

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade**

**A EVOLUÇÃO DA FIGURA FEMININA NOS ÍNDICES DE  
EMPREENDEDORISMO NO BRASIL**

**THE EVOLUTION OF THE FEMALE FIGURE IN THE INDICES OF  
ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL**

Giulia Xisto de Oliveira

**RESUMO**

Na pós-modernidade, a partir de 1990, o assunto empreendedorismo é um dos que tem ganhado amplitude e significa a transformação de ideias em oportunidades de negócios criativos e de sucesso. Ser empreendedor exige coragem, ousadia e resiliência e essa função sempre foi ocupada em sua maioria, por homens, no entanto, entre os anos de 2002 e 2015, no Brasil, o número de empreendedores homens e mulheres demonstraram uma maior uniformidade. A partir disso, pode-se sugerir que as mulheres estão cada vez mais corajosas e assumindo diversos cargos importantes na sociedade. Frente a essa temática busca-se analisar o que leva as mulheres brasileiras, chefes de seus domicílios ou cônjuges, com jornada dupla, às ações empreendedoras. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e análise descritiva de dados, com a qual se identificou que as mulheres se igualam aos homens ao ter a iniciativa para empreender, porém não se mantêm com igualdade no ramo. Por isso, identificou-se que ainda há muita desigualdade com relação ao número de empreendedores homens e mulheres, demonstrando falta de apoio e incentivo devido as multitarefas enfrentadas pelas mulheres. Ainda assim, os índices de empreendedorismo feminino têm aumentado ao longo dos anos.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Mulheres, Brasil.

**ABSTRACT**

In postmodernity, starting in 1990, the subject of entrepreneurship is one that has expanded and means transforming ideas into creative and successful business opportunities. Being an entrepreneur requires courage, daring and resilience and this function has always been occupied mostly by men, however, between the years of 2002 and 2015, in Brazil, the number of male and female entrepreneurs demonstrated greater uniformity. From this, it can be suggested that women are becoming more courageous and assuming various important positions in society. In the face of this theme, it is sought to analyze what leads Brazilian women, heads of their households or spouses, with a double day, to the entrepreneurial actions. A bibliographical research and descriptive data analysis was carried out, which identified that women are equal to men when having the initiative to undertake, but they do not maintain equality in the branch. Therefore, it was identified that there is still much inequality in relation to the number of male and female entrepreneurs, this shows lack of support and encouragement due to the multitasking faced by women. Nevertheless, female entrepreneurship rates have increased over the years.

**Keywords:** Entrepreneurship, Women, Brazil.

## 1 INTRODUÇÃO

A história da mulher foi marcada por discriminação ao longo dos anos. Esse fator se revelou em diversos ramos como educação, atividades profissionais, família, responsabilidades sociais e etc. Além disso, as mulheres foram vistas por muito tempo como pessoas que servem apenas para procriar, cuidar da casa e do marido, somente as mulheres com melhores condições financeiras e sociais poderiam aprender a ler e escrever.

O homem, pelo contrário, desde sempre pode exercer todas as demais funções. Porém, a partir da Primeira e Segunda Guerras Mundiais (respectivamente, 1914 e 1939) as mulheres foram obrigadas a assumir cargos de liderança nos negócios da família, pois seus maridos estavam em batalha. Começando a reverter, assim, a posição feminina (PELEGRINI; MARTINS, 2010).

Além disso, no Brasil, as mulheres começaram a tomar a frente dos negócios de seus falecidos pais entre as décadas de 70 e 80, administrando lojas e butiques a fim de se ocuparem. Porém, esse fator passou de ser uma simples ocupação para algo mais sério (WONG, 2005).

Mesmo assim, as mulheres ainda não reconheciam o conceito de empreender e como poderiam ser empoderadas através dele. Segundo Dornelas (2012), empreender é inovar e assumir riscos. Além disso, a capacitação e busca por novas estratégias também fomentam o empreendedorismo, remetendo a ideia de que ao passo em que as mulheres assumiriam as atividades profissionais ocupadas anteriormente por homens, também assumiriam as atividades educacionais, a fim de se capacitarem.

Atualmente, no século XXI, o empreendedorismo feminino já não é mais novidade, existindo até mesmo programas de fomento como o Programa 10.000 Mulheres da Goldman Sachs em parceria com a EAESP – FGV/SP.

Mesmo assim, ainda existe grande desigualdade entre gêneros em alguns setores, demonstrando a importância de se estudar os índices femininos nos ramos em que elas mais foram discriminadas. Diante disso, a presente pesquisa buscou estudos já realizados sobre o tema a fim de analisar os índices de desigualdade entre homens e mulheres.

O presente artigo está estruturado em outras quatro seções além da introdução. Na segunda é apresentada o referencial teórico, na terceira as evidências empíricas, após a metodologia, onde se discrimina o método de análise utilizado no desenvolvimento do estudo. Posteriormente, nas últimas duas seções, são apresentados e analisados os resultados e delineadas as considerações finais.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Empreendedorismo

O termo empreender surgiu na língua portuguesa no século XV e se remete ao termo *entrepreneur* do francês, que significa aquele que contrata, que faz o intermédio em uma troca. Já o termo empreendedorismo é uma tradução da língua inglesa, do termo *entrepreneurship*, que reúne os termos *entrepreneur* mais *ship*. Remete ao significado de posição, grau ou qualidade de empreender (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Apesar dos termos serem antigos, o empreendedorismo pode ser considerado uma nova ciência, já que nas últimas cinco décadas os estudos a respeito do tema tomaram grandes proporções e vêm formando novos conceitos, estilos de liderança e práticas abordadas nas empresas. Além disso, por meio do avanço das tecnologias, mais se aborda a temática a fim de construir negócios criativos de sucesso (POTT et al., 2016).

Já Dornelas (2012) afirma que empreender significa inovar assumindo riscos e existem diversas classificações entre os autores. Uma delas é a divisão entre o empreendedorismo por necessidade e empreendedorismo por oportunidade. O primeiro se refere aos indivíduos que

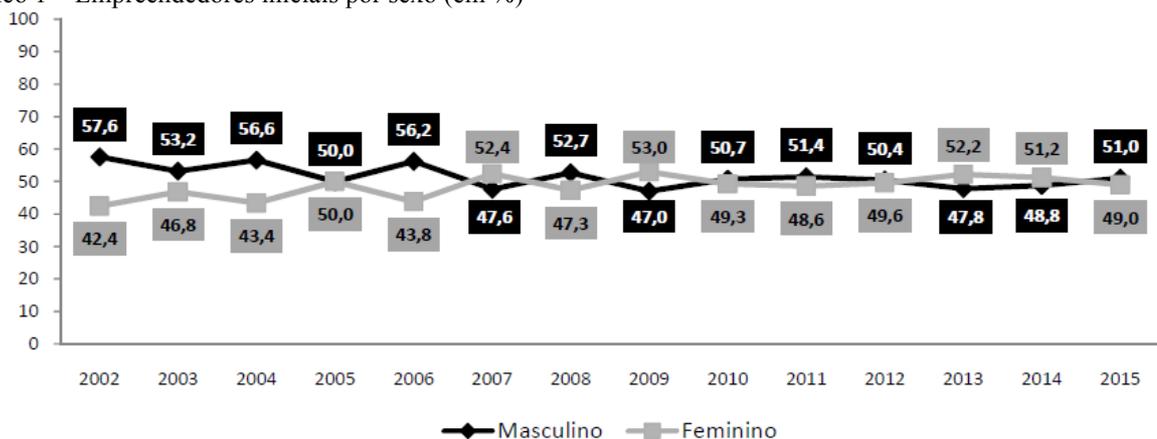
criam negócios apenas visando o suprimento de suas necessidades quando não há outra opção, já o empreendedor por oportunidade é aquele que visa um negócio criativo e inovador, encontrando um sentido e propósito para suas ações, a fim de solucionar alguns problemas na sociedade.

Existe também a classificação de três tipos de empreendedores, o empreendedor corporativo, empreendedor start-up e o empreendedor social. O corporativo se preocupa em agir dentro de um limite estabelecido, numa empresa já constituída, já o start-up rompe todas as barreiras para inovar, criando até mesmo novas empresas. O empreendedor social está ligado ao propósito e missão social da empresa, dando maior foco para ajudar o próximo em vez do lucro (MARQUES, 2016).

### 3. EVIDÊNCIAS EMPÍRICAS

Além disso, de acordo com pesquisas da GEM - Global Entrepreneurship Monitor (2015), o Brasil é um dos países com maior igualdade de gênero quando o assunto é empreendedorismo. Nota-se que os percentuais por gênero de empreendedores iniciais no Brasil têm cada vez mais se igualado, ou seja, as mulheres estão cada vez mais corajosas e tomando a frente de cargos anteriormente ocupados, em sua maioria, por homens. O Gráfico 1 representa melhor essa proporção.

Gráfico 1 – Empreendedores iniciais por sexo (em %)



Fonte: GEM Brasil 2015

Observa-se que em 2002, 57,6% dos empreendedores iniciais eram homens e 42,4% mulheres, chegando a 50% homens e 50% mulheres em 2005 e mantendo-se relativamente estável até 2015 onde percebe-se o marco de 51% homens e 49% mulheres.

Esse processo de igualdade pode também ser atribuído a programas de incentivo ao empreendedorismo feminino, como o Programa 10.000 Mulheres da Goldman Sachs em parceria com a EAESP – FGV/SP. Tais programas buscam estratégias para incentivar e fomentar a busca de novos empreendimentos pelas mulheres (GEM, 2015).

Para Oliveira, Vasconcelos e Jeunon (2015), as mulheres têm uma participação cada vez mais efetiva no mercado, pelo fato de estarem buscando uma escolaridade superior e também por estarem assumindo cargos como chefes de família. Percebendo que a rotatividade de empregos está presente nas famílias e também a necessidade de sustento, as mulheres decidem investir na criação do seu próprio negócio, a fim de identificar oportunidades e até mesmo formas para desenvolver suas habilidades.

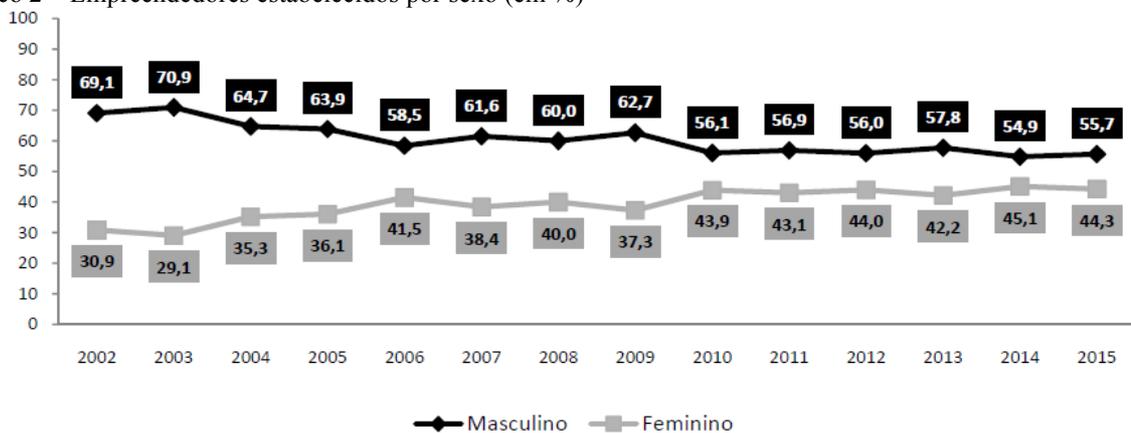
Porém, não basta apenas querer, é preciso saber como. Nesse sentido, as mulheres também saem a frente, pois sua percepção aguçada, sua capacidade de exercer diferentes papéis

e até mesmo a forma como elas gerenciam o tempo são fatores que impulsionam sua participação no mercado de trabalho (NUNES, 2006).

Os dados de empreendedores iniciais demonstram certa igualdade, porém os dados para empreendedores estabelecidos deixam um pouco a desejar quando o assunto é igualdade. Ainda de acordo com a GEM (2015), percebe-se que a função de empreendedor está ocupada em maior escala por homens, demonstrando assim que as mulheres estão com garra e força para iniciar a jornada, porém acabam desmotivadas e pressionadas a desistir ao longo do tempo. Pode-se sugerir que tal fator ocorre devido as multitarefas desempenhadas pelas mulheres, como a criação dos filhos, gerência da casa e seu papel no mercado de trabalho, se tornando um desafio diário.

O Gráfico 2 representa essa proporção e ainda demonstra a crescente busca das mulheres pelo empreendedorismo. Mesmo com todos os desafios mencionados, a figura feminina no Brasil está cada vez mais forte e encarando as dificuldades, demonstrando assim, que podem se igualar aos homens nas porcentagens.

Gráfico 2 – Empreendedores estabelecidos por sexo (em %)



Fonte: GEM Brasil 2015

Pode-se observar o êxito dos programas de fomento ao empreendedorismo feminino por meio do gráfico, que remete ser um sucessivo crescimento nas taxas femininas. De acordo com relatórios da GEM (2011), os maiores motivos que estão levando as mulheres a empreender são: a flexibilidade de horários que facilita suas rotinas conturbadas e permite que sejam multitarefas, além disso a possibilidade de independência financeira e de aumentar seus ganhos também são fatores motivacionais para elas.

Sabe-se que existem muitos estudos acerca da temática, por isso, foi realizado um quadro reunindo algumas pesquisas importantes sobre o empreendedorismo feminino (ver Quadro 1).

Quadro 1 – Levantamento bibliográfico

Autores	Objetivo	Método	Principais Resultados
Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014)	Analisar os problemas encontrados ao longo do processo empreendedor, a partir das histórias de vida das participantes do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios em Santa Catarina.	Abordagem qualitativa a partir das histórias de vida de mulheres empreendedoras.	As empreendedoras cujas histórias foram estudadas preocupam-se com os estudos. Mesmo com as dificuldades para estudar, a maioria possui ensino médio (38%), ensino superior (34%) e até

			especialização (20%). Aquelas que não concluíram o ensino superior por dificuldades familiares buscaram fazê-lo ao longo da jornada como empreendedoras. Os relatos revelam que a busca de conhecimentos é importante para essas mulheres. São mulheres típicas de famílias de classe média, cuja cultura tradicional é a de estudo e trabalho para melhorar de vida.
Silva, Mainardi e Lasso (2016)	Conhecer as características das empreendedoras, como elas têm ingressado no empreendedorismo e apurar o perfil empreendedor.	Método quantitativo, sendo aplicado um questionário a uma amostra de 109 mulheres donas de negócios.	Concluiu-se que as empreendedoras são mulheres experientes, altamente escolarizadas, casadas, começaram sozinhas e que tiveram dificuldade na obtenção de financiamentos. Observou-se que as empreendedoras precisam de mais conhecimentos em habilidades gerenciais e tecnológicas para um melhor gerenciamento de seus negócios.
Teixeira e Bomfim (2016)	Analisar os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras de agências de viagens para conciliar os conflitos entre o trabalho e a família.	Estudo de casos múltiplos.	Neste estudo as empreendedoras possuem um elevado nível de escolaridade, apenas uma minoria estabeleceu negócio na própria cidade e a faixa etária não se enquadra no empreendedorismo jovem. Com relação à motivação para empreender, identificou-se que não houve caso de empreendedorismo por necessidade de sobrevivência, se aproximando dos resultados apresentado pelo GEM (2013) onde se registrou entre as mulheres uma predominância do empreendedorismo por oportunidade.

Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Observa-se que existem evidências reais acerca do empreendedorismo feminino. Predominam-se métodos como o estudo de caso, o que difere do presente trabalho que busca uma análise bibliográfica e também análise de dados referentes ao empreendedorismo feminino no Brasil.

#### 4 METODOLOGIA

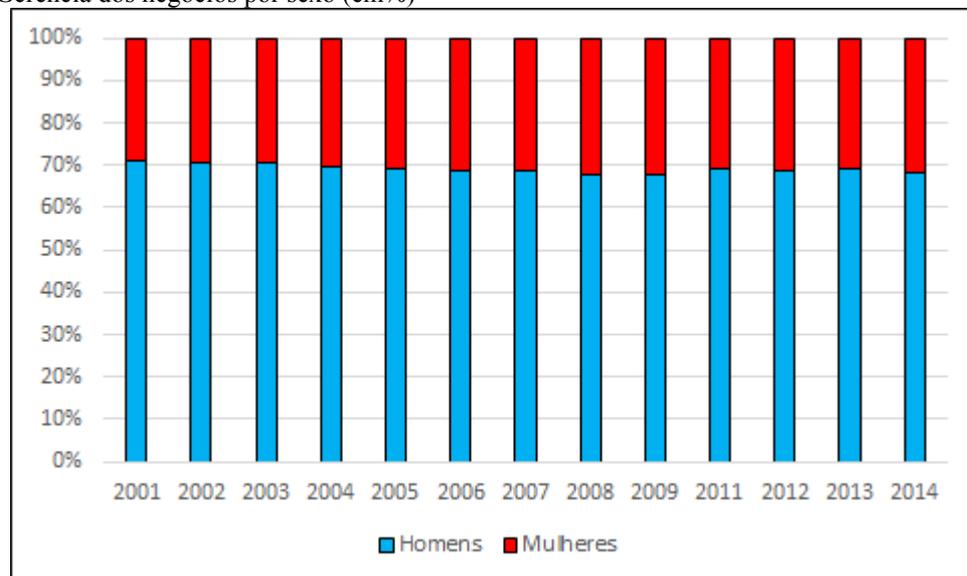
O trabalho é composto por levantamento bibliográfico, por meio de estudos já realizados acerca da temática e tem caráter descritivo, pois “descreve, sistematicamente, fatos e características presentes em uma determinada população ou área de interesse. Seu interesse principal está voltado para o presente e consiste em descobrir” (GRESSLER, 2004, p. 54).

Além disso, fez-se uma coleta de dados em canais como SEBRAE, GEM e Ipeadata para a confecção de gráficos que complementam as análises bibliográficas.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Por mais que os índices de empreendedores iniciais tenham se igualado na questão de gênero, observa-se por meio do Gráfico 3 que em 2001 apenas 28,78% dos negócios eram gerenciados por mulheres. Já em 2014, 31,73% dos negócios eram gerenciados por mulheres e 68,27% por homens. Pode-se observar um crescimento dos índices, porém ainda é fato que os homens empreendem mais que as mulheres.

Gráfico 3 – Gerência dos negócios por sexo (em%)

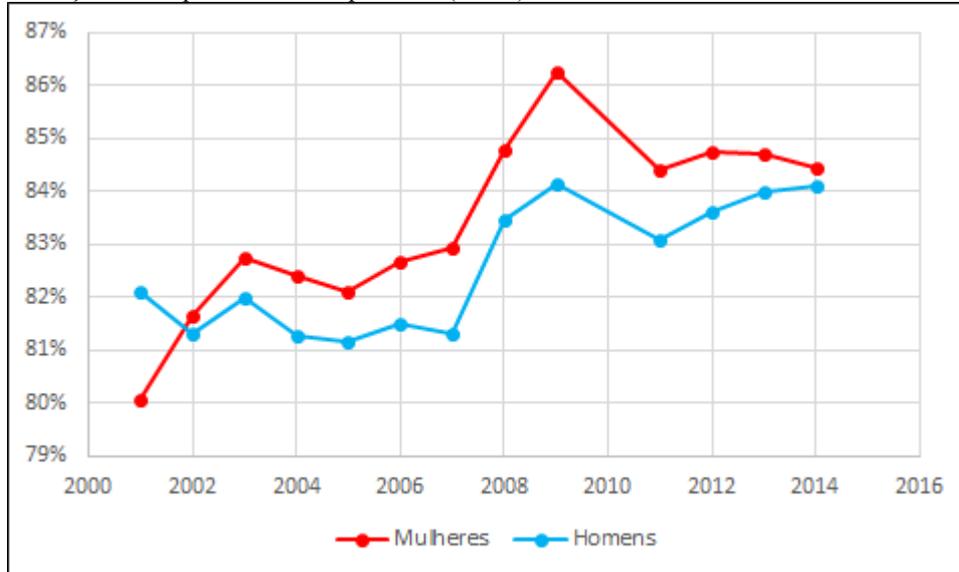


Fonte: Elaborado pelo autor com base em SENAC e Ipeadata (2017)

Tal fato pode ocorrer devido a maior dificuldade para mulheres ao abrirem e gerenciarem seus próprios negócios, tendo em vista que para ocupar os mesmos espaços que os homens devem realizar diversas funções como ser a chefe do lar, em muitos casos, cuidar dos filhos, estudar para mudar de vida e ainda gerenciar os negócios.

Nota-se ainda que em 2009 foi o maior índice obtido com relação às mulheres empreendedoras, pois 32,19% dos negócios eram geridos por elas. Outro fato interessante é que nesse mesmo ano também houve um aumento na frequência escolar das mulheres, conforme mostra o Gráfico 4.

Gráfico 4 – Variação da frequência escolar por sexo (em %)

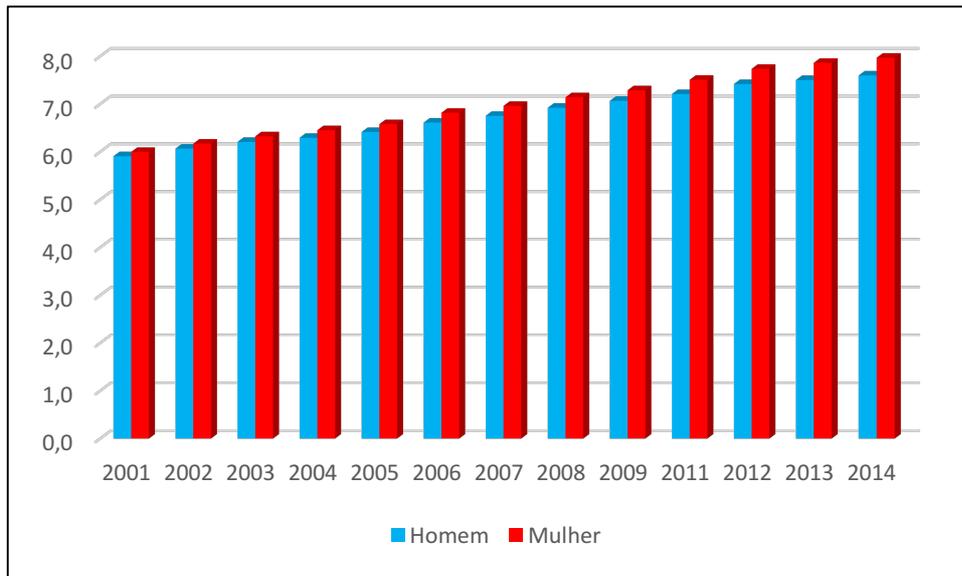


Fonte: Elaborado pelo autor com base em SENAC e Ipeadata (2017)

Em 2001 as mulheres tinham frequência escolar em torno de 80,07% enquanto os homens tinham 82,11%. Demonstrando assim, que ainda eram os líderes até mesmo nos estudos. A partir de 2002 esse fator começou a mudar e desde então pode-se perceber um constante crescimento na busca das mulheres por formação e qualificação. Em 2009 obtemos o marco de 86,26% de frequência escolar por parte das mulheres e 84,15% dos homens, já a partir de 2010 os dois índices voltaram à média em que estavam e até 2014 se mantiveram em similaridade. Porém, ainda assim as mulheres são líderes quando o assunto é estudo.

Corroborando com as análises anteriores, o Gráfico 5 aponta os anos de estudos entre homens e mulheres e da mesma maneira, pode-se perceber um crescimento constante tanto nos anos de estudos dos homens quanto das mulheres. A crescente busca por aperfeiçoamento e disputa no mercado podem ser fatores que levam a esses dados, porém as mulheres também são líderes, já que em todos os anos mencionados elas obtêm um número maior se comparado aos homens.

Gráfico 5 – Anos de estudo por sexo



Fonte: Elaborado pelo autor com base em SENAC e Ipeadata (2017)

Além disso, as dificuldades enfrentadas pelas mulheres que foram mencionadas na presente pesquisa podem ser significativas ao olhar feminino na busca de melhorias de estudo. Já que a desigualdade de gênero é um fator visível nas variáveis estudadas, as mulheres são mais propensas a buscar oportunidades de estudo, a fim de alavancarem suas carreiras e terem chances que podem ser similares às chances profissionais concedidas aos homens.

Para uma análise mais profunda também foi calculada a variação dos anos de estudos entre homens e mulheres que pode ser vista no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Variação dos anos de estudos por sexo



Fonte: Elaborada pelo autor com base em SENAC e Ipeadata (2017)

Identifica-se uma maior variação por parte das mulheres quando se fala em anos de estudo, defendendo a visão de que as mulheres têm demonstrado maior interesse em aumentar seus anos de estudo, justamente porque não têm oportunidades iguais em outros setores, como o de empreendedorismo, demonstrado no gráfico 3. Já que os homens estão liderando esse ramo, elas buscam maior qualificação e liderança no ramo dos estudos.

Pode-se perceber também que o fator estudo não está intimamente relacionado ao fator empreender, pois se assim fosse, as mulheres deveriam estar liderando o ramo de empreendedorismo também.

De qualquer maneira, entende-se que da mesma forma que as mulheres têm espírito de liderança nos estudos, podem também continuar crescendo no ramo de empreendedorismo e atingir a igualdade nos índices com os homens ou até mesmo ultrapassar.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o início da história feminina, observa-se a partir de vários ramos e setores que as mulheres têm seus índices menores que o dos homens, é necessário que se entenda o porquê da desigualdade e o que se pode fazer a fim de diminuir esses índices. O primeiro e grande passo é dar a devida importância para a temática.

Para isso é necessário que haja mais estudos a respeito do tema e mais dados oriundos de plataformas disponíveis a comunidade, a fim de fomentar a pesquisa. Além disso é necessário que programas de fomento ao empreendedorismo feminino continuem e intensifiquem suas atividades, aliando suas forças a movimentos de igualdade de gênero.

A presente pesquisa teve dificuldades em encontrar plataformas com séries de dados a respeito do empreendedorismo feminino, por isso, é necessário que haja mais estudos aprofundados acerca do assunto.

## REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. Revista de Ciências da Administração v. 16, n. 40, p. 221-234, dezembro 2014.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539.

DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil – 2015: relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2016.

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil – 2010: relatório nacional. Curitiba: IBQ. 2011.

GRESSLER; L. A. Introdução à pesquisa: projetos e relatórios. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2004.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. Série de dados. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br/Default.aspx>> Acesso em 03 mai. 2017.

MARQUES, J. R. O que é o empreendedorismo corporativo? Disponível em: <<http://www.jrmcoaching.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo-corporativo/>>. Publicado em 29 de março de 2016.

NUNES, J.L.F. O empreendedorismo feminino e o estilo de liderança no Conselho da Mulher Empreendedora da Associação Comercial de Minas Gerais. Dissertação de mestrado, FEADMINAS, Belo Horizontes, MG, Brasil. 2006.

OLIVEIRA, Aparecida Fátima; VASCONCELOS, Maria Celeste; JEUNON, Ester Eliane. Empreendedorismo feminino de empresárias de Belo Horizonte: história de vida, características, desafios e fatores determinantes. Rev. CCEI – URCAMP, v.19, n34 2015.

PELEGRINI, Jordana; MARTINS, Silvana Neumann. A história da mulher no trabalho: da submissão às competências. Um resgate histórico e as gestoras lajeadenses neste contexto. Revista destaques acadêmicos, ano 2, n. 2, 2010 - Cchj/UNIVATES.

SEBRAE. Os Donos de Negócio no Brasil: análise por sexo (2001 a 2014). Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos\\_pesquisas/conheca-melhor-o-ambiente-das-micro-e-pequenas-empresasdestaque19,d6a2f925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/conheca-melhor-o-ambiente-das-micro-e-pequenas-empresasdestaque19,d6a2f925817b3410VgnVCM2000003c74010aRCRD)>. Acesso em: 03 mai. 2017)

SILVA, Mariana Santos da; MAINARDES, Emerson Wagner; LASSO, Sarah Venturim. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, a. XIII, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2º sem. 2016.

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. São Paulo, 10(1), pp. 44-64, jan./abr. 2016.

WONG, Robert. O sucesso está no equilíbrio. São Paulo: Campus, 2005.