre há mulheres atuantes e incansáveis para conquistar cada vez mais os resultados nunca antes alcançados.

REFERÊNCIAS

BOCCATO, Vera Regina Casari. Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação. *Revista Odontológica Universidade Cidade São Paulo*, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.

BRUSCHINI, Cristina. Trabalho feminino no Brasil: novas conquistas ou persistência na discriminação? 2000. Disponível em: <<http://www.fatece.edu.br/arquiv>

os/arquivos%20revistas/empreendedorismo/volume6/12.pdf>. Acesso em: 11 jun 2020.

_____. O trabalho da mulher no Brasil: tendências recentes, mulher brasileira é assim. Rio de Janeiro, 1994.

CHIAVENATO, Idalberto. Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.

_____. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007.

CORRALES, Bruna Rossi. Igualdade de gênero na engenharia: desafios e benefícios. 2016. Campinas: Curso de economia, Instituto de economia, Universidade Estadual de Campinas, 2016.

CUNHA, Mirian Raquel Fachinetto. A mulher no mercado de trabalho brasileiro. *Revista Rainha dos Apóstolos*, Porto Alegre, n. 952, p. 8, mar. 2004.

DEGEN, Ronald Jean. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: 2009. Pearson Education.

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

GEM (Global entrepreneurship monitor). Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo. Curitiba: IBQP, 2003.

_____. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2004.

_____. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2007.

_____. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2009.

_____. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2011.

_____. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2014.

_____. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. Curitiba: IBQP, 2018.

GOMES, Almira Ferraz. SANTANA, Wesley Gusmão Piau. ARAUJO, Uajará Pessoa. Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte. In: ANAIS DE ENCONTRO DA ANPAD, 2009, São Paulo. Anais. p. 33.

GOMES, Daniel Teodoro. GUERRA, Paulo Vitor. VIEIRA, Bruna Nobre. O desafio do empreendedorismo feminino. Rio de Janeiro, 2011.

GRZYBOVSKI, Denize. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552002000200011&script=sci_arttext>. Acesso em: 26 maio 2020.

HISRICH, Robert, PETERS, Michael. Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, Robert D. Michael. Entrepreneurship, and venture capital. Lexington, MA: Lexington Books, 1986.

IBGE (Instituto brasileiro de geografia e estatística). Pesquisa nacional por amostras de domicílios continua, 2018.

IBPQ (Instituto brasileiro da qualidade e produtividade). Brasileiras ocupam o décimo lugar entre as mais empreendedoras do mundo. 2009. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/412_Empreendedorismo_Feminino_Seget.pdf> . Acesso em: 26 maio 2020.

_____. Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2018. GEM (Global Entrepreneurship Monitor GEM).

IPEA (Instituto de pesquisa econômica aplicada). Trabalho e renda. 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-76122009000100011&script=sci_arttext>. Acesso em: 26 maio 2020.

JONATHAN, Eva. Mulheres empreendedoras: quebrando alguns tabus. Florianópolis

s: USFC, 2001.

_____. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. 2005. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso em: 26 maio 2020.

LAIMER, Rosane T. VAZ, Caroline F. M A inserção da mulher no mercado de trabalho e o surgimento da profissão secretária. 2010. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?view=000984931>>. Acesso em: 26 maio 2020.

LODI, Joao Bosco. Fusões e aquisições: o cenário brasileiro. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LOMBARDI, Maria Rosa. Perseverança e resistência: a Engenharia como profissão feminina. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, 2005.

LOPES, Cristiane: Direito do trabalho da mulher: da proteção à promoção. Cadernos Pagu, Paraná, n. 26, p. 405-430, jan/ jun. 2006.

MAYER, Veronica Feder. MARIANO, Sandra, Empreendedorismo: fundamentos e técnicas para Criatividade. Rio de Janeiro: LCT, 2011.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

OLIVEIRA, Camila Lima Chaves. Mulheres na engenharia brasileira: representatividade, dificuldades e desafios. In: ENCONTRO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, 2017, Porto velho. Anais. p. 1-10.

PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. De mulher para mulher: frases Inspiradoras para empreendedoras. 2015. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/01/de-mulher-para-mulher-frases-inspiradoras-paraempreendedoras.html>>. Acesso em: 26 maio 2020.

PIOVESAN, Flavia: A luta das mulheres pelo direito a uma vida sem violência. Revista Jurídica Consulex, Brasília, v. 18, n. 426, p. 30-31, out. 2014.

PROBST, Elisiana Renata. Evolução da mulher no mercado de trabalho. 2007. Disponível em: <<http://faflor.com.br/revistas/refaf/index.php/refaf/article/view/286/pdf>>. Acesso em: 26 maio 2020.