

MULHERES E O MUNDO DO EMPREENDEDORISMO

Laura Caroline Gomes Leal¹; Rodrigo Rodrigues Guimarães Cadamuro¹; Patrícia Tozzo de Matos Mercadante^{2,5}; Ângela de Souza Brasil^{3,5}. Patrícia de Oliveira^{4,5*}

¹ Graduando em Administração, Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS; ² Mestre em Geografia – UFMS; ³ Mestre em Geografia com Ênfase em Planejamento e Mobilidade Urbana – UFMS; ⁴ Mestre em Desenvolvimento Local – UCDB; ⁵ Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/MS

*autor correspondente: patricia@aems.edu.br

RESUMO

As mudanças das últimas décadas nos padrões culturais da sociedade abriram um merecido espaço para a mulher, destacando o campo dos negócios da atividade empreendedora. De modo a evidenciar seus múltiplos papéis, não apenas no ambiente familiar, na sociedade como um todo, a partir da crítica e do questionamento de padrões arcaicos da figura feminina, antes limitada aos cuidados domésticos. Com este novo papel feminino surgem novos desafios, novos preconceitos, novos caminhos a serem trilhados, mas com determinação e luta, paulatinamente esses paradigmas vêm sendo revistos, uma vez que essa reivindicação não é atual, mas foi construída ao longo da história, que apesar de contar com nomes de mulheres em grandes invenções, ainda esbarra em uma série de dificuldades. Ressalta-se o crescimento da atuação feminina em várias áreas, tal como a empresarial e a política. Diante disso, esse trabalho tem como objetivo analisar e identificar o perfil de mulheres empreendedoras, suas atividades e enfrentamentos cotidianos.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo feminino; mercado de trabalho; dificuldades; capacidade.

1 INTRODUÇÃO

As mudanças no âmbito das questões do feminino vêm se intensificando na sociedade contemporânea e as novas tecnologias de gestão está ganhando destaque. Os novos modelos empresariais sempre buscam por flexibilização para manter as empresas num mercado competitivo, e nisso o empreendedorismo é uma alternativa frente ao fenômeno chamado “fim do emprego” (RIFKIN, 1995).

“Empreendedorismo é o principal fator promotor do desenvolvimento econômico de um País”, é o que inclui a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2011). Segundo Hisrich e Peters (2004), empreendedorismo é o processo de criar algo novo e com valor, seguido de dedicação de tempo e de esforços necessários para possíveis riscos consequentes.

Estudiosos da administração

defendem que a ideia de empreendedorismo instiga as pessoas a terem um comprometimento inovador, para que assim a criação do novo negócio venha com um grande reconhecimento, independente das mudanças e dos riscos.

O considerável aumento no número de mulheres trabalhando ‘fora de casa’ chama cada vez mais atenção, atraindo o interesse para o desenvolvimento de pesquisas a fim de verificar como essas trabalhadoras/empreendedoras se diferenciam de seus colegas do sexo masculino.

Apesar da história mostrar que as personalidades entre os gêneros são muito semelhantes, existem diferenças notórias entre os sexos no quesito ponto de partida, motivação e habilidades para os negócios. O processo de mobilização feminino e suas lutas coletivas destaca transformações econômicas e sociais no momento atual. As mulheres têm lutado

cada vez mais contra o preconceito de gênero e assim conquistando seu espaço no mercado de trabalho, principalmente no cenário empreendedor (MENDES; VAZ, 2015).

Alguns feitos para o gênero feminino foram de extrema importância no mundo e isso impulsionou o reconhecimento feminino na sociedade, principalmente no mercado de trabalho, no qual podemos citar: a Carta das Nações Unidas em 1945; Declaração Universal dos Direitos Humanos em 1948; Declaração da ONU do Ano Internacional da Mulher em 1975; Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra a Mulher – CEDAW em 1979.

Nos últimos tempos, houve um aumento gradual e progressivo voltado para a temática empreendedora. Esse acontecimento está transformando o mercado de trabalho, pois é algo diferente, moderno e inovador, consequentemente é essencial para o crescimento econômico, no qual irá melhorar a vida das pessoas que estão envolvidas, além de ser um gerador de emprego e renda. E nisso o gênero feminino ganha destaque nos últimos anos, as mulheres estão galgando um merecido lugar no mercado empreendedor mundial.

As variedades das atividades empreendedoras executadas são bastante diferentes entre os gêneros. Apesar da grande importância social e econômica que a mulher ganhou com o empreendedorismo, ainda existe parte delas que se sentem amedrontadas na questão empreendedora, pois as atividades seriam o dobro e com certeza impacta na estrutura familiar, sendo que ainda são vítimas de um preconceito patriarcal e conservador.

1.1 Empreendedorismo

A emergência da atividade empreendedora gerou grande impacto no mundo inteiro, principalmente no que se refere às mudanças causadas no mercado. O termo empreendedorismo foi criado

pelos franceses e usado pelo economista irlandês Richard Cantillon, para assim poder diferenciar um empreendedor de um capitalista - ou seja, aquele que fornecia capital. Do ponto de vista econômico, o empreendedor era levemente confundido com um administrador e com os anos essa atividade se fortaleceu em diversos segmentos, tornando o mercado mais complexo e desenvolvido.

De acordo com Dornelas (2008, p. 39), “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidade”. Desse modo, aqueles que buscam oportunidades de transformar suas ideias em grandes negócios podem ser chamados de empreendedores.

Em outra ótica, Hisrich e Peters (2004, p. 29) citam que empreendedorismo é:

O processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

No entanto, existe uma discussão sobre o termo, pois se acredita que empreender é sempre abrir uma nova empresa, quando na verdade, o termo está vinculado com uma postura de transformar problemas em oportunidades. Jean-Baptiste Say (1880), um dos pioneiros da fundamentação do empreendedorismo, descreve seu papel no mercado, o que para ele, ser empreendedor é mudar os resultados econômicos de produtividade baixa para uma produtividade alta, acrescentando que essa atividade também cria novos mercados, com grandes oportunidades e inovação, mas também com riscos inerentes.

Nichos de mercado, são pequenos segmentos que oferecem oportunidades de negócios ampliada no qual tem sido

ignorado ou negligenciado pelos outros. Ou seja, é um espaço dentro do mercado que não foi explorado por empresas ou pessoas e pode ser muito bem aproveitado, sem estar esbarrando em outros segmentos já explorados (WEINSTEIN, 1995).

Identificar uma oportunidade e aproveitá-la é uma das grandes virtudes de um empreendedor de sucesso. “Atrás de uma oportunidade sempre existe uma ideia, mas somente um estudo de viabilidade, que pode ser feito através de um plano de negócio, indicará seu potencial de transformar-se em um bom negócio” (DOLABELA, 2006, p. 65). Portanto, para promover o crescimento econômico e melhorar a condição de vida das pessoas que estão envolvidas, o empreendedorismo é essencial, pois gera emprego e renda.

1.2 O empreendedorismo no Brasil

O movimento empreendedor no Brasil se deu em meados dos anos de 1990, período em que acontece a abertura comercial brasileira, desencadeando a vinda de empresas estrangeiras ao país. O aumento da concorrência levou muitas empresas nacionais à falência, aumentando substancialmente os índices de desemprego. Em meio ao caos social, algumas iniciativas governamentais são criadas, justamente para mitigar esses efeitos, entre elas, temos a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a sociedade brasileira para a exportação de *software*.

A maior e mais importante pesquisa realizada sobre empreendedorismo no mundo é feita pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que é um consórcio de equipes de pesquisadores na área de empreendedorismo vinculados a renomadas instituições acadêmicas e de pesquisa de mais de 100 países. Há duas décadas o Brasil participa de suas pesquisas, e dados de 2019 mostraram que foi um ano de resultados

muito positivos para esse universo do empreendedorismo. O Brasil atingiu a 2ª maior taxa total de empreendedorismo, com 38,7% da população adulta envolvida em alguma atividade empreendedora. O país também alcançou a maior taxa de empreendedorismo inicial (TEA, do inglês, *total early - stage entrepreneurial activity*) desde o início da série histórica (SEBRAE, 2020).

1.3 Perfil empreendedor

Segundo Fillion e Dolabela (2000), uma pessoa empreendedora é aquela que empenha toda sua energia na inovação e no crescimento, em prol de desenvolver uma nova empresa pré-existente.

A pessoa com perfil empreendedor é aquela que consegue identificar as necessidades dos clientes, e que tem grande potencial de negócio para criar uma empresa. Segundo Marcondes e Bernardes (2000), um ato de ser empreendedor é, por exemplo, um desempregado que se torna camelô, o dentista que abre seu consultório, o técnico que cria uma fábrica, ou mesmo aquele que insatisfeito com seu emprego, se demite e abre seu próprio negócio.

Pessoas empreendedoras, em ambos os sexos, geralmente apresentam características atitudinais semelhantes.

O Quadro 1 aponta algumas das principais características de pessoas com perfil empreendedor. Encontram-se descritas qualidades de importantes empreendedores. Estas características são de extrema importância para que todas as expectativas empresariais sejam atingidas, pois por meio delas o empreendedor e o empreendimento alcançarão seus objetivos e metas (SCHMIDT; BOHNENBERGER (2009).

É válido ressaltar que por muitos anos na história da Administração admitia-se a ideia do chamado empreendedor nato, ou seja, o indivíduo que já nascia com um perfil empreendedor e, portanto, estaria ‘predestinado’ ao sucesso nessa atividade. Contudo, o avanço nos

estudos do campo administrativo, provaram que apesar de um indivíduo não ter essas características, isso não o impede de adquiri-las e desenvolvê-las. Fato evidenciado pelo crescente número de

cursos e especialização que visam o desenvolvimento humano e profissional voltado para a liderança, para o processo inovador e para o planejamento.

Quadro1. Características atitudinais do empreendedor.

Características atitudinais	Descrição
Assume riscos calculados	“O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora, isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico” (KAUFMAN, 1991, p. 3).
Planejador	“Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (FILION, 2000, p. 3).
Detecta oportunidades	“(…) é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 289).
Persistente	“(…) capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 290).
Sociável	“Os empreendedores... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva” (LONGENECKER, MOORE, & PETTY, 1997, p. 3).
Inovador	Carland, Hoy e Carland (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica.
Líder	“Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 114).

Fonte: Extraído de Schmidt e Bohnenberger, 2009.

1.4 Mulheres e o empreendedorismo

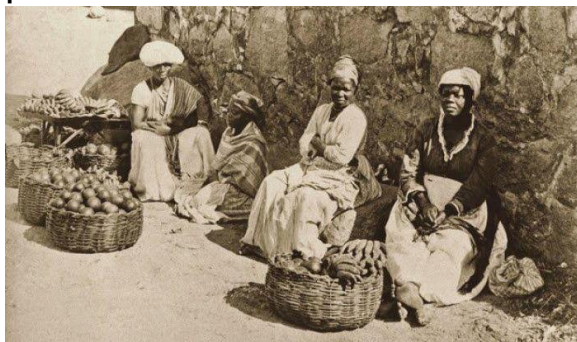
As mulheres pioneiras no campo da prática empreendedora no Brasil foram as quitandeiras, mulheres negras que viviam situação de alta fragilidade social diante do enfraquecimento da legalização da escravização dos africanos. Foram elas, as primeiras mulheres a dar passos concretos dentro desse contexto de empreendedorismo, impulsionadas pela necessidade e pelo abandono que a “libertação” promulgou (MACHADO, 2017).

As negras quitandeiras começaram os cultivos das terras que eram

superprodutivas, com grande diversidade de ervas, legumes e frutos. Cultivavam e iam para ruas, a fim de vender seus produtos, para sustentar suas famílias (Figura 1; MACHADO, 2017).

Através dessa experiência, bem como de outras, que sucedem esse período mercadológico, percebe-se que no Brasil, a crise sempre foi força motriz para abertura de um negócio. Percebe-se, também, que o empoderamento feminino é uma bandeira levantada desde os primórdios do Brasil Império, e felizmente temos grandes representantes.

Figura 1. Negras quitadeiras vendendo seus produtos cultivados.



Fonte: Extraído de Instituto Moreira Salles. Foto: Quitadeiras (1875).

Existem mais de 24 milhões de empresárias no país, e isso corresponde a 25,4% do total de 94,2 milhões. Levando em conta a população economicamente ativa no país, o estudo mostra que é um percentual baixo, e que 40,7% (38,3 milhões) são informais (SEBRAE, 2018).

O Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres dentro do grupo dos empreendedores iniciais (indivíduos que estão à frente de empreendimentos com menos de 42 meses de existência) (Figura 2).

Figura 2. Posição do Brasil no ranking mundial de empreendedores iniciais do sexo feminino.



Fonte: Extraído de GEM, 2018. NOTA: 49 países participaram do GEM 2018 (em 2017, participaram 54 países e a proporção de mulheres brasileira foi a 3ª maior).

Muitas mulheres desistem do mundo corporativo para investirem no empreendedorismo por diversos fatores, os mais comuns são, a busca por maior flexibilidade de horários, a fim de priorizar mais suas famílias; aproveitamento de oportunidade de mercado, por meio da visão de negócio, transformar problemas em solução; discriminação de gênero no trabalho, é o que muitas mulheres enfrentam ao ocupar o mesmo cargo que homens, porém recebendo salários menores ou então, nunca conseguindo uma promoção para altos cargos de gerência, apenas pelo fato de ser mulher.

Refletindo sobre o contexto internacional, Machado et al. (2003) analisaram que a principal fonte de recurso para a mulher conseguir abrir sua própria

empresa tanto no Brasil, quanto no Canadá e na França, é o capital que provém de economias pessoais, empréstimos de familiares ou de amigos.

Um dos grandes desafios da aceitação de mulheres no mercado de trabalho seja como empregadora, empregada ou autônoma é a percepção cultural sobre o trabalho feminino, bem como, da figura da mulher, que vem sofrendo profundas transformações.

As sociedades diferem em suas percepções e costumes sobre o trabalho feminino e a sua participação em negócios. Os vários níveis de educação e desenvolvimento podem influenciar consideravelmente as crenças sociais, o que está geralmente associado ao grau de aceitação sobre a carreira da mulher. No

entanto, em alguns casos, as mulheres investem no empreendedorismo, independentemente de percepção, ou simplesmente porque suas famílias necessitam de suas rendas. Além disso, a aceitação da sociedade sobre deixar os cuidados com os filhos com outras pessoas enquanto desenvolvem uma carreira, adicionada ao custo de disponibilidade de serviços com esse fim, podem pesar significativamente. A mulher empreendedora também necessita da cooperação e apoio de investidores e financiadores, empregados, fornecedores e consumidores. Quando estes fatores agem como impedimento, a sociedade perde uma oportunidade de ganhar a energia empreendedora de metade de sua população (GEM GLOBAL apud GEM, 2010, p. 46).

Empreender não é uma tarefa fácil em vários aspectos, principalmente na múltipla jornada que a maioria das mulheres possuem, pois, além de cuidar do próprio negócio, ainda cumprem os papéis que lhes foi delegado historicamente ao longo dos anos: esposa, mãe e responsável pelos afazeres domésticos. Nesse contexto, é perceptível a necessidade de despendar maior esforço, saber delegar, ter comprometimento e disposição para fazer dar certo a ideia de negócio desejada. Pode-se identificar que, com o decorrer dos anos, o empoderamento feminino na questão empreendedora ganha destaque, pois é um grande desafio manter a perseverança em meio a um contexto machista e conservador. A história feminina empreendedora brasileira traz exemplos de força e coragem, altruísmo e inovação, que desenha um futuro de ganhos merecidos para a economia e coloca a mulher em um lugar merecido no país.

No Brasil existem alguns programas e projetos voltados para mulheres empreendedoras, tais como (i) 10.000 Mulheres (um programa global do banco de investimentos *Goldman Sachs Foundation* que apoia mulheres empreendedoras nos desenvolvimentos dos

negócios, e é gratuito. Foi lançado em 2008, na Fundação Getúlio Vargas. Esse programa já atingiu mulheres empreendedoras em 43 países, incluindo: Afeganistão, África do Sul, Brasil, China, Egito, Índia, Libéria, México, Nigéria, Peru, Quênia, Ruanda, Tanzânia, e Turquia, isso através de uma rede de 90 escolas e organizações sem fins lucrativos. Mais de 30 das mais importantes escolas de negócios do mundo já participaram do programa) e (ii) Rede Mulher Empreendedora (RME) (rede de apoio a empreendedoras do Brasil, existe desde 2010 e já impactou mais de 750 mil pessoas. O intuito dessa rede é colocar o feminino como protagonismo no empreendedorismo, auxiliar quem quer empreender e quem quer se inserir no mercado de trabalho).

2 OBJETIVOS

Este trabalho tem por objetivo verificar, a partir do ponto de vista das mulheres empreendedoras, as características do empreender feminino, bem como apurar algumas dificuldades encontradas nesse processo.

3 MATERIAL E MÉTODO

Este trabalho foi desenvolvido bibliograficamente, tendo como base as pesquisas de alguns estudiosos em relação ao crescimento exponencial das mulheres como empreendedoras. Algumas pesquisas realizadas em nosso país, como pelo SEBRAE, trazem informações imprescindíveis em relação ao empoderamento feminino nos novos empreendimentos brasileiros, sendo que hoje já contamos com 24 milhões de empresárias no país, correspondendo a 25,4% do total de 94,2 milhões.

Através dos dados pesquisados nos tópicos acima citados, foi realizada uma pesquisa virtual, a fim de aprofundar o conhecimento sobre a experiência empreendedora feminina. Com isso, foi

desenvolvido um formulário com 11 perguntas de múltipla escolha, 35 empreendedoras responderam. Os resultados foram apresentados no próximo tópico.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme já evidenciado neste artigo, a realidade do empreendedorismo feminino em nosso país chega a patamares maiores, tendo como consequência um lugar de destaque em nossa economia.

Apesar desse aumento potencial, ainda existem barreiras a serem enfrentadas, no sentido de que as oportunidades para mulheres e homens sejam igualitárias. Segundo Torres (2021), “embora representem 52% da população, as mulheres ocupam posição de destaque em apenas 13% das 500 maiores empresas brasileiras”.

Refletindo sobre o contexto acima, que é atual e evidencia a realidade brasileira, o empreendedorismo feminino colabora para a construção de uma sociedade mais justa na medida em que ela gera oportunidades de *lead* para elas. Sendo assim, assumir um negócio próprio é uma das maiores formas de empoderamento e de alcance para melhores cargos.

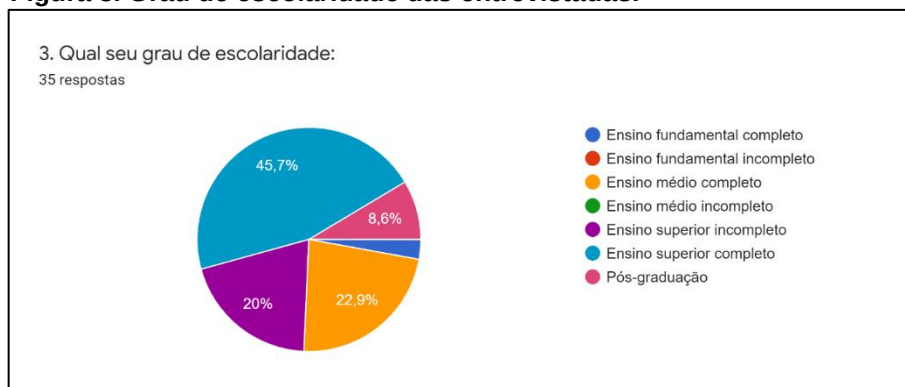
A pesquisa contou com a

participação de 35 mulheres empreendedoras, cuja faixa etária predominante está entre 26-30 anos (40%), com destaque também para o grupo de 18-20 anos e 41-45 anos, com 17,1% e 14,3% respectivamente. Esse resultado imprime uma característica jovem às mulheres empreendedoras entrevistadas. Com menor representativa tem-se: 11,4% entre 21-24 anos; 8,6% entre 31-35 anos; 5,7% entre 36-40 anos; e por fim, 2,9% (1 pessoa) entre 46-50 anos.

A questão 2 relacionava a quantidade de pessoas que compunham o agregado familiar dessas empreendedoras, sendo impactos por sua atividade, direta ou indiretamente. Quase 43% dos lares das entrevistas são compostos por 04 indivíduos, seguido por 31,4% composto por 03, 20% composto por 02 indivíduos, e apenas 5,7% composto por 05 pessoas.

Quanto ao grau de escolaridade, destaca-se que quase metade das entrevistadas (45,7%) possuem ensino superior completo, fato que pode ser explicado também pela ligação social das pesquisadoras com o ambiente universitário. Apenas 8,6% das entrevistadas possuem pós-graduação, seja no seu ramo de atividade ou em outras áreas do conhecimento (Figura 3).

Figura 3. Grau de escolaridade das entrevistadas.



Fonte: Elaborado pelos autores.

A atividade empreendedora foi iniciada muito cedo para aproximadamente 63% das mulheres entrevistadas, entre

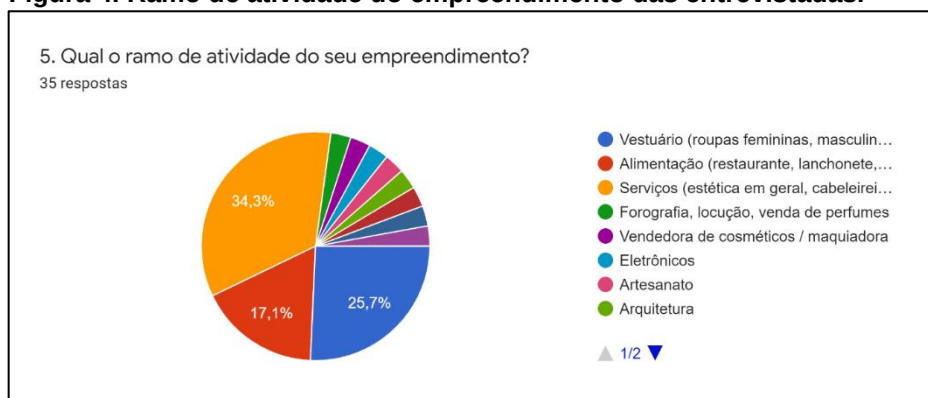
os 18-24 anos, fato que pode estar fortemente vinculado à graduação em cursos universitários ligados a prestação de

serviços. Nenhuma das entrevistadas começou a empreender depois dos 45 anos. Mas, no grupo etário dos 35-44 anos, 04 mulheres (11,4%) iniciaram com o empreendedorismo. E 25,7%, ou seja, 09 mulheres, empreenderam pela primeira vez entre os 25-34 anos.

As entrevistadas atuam em diversos ramos de atividade, contudo, o grande destaque está nos serviços, que

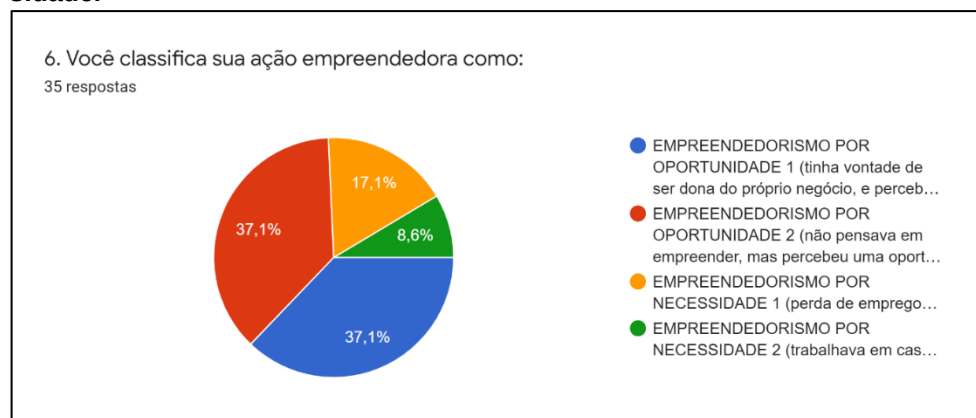
somados, totalizam 43% (entre maquiadoras, arquitetas, fotógrafas, esteticistas, cabelereiras ou cozinheiras autônomas), seguido por 17,1% que trabalham no ramo da alimentação com restaurantes, lanchonetes, doces ou bolos. Cerca de 40% vendem produtos de vestuário, cosmética/maquiagem, artesanato ou eletrônicos (Figura 4).

Figura 4. Ramo de atividade do empreendimento das entrevistadas.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 5. Decisão pelo início do empreendedorismo (oportunidade ou necessidade).



Fonte: Elaborado pelos autores.

Questionadas sobre como a ação empreendedora se deu, se por oportunidade ou por necessidade, obteve-se os seguintes resultados (a partir da subdivisão em duas opções para cada uma dessas situações): 37,1% (13 mulheres) empreenderam por oportunidade, sendo que sempre quiseram ser donas do próprio negócio, e diante de uma oportunidade de mercado, organizaram-se

financeiramente e o fizeram. Igualmente, o mesmo percentual empreendeu por oportunidade, mas alegou que não tinham isso como objetivo de vida, mas percebendo uma possibilidade no mercado, o fizeram. 17,1% das entrevistadas empreenderam por necessidade, a partir do desemprego e dificuldade em conseguir se recolocar no mercado de trabalho, viram no empreendedorismo

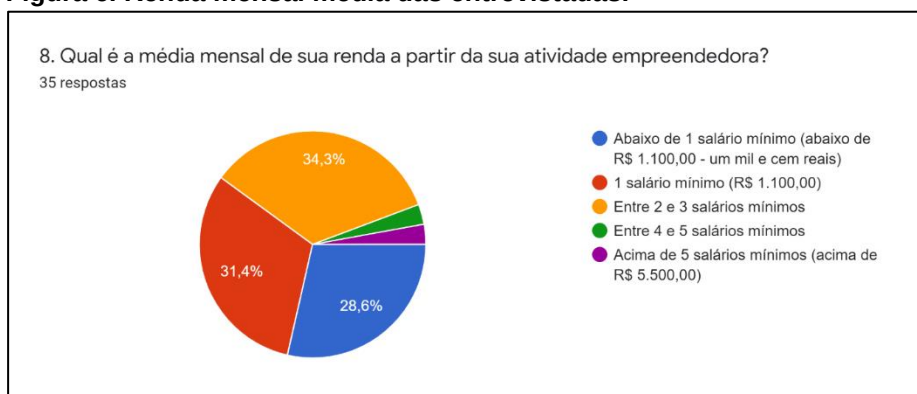
uma possibilidade para ajudar na renda da casa. Enquanto 8,6% (03 mulheres) empreenderam por necessidade, sendo donas de casa, mas que precisavam complementar a renda familiar.

Sobre os índices de planejamento do negócio, apesar do alto índice de escolaridade, percebe-se que pouquíssimos empreendimentos foram previamente organizados, apenas 8,6% (03). Das 35 entrevistadas, 60% admitem que não fizeram nenhum tipo de

planejamento, enquanto 31,4% planejaram, ainda que de modo informal.

A faixa de renda principal, proveniente da atividade empreendedora das entrevistadas, está entre 2-3 salários mínimos (34,3%), porém muito próximo, com 31,4%, está 1 salário mínimo, o que significa que se dependessem apenas de suas atividades empreendedoras, a maioria das entrevistadas teriam dificuldades (Figura 6).

Figura 6. Renda mensal média das entrevistadas.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Das 35 entrevistadas, 20 mulheres (57%) afirmaram não terem tido dificuldades específicas por serem mulheres para empreender, terem sofrido preconceito ou falta de apoio, contudo, cerca de 43% afirmam terem enfrentado essas

situações, somadas a todas as demais inerentes ao gênero, mas que implicam nas atividades de empreendedorismo no Brasil, tais como burocracia, dificuldade de acesso a recursos, entre outras (Figura 7).

Figura 7. Dificuldade ao iniciar o empreendedorismo.

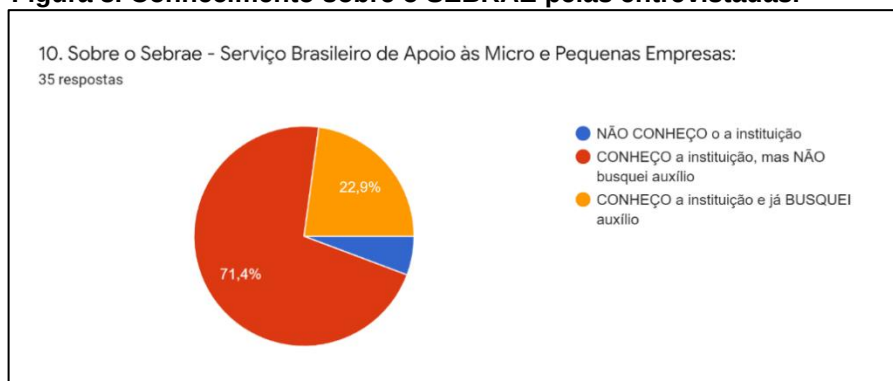


Fonte: Elaborado pelos autores.

O Sebrae é uma instituição amplamente conhecida pelas entrevistadas, apesar de apenas 22,9% (8

entrevistadas) ter buscado seu auxílio. De modo que, apenas 5,9% (2 entrevistadas) não o conhecem (Figura 8).

Figura 8. Conhecimento sobre o SEBRAE pelas entrevistadas.



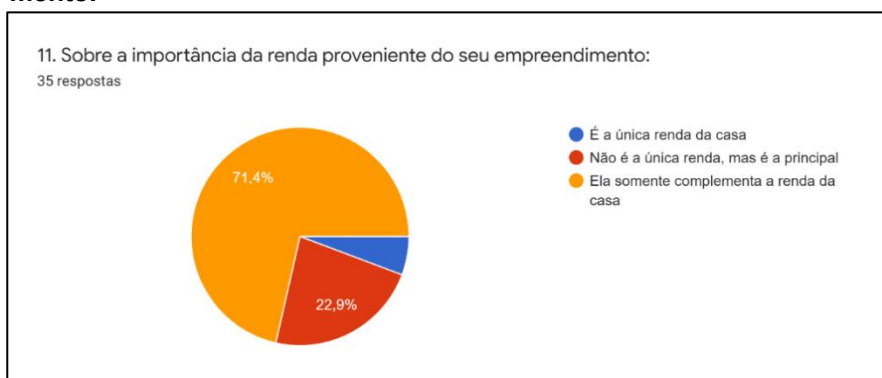
Fonte: Elaborado pelos autores.

Por fim, a última questão, buscava levantar o grau de importância da renda obtida por meio da atividade empreendedora das entrevistadas (Figura 9).

Apesar de majoritariamente (quase 72%) ter classificado apenas como complemento à renda familiar, essa 'ajuda' é fundamental para garantir uma série de

confortos e suprimentos para o agregado familiar. Ressalta-se ainda um fato muito relevante, onde 8 entrevistadas, 22,9%, apontam como a renda principal da casa, apesar de não ser a única. E para 2 entrevistadas, 5,7% é a única renda da casa.

Figura 9. Nível de importância da renda proveniente do empreendimento.



Fonte: Elaborado pelos autores.

5 CONCLUSÕES

Os resultados apresentados neste periódico indicam que a relação feminina com a carreira empreendedora é eficaz e com potencial elevado de sucesso.

A ideia principal é chamar a atenção da comunidade acadêmica e população em geral para os impactos positivos no campo econômico-social do movimento empreendedor feminino, e, além disso, fortalecer esse protagonismo.

Por conta de toda essa importância do empreendedorismo feminino,

propondo uma diminuição das desigualdades sociais entre homens e mulheres, valorizando a diversidade social e contribuindo para a economia igualitária e justa, a Organização das Nações Unidas (ONU), no ano de 2014, instituiu o dia 19 de novembro como o Dia do Empreendedorismo Feminino. Esse dia está marcado na história como um marco para a igualdade, evitando que haja disparidade entre gêneros.

A iniciativa supracitada é coordenada pela ONU Mulheres, que é um braço daquela organização que objetiva

a união, o fortalecimento e ampliação dos esforços mundiais em defesa dos direitos humanos das mulheres.

Como vimos nos gráficos acima, a mulher ainda tem um percentual alto em preconceitos e dificuldades para empreender, pelo simples fato de ser do gênero 'feminino', porém com vários programas existentes citados, essa realidade tende a mudar e abrir cada vez mais o campo para as mulheres.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier. 2008.

DOLABELA, F. O Segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 14. ed. São Paulo: Cultura, 2006.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: SEBRAE. 2019. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf>. Acesso em: 12, ago 2021.

FILION, L. J.; DOLABELA, F. Boa ideia! E agora? Plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no

Brasil – 2010. Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf>. Acesso em: 01, ago 2021.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. Empreendedorismo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MENDES, R. S.; VAZ, B.J.de O. O movimento feminista e a luta pelo empoderamento da mulher. Gênero e Direito, v. 4, n. 3, 2015.

RIFKIN, J. O fim dos empregos: o declínio inevitável dos níveis de empregos e a redução da força de trabalho global. São Paulo: Makron Books, 1995.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. RME. Disponível em: <<https://rme.net.br/>>. Acesso em: 13, ago 2021.

TORRES, V. Empreendedorismo Feminino: Importância e Desafios. Contabilizei.blog, 2021. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 28 ago. 2021.

WEINSTEIN, A. Segmentação de Mercado. São Paulo: Atlas, 1995.

10.000 Mulheres. FGV. Disponível em: <<https://eaesp.fgv.br/centros/nucleo-estudos-organizacoes-e-pessoas/projetos/10000-mulheres>>. Acesso em: 12, ago. 2021.