

Os desafios do empreendedorismo feminino

The challenges of female entrepreneurship

Los retos del emprendimiento femenino

Recebido: 21/11/2022 | Revisado: 15/12/2022 | Aceitado: 18/12/2022 | Publicado: 22/12/2022

Carina da Silva Lucas

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1200-2818>

Faculdade Cristo Rei, Brasil

E-mail: cacalucascorreia@gmail.com

Lúcia Aparecida Ancelmo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4013-2705>

Faculdade Cristo Rei, Brasil

E-mail: luancelmoadm@hotmail.com

Resumo

Ao longo do último século, a evolução social em relação aos direitos humanos em conjunto com as reivindicações do movimento feminista conquistou inúmeros direitos para as mulheres, dentre eles, o de exercer diferentes profissões e, inclusive, de gerir o seu próprio negócio. Sendo assim, o presente artigo tem como objetivo entender quais são os desafios que as mulheres empreendedoras tem de enfrentar para conseguir gerenciar seus negócios. Trata-se de uma revisão de literatura, qualitativa e exploratória, com busca nos acervos digitais de publicações científicas SciELO (*Scientific Electronic Library Online*), BTDT (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações) e Google Acadêmico. A partir da leitura dos textos selecionados, foi possível entender que são muitos os desafios que a mulher tem de enfrentar para conseguir empreender com sucesso, sendo possível citar: necessidade de conciliar o gerenciamento do negócio com responsabilidades familiares; falta de confiança em suas capacidades por parte de fornecedores e clientes; pouco apoio da família e amigos; maior dificuldade de conseguir linhas de crédito. Neste sentido, concluiu-se que há uma grande discrepância nas dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras em relação aos homens, sendo necessário maior resiliência para enfrentá-los e atingir o sucesso almejado.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Feminino; Desafios; Negócios.

Abstract

Over the last century, social evolution in relation to human rights, together with the claims of the feminist movement, has conquered numerous rights for women, among them, the right to exercise different professions and even to manage their own business. Therefore, this article aims to understand what are the challenges that women entrepreneurs have to face in order to manage their businesses. This is a qualitative and exploratory literature review, with a search in the digital collections of scientific publications SciELO (Scientific Electronic Library Online), BTDT (Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations) and Google Scholar. From the reading of the selected texts, it was possible to understand that there are many challenges that women have to face in order to be able to successfully undertake, being possible to mention: the need to reconcile the management of the business with family responsibilities; lack of confidence in its capabilities by suppliers and customers; little support from family and friends; greater difficulty in obtaining lines of credit. In this sense, it was concluded that there is a great discrepancy in the difficulties faced by women entrepreneurs in relation to men, requiring greater resilience to face them and achieve the desired success.

Keywords: Entrepreneurship; Feminine; Challenges; Business.

Resumen

Durante el último siglo, la evolución social en relación a los derechos humanos, junto con las reivindicaciones del movimiento feminista, ha conquistado innumerables derechos para las mujeres, entre ellos, el derecho a ejercer diferentes profesiones e incluso a gestionar la propia negocio propio. Por lo tanto, este artículo tiene como objetivo comprender cuáles son los desafíos que deben enfrentar las mujeres emprendedoras para administrar sus negocios. Se trata de una revisión bibliográfica cualitativa y exploratoria, con búsqueda en las colecciones digitales de publicaciones científicas SciELO (*Scientific Electronic Library Online*), BTDT (Biblioteca Digital Brasileña de Tesis y Disertaciones) y Google Scholar. De la lectura de los textos seleccionados, fue posible comprender que son muchos los desafíos que las mujeres tienen que enfrentar para poder emprender con éxito, entre los cuales se pueden mencionar: la necesidad de conciliar la gestión empresarial con las responsabilidades familiares; falta de confianza en sus capacidades por parte de proveedores y clientes; poco apoyo de familiares y amigos; mayor dificultad para obtener líneas de crédito. En este sentido, se concluyó que existe una gran discrepancia en las dificultades que enfrentan las

mujeres emprendedoras en relación a los hombres, requiriendo mayor resiliencia para enfrentarlas y lograr el éxito deseado.

Palabras clave: Emprendimiento; Femenino; Desafíos; Negocio.

1. Introdução

Este trabalho possui a intenção de analisar os desafios do empreendedorismo feminino e compreender a evolução da mulher no mercado de trabalho, de forma interina, assim como apresentar as dificuldades da mulher no empreendedorismo e o seu início.

As mulheres em sua totalidade sempre viveram desafios na sociedade, especialmente no que diz respeito ao mercado de trabalho e seu “papel social”, isso tudo, diante de uma desigualdade entre sexo masculino e feminino, e essas crenças limitadas, são passadas de geração para geração, tornando a luta por igualdade ainda mais difícil para a mulher, e essas dificuldades de gênero refletem em todos os âmbitos, inclusive no ambiente profissional, e ainda equilibrar a vida de mãe, profissional e esposa, gerando situações conflituosas e cansaço diante da rotina.

Justifica-se esta pesquisa à medida que deseja apresentar o empreendedorismo feminino como forma de trazer destaque para as mulheres no mercado de trabalho, demonstrando as dificuldades vivenciadas por elas, mas enfatizando o quanto o empreendedorismo feminino abriu portas para que estas recebam papel de destaque na sociedade, sendo parte da economia e colaborando para que, cada vez mais, as mulheres tenham o seu espaço no mundo corporativo.

Neste contexto, o objetivo geral do estudo é o de entender quais são os desafios que as mulheres empreendedoras têm de enfrentar para conseguir gerenciar seus negócios. Já os objetivos específicos centram-se em demonstrar os principais aspectos da mulher no mercado de trabalho; conceituar o termo empreendedorismo e seus aspectos gerais; elucidar quais os desafios que o empreendedorismo feminino enfrenta no mercado atual.

O presente estudo trata-se de uma revisão de literatura, qualitativa e exploratória, com levantamento de publicações científicas, como artigos, teses e dissertações, realizado nos bancos de dados SciELO (*Scientific Electronic Library Online*), BTDT (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações) e Google Acadêmico. Os principais autores que embasam a presente pesquisa são Juliano (2016), Chiavenato, (2004), Lorentz et al., (2017), Farias *et al.* (2020), Peduzzi e Rodrigues (2020) e Cineglaglia *et al.* (2021).

O presente estudo foi dividido em seis capítulos, partindo da presente introdução. O segundo capítulo traz um panorama geral da mulher no mercado de trabalho, abordando aspectos históricos e econômicos. O terceiro capítulo aborda sobre o empreendedorismo, seu conceito, aspectos gerais, e o empreendedorismo feminino. O quarto capítulo trata sobre a metodologia utilizada na produção desta pesquisa. O quinto capítulo traz a análise de resultados, evidenciando os desafios que a mulher empreendedora tem que enfrentar. Por fim, o sexto capítulo são as considerações finais, dando um fechamento com as principais constatações obtidas com a pesquisa.

As conquistas do movimento feminista que ocorreram ao longo do século XX, e ainda ocorrem, garantiram uma série de direitos às mulheres, trazendo maior igualdade entre os gêneros, a exemplo do direito ao voto (sufrágio feminino), direito à educação, de ocupar espaços culturais e sociais antes restritos ao homem e o direito ao exercício de profissões. Neste contexto, o presente capítulo aborda sobre os aspectos históricos e econômicos da mulher no mercado de trabalho.

2. Aspectos Históricos da Mulher no Mercado de Trabalho

Desde os tempos mais remotos, a mulher sofre preconceito, foi barrada de realizar alguns atos, de exercer sua cidadania, de ganhar dinheiro por sua conta, é vista como o sexo frágil, não tendo a possibilidade de atuar em sociedade da

mesma forma que os homens. Entretanto, muitas mulheres, percebendo que poderiam ser mais fortes e assumir novos papéis na sociedade, procuraram modificar esse quadro, lutando para propagar melhores condições para o universo feminino.

Segundo Carvalho (2011, p. 145),

Historicamente, o poder sempre foi praticado e exercido pelos homens, pois as mulheres eram consideradas subalternas, devendo obediência e respeito às pessoas do sexo masculino. Esse processo envolve relações de gênero porque as relações existentes são desiguais, ocorrendo uma forma de dominação patriarcal dos homens sobre as mulheres, em um modelo masculino de dominação, tanto na esfera privada (ambiente familiar), quanto na esfera pública (organizações que envolvem o trabalho).

Ou seja, as mulheres eram vistas como desiguais em relação aos homens, sendo dominadas pelos seus parceiros e ainda lhes deviam satisfações, não sendo vistas como pessoas, e sim, como uma espécie de propriedade. Apesar disso, as mulheres não tinham essa consciência de subordinação, sendo assim, não se sentiam em situação de dominação e por essa razão, mantinham as coisas em ordem em casa, cozinhando, cuidando dos afazeres domésticos em geral sem ter noção de que eram tratadas como inferiores (Carvalho, 2011).

O manifesto feminista surgiu como um movimento que buscava salientar as diferenças que as mulheres sofriam na sociedade e por essa razão, resolveram lutar para atingir benefícios que promovessem a igualdade diante da sociedade, e isso ocorre, em uma época em que a figura feminina era marginalizada, desprezada e taxada de não capaz de realizar tarefas consideradas importantes. Segundo Costa (2005, p. 1) “o feminismo, enquanto movimento social é um movimento essencialmente moderno, surge no contexto das ideias iluministas e das ideias transformadoras da Revolução Francesa e da Americana e se espalha, em um primeiro momento, em torno da demanda por direitos sociais e políticas”.

A questão da diferença é algo que ocorre em relação a todas as pessoas, se fazendo presente em diversos discursos (social, religiosos, antropológicos, biológico, psicológico, etc.). Entretanto, no mundo moderno, essa questão se torna mais relevante e madura:

No início do movimento feminista, a luta pela igualdade se sobrepôs à questão da diferença. Foi somente na segunda metade da década de 70 e no decorrer dos anos 80 que o debate sobre a igualdade-versus-diferença se tornou o centro das discussões. Atribuindo à diferença uma valência positiva, as feministas direcionaram sua luta em prol da igualdade na diferença. Passou-se então a falar de diferença cultural, cultura feminina, experiência feminina, reconhecimento da diversidade cultural de gênero e assim por diante (Araújo, 2005, p. 32).

Compreende-se que as mulheres sempre buscaram meios para garantir a igualdade dos gêneros, para conquistar os direitos iguais, demonstrar ter força e capacidade para trabalhar fora de casa, assumindo um lugar no mercado de trabalho. Garantir a igualdade foi o estopim para que as mulheres “acordassem” em relação à sua posição na sociedade, entretanto, a caminhada para conquistar os seus direitos foi e é bastante extensa.

As mulheres sempre tiveram uma posição mais restrita aos cuidados da casa e dos filhos, mas com o tempo, essa visão foi sendo modificada, por situações que levaram a transformação na sociedade e elas precisaram trabalhar para sobreviver. Esse processo, ocorre com maior visibilidade, de acordo com Probst (2007), quando, após a I e II Guerra Mundial, por conta da morte de muitos homens, a mão de obra ficou escassa, necessitando de pessoas para trabalhar, e obrigando assim, o ingresso das mulheres no mercado de trabalho.

Entretanto, foi um ingresso conturbado, visto que havia a baixa valorização das mulheres, discriminação e ascensão profissional prejudicada, e além disso precisavam cuidar da casa e dos filhos, que era visto como obrigação primordial (Ferreira & Santos, 2019).

Um ponto relevante a ser analisado, é que, segundo Passos e Guedes (2018, p. 68), sabe-se que no decorrer da história, as mulheres tinham como papel fundamental, cuidar do lar, da família e dos cuidados gerais dos filhos, e já os homens, eram responsáveis pelo sustento, isso tudo, uma visão natural desenvolvida pela sociedade, e esse modo de enxergar contribuiu “[...] culturalmente, a dicotomia entre a vida pública e privada entre os sexos, pois para cada parte estaria reservado o seu espaço. A vida pública para os homens, e a vida doméstica para as mulheres”.

A presença das mulheres no mercado de trabalho vem desde os tempos remotos, levando em consideração o trabalho doméstico, a inserção em cooperativas e ambientes rurais, e, no decorrer das décadas, foram demonstrando interesse no trabalho assalariado, a partir disso, começou a integrar fábricas de tecelagem, se tornando um passo essencial que aconteceu na Inglaterra, se espalhando pela França e para o mundo, aumentando o número de mulheres operárias (Cunha, 2004).

Após esse período, Probst (2007) elenca que o desenvolvimento e crescimento industrial das máquinas auxiliaram no aumento de mulheres no mercado de trabalho, visto que exigiam menos esforço braçal, e nesse período, as empresas e fábricas utilizaram-se de mão de obra barata, no qual, havia maior carga horária de trabalho e salários baixos, contribuindo para que os homens não se interessassem mais pelo trabalho nas fábricas.

Outro momento referente ao ingresso das mulheres no mercado de trabalho, conforme pontua Franciscaine (2010, p. 17), é direcionado ao

[...] trabalho das mulheres como costureiras, em indústrias têxteis e de vestuários. A importância é que a classe operária brasileira começou com as mulheres escravas, que trabalhavam nas primeiras fábricas de tecido. Essas mulheres trabalhavam em condições de insalubridade, sendo exploradas com uma carga horária intensa, recebendo baixos salários e ainda inferiores aos dos trabalhadores do sexo masculino.

O ingresso das mulheres no mercado profissional, foi permeado de desafios, visto que não eram valorizadas, cumpriam maior carga horária de trabalho e tinham salários inferiores. Para Souza e Santos (2014) o processo de industrialização, foi uma época que promoveu um desenvolvimento potencializado referente ao trabalho feminino, e nesse período, as mulheres eram expostas a diversas ações abusivas, tanto pelo sistema, quanto pela precariedade das leis trabalhistas que garantem a dignidade da população feminina.

De acordo com Costa (2017), houve uma transformação nos valores tradicionais, principalmente em relação ao casamento ser o modelo de vida considerado mais ideal para as mulheres, levando em consideração a vida contemporânea que surgiu pelo capitalismo, que colaboraram para que, na década de 80, acontecesse, de fato, a ampliação da participação de uma maior parte de mulheres no mercado de trabalho. Neste sentido, faz-se necessário agora entender os aspectos econômicos da mulher no mercado de trabalho.

2.1 Aspectos econômicos

As mulheres passaram e ainda passam por momentos delicados em relação ao mercado de trabalho em geral, visto que ainda há situações de preconceito e discriminação, mesmo que existam hoje, uma maior parte de mulheres que ocupam diversos cargos em empresas e, até mesmo, gerenciam o seu próprio negócio.

Mas, essa desigualdade ocorre desde muitos anos, e para Oliveira e Oliveira (2019), esses desafios constantes vivenciados pela mulher, em relação ao desenvolvimento profissional, sempre acontecem por causa das crenças limitantes, que permeiam a sociedade, passando de geração para geração. E um dos maiores desafios que as mulheres possuem, se referem a encontrar um equilíbrio entre cuidados no ambiente familiar e a carreira profissional.

Sobre o assunto, Amaral (2012) ressalta que, apesar das inegáveis conquistas das mulheres em relação aos direitos de atuar nas mais diversas profissões, economicamente, diversos estudos reiteram as discrepâncias entre os gêneros, sendo que

homens e mulheres que ocupam cargos similares, com as mesma responsabilidade e funções, apresentam ganhos diferentes, sendo esse um retrato do preconceito contra a mulher dentro do mercado de trabalho.

Para entender essa questão, é possível recorrer a algumas pesquisas. Mundialmente, de acordo com levantamento da Organização Internacional do Trabalho (OIT, 2019), no mundo, apenas 43% das mulheres participam do mercado de trabalho, enquanto que para os homens, esse percentual é de 78%, ou seja, são 25 pontos de diferença. Especificamente sobre os jovens, 20% deles são nem-nem (nem estudam e nem trabalham), entretanto, desse total, dois terços são mulheres.

Especificamente sobre a situação brasileira, uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022) ressalta essa diferença entre salários entre homens e mulheres em 2021 foi de 20,50% a menos para as mulheres, sendo que esse percentual vem apresentando uma leve queda ao longo dos últimos dez anos, sendo ele de 26,4% em 2012, embora ainda esteja muito longe do ideal, que seria a igualdade.

Outro dado relevante destacado pela pesquisa do IBGE é que a maior parte dos desempregados está entre as mulheres, sendo que a taxa de desocupação entre os homens foi de 9% em 2021 e de 13,9% para as mulheres. Assim, a pesquisa conclui que o homem consegue se inserir em ocupações com salários mais altos e mais trabalhos formais, ao passo que a mulher encontra maiores dificuldades, tanto em relação ao preconceito social que ainda permeia a sociedade, bem como pelo fato de que, muitas delas possui uma jornada dupla, tendo de associar o trabalho com os cuidados do lar (IBGE, 2021).

Diante deste cenário, fica evidente que, de maneira geral, o mercado de trabalho favorece os homens, enquanto que as mulheres necessitam de um esforço maior para poder alcançar os mesmos resultados que o gênero oposto. Diante desse cenário, muitas mulheres recorrem ao empreendedorismo, sendo este o objeto de discussão do próximo capítulo.

3. Empreendedorismo: Conceito e Aspectos Gerais

O conceito de empreendedorismo vem sendo muito discutido nos últimos anos, sendo que no Brasil houve uma intensificação a partir do final da década de 1990. A esse maior interesse no contexto brasileiro, atribui-se a uma maior preocupação de criação de pequenas empresas que perduram, visando a diminuição das altas taxas de encerramento de tais empreendimentos no país. Assim, o empreendedorismo tem recebido uma atenção especial, sendo uma saída para o desemprego e para a estabilização econômica (Dornelas, 2009).

De acordo com Chiavenato (2004), o termo “empreendedor” foi utilizado pela primeira vez pelo economista Richard Cantillon, para remeter a indivíduos que assumem riscos. Passando para 1814, Jean-Baptiste Say usa o referido termo para identificar indivíduos que realizam transferências de recursos econômicos, sendo ele vital para o correto funcionamento do sistema econômico. O celebrado economista Ludwig Von Mises citava que o empreendedor é, por natureza, um tomador de decisões.

Deste modo, entende-se que o empreendedorismo envolve risco e tomada de decisão. Em 1950, o economista austríaco Joseph Schumpeter traz um conceito par ao termo, dizendo que se tratam de pessoas que possuem capacidade e desejo de converter uma ideia ou invenção em uma inovação bem-sucedida. Assim, de acordo com Schumpeter, ao trazer a inovação, cria-se uma destruição criativa, onde novos produtos tomam lugar dos antigos (Chiavenato, 2004). Pode-se dizer então que o empreendedorismo:

[...] resulta na destruição de velhos conceitos, que por serem velhos não têm mais a capacidade de surpreender e encantar. A essência do empreendedorismo está na mudança, uma das poucas certezas da vida. Por isso, o empreendedor vê o mundo com novos olhos, com novos conceitos, com novas atitudes e propósitos. O empreendedor é um inovador de contextos. As atitudes do empreendedor são construtivas. Possuem entusiasmo e bom humor. Para ele não existem apenas problemas, mas problemas e soluções (Baggio & Baggio, 2014, p. 27).

Neste contexto, Juliano (2016) comenta que o empreendedorismo se trata de um processo inovador ou criativo, onde uma ideia ou projeto, dito inovador, é posto em prática, o que acarreta no ato de empreender. Deste modo, também é possível definir o termo “empreender”, sendo a tomada de decisão de se implementar uma ideia/invenção. Em outras palavras, empreender significa aplicar o empreendedorismo, remetendo a parte prática do conceito.

Assim, entende-se que os conceitos de empreendedorismo e inovação estão intrinsecamente correlacionados. Sobre o assunto, Bessant e Tidd (2009) comentam que a inovação no contexto do empreendedorismo não remete diretamente a criação de um produto ou serviço inexistente, o que é chamado de inovação radical, mas pode se manifestar em pequenas mudanças/melhorias, ou na implementação de um projeto que vise suprir uma necessidade latente do mercado. Além disso, o empreendedorismo é um conceito utilizado em grande parte de organizações empresariais de larga escala e já consolidadas, sendo que a inovação contínua surge como uma forma de se manter em constante mudança para a melhoria de seus processos e a sua manutenção no mercado.

O empreendedorismo é um conceito de suma importância para o desenvolvimento econômico de uma região e país, mesmo que as ações empreendedoras possuam um princípio modesto, a partir da identificação de uma oportunidade empreendedora e a sua implementação. A questão é que uma inovação tem um alto valor de recompensa, já que se trata de algo único e, quando bem planejado, possui grande potencial de geração de riqueza. O empreendedor, ao criar uma solução, atinge de maneira positiva a comunidade ao seu redor, gerando empregos e fortalecendo o fluxo econômico da região (Hisrich, Peters E Shepherd, 2009).

Tratando ainda sobre a importância do empreendedorismo, Baggio e Baggio (2014) comentam que grande parte dos economistas entendem que o empreendedorismo é um vital para o desenvolvimento econômico e, assim, a sociedade necessita de indivíduos que possuam um comportamento empreendedor. Neste sentido, os autores argumentam que o papel do empreendedor vai muito além da geração de renda e o suprimento de necessidades; eles promovem mudanças estruturais nos negócios e na sociedade. Os autores ainda comentam que:

O bom empreendedor, ao agregar valor a produtos e serviços, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia. Os empreendedores não causam mudanças, mas exploram as oportunidades que as mudanças criam (na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais etc.). Isso define empreendedor e empreendedorismo: o empreendedor busca a mudança, e responde e explora a mudança como uma oportunidade (Baggio, 2014, p. 26).

Os fatores que levam ao ato de empreender são os mais variados, contudo, existem duas motivações básicas que fomentam o processo de se iniciar um empreendimento, sendo eles o ato de empreender por oportunidade e o de empreender por necessidade. No primeiro caso, trata-se de situações onde um indivíduo observa uma oportunidade de negócio no mercado e, influenciado por ela, toma a decisão de realizar um empreendimento visando sanar a demanda observada (Juliano, 2016).

Sobre o assunto, Dornelas (2009) comentou que o empreendedorismo de oportunidade caracteriza pela atitude visionária do empreendedor, que, ao observar uma oportunidade no mercado, cria uma empresa com planejamento prévio, a fim de suprir a demanda, buscando a geração de lucros, empregos e riqueza.

O segundo caso trata-se de um processo de reversão do anterior, onde a pessoa, insatisfeita com uma ou mais situações em que vivem, como a renda ou descontentamento com a função que exerce, enxergam no empreendedorismo uma oportunidade de se realizar (Juliano, 2016).

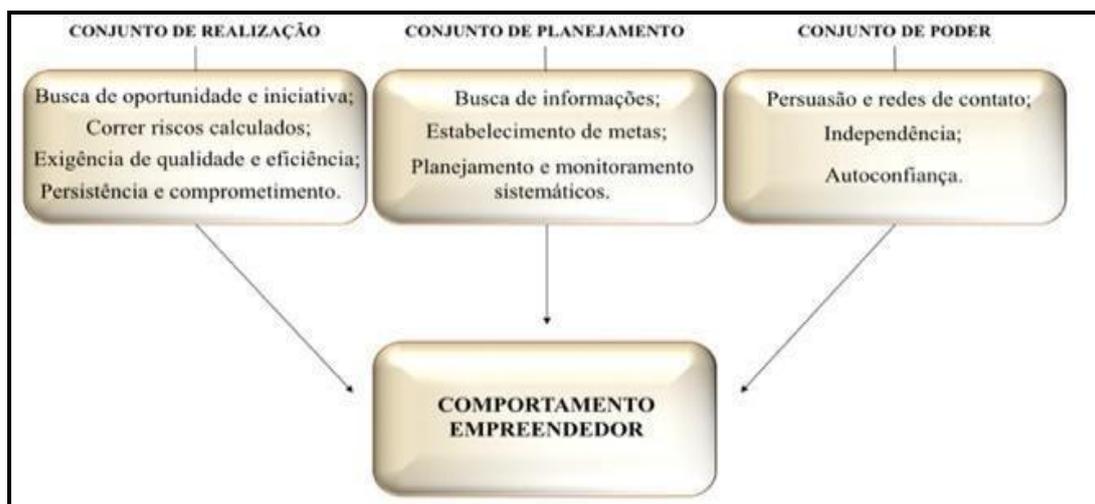
Neste caso, conforme cita Dornelas (2009), o candidato a empreendedor, devido à falta de opções no mercado de trabalho e desemprego, se arrisca a abrir o seu próprio negócio. Geralmente, este tipo de empreendedorismo possui maior risco

de falência pela falta de planejamento ou informalidade, já que a falta de planejamento adequado, impossibilitando uma visão mais ampla do mercado/produto/público, é um fator que leva muitas empresas ao fracasso.

No Brasil, o movimento do empreendedorismo passou a tomar forma no final da década de 1990, principalmente devido à criação e atuação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. No período anterior, o conceito de empreendedorismo não foi objeto de discussão quando se falava na criação e apoio às empresas, sobretudo devido ao cenário político e econômico desfavorável, bem como à falta de informações aos empreendedores. Neste ponto, destaca-se a participação do SEBRAE na promoção e apoio aos empreendedores, fornecendo informações e auxílio técnico para aqueles que querem iniciar o seu próprio negócio (Dornelas, 2009).

Embora o empreendedorismo seja altamente benéfico para a economia e sociedade, trata-se de uma atividade que envolve riscos para o empreendedor. Entretanto, estes riscos podem ser reduzidos, seguindo alguns comportamentos, chamados de comportamentos empreendedores. De acordo com Juliano (2016), os comportamentos empreendedores primordiais são divididos em três conjuntos principais, sendo eles: conjunto de comportamentos de realização, conjunto de comportamento de planejamento e conjunto de comportamentos de poder (Figura 1).

Figura 1 - Conjunto de características do comportamento empreendedor.



Fonte: Lorentz, Minello e Burguer (2017, p. 6).

Cada um destes comportamentos possui três características principais, chamadas de Características de Comportamentos Empreendedores (CCE). Deste modo, serão apresentados os três conjuntos supramencionados, com os seus respectivos comportamentos (Lorentz, Minello & Burguer, 2017).

O primeiro conjunto são os comportamentos de realização, também denominados de conjunto realização. O primeiro comportamento deste conjunto diz respeito sobre os comportamentos que buscam as oportunidade e iniciativa. A primeira CCE deste comportamento é a fazer as atividades antes de ser pedido ou antes mesmo de ser força por determinadas circunstâncias, ou seja, ser proativo. A segunda CCE é agir para expandir o negócio para novas áreas, produtos ou serviços. Por fim, a terceira CCE é aproveitar as oportunidades fora do comum para começar um negócio, ou seja, estar sempre atento às diversas oportunidades que surgem (Ribeiro & Moreira, 2017).

O segundo comportamento do conjunto de realização é sobre correr riscos calculados. Neste ponto, a primeira CCE deste comportamento é avaliar as alternativas e calcular os riscos deliberadamente. A segunda CCE é agir para reduzir os riscos deliberadamente e a terceira CCE é colocar-se em situação que implicam riscos e desafios moderados (Juliano, 2016).

O terceiro comportamento deste conjunto é a exigência de qualidade e eficiência. Assim, a sua primeira CCE é encontrar maneiras de efetuar práticas melhores, mais rápidas ou mais baratas. A segunda CCE é agir de maneira a fazer as coisas que satisfazem ou excedem os padrões de exigência. Por fim, a terceira CCE é desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja finalizado a tempo e atendendo os padrões de qualidade solicitados (Lorentz et al., 2017).

O quarto comportamento do referido conjunto é o de persistência. A primeira CCE é agir perante grandes obstáculos. A segunda CCE é agir de maneira repetida ou mudar de estratégia para superar tais obstáculos. A última CCE é assumir responsabilidades pelo desempenho necessário para atingir as metas necessárias. Por último, tem-se o comportamento de comprometimento, onde a primeira CCE é fazer sacrifícios pessoais ou esforços para concluir tarefas. A segunda CCE é colaborar com funcionários em suas tarefas e, por fim, pensar na prospecção de clientes, buscando mantê-los sempre satisfeitos mesmo que reduza o lucro a curto prazo (Ribeiro & Moreira, 2017).

O segundo conjunto são os comportamentos de planejamento. O primeiro comportamento deste conjunto é o de buscar informações, em que suas CCEs são: dedicar-se pessoalmente à obtenção de informações sobre fornecedores, clientes e concorrentes; investigar pessoalmente a fabricação de produtos ou fornecimento de serviços; consultar especialista para auxiliar nos seus negócios (Juliano, 2016).

O segundo comportamento deste conjunto diz sobre o estabelecimento de metas, onde a primeira CCE é o estabelecer metas e objetivos a serem alcançados. A segunda CCE é ter uma visão de longo prazo de seu negócio, que seja clara e específica. Por fim, a terceira CCE é estabelecer objetivos para serem atingidos a curto prazo e que sejam mensuráveis (Lorentz et al., 2017).

O último comportamento deste conjunto é o de planejamento e monitoramento sistemático. Assim, a primeira CCE é planejar e dividir as tarefas de grande porte em pequenas de curto prazo. A segunda CCE é revisar os planos constantemente e a terceira CCE é manter registros financeiros e utilizá-los nas tomadas de decisão (Ribeiro; Moreira, 2017).

Por fim, tem-se o último conjunto de comportamentos, o de poder. O primeiro comportamento característico deste conjunto é o de persuasão e rede de contatos. As CCE que o caracterizam são: Utilizar estratégias de persuasão e influência; utilizar contatos para atingir os seus objetivos, agir para a manutenção de prospecção de contatos que favoreçam as suas relações comerciais (Juliano, 2016).

O segundo comportamento deste conjunto é o de independência e autoconfiança, onde as suas CCEs são: Buscar autonomia no que tange normas e controles; manter o seu ponto de vista; expressar confiança na sua própria capacidade de completar tarefas complexas (Juliano, 2016).

Assim, o empreendedor é um indivíduo que aposta em uma ideia inovadora, implementando-a e, com o correto planejamento, atinge o sucesso. Esses indivíduos possuem características comportamentais que os auxiliam na busca de seus objetivos, o que, pode ser aplicado na criação de uma empresa, bem como na realização de suas atividades dentro de uma organização.

3.1 Empreendedorismo feminino

O empreendedorismo feminino diz respeito ao empreendedorismo praticado por mulheres, um fenômeno que vem aumentando gradativamente nos últimos anos, proporcionando um espaço de destaque para o público feminino que deseja ser gestora do seu próprio negócio. Nesse aspecto, conforme o relatório da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (Gem, 2017), 274 milhões de mulheres iniciaram a liderança do seu próprio negócio em 2016, e 63 países, dos 74 que participaram do estudo, identificaram um aumento de 10% na taxa de empreendedoras femininas no decorrer dos anos 2014 e 2016, e diante desse cenário, o Brasil se destaca, visto que se encontra entre as 5 economias que possuem indicadores mais igualitários

referentes à proporção de homens e mulheres que empreendem nos países avaliados, possuindo uma taxa de 1,3% inferior ao índice masculino.

Para Farias *et al.* (2020), o empreendedorismo feminino, surge como opção de abrir espaço para as mulheres no mercado de trabalho, com o intuito de demonstrar a força feminina, e principalmente, ressaltar as barreiras de gênero que ainda existem nessa área. Vale *et al.*, (2011) comentam que o empreendedorismo feminino é uma área com vários estudos acerca do tema, isso pelo fato das mulheres evoluírem e o seu papel se modificar no decorrer dos anos.

Essas discussões giram em torno de uma situação agravante desde as épocas mais remotas, visto que há um machismo instaurado na sociedade, e no mercado de trabalho, há um público maior de homens no setor econômico, trazendo ainda, a ideia de que os homens são considerados os gestores e as mulheres ao adentrar no mercado profissional passam a superar vários obstáculos, desmistificando a ideia ultrapassada de submissão e fragilidade (Farias *et al.* 2020).

4. Encaminhamento Metodológico

O estudo em questão optou por utilizar a revisão de literatura como método de pesquisa. Conforme traz Galvão (2010), a revisão de literatura é um tipo de pesquisa bibliográfica realizada a partir de um levantamento bibliográfico, processo de busca e análise de textos, como artigos, livros e outras publicações científicas, elaborados por autores que tratam sobre determinado assunto. Por meio do levantamento e da análise de textos, tem-se acesso ao conhecimento coletivo, permitindo que realize novas observações e contribua para a expansão dos entendimentos sobre o tema.

Em relação ao tipo de pesquisa, ela pode ser classificada como básica, visto que se tem a intenção de levantar novos conhecimentos acerca dos fatores que embasam o empreendedorismo feminino e seus desafios, a partir de dados pré-existentes, acessado por meio de levantamentos de textos e documentos que tratam sobre o assunto (Fonseca, 2022).

Em relação aos objetivos, pode-se dizer que a pesquisa é do tipo exploratória. Uma pesquisa exploratória é realizada para aprofundar o conhecimento sobre algo, melhorando as ideias e hipóteses sobre o conteúdo abordado. Em relação à abordagem em relação às informações, ela pode ser classificada qualitativa. A abordagem qualitativa, ela se preocupa com apontamentos da realidade que não há como quantificar, procurando compreender e explicar a dinâmica das relações voltadas à sociedade (Prodonov & Freitas, 2013).

Os instrumentos de pesquisa foram acervos digitais de publicações acadêmicas, a fim de se realizar o levantamento literário de artigos, livros, dissertações e teses que abordam sobre a temática de estudo. Especificamente sobre o levantamento bibliográfico, a busca fora realizada nas plataformas SciELO (*Scientific Eletronic Library Online*), BTDT (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações) e Google Acadêmico, utilizando-se dos descritores: empreendedorismo; feminino; desafios.

5. Resultados e Discussão

Conforme visto anteriormente, existem inúmeras barreiras para a entrada da mulher no mercado de trabalho, fazendo com que o empreendedorismo seja uma saída. Entretanto, o empreendedorismo feminino também apresenta dificuldades, conforme exposto por alguns autores que tratam sobre o assunto.

De acordo com Peduzzi e Rodrigues (2020), o ambiente empreendedor no Brasil, em um contexto geral, já se mostra desafiador, dada a alta carga tributária do país e o pouco incentivo ao empreendedor, sobretudo os de pequeno porte. Para as mulheres esse cenário é aprofundado, tendo desvantagens em relação aos homens, assim como no mercado de trabalho formal.

Os autores, em pesquisa com 35 mulheres empreendedoras, buscam evidenciar quais são as principais dificuldades que elas enfrentam ao praticar o empreendedorismo. Os resultados demonstraram que a grande maioria resolveu empreender após um tempo no mercado de trabalho formal, em que não viam a possibilidade de crescimento e sucesso ao longo prazo.

Dentre as principais dificuldades citadas, ressalta-se a questão da jornada dupla entre ter que dar conta de um negócio e cuidar de seus filhos (Pedezzi & Rodrigues, 2020).

Sobre o assunto, Siqueira e Samparo (2017) argumentam que a jornada dupla é um dos principais problemas de muitas mulheres no mercado de trabalho e no gerenciamento de um negócio. Os autores afirmam que, na maioria dos casos, a responsabilidade de cuidar do lar e dos filhos recai totalmente sobre a mulher, contando com pouca ou nenhuma ajuda de seu parceiro, um fenômeno que remete a um enraizamento de um padrão patriarcal de família, em que o homem é o líder do lar, responsável por trazer renda para a família, enquanto que à mulher cabem as responsabilidades do lar e da criação dos filhos.

Pedezzi e Sampaio (2020), em sua pesquisa, ressaltam também a falta de capital de giro como um dos principais problemas para o empreendedorismo feminino, algo que não diz respeito apenas às mulheres, mas ao ambiente empreendedor brasileiro no geral, que sofre com falta de incentivos governamentais, com linhas de crédito especiais, que poderiam auxiliar o empreendedor na expansão de seu negócio ou a enfrentar crises financeiras.

Por fim, ao serem questionadas sobre a opinião das empreendedoras sobre se há uma inequidade de gênero no empreendedorismo, a grande maioria das participantes responderam que sim, citando alguns problemas como: necessidade de provar sua capacidade e conhecimento para gerir um negócio; o homem tem maior apoio e mais estimulado a empreender do que as mulheres; machismo em processo de negociação com fornecedores; maior carga de trabalho, tendo de se desdobrar para dar conta do negócio e de questões familiares (Pedezzi & Sampaio, 2020).

No mesmo sentido, Silva *et al.* (2019) em estudo sobre as dificuldades encontradas por mulheres empreendedoras, observaram que os principais aspectos apontados foram:

[...] a concorrência; a inadimplência dos clientes; dificuldade de obter capital como também a confiança dos fornecedores; o problema em conciliar as atividades do negócio com questões familiares e pessoais; complicação em fidelizar clientes; o preconceito por ser mulher e não ser vista como alguém que pode gerir um negócio com sucesso (Silva *et al.*, 2019, p. 264).

Desta forma, observa-se que são muitos os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, assim como no mercado de trabalho formal, havendo uma discrepância de tratamento entre os gêneros. Em concordância com essa afirmação, Bolson, Oliveira e do Vale (2018) argumentam que são inúmeras as barreiras a mais que as mulheres têm de superar para empreender em relação ao homem, indo desde falta de apoio familiar e de amigos, menores chances de se obter crédito em bancos, falta de confiança por parte dos clientes e fornecedores, entre outros processos que denotam uma cultura machista em relação aos negócios.

Sobre o assunto, Teixeira e Bomfim (2016) argumentam que tanto o mercado de trabalho como os negócios são áreas que, até pouco tempo atrás, eram completamente dominadas pelo homem, sendo raro ver uma mulher sendo dona de uma empresa ao atuar em cargos de alto escalão. Ao longo das últimas décadas esse cenário vem se modificando, com uma expressiva maior participação feminina nestes setores, entretanto, ainda se permeia na sociedade a ideia de que a mulher deve permanecer no lar, cuidados dos afazeres domésticos e da criação dos filhos.

Assim, as dificuldades enfrentadas pelo empreendedorismo feminino estão diretamente relacionadas com o padrão machista e patriarcal no qual a sociedade se enraizou por séculos e que ainda permeiam na contemporaneidade. Especificamente no Brasil, a prática do empreendedorismo se mostra particularmente desafiadora, uma vez que as condições oferecidas pelo mercado de trabalho formal, sobretudo em relação aos salários, forçam que as pessoas tentem empreender para ter uma vida melhor

Isso faz com que o ambiente empreendedor seja altamente competitivo, o que, em conjunto com a falta de incentivo por parte do Estado, torna as chances de sucesso ainda menores. Neste contexto, as mulheres ainda têm um desafio maior, ao

ter de se provar constantemente capazes de gerir um negócio e as responsabilidades pessoais que historicamente lhes são atribuídas.

Mesmo diante de tantos percalços, o empreendedorismo feminino é um fenômeno crescente no Brasil. De acordo com Cineglaglia *et al.* (2021), na maioria dos países, o empreendedorismo é liderado por homens, enquanto que no Brasil, tem-se uma taxa mais balanceada, com uma leve vantagem para o gênero masculino. Ainda, conforme traz os autores, as famílias chefiadas por mulheres mais do que dobrou ao longo das últimas década e meia, saindo de 14,1 milhões em 2001, atingindo 28,9 milhões no ano de 2015.

Esses dados demonstram a resiliência das mulheres empreendedoras que, mesmo diante de diversos desafios, conseguem se superar e conquistar seu espaço no mercado e na sociedade. Concordando com essa questão, Silva *et al.* (2019) ressaltam que a resiliência no âmbito do empreendedorismo é uma competência essencial, sobretudo quando se trata das mulheres empreendedoras, as quais têm de enfrentar os desafios do próprio empreendedorismo e dos empecilhos gerados por uma sociedade que ainda possui traços patriarcais e que inferiorizam a mulher enquanto empreendedor.

6. Considerações Finais

Ao fim do presente estudo, é possível dizer que o objetivo de debater sobre os desafios da mulher no empreendedorismo foram alcançados, trazendo os principais aspectos sobre o assunto. Diante de um mercado de trabalho com oportunidades desiguais entre os gêneros, muitas mulheres veem no empreendedorismo uma oportunidade de obter sucesso e alcançar uma melhor condição de vida. Entretanto, apesar de serem donas de seu próprio negócio, ainda continuam enfrentando maiores dificuldades para empreender, sendo este um reflexo de uma sociedade que ainda tem raízes em ideologias patriarcais.

Dentre os principais desafios, foi possível destacar a dificuldade de gerir o negócio devido a uma jornada dupla, tendo de conciliar o trabalho com as responsabilidades familiares que, em boa parte dos casos, recai totalmente sobre a mulher, a falta de confiança na capacidade da mulher em gerir um negócio de sucesso, a necessidade de provar constantemente as suas capacidades e a maior dificuldade em obter acesso ao crédito por meio de empréstimos.

É preciso ressaltar que o ambiente empreendedor no Brasil é competitivo e difícil, uma vez que muitos buscam abrir um negócio já que o mercado de trabalho formal não oferece condições suficientes para se ter uma boa qualidade de vida, além do pouco estímulo ao empreendedor por parte do Estado. No caso da mulher, soma-se às dificuldades que a sociedade lhes impõe, tornando ainda mais complexo atingir o sucesso. Diante dessas considerações, ressalta-se a resiliência da mulher empreendedora como uma das principais competências para poder abrir o seu próprio negócio, tendo de superar vários obstáculos a mais para atingir os seus objetivos.

Referências

- Amaral, G. A. (2012). Os desafios da inserção da mulher no mercado de trabalho. *Itinerarius Reflectionis*, 2(2).
- Araújo, M. F. (2005). Diferença e igualdade nas relações de gênero: revisitando o debate. *Psicologia Clínica*, 17(2), 41-52.
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2009). *Inovação e empreendedorismo*. Bookman Editora.
- Bolson, S. B., Oliveira, L. P., & Do Vale, M. P. (2018). Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 3(2), 84-102.
- Carvalho, D. J. (2011). A conquista da cidadania feminina. *Revista multidisciplinar da UNIESP Saber Acadêmico*, (11), 143-153.
- Chiavenato, I. (2004). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. Barueri: Editora Manole.

- Cineglaglia, M. N. *et al.* (2021). Desafios do empreendedorismo feminino. *LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades*, 5(3), 59-76.
- Costa, A. A. A. (2005). O movimento feminista no Brasil: dinâmicas de uma intervenção política. *Revista Gênero*, 5(2).
- Costa, F. A. da. (2018). Mulher, trabalho e família: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares. *Pretextos - Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas*, 3(6), 434-452. Recuperado de <http://periodicos.pucminas.br/index.php/pretextos/article/view/15986>.
- Cunha, M. R. F. (2004). A mulher no mercado de trabalho brasileiro. *Revista Rainha dos Apóstolos*, Porto Alegre, nº 952, p. 8,
- Dornelas, J. C. A. (2009). *Empreendedorismo corporativo*. Elsevier Brasil.
- Farias, T. R. *et al.* (2020). Empreendedorismo feminino no desenvolvimento da agricultura familiar. *Revista Ciências da Sociedade*, 4(7), 130-143.
- Ferreira, J. C., & Santos, S. A. S. (2019). *Mulher e o mercado de trabalho*: uma revisão sobre os percursos da mulher no mercado do trabalho. Recuperado de http://www.faeff.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/OToQIVadLbtEKd6_2013-5-3-11-56-25.pdf.
- Fonseca, J. J. S. (2022). *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, Apostila.
- Franciscani, J. S. (2010). A mulher no mercado de trabalho e a luta pela valorização. Trabalho de Conclusão de curso. Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA. 38 p. 2010. <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0711260266.pdf>.
- Galvão, M. C. B. (2010). O levantamento bibliográfico e a pesquisa científica. *Fundamentos de epidemiologia*. (2ed.). A, 398, 1-377.
- GEM. (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Report on Women's Entrepreneurship. The Fenway Group. <https://bit.ly/2mi01nL>.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2009). *Empreendedorismo*. (7a ed.). Bookman.
- IBGE. (2015). Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio. Brasília. <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9127-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html?=&t=destaques>.
- Juliano, M. C. (2016). *Empreendedorismo*. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A.
- Lorentz, M. H. N., Minello, I. F., & Bürger, R. E. (2017). O comportamento empreendedor de diretores de uma instituição de ensino. *Revista Espacios*, 38(5).
- OIT. (2019). Organização Internacional do Trabalho. Diferença entre homens e mulheres no mercado de trabalho teve pequena baixa em 20 anos. Sítio eletrônico OIT News. Recuperado de <https://news.un.org/pt/story/2019/03/1663231>.
- Oliveira, L. A., & Oliveira, E. L. (2019). A mulher no mercado de trabalho: algumas reflexões. *Revista Eletrônica da Faculdade de Alta Floresta*, 8(1), 17-27.
- Passos, L., & Guedes, D. R. (2018). *Participação feminina no mercado de trabalho e a crise de cuidados da modernidade*: conexões diversas. Recuperado de <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8502>.
- Peduzzi, B., & Rodrigues, L. S. (2020). Desafios do empreendedorismo feminino: um levantamento com mulheres empreendedoras. *Revista Interface Tecnológica*, 17(2), 398-410.
- Probst, E. R. (2007). Evolução da Mulher no mercado de trabalho. Dissertação (Mestrado em Gestão Estratégica de Recursos Humanos) – Instituto Catarinense de Pós-Graduação, Florianópolis, Santa Catarina. Recuperado de <http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>.
- Prodanov, C. C., & De Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico*: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. (2a ed.). Editora Feevale.
- Ribeiro, M. F. S., & Moreira, R. N. (2017). Características do comportamento empreendedor dos professores de empreendedorismo de ensino fundamental de uma solução educacional. *Revista de Administração da UNIF*, 1(1), 263-290.
- Silva, P. M. *et al.* (2019). A resiliência no empreendedorismo feminino. *Gestão e Sociedade*, 13(34).
- Siqueira, D. P., & Samparo, A. J. F. (2017). Os direitos da mulher no mercado de trabalho: da discriminação de gênero à luta pela igualdade. *Revista Direito em Debate*, 26(48), 287-325.
- Souza, E. S., & Santos, S. P. dos. (2014). Mulheres no mercado de trabalho: um estudo com estudantes universitários do curso de administração de uma faculdade particular de São Paulo (SP). *Revista Eletrônica dos Discentes da Faculdade Eça de Queirós*, 3(3). http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170427174739.pdf.
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). 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*, 10, 44-64.
- Vale, G. M. V., Serafim, A. C. F., & Teodósio, A. D. S. S. (2011). Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 631-649.