UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO TRÊS RIOS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS E SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL: UMA REFLEXÃO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

MARIA LUIZA MELLO SILVA

Três Rios/ RJ
2023-2

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO TRÊS RIOS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS E SOCIAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL: UMA REFLEXÃO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

MARIA LUIZA MELLO SILVA

ORIENTADORA: MARIA CRISTINA D. E. CASTRO

Três Rios/ RJ
2023-2

SILVA, Maria Luiza Mello

Empreendedorismo feminino no Brasil: uma reflexão sobre as características comportamentais das mulheres empreendedoras. Três Rios: UFRRJ, 2023-2.

34f.

Orientadora: Maria Cristina Drumond e Castro

Monografia – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto Três Rios - Departamento de Ciências Administrativas e Sociais.

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres empreendedoras. 3. Características comportamentais. 4. Desafios. 5. Discriminação de gênero.

I. **CASTRO Maria Cristina** II. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. III. Empreendedorismo feminino no brasil: uma reflexão sobre as características comportamentais das mulheres empreendedoras.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS E SOCIAIS/ITR

CADASTRO Nº 731 / 2023 - DeptCAdmS (12.28.01.00.00.00.16)

Nº do Protocolo: 23083.083075/2023-45

Três Rios-RJ, 15 de dezembro de 2023.

INSTITUTO
Três Rios

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO,
INSTITUTO DE DE TRÊS RIOS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL:UMA REFLEXÃO SOBRE AS CARACTERÍSTICAS COMPORTAMENTAIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

MARIA LUIZA MELLO SILVA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração, Instituto Três Rios da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Aprovada em 06/12/2023

Banca examinadora:

(Assinado digitalmente em 15/12/2023 17:57)
MARCIA CRISTINA RODRIGUES COVA
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
DeptAdT/IM (12.28.01.00.00.82)
Matrícula: 2283475

(Assinado digitalmente em 15/12/2023 17:39)
MARIA CRISTINA DRUMOND E CASTRO
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
DeptCAdmS (12.28.01.00.00.00.16)
Matrícula: 2342522

(Assinado digitalmente em 15/12/2023 16:49)
JOSIANE FARACO DE ANDRADE
ASSINANTE EXTERNO
[redacted]

Visualize o documento original em **https://sipac.ufrrj.br/public/documentos/index.jsp** informando seu número: **731**, ano: **2023**, tipo: **CADASTRO**, data de emissão: **15/12/2023** e o código de verificação: **65d96328fd**

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela minha vida, e por me permitir superar todos os obstáculos ao longo da minha jornada.

Aos meus pais e minha irmã, pelo incondicional apoio, ajuda e compreensão na conclusão de mais um ciclo no âmbito dos estudos.

Aos professores, pelos ensinamentos e conselhos que guiaram o meu aprendizado durante o curso.

Aos meus amigos, que tornaram esses anos leves e alegres e por disponibilizarem tempo para os estudos em grupo que tanto acrescentaram nos nossos conhecimentos técnicos e pessoais.

RESUMO

SILVA, Maria Luiza Mello. **Empreendedorismo feminino no Brasil:** uma reflexão sobre as características comportamentais das mulheres empreendedoras. Três Rios: UFRRJ, 2023. 35f.

A prosperidade do empreendimento é decorrente da atuação de empreendedores habilidosos que apresentam um perfil específico; logo, quando analisado o contexto do empreendedorismo feminino, observa-se que as mulheres apresentam características específicas que em parte, se mostram como oportunidades, e por outro lado, também representam desafios. Nesta conjuntura, o objetivo principal deste artigo foi identificar as principais características comportamentais das mulheres empreendedoras. Este trabalho se constituiu de uma pesquisa qualitativa com meios bibliográficos no levantamento de dados, cuja relevância é constatada quando observada a necessidade de se incentivar o empreendedorismo feminino para estimular uma nova percepção social sobre o papel da mulher em detrimento da discriminação de gênero ainda evidente na sociedade brasileira atual. Os resultados mostraram que além da determinação, iniciativa, autoconfiança, habilidades de comunicação e relacionamento interpessoal, e conhecimento técnico da área em que atuam ou desejam atuar, as mulheres comumente apresentam habilidades adicionais que favorecem o desenvolvimento do empreendedorismo, como sensibilidade; empatia; ousadia; alto grau de criatividade; versatilidade; flexibilidade; cooperação; alta capacidade analítica e habilidades interpessoais. Isso ajuda as mulheres a superarem os desafios para desenvolver negócios, que compreendem a necessidade de autodomínio e controle emocional; o enfrentamento da discriminação de gênero; e a jornada múltipla de trabalho. Apesar de tais desafios, o empreendedorismo feminino vem crescendo gradativamente no Brasil, podendo até mesmo superar o empreendedorismo masculino futuramente como visto na pesquisa.

Palavras-chave: empreendedorismo; mulheres empreendedoras; características comportamentais femininas; discriminação de gênero.

ABSTRACT

SILVA, Maria Luiza Mello. **Female entrepreneurship in Brazil:** a reflection on the behavioral characteristics of women entrepreneurs. Três Rios: UFRRJ, 2023. 35 f.

The prosperity of the enterprise is due to the work of skilled entrepreneurs who have a specific profile; therefore, when analyzing the context of female entrepreneurship, it is observed that women have specific characteristics that, in part, appear as opportunities, and on the other hand, also represent challenges. In this context, the main objective of this article was to identify the main behavioral characteristics of women entrepreneurs. This work consisted of a qualitative research with bibliographic means in the data collection, whose relevance is verified when observing the need to encourage female entrepreneurship to stimulate a new social perception about the role of women in society to the detriment of gender discrimination still evident in current Brazilian society. The results showed that in addition to determination, initiative, self-confidence, communication skills and interpersonal relationships, and technical knowledge of the area in which they work or want to work, women commonly have additional skills that favor the development of entrepreneurship, such as sensitivity; empathy; boldness; high degree of creativity; versatility; flexibility; cooperation; high analytical capacity and interpersonal skills. It helps women overcome the challenges of developing businesses, who understand the need for self-mastery and emotional control; tackling gender discrimination; and the multiple journey that women must face. Despite such challenges, entrepreneurship has been gradually growing in Brazil, and may even surpass male entrepreneurship in the future.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial women; behavioral characteristics; gender discrimination.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – População com Ensino Superior Completo.....15
Figura 2 – Mulheres com mais de 15 anos no mercado de trabalho em 2019.....21
Figura 3 – Homens com mais de 15 anos no mercado de trabalho em 2019.....21
Figura 4 – Participação em cargos gerenciais em 2019.....22
Figura 5 – Empreendedorismo em estágio inicial no Brasil entre 2003 e 2018.....23
Figura 6 – Distribuição dos empreendedores homens e mulheres, por setor de atividade.....24

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Características dos Empreendedores.....13
Tabela 2 – Indicadores sociais.....19

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
2.1	Habilidades femininas que favorecem o empreendedorismo.....	12
2.2	Principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no Brasil.....	16
2.3	Crescimento do empreendedorismo no brasil nos últimos anos.....	19
3	METODOLOGIA.....	26
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	28
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	30
6	REFERÊNCIAS.....	32

1. INTRODUÇÃO

Diante da globalização acelerada, a demanda por novas ideias, produtos e serviços inovadores é constante, e desenvolver uma visão empreendedora neste cenário representa uma verdadeira oportunidade de negócio. Logo, o sucesso do empreendimento usualmente representa um dos principais desejos do empreendedor que decide executar um projeto.

Nesta perspectiva, reconhece-se que as empresas que prosperam certamente são lideradas por empreendedores habilidosos que conseguiram superar os obstáculos no ambiente que decidiram atuar. Quando pensado no contexto do empreendedorismo feminino, observa-se que muitas são as habilidades das mulheres que favorecem a gestão empreendedora. Entretanto, elas também enfrentam desafios específicos para o desenvolvimento bem-sucedido de seus negócios (EVELLE, 2019).

Ramal (2019) concorda que as mulheres tendem a apresentar habilidades úteis para os negócios, dentre as quais destaca-se a empatia, resiliência, multidisciplinaridade e capacidade de trabalhar em equipe. Por outro lado, Machado (2021) afirma que, não raro, as mulheres enfrentam barreiras culturais e sociais, incluindo estereótipos de gênero, que podem limitar suas oportunidades de negócios e de acesso a capital.

Neste contexto, este trabalho visou esclarecer o seguinte problema de pesquisa: Quais as características comportamentais observadas às mulheres empreendedoras no Brasil? Assim, o objetivo principal deste estudo consistiu em identificar as características comportamentais das mulheres empreendedoras no Brasil. Os objetivos específicos, por sua vez, visaram destacar as habilidades femininas que favorecem o desenvolvimento do empreendedorismo; abordar os principais desafios enfrentados pelas mulheres para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil; e investigar o crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil nas décadas de 2000 e 2010.

A pesquisa é de extrema relevância para as potenciais empreendedoras, contribuindo para o empoderamento das mulheres nos negócios, a partir da explicitação das oportunidades atreladas ao perfil comportamental tipicamente feminino. Nesse liame, o estudo também é relevante para a sociedade de modo geral, pois, também é por meio do empreendedorismo que se torna possível a evolução de novos negócios, a partir da criação de novos produtos, serviços e soluções para os problemas que surgem constantemente.

Além disso, o incentivo ao empreendedorismo feminino pode estimular uma nova percepção social sobre o papel da mulher na sociedade em detrimento da discriminação de gênero ainda evidente na sociedade brasileira atual. Em razão da sua importância para a

sociedade, o estudo do tema torna-se importante para a comunidade acadêmica, que poderá utilizar-se deste estudo como fonte de consulta para futuras pesquisas na área.

O presente estudo está estruturado em cinco capítulos. O primeiro apresenta a introdução ao tema; o segundo corresponde ao desenvolvimento do trabalho, atendendo a cada um dos três objetivos específicos. O terceiro capítulo, por sua vez, apresenta a metodologia da pesquisa; o quarto capítulo apresenta os resultados e discussões, enquanto o quinto e último capítulos destacam as conclusões e recomendações do estudo.

O trabalho final de curso está estruturado em seis capítulos. No capítulo primeiro apresenta-se a introdução, momento em que se realiza uma discussão acerca do tema a ser abordado, apresenta-se o problema de pesquisa, justificativa para realização do estudo, os objetivos do estudo, explicitando o propósito geral e específico da pesquisa.

No segundo capítulo, é feita uma revisão de literatura, enfocando as características do empreendedorismo feminino no Brasil. O terceiro capítulo aborda os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa. No quarto capítulo realiza-se a apresentação dos resultados e discussões da pesquisa. No quinto capítulo são expostas as considerações finais do trabalho, sendo que as referências utilizadas no desenvolvimento da pesquisa são listadas no sexto e último capítulo do trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta o embasamento teórico utilizado no desenvolvimento deste trabalho, conhecido também como revisão de literatura, que para Marconi e Lakatos (2010, p. 231) “consiste em uma síntese, a mais completa possível, referente ao trabalho e aos dados pertinentes ao tema, dentro de uma sequência lógica”.

Para a realização deste trabalho, torna-se indispensável a pesquisa por autores e fontes de consulta com o objetivo de compreender os conceitos das questões relevantes para o tema. Este capítulo proporciona embasamento teórico para os temas centrais que envolvem o empreendedorismo, caminhando para a compreensão do papel e desafios da mulher nesse contexto.

2.1 HABILIDADES FEMININAS QUE FAVORECEM O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma área abrangente, podendo ser aplicado de várias formas e não apenas na criação de empresas. Em todas as suas formas, o processo de empreender envolve fazer coisas novas, ou desenvolver formas diferentes de fazer as coisas, de modo a gerar valor para a sociedade e para as empresas a partir da criação ou melhoramento de um produto, serviço ou processo (EVELLE, 2019).

Para Dolabela (2017), o empreendedorismo é um fenômeno cultural, fruto de habilidades, práticas e valores das pessoas. Implica em uma concepção de mundo que considera observar atentamente os cenários e descobrir novas demandas por produtos e serviços de outros que já estão no mercado.

Quem empreende utiliza toda a sua capacidade criativa para realizar alguma atividade ou bem que tenha valor para a sociedade, seja pela criação de um produto ou serviço, ou mesmo um projeto social. Logo, ter sucesso como empreendedor ou empreendedora exige do indivíduo um complexo de habilidades e características (RAMAL, 2019).

Mariano e Mayer (2011, p. 76) dizem que os empreendedores são “pessoas ousadas que estimulam o progresso econômico mediante novas e melhores formas de agir”. Deste modo, Dolabela (2017) afirma que a criatividade e a inovação estão entre as principais características dos empreendedores, junto com a iniciativa, a autoconfiança, a autonomia, a persistência, o otimismo e a necessidade de realização.

Além disso, Mariano e Mayer (2011) reconhecem que os empreendedores de sucesso são capazes de assumir riscos, admitir a possibilidade de fracassar, aprender com os erros, e

utilizar os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde atua, criando valor para a sociedade.

Marins Filho (2020) destaca que existem cinco características básicas para que um empreendedor, seja homem ou mulher, tenha sucesso em seu negócio. Elas são explicadas na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 – Características dos Empreendedores(as)

Alto grau de energia	Os empreendedores(as) de sucesso são comprometidos(as) e habilidosos(as) para conseguir que as coisas sejam feitas. São persistentes, e com energia física e mental, inciativa, vigor e muita força de vontade conseguem levar um projeto ou um sonho até o final.
Capacidade de pensar como um empreendedor(a)	Para ter sucesso, o empreendedor(a) deve inovar ideias e caminhos; pensar ou explorar novas soluções; fazer comparações inteligentes e tirar conclusões sobre elas, usando a razão em termos práticos, teóricos e abstratos.
Talento no relacionamento interpessoal	Os(as) empreendedores(as) de sucesso demonstram vontade e disposição em trabalhar com outras pessoas, aceitar comentários, rir e sorrir de situações mesmo quando as coisas vão mal.
Habilidade em comunicação	O(a) empreendedor(a) deve ter habilidade para falar de forma clara e de saber ouvir, escutar as pessoas, absorver e entender o que elas dizem. Escrever de forma clara e concisa e ter a capacidade de transmitir confiança para as pessoas com que se comunica é igualmente importante.
Conhecimento técnico naquilo que faz	Os(as) empreendedores(as) de sucesso são capazes de obter e trabalhar as informações sobre o que faz, o que vem acontecendo em seu campo de atuação, quais as mudanças prováveis e preparar-se para elas; o que requer vontade, estudo e dedicação.

Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de Marins Filho (2020)

Taulbert e Schoeniger (2020), fundadores da organização *Entrepreneurial Learning Initiative* – ELI, vão além das tradicionais listas de características do perfil empreendedor. Com base em pesquisas realizadas com inúmeros empreendedores das mais variadas áreas, os autores consideram o modelo mental, ou *mindset*, como o aspecto mais importante do empreendedorismo. Segundo os autores, é preciso que os empreendedores desenvolvam um modelo mental aberto a novas ideias e novas experiências.

De fato, considera-se que quando a inovação surge como um *insight* de uma situação cotidiana, é certo que, por detrás daquele processo mental havia a percepção aguçada e treinada do observador, que tinha um olhar aberto para o mundo e estava pronto para mudar. A este observador pode se chamar de empreendedor (DOLABELA, 2017).

Existe a falsa premissa de que líderes ou empreendedores de sucesso nasceram com algum tipo de dom para exercer essas atividades. Na verdade, existem pessoas que apresentam naturalmente traços de personalidade, como é o caso das mulheres, que tendem a demonstrar mais sensibilidade e cooperação, que aliadas a atitudes tipicamente empreendedoras como coragem, determinação e iniciativa, representam oportunidades que favorecem a gestão dos negócios (STELZER, 2022).

Isto não significa, entretanto, que elas sejam ou se tornem necessariamente líderes e/ ou empreendedoras, mas que possuem condições intrínsecas de desenvolver o empreendedorismo se decidirem se dedicar a isso. Os traços de comportamento feminino são decorrentes da formação dos papeis da mulher na sociedade, e se mostram favoráveis ao seu desenvolvimento no ambiente laboral (EVELLE, 2019).

Conforme Grisa (2018), a dedicação exclusiva da mulher ao lar, nos tempos mais longínquos, a fez desenvolver um senso primoroso de observação aos detalhes, delicadezas e finas habilidades. Nos cuidados dos filhos, por exemplo, aprendeu a distinguir os tipos de choros, gestos e movimentos para compreender o comportamento das crianças; com isso, desenvolveu a inteligência intuitiva, a sensibilidade afetiva e emocional.

Segundo Renesch (2003), enquanto os homens dominam mais o lado esquerdo do cérebro, que é responsável pela interpretação lógica das situações, as mulheres dominam mais o hemisfério direito, o que implica em uma maior capacidade de ver o todo, aplicar a criatividade, e raciocinar pela intuição, ainda que sejam bastante ligadas aos detalhes de cada situação. Além disso, o autor destaca que o contexto natural das mulheres, infere mais cooperação, delicadeza e harmonia nas relações interpessoais.

Diante disso, quando tratado no contexto específico das mulheres, verifica-se que o empreendedorismo feminino diz respeito à liderança feminina. Logo, compreende-se que todas as mulheres são naturalmente líderes, e que certas características exclusivas da mulher fazem a grande diferença na atividade empreendedora (RAMAL, 2019).

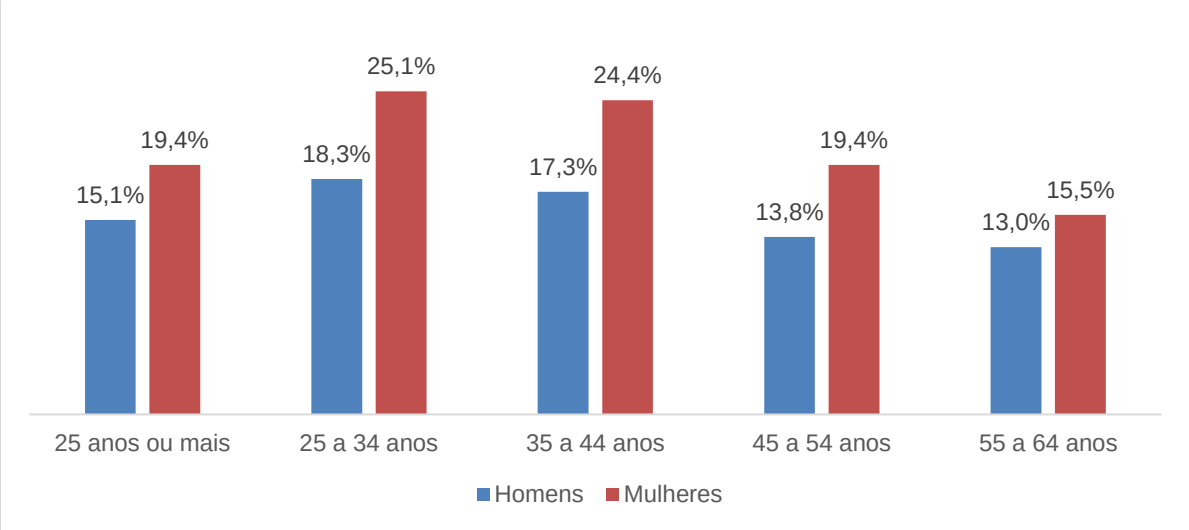
Neste sentido, Corrêa *et al*. (2022) dizem que o potencial do empreendedorismo feminino está diretamente associado à capacidade das mulheres de desenvolver habilidades importantes para administrar os empreendimentos, como: planejamento; gestão do tempo; atenção aos detalhes; cuidado com as pessoas; adaptabilidade; e resolução de conflitos. Logo, isso está ligado a características comuns a grande parte das mulheres, como a sensibilidade; a empatia; a ousadia; o alto grau de criatividade; a versatilidade; e a percepção aguçada.

Diante disso, Vecchio (2003) afirma que as mulheres podem se mostrar ainda mais eficazes que os homens em cargos de liderança, quando tomando decisões e gestando conflitos.

Pois, não raro, elas demonstram alta capacidade analítica e melhores habilidades interpessoais, carisma e inspiração, o que lhes permite avaliar com mais clareza as decisões que precisam ser retomadas.

Quando analisado o potencial da mulher para atuar no ambiente de trabalho, seja como empreendedora ou como assalariada, destaca-se também a sua dedicação aos estudos. No que tange o nível de instrução de homens e mulheres, por exemplo, no Brasil, em 2019, o número de mulheres com ensino superior completo foi maior do que o de homens em todas as faixas etárias, conforme ilustrado na Figura 1 a seguir.

Figura 1 – População com Ensino Superior Completo



Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de IBGE (2021)

Conforme inferem os dados da Figura 1, as mulheres se dedicam mais aos estudos do que os homens, o que, teoricamente, as capacitam para o mercado de trabalho. Este é um ponto observado em relatórios da *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM com relação ao fenômeno da feminização do mercado empreendedor, que aponta como principal fator que impulsionou a mulher ao mercado de trabalho, o aumento do nível de escolaridade da população feminina.

Não obstante a isso, Renesch (2003) e Corrêa *et al*. (2022) afirmam que as mulheres apresentam tendências de comportamento que são favoráveis ao seu desenvolvimento no ambiente laboral. Os autores mencionam que as mulheres, no geral, tendem a ser mais organizadas, flexíveis e resilientes do que a maioria dos homens.

Diante das afirmações dos autores, compreende-se que a mulher empreendedora é dotada de características peculiares, quando se trata da maneira de gerir a própria empresa. Dean *et al*. (2019) (2000) dizem que encorajar a participação de pessoas para que sejam sócios ou colaboradores, saber partilhar informações, valorizar e motivar pessoas para o trabalho são

algumas dessas características, além de um modo diferenciado de abordar cada cliente, como se fosse único. Machado (2022, p. 7) cita que "[...] uma tendência a objetivos claros, estrutura simples, comportamento estratégico inovador, estilo cooperativo de liderança e ênfase na qualidade [...]", igualmente, pode ser incorporada às características da mulher empreendedora.

Considera-se que todas as virtudes apresentadas são potencialmente importantes para o desenvolvimento profissional da mulher, o que, de certa forma, atribui às mulheres vantagens importantes perante os homens. Entretanto, quando uma mulher faz a opção por abrir uma empresa, seja qual for o ramo ou porte, ela deve ter em mente que desafios irão surgir (MACHADO, 2021).

Conforme Alperstedt, *et al*. (2014), certamente, não é tarefa fácil alcançar o sucesso tão almejado por quem procura ter uma empresa. A mulher de sucesso sabe que, para alcançá-lo são necessárias certas características, distintas àquelas que são assalariadas. Os autores citam características que não podem faltar à mulher que deseja alcançar o sucesso na carreira de empreendedora, tais como: iniciativa, perseverança, sensibilidade, proatividade, comunicação, ambição e inspiração.

Algumas destas características já são naturais à maioria das mulheres; outras precisam ser desenvolvidas e/ ou aprimoradas. Em todos os casos, as mulheres empreendedoras conseguem demonstrar como a criatividade, visão de futuro e coragem são ferramentas para a construção de negócios inovadores, independente do segmento do mercado. São ações que podem ser usadas para fortalecer e inspirar aquelas que buscam por oportunidades mais igualitárias e com mais oportunidades de liderança (EVELLE, 2019).

Independente dos desafios que podem emergir na caminhada como empreendedora, é muito importante que as mulheres conquistem espaço no mundo dos negócios e alavanquem o empreendedorismo como uma forma de apropriação de conhecimento em prol da transformação social. Para isso, é preciso aproveitar as oportunidades relacionadas ao perfil feminino para superar os desafios inerentes ao processo de empreender no Brasil, sobretudo enquanto mulher (SOUZA; CARARO, 2017).

2.2 PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES EMPREENDEDORAS NO BRASIL

Embora a participação das mulheres nos negócios tenha sido cada vez maior nas últimas décadas, para gerenciar empreendimentos e ocupar posições de liderança, as mulheres enfrentam diversas barreiras. Tais desafios são ainda maiores em um país em desenvolvimento

como o Brasil, que apresenta muitos fatores econômicos e socioculturais que inibem a livre iniciativa, sobretudo, das mulheres (MACHADO, 2021).

De uma perspectiva mais longínqua, Ferreira (1999) e Kerbauy (2004) corroboram que o fato de a sociedade brasileira ter sido estratificada socialmente, com desigualdades de renda, de nível educacional e cultural, promoveu grandes diferenciações no estabelecimento do empreendedorismo feminino. Mais recentemente, segundo Cario (2017), pesquisas realizadas no Brasil durante a década de 2010 apontam para a forma como as desigualdades de renda e de educação afetam o acesso das pessoas, incluindo as mulheres, aos canais de participação.

Logo, lançando um olhar atento para o contexto das mulheres, observa-se que um dos seus principais desafios, curiosamente, está relacionado com as características comportamentais naturalmente femininas, que também são apontadas como oportunidades. Significa dizer que o simples fato de ser mulher impõe desafios para inserção e desenvolvimento no mercado de trabalho, incluindo o empreendedorismo (ALVES; PITANGUY, 2017).

Conforme Alperstedt *et al*. (2014), no Brasil, as mulheres, durante o processo de empreender, ainda são vítimas do preconceito histórico herdado do conservadorismo. Para compreender esta questão, Silva *et al*. (2005) dizem que é preciso fazer uma análise do passado, dando ênfase à formação do sujeito e seus grupos sociais. Lançando um olhar para épocas mais longínquas, destaca-se que nos anos 250.000 a.C, as circunstâncias preconizavam que a força muscular do ser humano e também dos animais prevalecia na conquista dos bens necessários à sobrevivência.

Tinha-se, portanto, um conceito claro do papel do homem e da mulher no contexto familiar sociocultural, econômico e religioso. Enquanto as mulheres eram responsáveis por cuidar do lar e dos filhos, os homens saíam de casa com a obrigação de trabalhar para garantir o sustento da família. Essa tarefa exigia esforço muscular, e como o homem tinha esta condição, era o líder da família (RAGO, 2012).

Isso fez com que o homem participasse de forma mais direta e ampla do mundo econômico e sociocultural, desenvolvendo habilidades práticas e racionais que o tornaram capaz de emitir opiniões e tomar decisões. Por outro lado, no contexto familiar, social e econômico a mulher se acostumou a ser submissa. Desde o início da colonização, as mulheres eram vítimas de sofrimento e humilhação, oprimidas por uma sociedade machista que enxergava a mulher como mero objeto de procriação (DEL PRIORE, 2009).

Rodrigues e Silva (2015) afirmam que infelizmente a discriminação em relação ao gênero ainda é um desafio enfrentado pelas mulheres no mercado de trabalho no século XXI, e

se acentua quanto mais alto for o cargo pleiteado por elas. Neste contexto, existem certos problemas com os quais as mulheres se deparam dos quais os homens são poupados.

Vecchio (2003) diz que algumas questões precisam ser trabalhadas pelas mulheres, quando em posições de liderança, para que demonstrem competência e segurança nas decisões. O autor lembra que o olhar mais rígido da sociedade sobre a mulher no mercado de trabalho, decorrente do seu estereótipo sensível, exige que ela demonstre autodomínio emocional, assertividade, envolvimento direto nas atividades, e maior foco na liderança.

Neste ponto, concorda-se que as mulheres que buscam ascender no mercado de trabalho são mais pressionadas no que tange à demonstração do autodomínio e controle emocional; do equilíbrio entre a firmeza e a feminilidade, competitividade e solicitude, fatos e sentimentos. Elas precisam provar que podem ser assertivas e decisivas (RAMAL, 2019).

Toledo (2018) pontua que as mulheres não devem esquecer que as condições e atributos de um empreendedor e de uma empreendedora são os mesmos, embora o contexto exija mais vigor da mulher, por conta dos aspectos culturais nos quais nos inserimos. Isso exige, portanto, resiliência para superar os julgamentos hostis decorrentes de tais aspectos culturais.

Observa-se que a cultura antiquada da definição dos papeis entre homens e mulheres ainda persiste na sociedade moderna. Para muitos, o gênero feminino ainda é associado ao trabalho doméstico, que envolve os cuidados dispensados com o lar e os filhos (SOUZA; CARARO, 2017). Um estudo realizado pelo IBGE (2021) revelou que, no Brasil, em 2019, as mulheres dedicaram muito mais tempo aos afazeres domésticos do que os homens. Enquanto as mulheres dedicaram 21,4 horas semanais para as tarefas do lar, os homens se ocuparam apenas 11 horas com estas tarefas.

De fato, a maioria das mulheres empreendedoras enfrentam uma jornada dupla. Mesmo administrando seus negócios, elas não deixam de ser responsáveis pelo lar e cuidado com os filhos, tampouco deixam de lado o desenvolvimento profissional e o cuidado pessoal. A conciliação de tantas atividades, no entanto, acarreta uma jornada múltipla para as mulheres, que muitas vezes, reflete em uma alta carga física e psicológica. Assim, reconhece-se que este é um dos grandes desafios a ser transposto pelas mulheres que pretendem empreender (RAMAL, 2019).

A dominação masculina coloca as mulheres em uma posição desfavorável quando se trata do reconhecimento social laboral, além de contribuir para uma divisão de tarefas não justa, tanto no ambiente laboral como no lar. Um reflexo desta falta de reconhecimento é a desigualdade salarial no mercado de trabalho. Conforme o estudo do IBGE (2021), em 2019, as mulheres receberam 22,3% menos do que os homens. Esta desigualdade foi ainda maior no

contexto de cargos de gestão, em que as mulheres receberam salários 38,1% menores do que os dos homens.

As estatísticas de gênero evidenciam problemas relacionados com as mulheres e homens na sociedade, considerando o enfoque em áreas de interesse nas quais mulheres e homens não podem desfrutar das mesmas oportunidades ou *status*, como ocorre com a questão da participação no mercado de trabalho, incluindo o empreendedorismo, por exemplo.

Na Tabela 2, é possível observar uma síntese dos principais indicadores sociais que ajudam a compreender o panorama laboral, considerando a questão de gênero.

Tabela 2 – Indicadores sociais - Brasil

Indicador Social	Homens*	Mulheres*
População total	48,2%	51,8%
Participação no mercado de trabalho	73,7%	54,5%
Participação em cargos gerenciais	62,6%	37,4%
Nível de instrução (possuem superior completo)	15,5%	20,8%
Rendimentos do trabalho geral (diferença salarial)	100%	77,7%
Rendimentos do trabalho cargos gerenciais	100%	61,9%
Quantidade de horas semanais dedicadas às tarefas domésticas	11%	21,4%

Fonte: Elaborado pela autora, adaptado do Estudo das Estatísticas de Gênero do IBGE (2021)
*Dados do ano base 2019

Conforme as informações demonstradas na Tabela 2, observa-se que a população feminina brasileira é maior que a população masculina. No entanto, quando observada a taxa de participação no mercado de trabalho, que mede a parcela da população, por gênero, em idade de trabalhar que está na força de trabalho, nota-se a maior presença dos homens.

No que tange à participação em cargos gerenciais, que demonstra a inserção das mulheres em posições de liderança tanto no setor público quanto no privado, a diferença é ainda maior, mostrando uma participação muito pequena das mulheres, mesmo elas apresentando maior nível de instrução. Com relação ao indicador de desigualdade de rendimentos do trabalho, que evidencia a diferença entre os rendimentos médios entre homens e mulheres, nota-se que as mulheres recebem de 22,3% a 38,1% menos do que os homens, dependendo da posição ocupada nas organizações.

2.3 CRESCIMENTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL NOS ÚLTIMOS ANOS

A participação das mulheres no ambiente laboral vem aumentando nas últimas décadas, ainda que de forma tímida, modificando o panorama do mercado de trabalho e do empreendedorismo brasileiro. Na década de 2020, as mulheres estão ativas em quase todos os

segmentos do mercado, ocupando espaço nos domínios sociais, e lutando por direitos de lugar no âmbito político. Logo, para retratar o momento atual do empreendedorismo feminino, é preciso fazer uma análise do passado, observando fatos que impactaram no desenvolvimento da mulher neste cenário (MACHADO, 2021).

A inserção da mulher no contexto laborativo, e sobretudo à frente de seus próprios negócios, revela uma profunda luta feminina desde os primórdios da civilização até a contemporaneidade, que se acentua quando a mulher almeja ocupar posições de liderança. Sabe-se que por longos anos a mulher foi privada de seus direitos e papeis nas esferas trabalhista, social e política; sendo atribuído a ela apenas o papel de mãe, mulher submissa, dona de casa e cuidadora dos filhos (RAMAL, 2019).

Conforme Probst (2017) e Rago (2012), este cenário só começou a mudar com o evento das guerras, quando as mulheres, por motivos de força maior, passaram a integrar o mercado produtivo. O episódio da 1º Guerra Mundial, entre 1914 e 1918, deu início a um movimento de mudança social. Quando os homens iam para o confronto armado, as mulheres precisavam assumir o seu posto no mercado produtivo, tomando a responsabilidade pelo sustento da família. Muitos homens não regressaram para suas casas; outros voltaram mutilados, com sérias limitações físicas e psicológicas que impediam o seu retorno para o trabalho. Assim, muitas mulheres tiveram que manter seus postos de trabalho, e a clareza de papéis - homem como o provedor e mulher como cuidadora da casa e dos filhos - começou a se desfazer.

Segundo Rago (2012), a partir dos anos 1960 a inserção da mulher ficou mais intensa, não somente nas fábricas, mas em diferentes camadas sociais. Muitas das conquistas foram conseguidas pelo movimento feminista, que questionava, na época, "[...] a organização sexual, social, política, econômica e cultural de um mundo profundamente hierárquico, autoritário, masculino e excludente" (RAGO, 2012, p. 12).

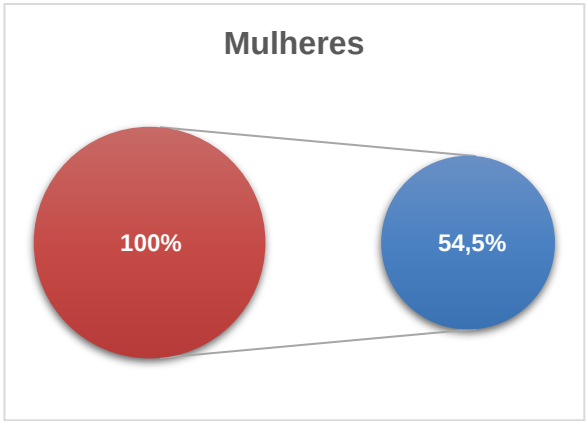
Assim, a partir da década de 1960, com o surgimento dos movimentos feministas, as mulheres foram tomando posse de seus novos papeis na sociedade e lutando pela ampliação de seus direitos. De acordo com Alves e Pitanguy (2017), o feminismo é um importante movimento em defesa da igualdade e isonomia entre o homem e mulher. Desde o final do século XIX até a contemporaneidade, o movimento contribui para a evolução dos papéis da mulher na sociedade na medida que luta contra a discriminação entre os sexos, que persiste na sociedade moderna, com destaque para as dissonâncias do mercado de trabalho atual.

Consoante o Estudo das Estatísticas de Gênero, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE em 2021, com dados do ano base 2019, 51,8% da população brasileira era constituída por mulheres, enquanto 48,2% é composta por homens. No entanto,

ainda que em maior número na sociedade, as mulheres ainda são minoria no mercado de trabalho.

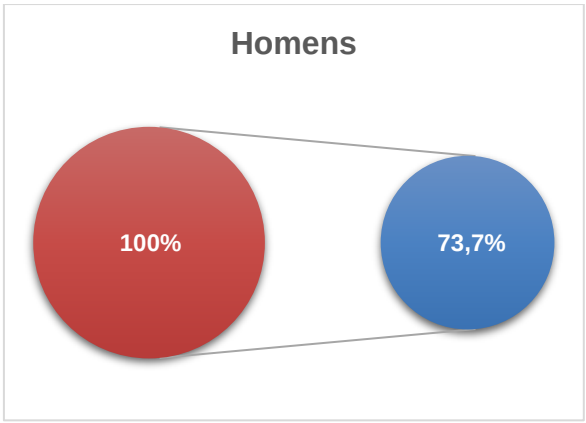
No ano 2000, apenas 50,1% das mulheres com 15 anos ou mais fazia parte da força de trabalho do país. Em 2019, entretanto, este indicador subiu para 54,5%, enquanto a taxa de participação dos homens foi de 79,7% no ano 2000, caindo para 73,7% em 2019 (IBGE, 2021). Nas Figuras 2 e 3 é possível observar esta disposição considerando os dados de 2019.

Figura 2 – Mulheres com mais de 15 anos no mercado de trabalho em 2019



Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de IBGE (2021)

Figura 3 – Homens com mais de 15 anos no mercado de trabalho em 2019

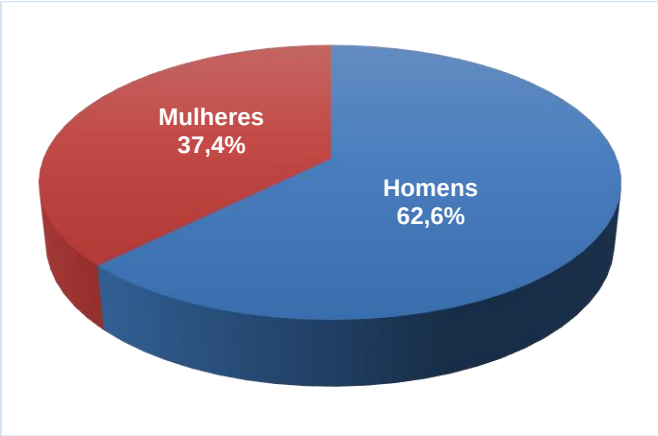


Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de IBGE (2021)

Conforme demonstrado nas Figuras 2 e 3, nota-se que os homens são muito mais ativos no mercado de trabalho do que as mulheres, e quando observada a participação das mulheres em cargos gerenciais, a diferença foi ainda maior no mesmo ano analisado.

A pesquisa do IBGE (2021) mostrou que, em 2019, apenas 37,4% das mulheres ocupavam postos de trabalho de nível gerencial, sendo que 62,6% destes cargos eram ocupados por homens. Os dados são dispostos na Figura 4 a seguir.

Figura 4 – Participação em cargos gerenciais em 2019



Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de IBGE (2021)

Como alternativa às dificuldades da mulher para se inserir no mercado de trabalho e galgar cargos de liderança em organizações já existentes, submetendo-se ainda a menores rendimentos do que o de homens nas mesmas funções, as mulheres iniciaram o movimento empreendedor, que no Brasil teve seu marco histórico na década de 1990 (TOLEDO, 2018).

O que impulsionou as mulheres a pensar em abrir o próprio negócio foram algumas questões que ainda hoje são aspectos desmotivadores no cotidiano feminino. Trata-se das barreiras, como desigualdade salarial e dificuldade para promoção para os altos cargos, e da possibilidade de a mulher ter mais flexibilidade de horário e autonomia, podendo a mulher optar por novas maneiras de conciliar os cuidados do lar e da família com a vida profissional (MACHADO, 2021).

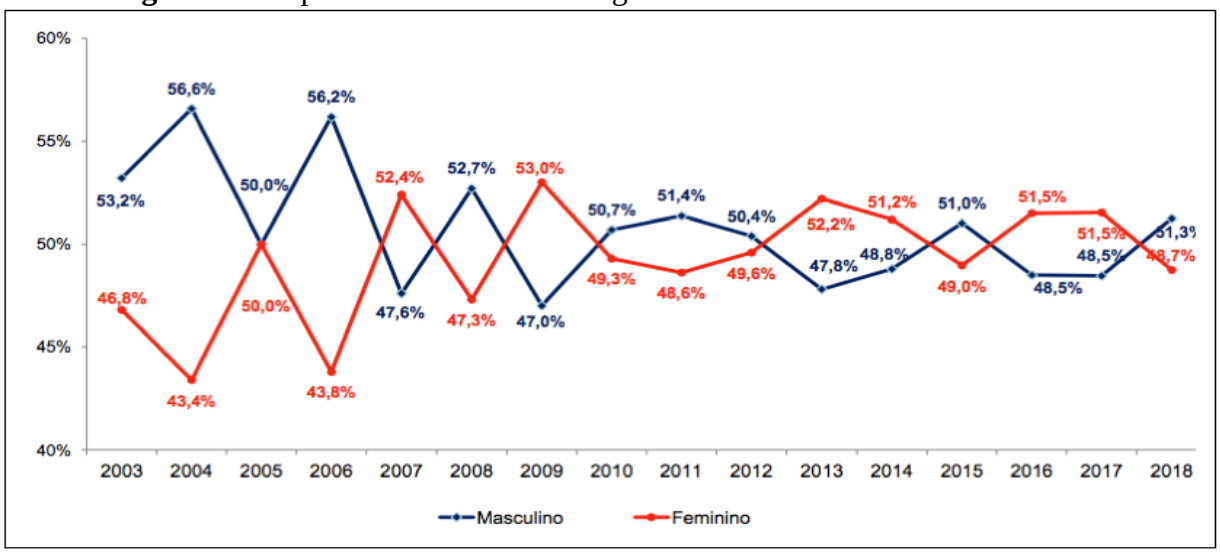
Machado (2022) concorda que a abertura de novas empresas por mulheres, não apenas em nível nacional, mas mundial, se deve ao avanço da mulher no mercado de trabalho. É uma espécie de resposta à discriminação sofrida pelas mulheres em ambientes corporativos. Souza Neto (2003) diz que este movimento empreendedor das mulheres iniciou de forma intensa e diversificada e, como tal ingresso tem sido feito de maneira ordenada e projetada, não dá espaço ao retrocesso, mesmo com as crises econômicas passíveis de acontecerem em qualquer país. Para o autor, esta feminização do mercado empreendedor é importante para estabelecer a igualdade de gêneros entre homens e mulheres.

As atenções para o tema empreendedorismo feminino no ambiente acadêmico se voltaram de forma interessante no ano de 1999, quando teve início o *Global Entrepreneurship Monitor*– GEM, uma parceria entre a *London Business* e o *Babson College* para monitorar o empreendedorismo no mundo. No Brasil, a pesquisa é coordenada pelo Instituto Brasileiro da

Qualidade e Produtividade – IBQP, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, e desde o ano 2000 vem revelando as características mais marcantes do empreendedorismo brasileiro, sendo a última pesquisa publicada em 2019.

Para analisar a série histórica do crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil, é possível observar a Figura 5, que revela o comportamento do empreendedorismo no Brasil nas décadas de 2000 e 2010, considerando a questão de gênero.

Figura 5 - Empreendedorismo em estágio inicial no Brasil entre 2003 e 2018



Fonte: GEM Brasil (2019).

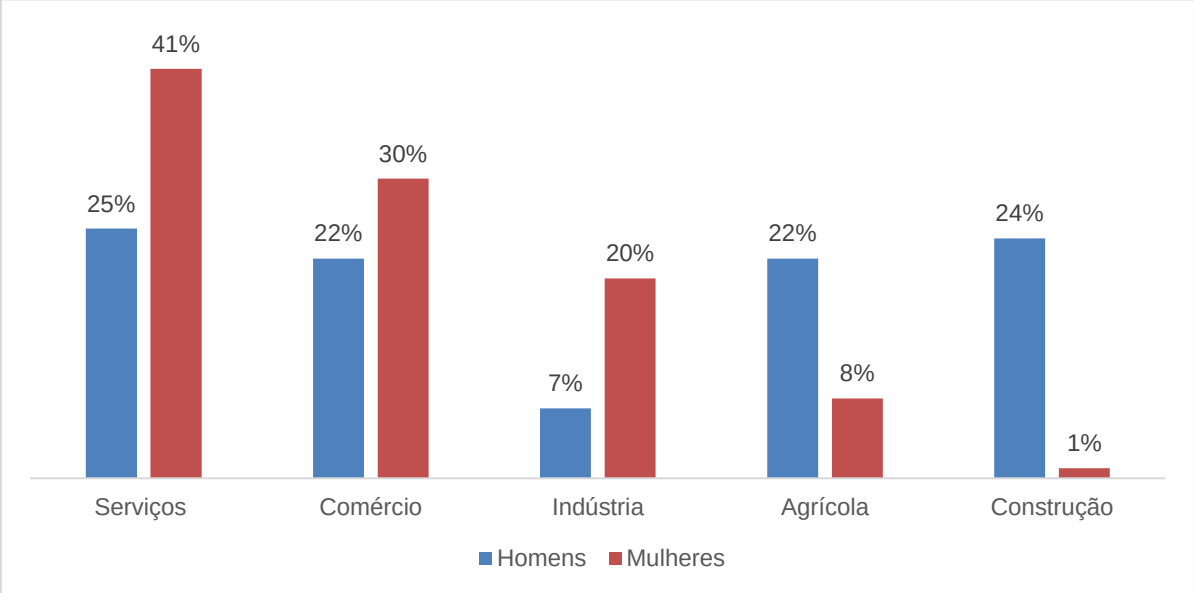
Conforme mostra a Figura 5, o empreendedorismo feminino em estágio inicial vem crescendo gradativamente e permanece estável, sendo observada uma ligeira predominância masculina. A taxa de empreendedorismo inicial engloba os indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora em estágio nascente ou com um empreendimento novo. É perceptível uma maior participação do homem no empreendedorismo, mas salienta-se um discreto, porém constante, crescimento da mulher neste cenário. Em uma década e meia, o aumento das mulheres no mercado empreendedor foi, em média, 15,9%, sendo que dos homens foi de 7,28%.

No âmbito do empreendedorismo em estágio estabelecido, que envolve os indivíduos que administram e são proprietários de negócios já consolidados que obtém lucro recorrente, os homens também se mostram mais ativos do que as mulheres. Em 2019, enquanto a taxa dos empreendimentos estabelecidos liderados por homens foi de 18,4%, os liderados por mulheres foram de 13,9%. Em termos absolutos, existem aproximadamente três milhões de homens a mais do que mulheres empreendendo no estágio de empreendedorismo estabelecido (GEM, 2019).

Esse panorama se deve, provavelmente, ao fato de que, no passado, a predominância masculina na atividade empreendedora pode ter contribuído para a criação de um estoque de empreendedores homens estabelecidos (GEM, 2019). Embora a inserção da mulher na atividade empreendedora venha crescendo ao longo dos anos conforme visto na Figura 5, as mulheres partem de uma base mais modesta de empreendedores estabelecidos.

Ainda que em menor quantidade, as mulheres já dominam determinadas atividades econômicas no Brasil. Na Figura 6 pode-se observar a distribuição dos empreendedores homens e mulheres por setor de atuação.

Figura 6 – Distribuição dos empreendedores homens e mulheres, por setor de atividade



Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de Sebrae (2019)

Nota-se que o setor de serviços é liderado pelas mulheres, sendo que as atividades mais frequentes são aquelas comumente associadas ao sexo feminino, como por exemplo, serviço de beleza, de culinária e confecção. Em contraponto, em setores predominantemente masculinos, como o da construção e agrícola, ainda são pouco explorados pelas mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2019).

De fato, a prática de empreender entre as mulheres tem aumentado de forma interessante nas últimas décadas e revela a resiliência das mulheres frente aos desafios inerentes à atividade de empreender, especialmente sendo mulher. Esse crescimento gradativo do empreendedorismo feminino no Brasil, inclusive, tem repercutido no cenário mundial (MACHADO, 2021).

A pesquisa GEM (2020) mostrou que o Brasil ocupa a 7ª colocação em proporcionalidade de mulheres no empreendedorismo, entre 49 países pesquisados. Isso demonstra a força que vem ganhando o empreendedorismo feminino e que é fundamental que a taxa de empreendedores nascentes continue sendo foco de atenção nos próximos anos, de forma a fortalecer a comunidade feminina e garantir o desenvolvimento socioeconômico do Brasil.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa utilizou procedimentos metodológicos qualitativos para a coleta e a interpretação de dados. Para Richardson (1999):

> Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos (RICHARDSON, 1999, p. 80).

Assim, a partir de uma abordagem qualitativa buscou-se identificar a interação de certas variáveis a fim de compreender os aspectos que dificultam e aqueles que facilitam o desenvolvimento da mulher no mercado de trabalho e empreendedor brasileiro. Para auxiliar nesse processo, buscou-se analisar indicadores sociais considerados úteis para a compreensão do tema. Os indicadores analisados fazem parte do Conjunto Mínimo de Indicadores de Gênero (CMIG), organizado pela Comissão de Estatística das Nações Unidas, em 2013 (IBGE, 2021). No Brasil, estes indicadores são construídos com base nos dados provenientes do IBGE, do Ministério da Saúde, da Presidência da República, do Congresso Nacional, do Tribunal Superior Eleitoral e do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP). Logo, os indicadores são disponibilizados no Estudo de Estatísticas de Gênero do IBGE, cuja edição utilizada nesse trabalho foi a mais recente, publicada em 2021.

Neste trabalho, os indicadores sociais utilizados foram a Taxa de Participação, que mede a parcela da população, por gênero, em idade de trabalhar que está na força de trabalho; o Indicador de Desigualdade de Rendimentos do Trabalho, que evidencia a diferença entre os rendimentos médios entre homens e mulheres; o Indicador de Nível de Instrução, que revela o nível educacional de homens e mulheres; o Indicador de Participação das Mulheres nos Cargos Gerenciais, que demonstra a inserção das mulheres em posições de liderança tanto no setor público quanto no privado; e as taxas de empreendedorismo por gênero.

No que diz respeito aos objetivos, esta pesquisa apresenta caráter descritivo. Conforme Andrade (2013), na pesquisa descritiva, o pesquisador observa, registra, analisa, classifica e interpreta os dados, porém, não interfere neles. No que se refere aos procedimentos para o levantamento de dados, foram utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental. Quanto à pesquisa bibliográfica, Severino (2000, p. 39) diz que: “[...] constitui um acervo de informações sobre livros, artigos e demais trabalhos que existem sobre determinados assuntos, dentro de uma área do saber.”.

Para Marconi e Lakatos (2010) a finalidade da pesquisa bibliográfica é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito sobre determinado assunto, permitindo ao cientista o reforço paralelo na análise de suas pesquisas ou manipulação de suas informações. A pesquisa documental, por sua vez, utiliza fontes históricas, monografias, informações estatísticas e toda a documentação existente sobre o tema para subsidiar a análise do problema (SORIANO, 2004).

A pesquisa bibliográfica foi utilizada para conduzir o desenvolvimento do referencial teórico, o qual se utilizou de livros e artigos científicos de diversos autores acerca do tema. As obras foram pesquisadas em bases de dados *online* como Scielo e Google Acadêmico, bem como em acervo pessoal da acadêmica. As buscas *online* utilizaram como descritores as seguintes palavras-chave: mulheres no mercado de trabalho; mercado de trabalho feminino; empreendedorismo; empreendedorismo feminino; e mulheres empreendedoras, sendo que 80% das obras consultadas foram publicadas nos últimos 5 anos.

A pesquisa documental foi viabilizada por meio dos informativos conduzidos pelo IBGE, GEM e Sebrae, tais como o Estudo de Estatísticas de Gênero, na sua edição de 2021; o relatório especial sobre o Empreendedorismo feminino no Brasil, divulgado pelo Sebrae em 2019; e os relatórios da *Global Entrepreneurship Monitor* Brasil dos anos 2000 até 2019, que foi a última edição da pesquisa publicada no Brasil.

Após a coleta qualitativa dos dados, a combinação e análise das informações foram apresentadas em forma de texto descritivo, sendo que no desenvolvimento do trabalho foram elaborados tabelas, gráficos e figuras para auxiliar no entendimento do tema.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Considerando uma abordagem temporal, observou-se que a inserção da mulher no mercado de trabalho é datada de pouco mais de um século, sendo que a maior intensidade deste movimento, de fato, se deu a partir dos últimos 60 anos. No entanto, embora represente um período de tempo relativamente curto quando se trata de história, este lapso é marcado por muita resiliência das mulheres para conquistar um espaço relevante no contexto socioeconômico, transformando o panorama do mercado de trabalho, inclusive do empreendedorismo.

De acordo com os indicadores sociais verificados na Tabela 1, as condições não são muito favoráveis para as mulheres, tanto para se inserir no mercado como para se desenvolver nele. As mulheres se dedicam mais aos estudos e possuem um rol de características comportamentais valiosas para o meio laboral e empreendedor, que, geralmente, se revelam aspectos que contribuem para o desenvolvimento profissional quando conseguem ultrapassar as barreiras de entrada no mercado. Apesar disso, e mesmo sendo em maior número na população total, as mulheres participam menos do que os homens no mercado de trabalho, no empreendedorismo, e sobretudo em cargos de alta gestão, além de ganharem menos que os homens em todos os níveis.

Os autores Renesch (2003), Corrêa *et al*. (2022), Grisa (2018), Vecchio (2003) e Alperstedt *et al*. (2014), atribuem às mulheres tendências de comportamento decorrentes da formação da sua personalidade, como sensibilidade, empatia, versatilidade e organização, que fazem a diferença no ambiente de trabalho. Os autores ressaltam, que as mulheres podem, inclusive, ser mais eficazes que os homens em cargos de liderança a frente de empreendimentos, dada a sua capacidade analítica, o tato com as pessoas, e a dedicação aos estudos.

No entanto, as habilidades comportamentais e técnicas das mulheres não são suficientes para que elas consigam se desenvolver no mercado de trabalho e empreendedor de forma igualitária. Os autores consultados concordam que o ponto alto desta questão é a discriminação de gênero enraizada na cultura da sociedade desde os primórdios da civilização.

O papel de dona de casa, submissa perante o homem, e incapaz de opinar nas questões relevantes para determinado grupo, criaram um estigma acerca da figura da mulher que relega a ela seus direitos em todas as esferas da sociedade. Fato que revela a persistência desta cultura discriminatória, é o indicador de quantidade de horas semanais dedicadas às tarefas domésticas, que em 2019 mostrou que as mulheres dedicaram quase o dobro de tempo do que os homens nestas tarefas, ou seja, a mulher ainda é a principal responsável pelo trabalho doméstico.

É perceptível que a mulher, mesmo após a sua inserção no mercado de trabalho, continua a desempenhar boa parte do trabalho doméstico, tido como tipicamente feminino. Por outro lado, não raro observa-se os homens sendo cobrados, essencialmente, pelas responsabilidades profissionais, como provedores do lar e, socialmente, não são cobrados pelas tarefas que, por tradição, são femininas.

Diante deste pensamento conservador, e sobretudo, machista, as mulheres sofrem com a dupla jornada de trabalho, e são constantemente cobradas e pressionadas a demonstrar competência no âmbito do trabalho, sendo que qualquer deslize pode aparentar sinal de fraqueza – que seria natural da figura feminina. Assim, as mulheres precisam provar o tempo todo que merecem ser tratadas de forma igualitária.

A diferença entre sexos não poderia justificar, de maneira alguma, a desigualdade existente entre mulheres e homens. Entretanto, é incontestável afirmar que os aspectos culturais com relação a esta diferença influenciam na inserção e evolução da mulher seja no empreendedorismo ou assalariada. Apesar de o empreendedorismo feminino estar crescendo na última década, a taxa de empreendedorismo inicial, ou seja, dos indivíduos envolvidos com uma atividade empreendedora em estágio nascente ou com um empreendimento novo, ainda é maior para a população masculina.

A potencialização do papel da mulher na sociedade e a sua plena participação em condições de igualdade, incluídos a participação no empreendedorismo, nos processos de tomada de decisões e o acesso ao poder, são fundamentais para o alcance da igualdade e o desenvolvimento da sociedade moderna. Logo, a igualdade de gênero só é alcançada quando homens e mulheres gozam dos mesmos direitos e oportunidades em todos os setores da sociedade, incluindo participação econômica e tomada de decisão; e quando os diferentes comportamentos, aspirações e necessidades das mulheres e homens são igualmente valorizados e favorecidos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final deste trabalho, considera-se que o objetivo principal proposto no início da pesquisa foi atingido. Para isso, foi empreendida uma pesquisa teórica, cuja consecução dos objetivos específicos permitiu identificar as principais características comportamentais das mulheres empreendedoras, bem como os aspectos facilitadores e dificultadores impostos às mulheres que decidem empreender no Brasil.

Atendendo ao primeiro objetivo específico, destacou-se as habilidades femininas que favorecem o desenvolvimento do empreendedorismo. Neste ponto, identificou-se que as mulheres comumente apresentam habilidades que favorecem o desenvolvimento do empreendedorismo, como sensibilidade; empatia; ousadia; alto grau de criatividade; versatilidade; flexibilidade; cooperação; alta capacidade analítica e habilidades interpessoais. Este conjunto de competências dá às mulheres condições para que sejam eficazes no planejamento; gestão do tempo; cuidado com as pessoas; e resolução de conflitos, o que é potencialmente importante no contexto dos negócios.

Logo, em atendimento ao segundo objetivo específico, abordou-se os principais desafios enfrentados pelas mulheres para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil. Observou-se que os principais desafios compreendem o enfrentamento da discriminação de gênero; a jornada múltipla que as mulheres precisam enfrentar, tendo que conciliar as tarefas domésticas e de desenvolvimento profissional com as atividades do negócio; e a necessidade de demonstrar autodomínio e controle emocional, bem como de provar constantemente a sua competência ao olhar mais rígido da sociedade sobre a mulher no mercado de trabalho.

Por fim, em atendimento ao terceiro objetivo específico, apresentou-se o crescimento do empreendedorismo feminino no Brasil nas décadas de 2000 e 2010. Nesta contextura, observou-se que a participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro vem crescendo de forma gradativa desde a década de 2000, apresentando uma taxa de crescimento maior que a dos homens, e só não superou ainda a taxa total de empreendedorismo masculino devido ao estoque de empreendedores homens estabelecido no passado. Logo, vislumbra-se a possibilidade de o empreendedorismo feminino no Brasil superar o masculino num futuro não muito distante.

Em reposta ao problema de pesquisa levantado, que visou esclarecer quais as características comportamentais observadas às mulheres empreendedoras no Brasil, pontua-se como facilitadores o conjunto de habilidades comportamentais das mulheres e o seu maior nível de instrução em relação aos homens. Logo, como o principal aspecto dificultador é a questão

da discriminação de gênero, responsável por profundas dissonâncias no mercado de trabalho atual.

Entretanto, considera-se que o estabelecimento de políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo feminino possa estimular o aproveitamento do potencial empreendedor das mulheres e criar condições para que elas consigam exercer a criatividade em prol do desenvolvimento do país. Com isso, seria possível reforçar a participação das mulheres no mercado de trabalho, caminhando para uma nova percepção social sobre o papel da mulher na sociedade em detrimento da discriminação de gênero ainda evidente na sociedade brasileira na década de 2020. É importante reforçar a amplitude e a importância dos papeis da mulher na sociedade, inclusive, cultivando o seu empoderamento e estimulando a sua maior participação no cenário empreendedor. Para isso, é válida a criação de cursos e palestras voltados especificamente para mulheres, bem como de organização de grupos de mulheres para incentivar a atividade empreendedora entre o público feminino.

A realização deste trabalho foi viabilizada por meio de livros e artigos científicos e a sua conclusão foi extremamente gratificante para a formação acadêmica, sendo que tal resultado poderá amparar novas pesquisas da área. O trabalho se limitou a esclarecer sobre as particularidades do empreendedorismo feminino no Brasil, entretanto, sabe-se que o sucesso de um empreendimento se relaciona também com outras variáveis além das competências e características comportamentais, como o planejamento do negócio, por exemplo.

6. REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D. et al. **Empreendedorismo feminino**. Belo Horizonte: Egepe, 2014.

ALVES, B. M; PITANGUY, J. **O que é feminismo?** São Paulo: Hedra, 2017.

ANDRADE, M. M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2013.

CARIO, S. A. F. **Introdução à economia**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2017.

CORRÊA, V. S. et al. *Female entrepreneurship in emerging and developing countries: a systematic literature review*. ***International Journal of Gender and Entrepreneurship,*** v. 14, n. 3, p. 200-322, 2022.

DEAN, H. et al. *Female Entrepreneurship and the Metanarrative of Economic Growth: A Critical Review of Underlying Assumptions.* ***International Journal of Management Reviews,*** v. 21, n. 1, p. 24-49, 2019.

DEL PRIORE, M. **Ao sul do corpo:** condição feminina, maternidade e mentalidades no Brasil Colônia. 2 ed. São Paulo: UNESP, 2009.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora**. 2 ed. São Paulo: Cultura, 2017.

EVELLE, M. **Empreendedorismo feminino:** olhar estratégico sem romantismo. São Paulo: Memória Visual, 2019.

FERREIRA, M. C. Associativismo e contato político nas regiões metropolitanas do Brasil: 1988-1996. Revisitando o problema da participação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 41, v. 14, p. 90-102, out. 1999. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/Q7DXhKbybkmBW9dsdrFbK7y/abstract/?lang=pt. Acesso em: 25 abr. 2023.

GEM. ***Global entrepreneurship monitor*** **2019**. Disponível em: https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf. Acesso em: 20 jul. 2023.

GRISA, P. A. **O jogo e a estrutura das personalidades**. 9 ed. Florianópolis: Edippapi, 2018.

IBGE. **Estatísticas de gênero:** indicadores sociais das mulheres no Brasil. 2 ed. São Paulo: IBGE, 2021. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101784_informativo.pdf. Acesso em: 20 jul. 2023.

KERBAUY, M. T. M. Associativismo e comportamento eleitoral na Eleição de 2002. **Opinião Pública**, n. 2, v. 10, p. 254-267, out. 2004. Disponível em: https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8641151. Acesso em: 25 abr. 2023.

MACHADO, H. P. V. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora**. Florianópolis: UFSC, 2022.

MACHADO, S. C. B. **Empreendedorismo feminino:** inovação e associativismo. São Paulo: Literare Books, 2021.
MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARIANO, S.; MAYER, V. **Empreendedorismo:** Fundamentos e Técnicas para Criatividade. São Paulo: LTC, 2011.

MARINS FILHO, L. **O poder do entusiasmo**. 3 ed. São Paulo: Harbra, 2020.

PROBST, E. R. **Evolução da Mulher no mercado de trabalho.** Florianópolis: ICPG, 2017.

RAMAL, S. A. **Mulheres líderes e empreendedoras:** os compromissos que fazem a diferença na carreira de uma executiva. São Paulo: Alta Books, 2019.

RAGO, M. Adeus ao feminismo? Feminismo e (pós) modernidade no Brasil. **Cadernos AEL**, v. 2, n. 3, 2012.

RENESCH, J. E. **Liderança para uma nova era**. São Paulo: Cultrix, 2003.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social:** métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, S. C.; SILVA, G. R. A liderança feminina no mercado de trabalho. **Revista digital de Administração Faciplac**, v. 1, 2015.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil:** relatório especial. 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: 20 jul. 2023.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico.** 21 ed. São Paulo: Cortez, 2000.

SILVA, G. C. C. et al. A mulher e sua posição na sociedade - da antiguidade aos dias atuais. **Revista SBPH**, v. 8, n. 2, dez. 2005.

SORIANO, R. J. **Manual de Pesquisa Social.** Petrópolis: Vozes, 2004.

SOUZA NETO, B. **Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor brasileiro:** o empreendedorismo de necessidade do "virador". Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

SOUZA, P.; CARARO, A. **Extraordinárias:** mulheres que revolucionaram o Brasil. São Paulo: 2017.

STELZER, J. **Empreendimentos e modelos de negociação.** Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/UFSC, 2022.

TAULBERT, C.; SCHOENIGER, G. ***Who Owns The Ice House?*** *Eight Life Lessons From An Unlikely Entrepreneur*. Cleveland: ELI Press, 2020.

TOLEDO, C. **Mulheres:** o gênero nos une, a classe nos divide. São Paulo: Sundermann, 2018.

VECCHIO, R. P. ***In search of gender advantage***. *The Leadership Quarterly*, v. 14(6), p.835-850, 2003.