

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MARIA EDUARDA RAMOS DO NASCIMENTO
SIMONE MARIA DO NASCIMENTO

**O CENÁRIO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO E A
PERSPECTIVA FUTURA**

RECIFE/2022

MARIA EDUARDA RAMOS DO NASCIMENTO

SIMONE MARIA DO NASCIMENTO

O CENÁRIO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO E A PERSPECTIVA FUTURA

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA,
como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Professor(a) Orientador(a): Esp. Diego Leonel Alves de Sá

RECIFE/2022

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 1745.

N244c Nascimento, Eduarda Ramos do
O cenário do empreendedorismo feminino e a perspectiva futura. / MARIA
Eduarda Ramos do Nascimento, Simone Maria do Nascimento. Recife: O
Autor, 2022.

31 p.

Orientador(a): Prof. Esp. Diego Leonel Alves de Sá.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Bacharel em Administração, 2022.

Inclui Referências.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Oportunidades. 3. Perspectiva
futura. I. Nascimento, Simone Maria do. II. Centro Universitário Brasileiro -
UNIBRA. III. Título.

CDU: 658

Dedicamos esse trabalho a nossos pais.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades.

A toda minha família, principalmente, minha mãe Miriam por todo amor, carinho, apoio incondicional e ao meu Pai Edvaldo que lá do céu continua sendo meu maior incentivo para ter chegado até aqui e aos meus irmãos Emanuelle, Edvaldo júnior por todo apoio e a minha sobrinha Emilily por todo incentivo.

A meu namorado Danilo por todo apoio e ajuda.

A meus amigos Simone, Leandro, Millena, Fátima e Edilma que sempre estiveram torcendo por mim.

Ao meu orientador, Diego, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

E a todos que direta e indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

MARIA EDUARDA

Primeiramente à Deus, que sempre ouviu minhas orações me dando forças para continuar porque muitas vezes pensei em desistir,

Agradeço a minha mãe Roza Diniz que nos momentos que eu mais precisei estava ali para me ajudar,

Ao meu pai Manoel que não está mais entre nós, mas que lá de cima está intercedendo por mim

Ao meu filho, Kevin Renato, meu maior incentivo, por ele e todo meu esforço e dedicação

Ao meu companheiro Charles Bruno que me apoia sempre, principalmente nos momentos mais difíceis durante esses anos que passei estudando

A minha amiga mais que irmã, Maria Eduarda Ramos, que me apoia e está sempre presente,

Aos amigos Leandro e Ingrid que deram aquela força quando mais precisei,

Ao meu orientador Diego Leonel, que com toda dedicação se prontificou a me orientar e corrigir quando preciso.

SIMONE MARIA

*“Não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo.”
(Peter Drucker)*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 O empreendedorismo	12
2.2 Empreendedorismo no Brasil	16
2.3 Evolução do empreendedorismo feminino no Brasil	19
2.3.1 Perspectiva futura do empreendedorismo feminino no Brasil	23
3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO	24
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	25
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	28

O CENÁRIO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO E A PERSPECTIVA FUTURA

Maria Eduarda Ramos do Nascimento

Simone Maria do Nascimento

Resumo: O empreendedorismo feminino é um fenômeno que está cada vez mais evoluindo no cenário brasileiro, a perspectiva futura é que esta área possa ter um olhar diferenciado pelos atores responsáveis por esse segmento. Em vista disso, o objetivo desse estudo foi identificar as oportunidades e desafios encontrados no empreendedorismo feminino, bem como sua perspectiva futura, sendo uma temática que precisa ser pautada, devido a representatividade que a mulher tem no empreendedorismo, assim como para quebrar estereótipos definidos a seu público por ocasiões nos antepassados. Para conduzir essa pesquisa, o estudo tratou-se de uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório, por meio de outras produções científicas com o objetivo de explorar a temática que foi proposta inicialmente. O estudo evidenciou que o empreendedorismo feminino acontece devido a necessidade das mulheres em ter a sua própria renda, além disso, a mulher como entrante nesse setor, é decorrente da desigualdade que ainda existe no mercado de trabalho, quando comparado com o público masculino. O destaque das mulheres nesse setor se dá por conta das suas características e aptidões que as diferenciam da maioria dos homens. Dessa maneira, conclui-se que mesmo o empreendedorismo tendo alguns desafios, as mulheres já estão ganhando o seu espaço no país, inclusive quando comparado com outros países, o Brasil é o lugar onde tem mais mulheres abrindo o seu próprio negócio.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Oportunidades; Desafios; Perspectiva futura.

Abstract: Female entrepreneurship is a phenomenon that is increasingly evolving in the Brazilian scenario, the future perspective is that this area can have a different look by the actors responsible for this segment. In view of this, the objective of this study was to identify the opportunities and challenges found in female entrepreneurship, as well as its future perspective, being a theme that needs to be guided, due to the representation that women have in entrepreneurship, as well as to break defined stereotypes. to his audience for occasions in the ancestors. To conduct this research, the study was an exploratory bibliographic research, through other scientific productions with the objective of exploring the theme that was initially proposed. The study showed that female entrepreneurship happens due to the need for women to have their own income, in addition, the woman as an entrant in this sector is due to the inequality that still exists in the labor market, when compared to the male audience. The prominence of women in this sector is due to their characteristics and aptitudes that differentiate them from most men. In this way, it is concluded that even though entrepreneurship has some challenges, women are already gaining their space in the country, even when compared to other countries, Brazil is a place where there are more women opening their own business.

Keywords: Female entrepreneurship; Opportunities; Challenges; Future perspective.

1. INTRODUÇÃO

A prática do empreendedorismo atualmente perpassa por diversos segmentos, incluindo ações econômicas, administrativas, psicológicas, além de outras. Isso mostra, que é necessário colocar em prática uma ideia, fazer a construção de uma grande conquista, com o objetivo de mudar ou inovar algo, além de possuir iniciativa e buscar realizar novas coisas e aprimorar as já existente, isto é, para empreender é necessário idealizar, coordenar, aperfeiçoar e almejar a melhoria de negócios e projetos próprios. No entanto, nem sempre foi visto dessa maneira, apesar de ser uma prática antiga, o empreendedorismo sofreu diversas mudanças de significado ao longo da história das empresas (MALAVOTA, 2019).

O público feminino por muito tempo foi vista como frágil e submissas aos homens. Com o decorrer dos anos, a mulher mostrou sua força de mercado econômico, dessa maneira, foi visto o crescimento de mulheres empreendedoras, fazendo com que esta ação não traga apenas independência financeira, mas sobretudo satisfação e autoestima (MALAVOTA, 2019).

É interessante o espaço que as mulheres vêm cada vez mais conquistando em diversas áreas profissionais, esse cenário ocorre, principalmente, no âmbito do empreendedorismo. Além disso, a necessidade de associar os seus diversos papéis, somada à dificuldade de ascensão na carreira, vem motivando o público feminino a desenvolverem de forma eficiente o potencial empreendedor para si próprias (TEIXEIRA; BOFIM, 2016).

O papel da mulher no cenário do empreendedorismo não só aumentou no Brasil, mas como em todo o mundo, as autoras afirmam que um dos desdobramentos desse feito, é que os estudos voltados as mulheres empreendedoras se tornou um assunto de pesquisas em empreendedorismo. As mulheres empresárias estão buscando frequentemente por novos desafios, por essa razão, deixa o empreendedorismo feminino um assunto que desperta natural interesse de estudo nos dias atuais (DE GOUVÊA; SILVEIRA, 2013).

Portanto, discutir sobre o papel da mulher no âmbito do empreendedorismo torna-se relevante, diante de uma população tradicionalmente acostumada a ver apenas os homens ganhando espaço nesse segmento, tratar sobre essa temática possibilita mostrar o quão é necessário as mulheres ocuparem espaços que sempre almejavam no setor do empreendedorismo. Outro ponto importante, é o crescimento

que já é notável, visto que quando as mulheres conseguem tal feito, encorajam outras mulheres, a fazerem o mesmo.

Sendo assim, para melhor compreender sobre o papel das mulheres no cenário do empreendedorismo, a proposta desta pesquisa é observar através de outros trabalhos acadêmicos a importância da temática a ser pesquisada, por isso, surgiu a seguinte questão de investigação: Quais são as oportunidades e desafios enfrentados pelas mulheres no âmbito do empreendedorismo? É dado como objetivo geral, analisar as oportunidades e desafios enfrentados pelas mulheres no âmbito do empreendedorismo, tem-se como objetivos específicos, definir o termo empreendedorismo, discutir sobre o empreendedorismo no Brasil, mostrar o empreendedorismo no Brasil e sua perspectiva futura.

Além disso, considerando o objetivo central do trabalho que diz respeito as oportunidades e desafios encontrados no empreendedorismo pelas mulheres, o trabalho, em termos metodológicos, assume natureza exploratória, com tratamento qualitativo, reunindo a revisão de literatura com base em livros, produções acadêmicas, artigos científicos, dissertações, teses e conteúdos publicados por especialistas, com a finalidade de responder aos objetivos desta pesquisa.

Desta maneira, no que se trata da estrutura do trabalho, após a presente introdução, o trabalho segue com a revisão da literatura, dividida em 4 partes, onde a primeira mostra a definição de empreendedorismo, logo depois, mostram-se o empreendedorismo no Brasil, em seguida, o empreendedorismo feminino no Brasil e por fim, a revisão da literatura conclui com a perspectiva futura do empreendedorismo feminino. A estrutura segue com o delineamento metodológico na seção 3. Os resultados e discussão na seção 4, seguida da conclusão na seção 5, o trabalho finaliza com as referências.

2. REVISÃO DA LITERATURA

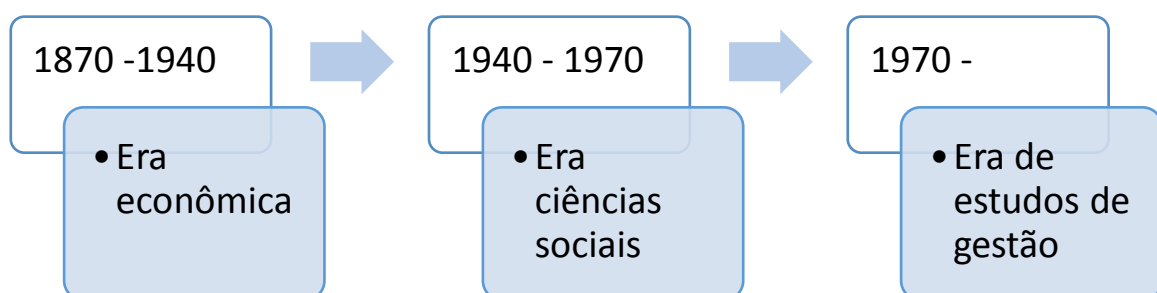
2.1 O empreendedorismo

No século XX, com o desenvolvimento industrial, a abertura do mercado internacional, a pressão econômica decorrente da competitividade mundial e sobretudo a globalização, o Brasil surge novamente em um momento de busca pelo desenvolvimento econômico e tecnológico. Portanto, era necessário adequar a legislação para o novo cenário de desenvolvimento tecnológico e competitividade em conhecimento, no novo século (MARQUEZ et al., 2021).

O processo de empreender ainda não é muito tratado, levando em consideração a liquidez dos tempos e avanços tecnológicos atualmente, no entanto, é falado sobre criar novas tecnologia de maneira que acompanhe tais tempos, restando algumas sugestões para incentivar a sociedade a investir no comportamento empreendedor desde cedo (HEUSI, 2019).

Nessa perspectiva, Verga e Silva (2014) mostram que o empreendedorismo foi avançando em decorrência das ideias que dominavam a época, que, com isso, houve a aparição de uma conjuntura de três eras diferentes do pensamento empreendedor. Através da visão que cada uma apresenta, diante do exposto sucintamente. Landström e Benner (2010) mostram a evolução cronológica do processo da era do empreendedorismo.

Figura 1 - Eras do pensamento empreendedor



Fonte: Adaptado (LANSTRÖM; BENNER, 2010).

O empreendedorismo é uma prática socioeconômica global que está evoluindo cada vez mais na sociedade. Governos, universidades, empresas e indivíduos estão interessados em compreender melhor esse termo, visando identificar com atenção todo tipo de informação qualificada e independente que existe a seu respeito (ABREU; NETO, 2016).

Além disso, pode-se considerar que o empreendedorismo é um fenômeno, onde o empreendedor é uma pessoa visionária que tem como propósito buscar a mudança de uma ideia em produto ou serviço através da inovação. Sua função é contribuir para o desenvolvimento dos mercados e conseqüentemente, colaborar para o crescimento econômico de vários países de certa forma (KELLER, 2019).

Ter iniciativa, gerar ideias e inovações, estar sob riscos calculados, se comportar como líder além do comprometimento, são fatores comportamentais que todas as pessoas possuem em potencial, que podem ser estimulados e sobretudo desenvolvidos dependendo da mentalidade e dos interesses de quem estiver empreendendo (EMMENDOERFER, 2019).

Segundo o GEM (2019), o empreendedorismo é dividido em empreendedores iniciais, que são indivíduos com empreendimento com menos de 42 meses de existência (3,5 anos) e tem como categorias os empreendedores nascentes e empreendedores novos. O outro tipo são os empreendedores estabelecidos que são indivíduos que administram e são proprietários de um negócio consolidado, além desse empreendimento ter efetuado o pagamento aos seus proprietários alguma remuneração, em forma de salário, pró-labore ou outra forma, por um período superior a 42 meses.

Nesse contexto, os empreendedores, seja na área da educação, finanças, segurança, saúde ou mobilidade urbana, buscam procurar soluções para problemas que afetam a sociedade ou um público específico. No entanto, quando as soluções partem da perspectiva da tecnologia e inovação, além de um modelo escalável, de baixo custo e alta potencialidade de desenvolvimento, passam a se denominarem startups (DIONELLO, 2020).

Sendo assim, as startups são verdadeiros centros de empreendedorismo que se destacam pela criação e conseqüentemente pela formação de uma nova era de empreendedores brasileiros. Uma geração que pode contribuir consideravelmente para a construção de um país mais justo e mais feliz (ABREU; NETO, 2016).

Neste sentido, os empreendedores estão cada vez mais pensando em seus

empreendimentos como o primeiro passo, que vai além da realização do sonho pessoal e de uma renda, e objetiva atuar como agentes de mudanças e de criação de riqueza para a sociedade em geral, mesmo sendo aqueles empreendimentos com atividades mais simples (GEM, 2019).

Ainda para o autor supracitado, o empreendedorismo é uma área fundamental da saúde e sobretudo da riqueza da sociedade, é um potencializador do crescimento econômico. Destaca-se a inovação, necessário, não somente para criar novas oportunidades, impulsionar a produtividade e criar empregos, mas sobretudo para contribuir a abordar alguns dos desafios mais difíceis da sociedade, como a conquista dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030.

Existem outros fatores que precisam ser considerados no cenário do empreendedorismo e que vai além da capacidade e do esforço individual do empreendedor. No entanto, o crescimento das empresas de forma sustentável não depende somente de um indivíduo em si (KELLER, 2019).

Portanto, a inovação e capacidade de reconhecer oportunidades são habilidades que são fáceis de identificar em empreendedores, ao mesmo tempo, é necessário o desenvolvimento de outras habilidades ligadas as práticas das empresas, desenvolvimento de equipes do ambiente de trabalho, envolvimento com o mercado, além de outras que podem resultar em melhores retornos para o empreendimento (DIONELLO, 2020).

Nesse cenário, as habilidades necessárias, dos empreendedores, tais como, analisar, identificar e aproveitar oportunidades, não são encontradas em todos os empresários. Principalmente para alguns dos empreendedores que começam um empreendimento por necessidade, e acabam permanecendo apenas em uma atividade e com isso, deixam de lado as oportunidades de crescimento e inovação (SILVEIRA et al., 2017).

A lógica do mercado faz com que a pessoa empreendedora atraia e seja atraída, uma área que permite o acesso à autorrealização de maneira mais rápida e com um retorno financeiro maior, de acordo com a intensidade prática de seus comportamentos e o senso de urgência para o atendimento de seus interesses. No entanto, isso está distante de ser a única ou principal situação para se determinar o lugar do empreendedor na sociedade (EMMENDOERFER, 2019).

Sendo assim, partindo do pressuposto de que o empreendedor precisa ter

conhecimento aprofundado do produto que deseja oferecer, com isso, possibilita aplicar alguns pontos desses conceitos de aprendizagem. Normalmente as pessoas procuram empreender em negócios que, de certa forma já possui algum tipo de familiaridade, ou seja, que a princípio já tem um conhecimento prévio daquele produto, assim, é possível a aplicação do conceito de interação entres estes e os novos conceitos adquiridos (DIONELLO, 2020).

O empreendedorismo parte do princípio da oportunidade e da necessidade. A forma do empreendimento vai depender da motivação do empresário. Com isso, os primeiros passos para abertura da empresa são de alta relevância, pois mostra o nível de maturidade econômica do país, seu desenvolvimento empresarial e o investimento e suporte do Governo em novos negócios (SILVEIRA et al., 2017).

Assim sendo, o empreendimento voltado a oportunidade, bem como a motivação como motivação empreendedora já acontece a muito tempo, no entanto, não são dois conceitos mutuamente exclusivos. O empreendedor, quando se depara com uma situação de dificuldade financeira (motivado pela necessidade), o indivíduo empreenda a partir de um produto inexistente e desejado pelo mercado, considerado algo inovador e sobretudo sustentável, que possibilita gerar emprego e renda para um país (motivado pela oportunidade (NOGAMI et al., 2014).

Os empreendedores por necessidade comumente começam com empreendimentos de forma autônoma, em decorrência da falta de oportunidade de emprego, assim como para manter uma renda familiar, visto que sua maior motivação é financeira e não ter um negócio próprio. Esse empreendedorismo depende da conjuntura do país, visto que quando há crise, conseqüentemente surgirá um aumento desse tipo de empreendimento, bem como, a tendência é diminuir quando as ofertas de emprego aumentarem (SILVEIRA et al., 2017).

Por outro lado, os empreendedores por oportunidade, analisam e identificam um segmento específico ou uma chance de negócio e tomam a decisão de empreender mesmo tendo alternativas correntes de renda e emprego. Com isso, é possível dividir a Taxa de Empreendedores Iniciais (TEA) em duas taxas, como a Taxa de empreendedores por necessidade e a Taxa de Empreendedores por Oportunidade (NOGAMI et al., 2014).

Portanto, o empreendedorismo é relevante para a sociedade como meio para o desenvolvimento econômico. Além disso, mostra-se como uma área de discussões voltada a essa relação, enaltecendo a complexidade sobre esse assunto e

sobretudo fornecendo uma perspectiva no que se trata das pesquisas relacionadas, visto que, a discussão apresentada não limita o tema, somente destaca a relevância desse fenômeno no cenário do desenvolvimento, tanto no âmbito econômico, quanto em todas as influências que ele acarreta (VERGA; SILVA, 2014).

2.2 Empreendedorismo no Brasil

É perceptível, a evolução nas pesquisas do mundo, no que se trata não apenas do empreendedorismo, mas sobretudo, da maneira como os empreendedores se adaptam às necessidades de cada país. Nessa visão, no Brasil não é diferente, visto que sua economia e cultura peculiares possibilita gerar interesse em investigações em relação ao comportamento empreendedor em cenários específicos dentro do país. Contudo, algumas delas preocupam-se muito em descrever o empreendedor e seus comportamentos como produto final, porém, terminam por não se concentrar na descrição da formação desse público como empreendedores (HEUSI, 2019).

Houve muitas mudanças no cenário empresarial do Brasil nos últimos anos, contribuindo principalmente para o crescimento econômico e social, além das mudanças positivas quando se trata do empreendedorismo. Uma das variáveis que demonstrou evolução significativa nos últimos anos foi o PIB (SILVIA et al., 2015).

No que diz respeito a prática empreendedora, no Brasil, há uma característica diferenciada em relação aos outros países, que é a atividade voltada para a agricultura. Nesse cenário, juntamente com a Índia, o Brasil foi considerado como um país com a economia direcionada para o agronegócio (NOGAMI et al., 2014).

O Brasil é um país empreendedor com características de sucesso, ligados às relações sociais e econômicas que o empreendedorismo promove. Dessa maneira, a relevância do aproveitamento das oportunidades, a qualificação, o planejamento e o espírito empreendedor tornam-se papel essencial no crescimento e desenvolvimento do país (SILVIA et al., 2015).

Portanto, o empreendedorismo é fundamental para minimizar as taxas de desemprego no país. O estudo de Barros e Pereira (2008) mostrou que as taxas de crescimento econômico mais baixas nos municípios de maior atividade empreendedora parte do princípio de que o empreendedorismo por necessidade representa metade do empreendedorismo no Brasil. Contrário do empreendedor

inovador que busca oportunidade de negócio, o empreendedor por necessidade pouco ajuda para o dinamismo da economia local. Além disso, sua atividade, mesmo quando de baixa produtividade e renda, estabelece uma ocupação alternativa ao desemprego (BARROS; PEREIRA, 2008).

Dessa forma, o desempenho econômico proporciona mais oportunidade para a área do empreendedorismo e conseqüentemente para o desenvolvimento de inovação. Em contrapartida, o indivíduo que mora em um país com economia pobre, é afetada com as altas taxas de desemprego e enxergam na atividade empreendedora um caminho para obter renda, empreendendo então por necessidade (NOGAMI et al., 2014).

Por isso, com o aumento do nível de desemprego, principalmente nos grandes centros urbanos, faz com que uma grande quantidade de pessoas passe a buscar melhores condições para sobreviverem. Sendo assim, essas pessoas seguem para iniciar os seus próprios negócios (NOGAMI et al., 2014).

A taxa de empreendedorismo total (TTE) no Brasil, em 2019 foi de 38,7% equivalente a 53 milhões, aproximadamente de brasileiros adultos que colocava em prática algum tipo de atividade empreendedora, como o envolvimento na criação ou na consolidação de um negócio inovador ou na manutenção de um empreendimento já estabelecido (GEM, 2019).

Esse comportamento do Brasil no que se trata ao empreendedorismo nascente e novo pode indicar, de certa forma que ainda haja espaço para o desenvolvimento dos nascentes no país, assim como, uma efetividade na conversão de nascentes em novos, mostrando uma quantidade maior de empreendedores no início do seu negócio que ainda está sobrevivendo, isto é, pelo menos, conseguindo gerar a própria renda (GEM, 2019).

No Brasil, é possível observar que, nos primeiros anos da série histórica, as empresas entrantes tiveram ganhos crescentes de pessoal ocupado assalariado que variaram entre 3,0%, em 2008, e 3,3%, em 2010. Em seguida, mostrou-se momentos de retração, saindo de 3,0%, em 2011, para 2,3%, em 2016, e momentos de crescimento, partindo de 2,6%, em 2017, para 3,1%, em 2019. Já no ano de 2020, observou-se o menor ganho da série histórica, 2,1%. Por outro lado, as empresas que saíram do mercado apresentaram perda de pessoal ocupado assalariado mais homogênea ao longo do período, variando entre 1,2%, observada em 2010, e 1,6% em 2009, 2016 e 2018. Em 2020, essa perda foi de 1,5% (IBGE, 2020). O quadro

abaixo mostra em números exatos da evolução das entradas e saídas das empresas no país.

Tabela 1 - Evolução das entradas e saídas das empresas

	Entradas	Saídas	Saldo
2008	889.486	719.915	169.571
2009	946.676	755.154	191.522
2010	999.123	736.428	262.695
2011	871.804	864.035	7.769
2012	859.992	799.419	60.573
2013	871.663	695.748	175.915
2014	726.271	943.958	(-) 217.687
2015	708.644	713.628	(-) 4.984
2016	648.474	719.551	(-) 71.077
2017	676.444	699.376	(-) 22.932
2018	697.079	762.940	(-) 65.861
2019	947.311	656.372	290.939
2020	826.404	634.439	191.965

Fonte: IBGE (2020).

O objetivo é que mais entradas ou ameaças de entradas no mercado provoque mais inovação e maximize a produtividade, não apenas devido estes resultados diretos de inovações de qualidade dos novos entrantes, mas também por conta da ameaça de ser desalojadas por um potencial entrante dá às empresas constituídas um incentivo para inovar e impedir a entrada de concorrentes. Conclui-se que a entrada tem impacto positivo maior sobre o crescimento em setores ou países que estão perto da fronteira tecnológica, no entanto, mais efeitos positivos em segmentos ou países que estejam bem abaixo da fronteira, como o Brasil (BARROS; PEREIRA, 2008).

A capacidade de reconhecer uma oportunidade de negócio e expandir de maneira adequada possibilita contribuir significativamente com o desenvolvimento econômico do país, gerando empregos, elevando a riqueza e sua distribuição. Além do acesso à informação e tecnologias permite que as pessoas se deparem com as oportunidades e se apropriem delas (SILVIA et al., 2015).

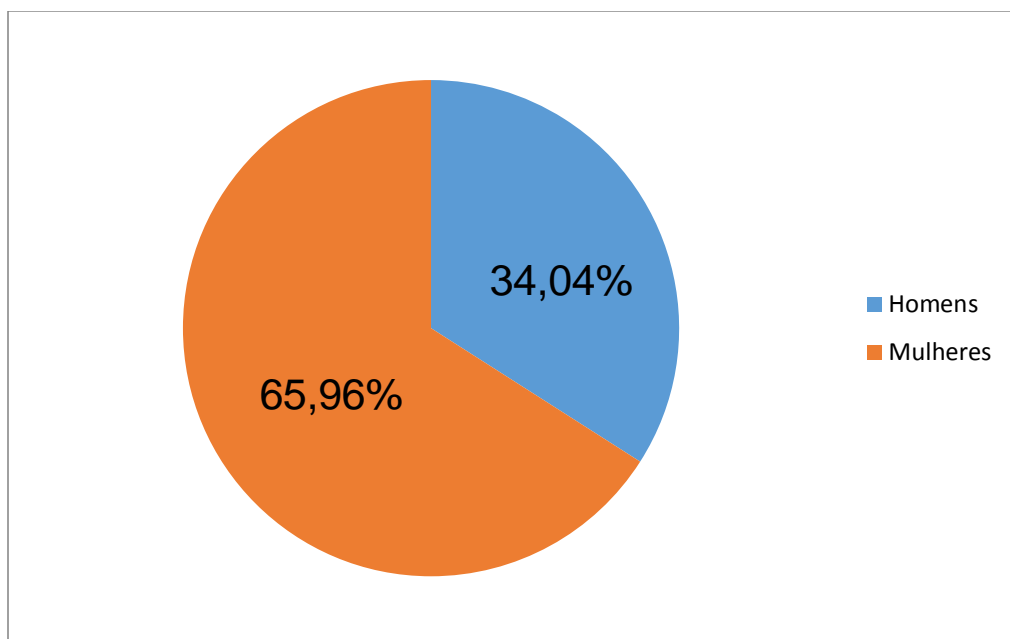
2.3 Evolução do empreendedorismo feminino no Brasil

O empreendedorismo feminino, é visto cada vez mais como uma tendência mundial e impacta nas mudanças da sociedade, ser empreendedor não é somente experimentar uma caminhada de sucesso, é fundamental considerar que o caminho experienciado possa estar cercada de fatores de incertezas, no desenvolver de cada circunstância vivida e a ser vivenciada (MELO, 2018).

Para Lima e Filho (2019) O empreendedorismo feminino é um fenômeno recente que teve grande visibilidade para a economia e a sociedade brasileira. Como são vistos por alguns autores, onde começam a gerar ideias sobre a temática, contribuindo para a difusão e uma popularização do tema. Contudo, a área ainda permite maior exploração, extraíndo novas informações visando a caracterização e o estabelecimento de um perfil do público feminino.

Nos antepassados, o papel maior de homens no exercício empreendedor pode ter sido importante para a criação de um estoque de empreendedores estabelecidos com forte presença do papel masculino. A aparição da mulher no empreendedorismo, bem como em outros cargos no mercado de trabalho, vem crescendo ao passar dos anos, porém, as mulheres partem de uma base mais modesta de empreendedores estabelecidos (GEM, 2019).

Atualmente, o empreendedorismo feminino é um avanço importante nesse setor, onde se tornou mais fácil encontrar mulheres em várias áreas que normalmente são ocupados por homens. As características empreendedoras encontradas pelas mulheres são, a inovação, entusiasmo pelas oportunidades, motivação e superação. Além disso, tem-se comprometimento e determinação, autoconfiança e habilidade de adaptação, são tolerantes ao risco, ambiguidades e incertezas e um excelente relacionamento interpessoal (LIMA; FILHO, 2019). O gráfico (1) mostra o quanto as mulheres evoluíram no que se trata das empreendedoras que são donas do seu próprio negócio.

Gráfico 1 - % de empreendedores no total de Donos de Negócios

Fonte: Adaptado. 4º Tri/2021. Pnad. Continua, IBGE

No ano de 2014, a ONU (Organização das Nações Unidas) criou o dia do Empreendedorismo Feminino, e definiu 19 de novembro para comemorar essa data. A ideia, foi chamar atenção para a relevância do empreendedorismo feminino e para minimização das desigualdades, valorização da diversidade e contribuição para a economia. Essa iniciativa é gerenciada pela ONU Mulheres, componente da entidade que visa unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em defesa dos direitos humanos voltado a público feminino (POLETTINI, 2022).

Visando conviver em uma sociedade mais globalizada é preciso enfrentar as barreiras e proporcionar uma releitura dos fatores, haja vista que toda essa evolução é definida como um fenômeno pelas lutas, conquistas e capacidade de resiliência da mulher (MELO, 2018). Os enfrentamentos ocorridos pelas mulheres na busca por direitos sociais promoveram o ganho de espaços sociais, entre eles o mercado de trabalho. Porém, essa inclusão não ocorre de modo igualitário quando se comparado com os homens (LIMA; FILHO, 2019).

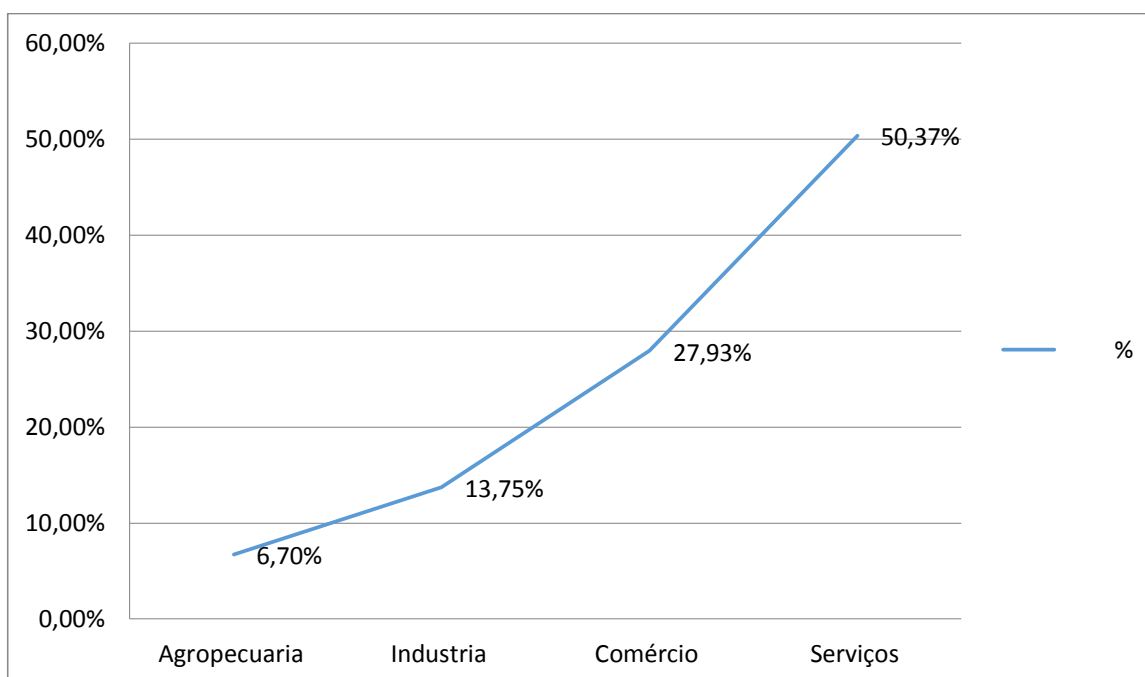
No entanto, mesmo nas dificuldades, as mulheres têm habilidades diferenciadas, quando comparadas com os homens. Por isso, quando estão a frente do seu próprio negócio ou na empresa, estão ganhando mais espaços principalmente nas empresas, mostrando sua capacidade de trabalhar em equipe, habilidades nas relações interpessoais, bem como facilidade de se comunicar (LIMA;

FILHO, 2019).

São por essas razões que a mulher no âmbito do empreendedorismo deve deixar a sua essência movimentar seus passos, visto que o empoderamento feminino é um dos maiores mecanismos para a transformação de uma sociedade menos conservadora (MELO, 2018).

Portanto, o incentivo torna-se maior, quando o mercado de trabalho tem um papel feminino brigando pelos direitos de igualdade social, buscando saídas para ter o seu próprio negócio. No entanto, as mulheres cada vez mais, estão se ocupando em diferentes áreas e setores, sobretudo no âmbito do empreendedorismo (NOGAMI et al., 2014). Assim como mostra o gráfico (2) no qual, é possível observar os setores que as mulheres estão cada vez se enquadrando.

Gráfico 2 - Setor de Atividade das Donas de negócio



Fonte: Adaptado. 4º Tri/2021. Pnad. Contínua, IBGE

Portanto, a busca pela igualdade de gênero, bem como empoderar todas as mulheres é o 5º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030. Portanto, o incentivo ao empreendedorismo feminino é definido como um dos caminhos para conseguir atingir esse objetivo (GEM, 2019).

No Brasil, o exercício praticado pelos homens em relação as mulheres é de

1,6 para 1. Considerando outros países, a razão entre o empreendedorismo baseado no gênero, na maioria das vezes é de 2 para 1. Com isso, mostra-se que o público feminino no Brasil tem um maior potencial para abrir um negócio do que as mulheres em outros países (NOGAMI et al., 2014).

As principais iniciativas que visa proporcionar a diversidade na organização, são dedicadas às mulheres através de benefícios que contribui visando conciliar a vida profissional com a vida pessoal. No entanto, ainda são presentes os baixos salários e poucas oportunidades de cargos de chefia, quando comparados com esses mesmos benefícios voltados ao público masculino (LIMA; FILHO, 2019).

Para o autor supracitado, o alcance da diversidade, no mercado de trabalho vem se mostrando como uma característica gradativa nas empresas, o que impacta diretamente no setor de recursos humanos e sobretudo no trabalho com a gestão de pessoas. O propósito da diversidade na organização pode ser visto a partir de duas perspectivas, se de um lado a diversidade acrescenta para as organizações oportunidades e valores diferenciados, por outro lado, torna-se um desafio aos gestores.

São muitas as barreiras ultrapassadas pelas mulheres para entrar no mercado de trabalho, em vista que a dupla jornada é desgastante, precisando conciliar trabalho, cuidados com o lar e dos filhos. Nas empresas, ainda precisa presenciar a discriminação de gênero, preconceitos e assédio, além de ideias ultrapassadas de que são muito emotivas ou que não poderão contribuir para a organização se tiverem filhos. Com essa situação no mercado formal de trabalho, escassas oportunidades em cargos de liderança e diferenças salariais em relação aos homens, as mulheres acabam seguindo o caminho do empreendedorismo, na tentativa de resolver os problemas (POLETTINI, 2022). O quadro abaixo, mostra a jornada de trabalho que as mulheres vivenciam durante a semana.

Tabela 2 - Carga de Trabalho Semanal das Donas de negócio

Horas trabalhadas	%
De 14 até 40 horas	36,58%
De 40 até 45 horas	29,81%
De 49 horas ou mais	14,18%
Até 14 horas	13,23%

De 45 até 49 horas	6,2%
--------------------	------

Fonte: Adaptado. 4º Tri/2021. Pnad. Continua, IBGE

Além disso, o mesmo autor mostra que o local onde as mulheres exercem o seu trabalho, ou seja, sua atividade empreendedora, pode ser visto 6% em fazendas, sítios, granja, chácara etc. Além disso, 44% são exercidos em loja, escritório, galpão e por fim, 51% não tem estabelecimento para funcionar o seu negócio.

2.3.1 Perspectiva futura do empreendedorismo feminino

As mulheres têm um grande potencial no empreendedorismo. Desde os tempos remotos, o público feminino vem lutando por seus espaços, principalmente no mercado de trabalho, sobretudo nos anos 70 e 80, com seu papel de empregada e donas de seus próprios negócios. Nesse cenário, muitas conquistas no que se trata do apoio e reconhecimento foram adquiridas e cada vez mais a presença de mulheres no mercado, seja de trabalho ou de negócios, tornou-se promissora. Contudo, nota-se que ainda é preciso ser debatido e repensado para valorizar, emergir e apoiar o desenvolvimento e o crescimento do empreendedorismo feminino (MORAIS, 2019).

Para Gimenez et al., (2017) existem alguns destaques para as tendências do empreendedorismo feminino, como, a própria percepção da mulher na atividade do empreendedorismo, analisando sua relevância, e refletindo sobre os problemas enfrentados e conquistas obtidas. Além disso, outra tendência, em relação à aquisição financeira de recursos, seria a opção das mulheres estimuladas por políticas de acesso, os financiamentos bancários ou empréstimos formais (CAVADA et al., 2018).

As mulheres empreendedoras tendem a se direcionar à negócios de forma mais reflexiva, onde é possível analisar os riscos e possíveis ganhos, se arriscando menos e procurando atividades mais seguras. Outra tendência, considerada global, é o crescimento e a comparação do empreendedorismo feminino e masculino, sem, contudo, eliminar todas as diferenças entre homens e mulheres empreendedoras, porém, buscar retirar influências institucionais negativas que impactam a intenção, a motivação e o acesso do empreendedorismo feminino (HALABISK, 2017).

O processo de evolução e as tendências voltada ao empreendedorismo

feminino mostram uma ligação com as dimensões culturais do coletivismo institucional, do igualitarismo de gênero, consciência social e empoderamento feminino, além de que os órgãos governamentais e as instituições não-governamentais devem promover ações visando apoiar o desenvolvimento do empreendedorismo feminino. Com isso, o fortalecimento do empreendedorismo feminino passa pela mudança nas estruturas familiares e tradições (MORAIS, 2019).

Nessa perspectiva, o desenvolvimento do empreendedorismo feminino tende a própria percepção desse público, sobre a presença e a relevância nos segmentos ancorado na reflexão sobre as conquistas alcançadas e desafios ainda a serem superados. Portanto, considerando suas características, o público feminino empreendedor deve se manter buscando negócios de forma mais reflexiva, observando os riscos e possibilidades de ganhos, se arriscando menos e procurando atividades mais seguras (MORAIS, 2019).

3. DELINEAMENTO METODOLÓGICO

A metodologia é vista como o processo de se fazer ciência, trata-se dos procedimentos, dos aspectos chaves, do passo a passo em busca de um resultado. O objetivo da ciência é analisar a teoria. Para alcançar determinado objetivo, é preciso passar por diversos caminhos. Por isso denomina-se metodologia, além de ser considerado uma preocupação instrumental (DEMO, 1985).

Com o propósito de obter os resultados almejados deste trabalho, através do objetivo geral e dos objetivos específicos, a presente pesquisa será desenvolvida a priori, por meio da pesquisa de revisão da literatura, de caráter exploratório, a segunda fase da pesquisa, será induzida através da pesquisa descritiva de método qualitativo, com o objetivo de identificar os resultados esperados desta temática que envolve empreendedorismo feminino.

Deste modo, a pesquisa bibliográfica são fontes secundárias que retratam com base em assuntos vistos em livros e artigos científicos e outras produções acadêmicas. As diversas pesquisas exploratórias são denominadas como estudos sobre ideologias, além disso, são estudos que mostram a análise de posições diversificadas com foco em um problema, também feita ligada a fontes bibliográficas (GIL, 2002).

A segunda parte da pesquisa foi adotada sob o tratamento de caráter

qualitativo que visa identificar, compreender e interpretar tal fenômeno, sem a extração de dados estatísticos, ou seja, sem fontes primárias. A pesquisa qualitativa entende e descreve certo fenômeno social, esse tipo de pesquisa é descritiva, devido não envolver dados quantitativos. Portanto, é dado significados aos fenômenos pesquisados em campo com o apoio de outros autores que já estudaram o tema proposto (LIRA, 2019).

A pesquisa qualitativa baseia-se nos fatores de métodos emergentes, feito a coleta das informações por meio de perguntas abertas, os dados podem ser atribuídos através de informações observacionais, documentais e dados audiovisuais, além disso, a análise é feita por imagens, interpretações de temas e padrões (CRESWELL, 2010).

Essa pesquisa, foi estudada por meio dos materiais supracitados para qual fosse possível especificar o cenário do empreendedorismo feminino e sua perspectiva. Esse assunto mostra-se como principal foco da pesquisa. Dessa maneira, é válido observar os trabalhos estudados, onde foram feitas pesquisas com periodicidade anual, tratando assim de fontes secundários com o objetivo de adquirir os resultados propostos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A princípio, o estudo mostrou a evolução do empreendedorismo brasileiro, onde o PIB é uma das variáveis que é mais impactada positivamente, devido as inovações que surgem neste setor. Além disso, o empreendedorismo é considerado uma tendência mundial e o Brasil mostra-se como um dos pilares da inovação, principalmente tecnológica.

Com o objetivo de evoluir e buscar o desenvolvimento tecnológico e econômico através da inovação, o Brasil realizou ações de fortalecimento das políticas públicas para inovação, valorização da cultura de proteção da propriedade intelectual, da transferência de tecnologia e com grande interação com os atores do Ecossistema de inovação tem seguido para diminuir os problemas culturais e sociais de interação da academia e das empresas (MARQUEZ et al., 2021).

No que diz respeito ao empreendedorismo feminino, mesmo sendo uma área de incertezas, isto é, o risco de novos entrantes é muito grande, no entanto, as características do público feminino são diferenciadas, como o seu poder de inovação, o entusiasmo é fazer acontecer o negócio e sobretudo a superação, em

vista dos momentos de desigualdade enfrentadas pelas mulheres nos antepassados e que ainda se encontra atualmente.

Dessa forma, as mulheres estão frequentemente se inserindo em diversas áreas, os dois principais setores são o de serviços e comércio, além de outras áreas. Isso mostra que as mulheres têm a capacidade de se ocupar em diferentes segmentos. No entanto, ainda carece de mecanismos para fortalecer o empreendedorismo feminino, como políticas públicas que favoreça esse público-alvo.

Contudo, as políticas voltadas a esse cenário continuam sendo ineficientes, por conta dos tributos e tempo para abertura dos negócios, aspectos que ajudam para a informalidade das empresas. Além disso, mudanças presentes na sociedade refletiu no crescimento das mulheres frente a novos empreendimentos. Portanto, os empreendimentos, têm acontecido devido a necessidade e menos pela identificação de oportunidade, com baixa inovação, o que pouco estimula a competitividade e desenvolvimento da economia e mercado (NOGAMI et al., 2014).

Empreender por necessidade é visto com frequência no âmbito do empreendedorismo feminino, devido a desvalorização do mercado de trabalho para as mulheres. Dessa forma, é fundamental que esse público passe a ser mais valorizado no empreendedorismo. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostrou que 51% das mulheres não têm um local apropriado para o seu negócio funcionar, essa realidade mostra que o olhar para as empreendedoras ainda é considerado escasso.

Sendo assim, os desafios encontrados pelas mulheres vão além da atualidade, esse cenário é decorrente de uma série histórica vivenciada há muito tempo atrás. Os estudos mostraram que a busca pela equidade ainda é um desafio a ser ultrapassado, por outro lado, as oportunidades de ter o seu próprio negócio é fator presente nas escolhas das mulheres, visto que essa realidade estimula outras mulheres a abrirem o seu próprio negócio e conseqüentemente obter sua estabilidade financeira.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal relevância desta pesquisa foi mostrar com base em outras pesquisas acadêmicas a evolução do empreendedorismo no Brasil, principalmente

relacionado ao público feminino e sua perspectiva futura. Com base nesse contexto, nota-se a evolução do empreendedorismo feminino avança gradativamente, no entanto, ainda foi possível observar que houve uma crescente da ocupação da mulher em cargos de chefia no Brasil.

Durante todo processo analítico, nota-se que a mulher buscou o seu espaço durante muito tempo. Historicamente falando, a mulher nunca foi tratada de forma livre, como a ausência desse público no mercado de trabalho. É por isso, que os dados mostram sempre o homem a frente em todos os segmentos, principalmente ao empreendedorismo.

Portanto, a aparição do empreendedorismo feminino, é devido as mudanças sociais, isto é, devido a escassez do público feminino no mercado de trabalho, a opção para elas, foi se inserir no negócio próprio, colocando em prática os seus conhecimentos em diversas áreas. Esse cenário impacta não somente no Brasil, mas como em outros países. Estudos mostraram que o Brasil é um dos países que mais tem mulheres entrando no ramo empreendedorismo.

Outro fator importante é a representatividade que o empreendedorismo tem para as outras mulheres, ou seja, empreender vai além de abrir o próprio negócio, possibilita mostrar a outras mulheres que é possível o público feminino inserir em ambientes que por muitos anos foram os homens que ocuparam. Portanto, o abismo que antes existia entre homens e mulheres nesse contexto, vai cada vez mais se estreitando e ganhando mais competitividade.

Houve algumas limitações para este trabalho, onde foi possível observar que o empreendedorismo feminino é um fenômeno que precisa ser frequentemente pesquisado. Por isso é preciso enfatizar mais esse estudo para possíveis produções acadêmicas futuras, avaliando e analisando diversas variáveis relacionada as mulheres, como idade, escolaridade, local onde vive, com o intuito de identificar as principais características das mulheres e assim construir argumentos que possibilite mostrar a perspectiva feminina no âmbito do empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

ABREU, Paulo RM; CAMPOS NETO, Newton Monteiro de. **O panorama das aceleradoras de startups no Brasil**. Centro de Estudos em Private Equity e Venture Capital (GVcepe), 2016.

BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de administração contemporânea**, v. 12, p. 975-993, 2008.

CAVADA, Martha Cantú et al. Cultural foundations of female entrepreneurship in Mexico: Challenges and opportunities. **Naše gospodarstvo/Our economy**, v. 64, n. 1, p. 28-40, 2018.

CRESWELL, John W.. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Sage, 2010. 289 p.

DA COSTA NOGAMI, Vitor Koki; MEDEIROS, Juliana; DA SILVA FAIA, Valter. Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre os anos de 2000 e 2013. **Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 3, n. 3, p. 31-76, 2014.

DA SILVA MELO, Marta Regina; DE JESUS, Djanires Lageano Neto. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 6, n. 1, 2018.

DE GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzká; SILVEIRA, Amelia; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. **Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 2, n. 2, p. 32-54, 2013.

DEMO, Pedro. Introdução da Metodologia. **São Paulo: Atlas**, 1985.

DE OLIVEIRA LIMA, Nadine Pereira; DOS SANTOS GOMES FILHO, Antoniel. Mulheres Empreendedoras No Brasil: Um Estudo Bibliográfico/Entrepreneurship Women In Brazil: A Bibliographic Study. **ID on line. Revista de psicologia**, v. 13, n. 48, p. 821-830, 2019.

DIONELLO, Roberta; LANGHI, Celi; OKANO, Marcelo T. Educação profissional para startups: uma reflexão sobre o impacto do desenvolvimento de competências empreendedoras para o amadurecimento do ecossistema de startups no Brasil. **South American Development Society Journal**, v. 5, n. 15, p. 456, 2020.

EMMENDOERFER, Magnus Luiz. **Inovação e empreendedorismo no setor público**. 2019.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil - 2019**. 21. ed. Curitiba: Ibqop, 2019. 200 p.

GIL, Antonio Carlos et al. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Empreendedorismo Feminino No Brasil: Gênese E Formação De Um Campo De Pesquisa (Female Entrepreneurship in Brazil: Genesis and Formation of a Research Field). **Gimenez, F., Ferreira, J., & Ramos, S.(2017). Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de Um Campo de Pesquisa. REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

HALABISKY, D. (2017). **International Trade Forum**. v. 4, p10-11.

HEUSI, Fábio Alexandre. **A (Des) Construção do Empreendedor Brasileiro no Século XXI**. 2019. Tese de Doutorado. Universidade de Lisboa (Portugal).

IBGE. **Demografia das Empresas e Estatísticas de Empreendedorismo**. 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101969>. Acesso em: 31 out. 2022.

KELLER, Renan Gonçalves. **O contributo do empreendedorismo para o desenvolvimento económico: o papel da formação de clusters no ecossistema empreendedor sob a perspectiva brasileira**. 2019.

LANDSTRÖM, Hans; LOHRKE, Franz (Ed.). **Historical foundations of entrepreneurial research**. Edward Elgar Publishing, 2010.

LIRA, Bruno Carneiro. **Passo a passo do trabalho científico**. Editora Vozes, 2019.

MALAVOTA, Gustavo Pedroso; CINEGAGLIA, Maria Natalina; MELLO, Sílvia Conceição Reis Pereira. POLÍTICAS PÚBLICAS NO ÂMBITO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERSPECTIVAS DE EMPODERAMENTO. **Revista da Seção Judiciária do Rio de Janeiro**, v. 23, n. 45, p. 161-173, 2019.

MARQUES, Jecicleide Luckwu; CAVALCANTI, André Marques; DA SILVA, Auristela Maria. A evolução dos núcleos de inovação tecnológica no Brasil no período de 2006 a 2016. **Exacta**, v. 19, n. 1, p. 210-224, 2021.

MORAIS–GREICIELE, Greiciele Macedo et al. CONGRESSO DO INSTITUTO FRANCO-BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS UBERLÂNDIA/MG, 10., 2019, Minas Gerais. **Empreendedorismo Feminino: Evolução, Desafios Atuais e Perspectivas Futuras**. Minas Gerais: Ibae, 2019.

POLETTINI, Marcia Regina Negrisoni Fernandez. Empreendedorismo Feminino: conquistas e desafios. **Revista Científica UCE**, v. 1, n. 1, 2022.

SILVEIRA, Thayane Santos; PASSOS, Dante Flávio Oliveira; MARTINS, Igor. Empreendedorismo X startup. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 3, n. 2, p. 304-322, 2017.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, p. 44-64, 2016.

VERGA, Everton; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.

