

Empreendedorismo Feminino: Evolução, Desafios Atuais e Perspectivas Futuras

Greicielle Macedo Morais – greicielle.morais@hotmail.com

Universidade FUMEC

Valdeci Ferreira dos Santos - valdeci.santos5@bol.com.br

Universidade FUMEC

Fernanda Ferreira de Araújo Ribeiro – turismoaraxa@gmail.com

Universidade FUMEC

Daniel Jardim Pardini – pardini@fumec.br

Universidade FUMEC

Área temática: Empreendedorismo, Pequenas Empresas e Sustentabilidade

Resumo

O objetivo desse trabalho é apresentar reflexões sobre o empreendedorismo feminino por meio de um histórico de seu desenvolvimento, características, a dicotomia de gênero, discutindo a inserção da mulher no ramo dos negócios em diferentes contextos regionais, culturais, econômicos e sociais. O artigo harmoniza uma evolução do empreendedorismo desde a época colonial, e a descreve ao longo das últimas décadas, abordando os entraves, potencial dinâmico, possibilidades, desafios e tendências. Como percurso metodológico procedeu-se a verificação da literatura acadêmica por meio de pesquisas em bases de dados, como Portal de periódicos Capes, SPELL, EBSCO HOST e Google Acadêmico, onde foram selecionados trabalhos de autores renomados na área como Schumpeter (1984), Hisrich e Peter (2004) e Dolabela (2011), mas também privilegiando a literatura publicada nos últimos anos em periódicos nacionais e internacionais. A abundância de estudos recentes, realizados em diferentes países, possibilitou a explanação do tema de forma abrangente. Percebe-se com o estudo, que desde épocas remotas as mulheres lutam por seus espaços e que muitas conquistas foram alcançadas, no entanto, muito ainda precisa ser discutido e repensado para valorizar, emergir e apoiar o desenvolvimento e o crescimento do empreendedorismo feminino, pois neste campo ainda existem desafios a serem superados. Tanto a evolução, quanto as tendências para o empreendedorismo feminino demonstram relação com as dimensões culturais do coletivismo institucional, do igualitarismo de gênero, consciência social e empoderamento das mulheres, perpassando pela mudança nas estruturas familiares e tradições.

Palavras-chave: Desigualdade; Evolução; Gênero; Tendências.

Women Entrepreneurship: Evolution, Current Challenges and Future Perspectives

Abstract

The purpose of this paper is to present reflections on female entrepreneurship through a history of its development, characteristics, the gender dichotomy, discussing the insertion of women in the business sector in different regional, cultural, economic and social contexts. The article harmonizes an evolution of entrepreneurship since colonial times, and describes it over the last decades, addressing the obstacles, dynamic potential, possibilities, challenges and trends. As a methodological course, we verified the academic literature by searching databases such as Capes, SPELL, EBSCO HOST and Google Scholar, which selected works by renowned authors such as Schumpeter (1984), Hisrich and Peter (2004) and Dolabela

(2011), but also favoring the literature published in recent years in national and international journals. The abundance of recent studies, carried out in different countries, made it possible to explain the subject comprehensively. One can see from the study that, since remote times, women have fought for their spaces and that many achievements have been achieved, however, much still needs to be discussed and rethought in order to value, emerge and support the development and growth of female entrepreneurship, since in this field there are still challenges to be overcome. Both the evolution and the trends for female entrepreneurship are related to the cultural dimensions of institutional collectivism, gender egalitarianism, social consciousness and empowerment of women, through the change in family structures and traditions.

Keywords: Inequality; Evolution; Genre; Tendencies.

1. Introdução

O papel da mulher na sociedade vem sendo alterado ao longo das últimas décadas, ganhando destaque o incremento de sua participação no mercado de trabalho, conforme pesquisa realizada por (Alperstedt, Borges, & Serafim, 2014), elas se posicionam não apenas como empregadas, mas também como empregadoras. Notadamente, o alcance do empreendedorismo feminino se destaca no fortalecimento das pequenas e médias empresas (Silva, Lasso & Mainardes, 2016).

Debater o empreendedorismo feminino mostra-se relevante para a economia de todas as nações, pois a ascensão deste empreendedorismo fortalece a sociedade em suas bases, demonstrando, assim, a possibilidade de diminuição dos problemas relacionados a barreiras impostas pelo preconceito (Alperstedt, Borges, & Serafim, 2014).

O crescimento dos índices de empreendedorismo feminino se torna mais influente e poderoso ao longo do tempo (Cavada, Bobek, Skoko, & Macek, 2018). Apesar disso, em diversos países, existem mais empreendedores do sexo masculino do que empreendedores do sexo feminino. O empreendedorismo feminino enfrenta barreiras impostas pela sociedade, instituições formais, condições culturais e econômicas, o que dificulta o início ou desenvolvimento de um novo empreendimento.

Entender as características do empreendedorismo feminino é relevante para a sociedade, pois fomenta o debate da igualdade de gênero e do incremento da capacidade empreendedora na sociedade. Principalmente nos países em desenvolvimento este debate é essencial, pois as mulheres necessitam encontrar maneiras de gerar renda e se inserirem no mercado de trabalho, de forma proativa, possibilitando o progresso e o fomento de melhorias econômicas (Cavada et al., 2018).

Este artigo apresenta a maneira como evoluiu o empreendedorismo feminino nas últimas décadas, as suas principais características, entraves, potencial dinâmico,

possibilidades, tendências e desafios, por meio de uma verificação da literatura acadêmica disponível, concatenado com as potencialidades e demandas relacionadas ao tema.

2. Aspectos metodológicos

O artigo é de natureza exploratório-descritiva, por ter como objetivo construir conhecimento por meio da seleção e da análise de trabalhos científicos publicados em periódicos e indexados em base de dados a partir de um tema específico (Vieira, 2002; Gil, 2008), neste caso o empreendedorismo feminino.

Como percurso metodológico procedeu-se a verificação da literatura acadêmica por meio de pesquisas em bases de dados (Portal de periódicos CAPES, SPELL, EBSCO HOST e Google Acadêmico), onde foram selecionados trabalhos de autores renomados na área como Schumpeter (1984), Hisrich e Peter (2004) e Dolabela (2011), mas também privilegiando a literatura publicada nos últimos anos em periódicos nacionais e internacionais. A abundância de estudos recentes, realizados em diferentes países, possibilitou a explanação do tema de forma abrangente.

Pretende-se aqui também um debate sobre o tema ao analisar casos já publicados que demonstram as características, evolução, desafios, perspectivas e potencialidades do empreendedorismo feminino em diferentes contextos.

3. Empreendedorismo feminino

Nas próximas seções são apresentados alguns aspectos relacionados ao Empreendedorismo Feminino. Esta explanação possibilitará ao leitor conhecer mais sobre sua evolução, peculiaridades, desafios e tendências.

3.1. A evolução do empreendedorismo feminino

A noção de empreendedorismo está diretamente ligada àquelas pessoas que geram ou aproveitam oportunidades e, a partir disso, desenvolvem uma atividade econômica organizada, criando valor para si e para a sociedade (Carreira et al., 2015). Schumpeter (1984) já afirmava que o empreendedorismo impulsiona o desenvolvimento econômico e o crescimento. Assim define a função empreendedora com um papel fundamental para a estimulação do dinamismo econômico, utilizando ideias e invenções técnicas, amparadas pelo arcabouço financeiro, transformando essas ideias em inovações, sejam elas organizacionais, comerciais ou tecnológicas.

Esta ideia pressupõe a definição de que o empreendedorismo é um criador de valor para a sociedade. As características do empreendedorismo feminino são objeto de pesquisa por suas peculiaridades e desafios percebidos (Carreira et al., 2015). Desde o tempo colonial,

a mulher é submetida ao moralismo, que tenta submetê-la a várias restrições. Entre essas restrições está a dificuldade das mulheres em assumir cargos mais elevados dentro de uma empresa, assim como de conseguir um salário equiparado ao do homem no mesmo cargo (Lages, 2005). A personalidade da mulher está historicamente fundada na diferença (Cramer, Cappelle, Andrade, & Brito, 2012).

No começo do século XX, as mulheres alcançaram direitos civis e políticos por meio de lutas sociais proporcionadas pelo seu acesso à educação, o que significou o início da busca pela igualdade de gênero. Na década de 1970 esses movimentos tiveram um efeito positivo com as instituições sociais, redefinindo a divisão segundo o gênero no trabalho. A partir daí, ocorreu uma crescente participação da mulher no mercado de trabalho, mas, apesar desse crescimento, ela ainda é pequena em relação à participação dos homens (Lages, 2005).

Na década de 1980, o empreendedorismo feminino começa a ser destaque como sujeito de pesquisa. Durante este período, pelo menos quantitativamente, as pesquisas sobre empreendedorismo feminino cresceram e começaram a demonstrar os padrões encontrados. Esse aumento pode ser explicado, pelo menos em tese, pelo crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, não só como empregada, mas também como empregadora e proprietária de seu próprio negócio (Gomes, Santana, Araújo & Martins, 2014).

Gomes et al. (2014) demonstraram que na década de 80:

(...) as mulheres empreendedoras eram vistas em termos de estereótipos sexuais no processo de tomada de empréstimo em instituições de financiamento e concluíram que os agentes financeiros tinham uma compreensão generalizada e preconceituosa de que a mulher teria menos chance de lograr êxito se comparada ao homem, uma vez que não possuiriam os “atributos” necessários para ser empreendedora de fato. (Gomes et al. 2014, pág. 323).

Ainda segundo estes autores, esse panorama se modificou nas décadas seguintes, sendo muito relevante o papel do feminismo liberal que admitia que as mulheres estivessem em desvantagem em relação aos homens, em função da discriminação ou de fatores contingenciais, o que as teriam privado de recursos essenciais, como educação e experiência na área de negócios. A admissão destas questões trouxe uma reflexão contundente ao tema feminismo social, tendo em vista que uma grande parcela da sociedade passou a reconhecer que existiam diferenças entre homens e mulheres no mercado de trabalho.

No entanto, estas diferenças apareceram como fruto de um processo de socialização inerente a mudança de padrões da sociedade, o que foi evidenciado em distintos contextos culturais, sendo que em algumas sociedades as mulheres obtiveram mais direitos do que em outras. Porém, também é relevante esclarecer que o feminismo trouxe à tona o debate da

potencialidade do empreendedorismo feminino, mas, por si só, não o justifica (Gomes et al., 2014).

A evolução do empreendedorismo feminino se mostrou com diferentes percentuais em cada localidade, e, notadamente, em alguns países já se encontra equiparada, segundo (Alperstedt Borges, & Serafim, 2014), muitas modificações ocorridas ao longo do tempo. Carreira et al. (2015) apontam que o número de mulheres empreendedoras têm crescido três vezes mais, em comparação com a taxa de crescimento das empresas globais dos Estados Unidos da América, de acordo com o Centro de Pesquisa de Mulheres de Negócios daquele país, enquanto que no Brasil, os dados de 2012 do Relatório da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) indicaram que a taxa de empreendedorismo feminino inicial é de 14,7% da população adulta, o que coloca o Brasil na 15ª posição entre 67 países pesquisados.

Outro dado relevante demonstrou a razão ligada ao número de empreendedores e empreendedoras no Brasil, há um valor de 1,1. Neste sentido, a relação entre homens e mulheres empreendedoras está possivelmente próxima da igualdade, o que caracteriza neste quesito que o Brasil é superado apenas por nove países. Outro dado relevante indica que a taxa de empreendedorismo inicial feminino na região Sul superou a média brasileira, alcançando o total de 15,3%, sendo a razão masculino/feminino de 1, uma proporção ainda maior que o restante do Brasil (Global Entrepreneurship Monitor, 2012).

A proporção entre homens e mulheres tende a variar de país para país, ressaltando ainda o fato de que o percentual de empreendedorismo feminino se diferencia por questões relacionadas à estrutura social, cultura, costumes e estrutura tecnológica de cada país e evolui de maneira diferente (Alperstedt Borges, & Serafim, 2014). Por isso, é necessário que as lideranças globais criem culturas para a igualdade, tornando-se um valor para todos, transmitindo a visão de não discriminação baseada em gênero (ONU, 2016). O empreendedorismo feminismo tem certas características que o diferencia.

3.2. Características do empreendedorismo feminino em diferentes contextos

Estudiosos em várias partes do mundo se ocupam em contribuir com a literatura sobre as características das empreendedoras e a sua interação com diversos contextos e ramos de negócios.

A forma empreendedora de ser, para Dolabela (2011), está relacionada à visão de mundo, protagonismo, estilo de vida, formas de posicionamento diante de ambiguidades e ambientes de incerteza, habilidades e capacidades de mudança em si próprio e no contexto em que os sujeitos estão inseridos, além de aptidão inovativa e autorrealização.

Ao analisar as características de empreendedoras brasileiras, (Silva, Lasso & Mainardes, 2016), constataram que a maioria delas têm idade entre 30 e 49 anos, são casadas e possuem ensino superior completo. Geralmente, elas administram empreendimentos familiares, apesar de também existir um número considerado de empresas não familiares geridas por empreendedoras. Para elas o papel da família é fundamental para a gestão do empreendimento, em especial o cônjuge.

A mesma pesquisa destacou que as mulheres brasileiras estão ousando mais e apesar de enfrentarem dificuldades para conseguir financiamento para seus negócios, estão começando empreendimentos sozinhas. Para tal, utilizam com maior frequência recursos próprios. Observou-se ainda, a importância das experiências adquiridas nos trabalhos anteriores para a gestão dos empreendimentos. No entanto, a maioria das empreendedoras reconhece não ter habilidade suficiente nas áreas de marketing, finanças e tecnologia, necessitando maior aperfeiçoamento. Ressalta-se, também, que as organizações geridas por empreendedoras têm sobrevivido mais tempo que os demais negócios, (Silva, Lasso & Mainardes, 2016). Outra pesquisa sobre o empreendedorismo feminino foi desenvolvida por (Carreira et al., 2015) com doze empreendedoras, apresentando o seu perfil, as características pessoais, como foi o desenvolvimento do próprio empreendimento, bem como qual seria a visão atual e futura sobre seus negócios localizados nos estados de São Paulo, Santa Catarina e Paraná. O estudo identificou que as empreendedoras apresentavam as seguintes características: persistência e determinação alicerçadas pela coragem e confiança no trabalho que realizam; visão de mercado e de oportunidades com base em pesquisas; intuição e percepção de oportunidades; perseverança nos seus objetivos; consideram a família e a fé como aliados, apoiadores e alicerces.

Os pontos fortes apontados foram: estabelecer e cumprir metas, planejamento, cumprimento de prazos, iniciativas, atitudes, formação e manutenção de uma sólida rede de contatos. No que se refere ao fator “risco”, as empreendedoras preferem agir com segurança e moderação. Para elas, ser bem-sucedida no negócio é ter as suas marcas reconhecidas e requisitadas, grande número de clientes, satisfeitos e fidelizados (Carreira et al., 2015).

Na Espanha, (Nogueira, Alvarez, Merigó, & Urbano, 2015) desenvolveram um estudo com o objetivo de explorar a influência de fatores ambientais sobre a atividade empreendedora no contexto do país. Para tal, foi desenvolvida uma análise longitudinal para o período de 2003 a 2010, utilizando dados do *Global Entrepreneurship Monitor* e Instituto Nacional de Estatística da Espanha.

As principais conclusões deste estudo mostram que fatores como: educação, contexto familiar e diferenças no nível de renda, não têm influência significativa sobre o empreendedorismo feminino. Por outro lado, a pesquisa aponta que aspectos como: reconhecimentos sociais do empreendedorismo, redes de carreira e redes femininas, parecem ser mais relevantes para a criação de empresas por mulheres (Nogueira et al., 2015).

Com o objetivo de identificar os fatores que influenciam na atividade empresarial feminina no contexto iraniano, (Khyareh, 2018) desenvolveu uma pesquisa utilizando dados do *Global Entrepreneurship Monitor* do período de 2010 a 2015. As conclusões deste estudo mostraram que o empreendedorismo feminino no Irã não está relacionado com alto nível de educação formal. Uma possível explicação para esta conclusão, é que as mulheres com maior nível de educação formal têm mais facilidade para ingressar no mercado de trabalho, enquanto as que têm menor nível de educação formal têm menos oportunidade de emprego, estando mais propensas a se tornarem empresárias por necessidade.

O estudo também apontou que as empreendedoras iranianas são adeptas aos pequenos negócios e tentam financiar as suas empresas com o seu próprio dinheiro, de amigos ou familiares. Uma explicação para esta tendência é que as mulheres são mais avessas ao risco do que os homens e esta é uma das razões pelas quais as mulheres preferem pequenas empresas com uma quantidade menor de capital inicial.

O intuito de se ingressar no empreendedorismo feminino iraniano não é ganhar dinheiro, mas se tornar independente e ter flexibilidade. A criação de empresas por mulheres está relacionada com habilidades empreendedoras e redes de mulheres empreendedoras, sendo que a experiência, habilidades e conhecimento não estão significativamente relacionados ao empreendedorismo por necessidade. As empreendedoras por necessidade são muitas vezes inexperientes, de baixa renda e educação (Khyareh, 2018).

A fim de descobrir e determinar os problemas e obstáculos vividos pelas mulheres empreendedoras, bem como as razões que as motivam a optar por uma carreira no campo do empreendedorismo na região da Albânia, Macedónia e Kosovo (ALMAKOS), Ramadani, Hisrich e Gerguri-Rashiti (2015) realizaram um levantamento com 24 empresárias na Albânia, 32 na Macedónia e 18 no Kosovo.

Os resultados desse estudo demonstraram a liberdade de tomar decisões de negócios como principal fator motivador para o empreendedorismo feminino nos países ALMAKOS, seguido da possibilidade de obter lucro e dinheiro, bem como o desejo de alcançar realizações

significativas em suas carreiras. Para alcançar os seus objetivos, as mulheres precisam superar alguns obstáculos.

As principais barreiras enfrentadas por estas empreendedoras estão relacionadas às dificuldades em estabelecer equilíbrio entre obrigações familiares e compromissos de trabalho. Tendo em mente que elas dedicam a maior parte do tempo disponível aos seus negócios, elas também podem enfrentar problemas para o cumprimento de suas responsabilidades como esposas e mães. Para superar estes problemas, as mulheres precisam possuir várias qualidades e habilidades. Negócios de sucesso requerem educação, conhecimento e habilidades, bem como o compromisso de ser proativo ao invés de reativo. Experiência, persistência, perseverança e autoconfiança também são consideradas características importantes para o desenvolvimento bem-sucedido dos negócios (Ramadani; Hisrich; Gerguri-Rashiti, 2015).

Cavada, Bobek e Macek (2017) desenvolveram um estudo sobre os fatores que motivaram as mulheres empreendedoras a estabelecer empresas próprias no México. Os resultados do estudo ajudam a concluir que o desenvolvimento do empreendedorismo feminino é influenciado por diferentes fatores, incluindo características pessoais das empreendedoras, fatores sociais e econômicos. Devido à sua atitude tradicionalmente conservadora, tendência adversa ao risco e a falta de cooperação dos membros da família, etc., as empreendedoras mexicanas algumas vezes são dissuadidas de iniciar negócios.

No entanto, a pesquisa provou que a falta de outras perspectivas econômicas e o desemprego estimulam as mulheres a iniciarem seus negócios. O crescente número de instituições não-governamentais que estão gerando oportunidades para as mulheres durante a fase de concepção do processo de empreendedorismo, também é um fator que impulsiona o empreendedorismo feminino no México (Cavada, Bobek & Macek, 2017).

No Quênia, o estudo de (Lock & Lawton, 2015) mostrou que as mulheres quenianas estão deixando empregos estáveis no setor formal para iniciar suas próprias empresas, um ambiente de trabalho mais favorável. A maioria das mulheres se fortalece com a disponibilidade de micro finanças e desenvolve seu papel de mulher de negócios e, em muitos aspectos, não é dissuadida ou retida por seu duplo papel de mulher de negócios e guardiã da casa.

As evidências neste estudo sugerem que é a necessidade que leva as mulheres ao empreendedorismo, mas são os fatores de atração (independência, desafio, iniciativa e ideias)

que as mantêm motivadas e almejando o sucesso. No entanto, as evidências sugerem que o microfinanciamento é, em alguns casos, puramente um instrumento de auto alívio da pobreza.

Além disso, a educação desempenha um papel fundamental no sucesso das mulheres empresárias. Embora muitos possam não ter obtido as qualificações da escola secundária, há claramente espaço para um nível intermediário de treinamento empresarial que não apenas beneficiaria as mulheres e seus negócios, mas também a comunidade ao seu redor. O sucesso considerado das empreendedoras quenianas resulta do fato de elas poderem sustentar a si mesmas e a suas famílias e, em muitos casos, apoiar outros em sua comunidade. Este é outro impacto positivo do microfinanciamento e do empreendedorismo feminino (Lock & Lawton, 2015).

A falta de desejo por parte da maioria das entrevistadas de expandir seus negócios pode ser explicada como uma consequência não intencional dos empréstimos. Há uma falta de sustentabilidade nos seus negócios. Uma explicação alternativa é que a falta de conhecimento e educação sobre como desenvolver o negócio as impede de ampliá-los (Lock & Lawton 2015).

Considerando que 46% dos quenianos atualmente vivem abaixo da linha de pobreza (UNICEF, 2018), percebe-se que o padrão de vida das participantes do estudo é notavelmente mais alto. A maioria das empreendedoras vivia em casas com acesso a água corrente e eletricidade, em prédios seguros, que foram capazes de fornecer para suas famílias (Lock & Lawton, 2015).

Ao analisar os estudos, observa-se que as características, desafios e as tendências do empreendedorismo feminino estão diretamente relacionados ao contexto em que a mulher está inserida. E nestes contextos, fatores como a cultura, costumes, desenvolvimento tecnológico e econômico, políticas públicas, entre outros, definem tanto a capacidade quanto a decisão da mulher de criar e desenvolver o seu próprio negócio.

3.3. Empreendedorismo feminino *versus* masculino

A inserção das mulheres em espaços de criação e desenvolvimento de negócios, tem se intensificado (Hisrich; Peter, 2004). Assim os estudos sobre as características das empreendedoras comparativamente aos empreendedores passaram a ter a atenção dos pesquisadores da área, revelando que mulheres apresentam algumas características comuns aos empreendedores. No entanto, as mulheres apresentam motivações diferentes para se tornarem empreendedoras, como a busca pela flexibilidade para poder gerenciar melhor o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal (Thébaud, 2015).

A motivação dos empreendedores manifesta-se com a realização e a busca de fazer acontecer os negócios. Eles valorizam a independência pessoal; a autoimagem e o status advindo do desempenho não são tão importantes, mas valorizam e buscam a satisfação no trabalho por meio da ocupação de espaços de comando. Quanto à motivação e realização da empreendedora está mais presente na conquista de uma meta e na independência em fazer as coisas por si mesmas (Hisrich; Peter, 2004).

Para os autores, a decisão por empreender do gênero masculino, ou ponto de partida, está muitas vezes na insatisfação com o atual emprego, demissão, projetos de faculdade, aprendizado do emprego atual, necessidade de progresso e oportunidade de aquisição. Para o gênero feminino, não muito diferente, o ponto de partida está ligado à insatisfação ou frustração no emprego; necessidade ou interesse, reconhecimento de oportunidade na área, busca pela mudança pessoal.

Os fundos utilizados pelos empreendedores na maioria das vezes envolvem bens e economias pessoais, investidores, financiamento bancário, empréstimos de amigos e familiares. Já as empreendedoras têm preferência por fundos oriundos de economias e bens pessoais, assim como empréstimos pessoais (Hisrich; Peter, 2004). Acrescenta (Thébaud, 2015) que papéis de gênero também pode limitar o acesso de mulheres empresárias aos recursos críticos, como recursos humanos, financeiros e capital social.

Thébaud (2015) relatou que um desafio significativo é esse acesso aos recursos. As empresárias geralmente têm menos capital e são mais dependentes do capital próprio do que os homens. O autor destaca a existência de um extenso corpo de pesquisa que aponta para as diferenças baseadas em gênero em termos de acesso ao crédito, como: requisitos de garantias e taxas de juros, apesar de as instituições de crédito controlar as características baseadas no setor e tamanho do negócio.

No que tange ao histórico profissional, (Hisrich; Peter, 2004) destacaram poucas diferenças entre os empreendedores e empreendedoras. Eles geralmente possuem experiência na área de trabalho, são especialistas reconhecidos ou com alto nível de realização na área, além de contar com competências em muitas das funções empresariais. Já elas possuem experiência na área de negócios, experiência em gerências de níveis intermediários ou gestão. Contrariamente a um dos desafios destacados por Thébaud (2015), que mulheres empresárias geralmente têm menos experiência em auto-emprego e como resultado têm menos habilidades de gestão desenvolvidas, assim como menores redes empresariais em média.

Outros relevantes fatores são as características de personalidade que para o empreendedor manifesta-se pela persuasão e opiniões, orientação por metas, ser idealista e inovador, nível elevado de autoconfiança, enérgico e entusiasta, busca ser o seu próprio patrão. As empreendedoras possuem uma personalidade voltada para a tolerância e flexibilidade, também orientada para metas, realista e criativa, nível médio de autoconfiança, enérgica e entusiasmada, além de possuir habilidades de lidar com o ambiente social e econômico (Hisrich & Peter, 2004).

A inserção no mundo dos negócios para os homens se dá entre os 25 e 35 anos, comumente com educação superior em administração ou em área técnica. Já as mulheres iniciam entre os seus 35 e 45 anos, também tendem a possuir educação superior. São apoiadas nessa fase por amigos, profissionais conhecidos, associados ao negócio, cônjuge, família, associações comerciais, entre outros (Hisrich & Peter, 2004).

Quanto aos tipos de negócios também são encontradas diferenças. Os empreendedores procuram os setores da indústria ou da construção. As empreendedoras se voltam à área de prestação de serviços como a educacional, consultoria e relações públicas (Hisrich & Peter, 2004). Ainda que existam algumas diferenças entre os motivadores e determinantes do empreendedorismo feminino e do empreendedorismo masculino, Thébaud (2015) destaca que as empresas de propriedade de mulheres são tão sustentáveis quanto às operadas pelos homens. As taxas de sobrevivência de negócios de empreendedoras são aproximadamente iguais aos das empresas de propriedade masculina em alguns países.

Além das características já apontadas, a cultura e as atitudes sociais também têm um papel importante na formação do empreendedorismo das mulheres. Papéis tradicionais de gênero podem levar mulheres restringirem seu empreendedorismo às atividades, profissões, setores e campos de negócios “feminizados”. Ressaltando ainda que falhas no mercado é outro fator que impacta o empreendedorismo e tornam ainda mais difícil para as mulheres começarem e serem bem-sucedidas neste campo (Thébaud, 2015).

Nessa perspectiva, em sua pesquisa Thébaud (2015) busca entender os antecedentes dos desafios que levam a sub-representação das mulheres no empreendedorismo, uma forma de desigualdade de gênero. Busca ainda, pelas crenças de status e espírito do capitalismo, entender como as formas de desigualdade de gênero são reproduzidas nas sociedades modernas.

O autor chega à conclusão de que as crenças de status de gênero são salientes no contexto do empreendedorismo e são responsáveis, pelo menos em parte, pelas desvantagens

que as mulheres empreendedoras enfrentam. As crenças de status levam a maioria das pessoas a duvidar da capacidade empreendedora das mulheres, mesmo sutilmente, as mulheres podem ser desencorajadas a buscar o empreendedorismo.

Para Thébaud (2015) embora as mulheres, por serem inovadoras, podem ser capazes de mitigar estrategicamente sua vulnerabilidade, isso não desafiaria substancialmente as crenças de gênero que elas estão condicionadas e à desigualdade em nível macro. Dessa forma, o autor assevera que a barreira da desigualdade no empreendedorismo deve ser entendida como um problema enraizado nas instituições sociais e econômicas que dão suporte à desigualdade de gênero no mercado de trabalho de forma mais abrangente.

3.4. Desafios e tendências do empreendedorismo feminino

Apesar do grande avanço no desenvolvimento do empreendedorismo feminino, as mulheres ainda enfrentam alguns desafios, para ingressar no mercado de trabalho, conseguir equidade de salários, iniciar e desenvolver o seu próprio negócio. Esses desafios são influenciados pelos vários papéis que elas têm desempenhado, potencialmente, no que diz respeito ao equilíbrio de atividades de negócios e do lar (Gimenez, Ferreira & Ramos, 2017), além do pouco suporte que elas recebem dos demais membros da família, em especial do cônjuge, (Silva, Lasso & Mainardes, 2016).

Este fator alimenta a discussão de uma das maiores dificuldades para a possibilidade do empreendedorismo feminino, que seria o desafio de realizar suas múltiplas tarefas diárias, tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, relacionadas ao cuidado da família e do lar, equilibrando-se com seu potencial empreendedor (Alperstedt, Borges & Serafim, 2014), (Gimenez, Ferreira & Ramos, 2017).

Ainda que atualmente as mulheres demonstrem ter persistência, determinação, coragem, confiança no trabalho e visão de mercado (Carreira et al., 2015), um dos desafios enfrentados é a necessidade de aperfeiçoamento nas áreas de marketing, finanças, tecnologia e informática (Silva, Lasso & Mainardes, 2016) assim como maior inserção no campo da ciência e tecnologia (Halabisk, 2017), para que possam melhor se inserir e gerir os seus negócios.

A dificuldade de acesso ao financiamento é outro importante desafio enfrentado no empreendedorismo feminino (Silva, Lasso & Mainardes, 2016). As questões de gênero também afetam e limitam o acesso das mulheres empresárias a recursos, sejam eles, financeiros, humanos ou sociais (Thébaud, 2015). Esta questão pode estar relacionada ao preconceito de que mulheres empresárias podem não conseguir lograr êxito na transformação

dos recursos em resultados, se comparadas aos homens (Gomes et al., 2014). Cavada et al. (2018) destacaram a falta de credibilidade social e aceitação da mulher, o que ocasiona o medo e a vulnerabilidade a críticas e pressões sociais.

Ainda no âmbito dos desafios enfrentados, a falta de autoestima e autoconfiança das mulheres diminui a sua capacidade empreendedora, o que pode influenciar a baixa tolerância ao risco para iniciar um novo negócio. Assim, em termos gerais, pode-se verificar que elas são mais avessas ao risco do que homens comparativamente (Cavada et al., 2018).

Diante desses desafios, entende-se que as oportunidades geradas durante a fase de concepção do negócio demonstram uma relação com as dimensões culturais do coletivismo institucional, do igualitarismo de gênero, consciência social e empoderamento das mulheres. Por outro lado, as variáveis relacionadas ao coletivismo institucional são baseadas no fato de que oportunidades importantes e significativas para as empreendedoras devem ser desenvolvidas por órgãos governamentais e instituições não-governamentais (Cavada et al., 2018).

Para Cavada, Bobek e Macek (2017) a sociedade já enfrenta uma grande revolução em direção ao fortalecimento do empreendedorismo feminino, permeada pela mudança nas estruturas familiares e tradições. Atualmente as mulheres estão tendo mais oportunidades para se desenvolverem como empreendedoras.

Segundo Gimenez, Ferreira e Ramos (2017) há alguns destaques para as tendências do empreendedorismo feminino, dentre eles a própria percepção da mulher no exercício do seu papel empreendedor, analisando sua importância, e refletindo sobre as dificuldades enfrentadas e resultados obtidos. Outra tendência, especificamente em relação à aquisição financeira de recursos, seria a opção das mulheres por financiamentos bancários ou empréstimos formais, estimuladas por políticas de acesso (Cavada et al., 2018). As empreendedoras tendem a buscar negócios de maneira mais reflexiva, analisando os riscos e possibilidades de ganhos, se arriscando menos e procurando atividades mais seguras.

Uma importante tendência global é o crescimento e a equiparação do empreendedorismo feminino e masculino, conforme demonstrado por (Alperstedt, Borges & Serafim, 2014), sem, contudo, eliminar todas as diferenças entre homens e mulheres empreendedoras, mas sim buscar remover influências institucionais negativas que afetam a intenção, a motivação e o acesso do empreendedorismo feminino (Halabisk, 2017).

4. Considerações finais

Este artigo buscou, por meio de uma revisão da literatura, apresentar a evolução do empreendedorismo feminino, e o descreve ao longo das últimas décadas, seus entraves característicos, potencial dinâmico, possibilidades, tendências e desafios na atualidade, concatenado com as potencialidades e demandas relacionadas ao tema em diferentes regiões, culturas e contextos econômicos do mundo.

As mulheres apresentam um potencial latente em empreendedorismo. Desde os tempos remotos, época colonial, essas vem lutando por seus espaços e ocupação no mercado de trabalho. E mais tarde, anos 70 e 80, sua inserção como empregadoras e donas de seus próprios negócios. Desde então muitas conquistas em termos de apoio e reconhecimento foram adquiridas e cada vez mais a presença de mulheres no mercado, seja de trabalho ou de negócios, tem-se tornado promissora. No entanto, percebe-se que muito ainda precisa ser discutido e repensando para valorizar, emergir e apoiar o desenvolvimento e o crescimento do empreendedorismo feminino.

Verifica-se que as características do empreendedorismo feminino estão diretamente relacionadas ao contexto em que a mulher está inserida. E nestes contextos, fatores como a cultura, costumes, desenvolvimento tecnológico e econômico, políticas públicas, entre outros, definem tanto a capacidade quanto a decisão da mulher de criar e desenvolver o seu próprio negócio. Algumas características são similares em diferentes contextos, a exemplo da preferência pelos pequenos negócios, o financiamento do empreendimento com capital próprio, aversão ao risco, agindo com segurança e moderação, iniciam seus negócios com idade mais avançada que os homens. Quando comparamos as características dos empreendedores e das empreendedoras podemos perceber diferenças significativas na motivação e realização, ponto de partida, fontes de fundos, histórico profissional, personalidade, histórico, grupos de apoio e tipos de negócios (Hisrich & Peter, 2004).

Apesar do grande avanço no desenvolvimento do empreendedorismo feminino, as mulheres ainda enfrentam alguns desafios, como a dificuldade de conciliar a vida profissional com as tarefas do lar, que tradicionalmente são realizadas por elas; a necessidade de aperfeiçoamento nas áreas de marketing, finanças e tecnologia e informática e maior inserção no campo da ciência e tecnologia; dificuldade de acesso a financiamentos; a falta de autoestima e autoconfiança; as questões de gênero também afetam e limitam o acesso das mulheres empresárias a recursos, sejam eles, financeiros, humanos ou sociais e a falta de

credibilidade social e aceitação da mulher, o que ocasiona o medo e a vulnerabilidade às críticas e às pressões da sociedade.

A evolução e as tendências para o empreendedorismo feminino demonstram uma relação com as dimensões culturais do coletivismo institucional, do igualitarismo de gênero, consciência social e empoderamento das mulheres, além de que tanto os órgãos governamentais, quanto as instituições não-governamentais devem desenvolver ações no sentido de apoiar o desenvolvimento do empreendedorismo feminino. Neste sentido, o fortalecimento do empreendedorismo feminino, perpassa pela mudança nas estruturas familiares e tradições.

O desenvolvimento do empreendedorismo feminino tem como tendência a própria percepção da mulher sobre o seu papel e importância nos negócios, ancorado na reflexão sobre as conquistas alcançadas e desafios ainda a serem superados. No que tange a dificuldade de financiamento observa-se que uma tendência é o desenvolvimento de políticas de acesso (Cavada et al., 2018). Considerando suas características, as empreendedoras devem continuar buscando negócios de maneira mais reflexiva, analisando os riscos e possibilidades de ganhos, se arriscando menos e procurando atividades mais seguras.

Uma importante tendência global é o crescimento e a equiparação do empreendedorismo feminino e masculino, conforme (Alperstedt, Borges & Serafim, 2014), respeitando as diferenças entre homens e mulheres empreendedoras e buscando remover influências institucionais negativas que afetam a intenção, motivação e acesso do empreendedorismo feminino (Halabisk, 2017). Assim, outra tendência importante e necessária à redução da desigualdade e reequilíbrio de gênero inclui a atração de mais mulheres investidoras e consultoras como parte dos tradicionais: capital de risco, redes, formação de fundos de capital para mulheres, direcionando investimentos ao fortalecimento do empreendedorismo feminino (Halabisk, 2017).

Neste sentido, entende-se a importância de mais suporte das políticas públicas no incentivo da formação de mulheres, investimentos de capital de risco e fundos correspondentes para investimentos em empresas de propriedade ou lideradas por mulheres, sejam em estágio inicial ou em expansão.

Este estudo contribui com a literatura ao apresentar uma revisão teórica sobre o empreendedorismo feminino, abordando o seu desenvolvimento, características, desafios e tendências. No entanto, esse artigo apresenta como limitação o pouco aprofundamento do

tema, sugerindo para novos trabalhos, pesquisas que abordem o tema de maneira mais aprofundada.

REFERÊNCIAS

- Alperstedt, G. D. F., Borges, J., Serafim, M. C. (2014). Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, p. 221-234.
- Carreira, da S. S., Franzoni, A. B., Esper A. J. F., Pacheco D. C., Grankow F. B., Carreira M. F. (2015). Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia*, v. 5, n. 2, p 1-13.
- Cavada C., M. Bobek. V., Skoko H., Macek A. (2017). Motivation Factors for Female Entrepreneurship in Mexico. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, v. 5, n. 3, p. 133-148.
- Cavada C., M. Bobek. V., Skoko H., Macek A., (2018). Cultural Foundations of Female Entrepreneurship in Mexico: Challenges and Opportunities. *Nase gospodarstvo/Our economy*, v. 64, n. 1, p. 28-40.
- Cramer, L., Cappelle, M. C. A., Andrade, Á. L. S., & de Brito, M. J. (2012). Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. *REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v.1, n.1, p. 53-71.
- Dolabela, F. (2011). *Oficina do empreendedor*. Sextante.
- Gil, A.C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6ª ed. São Paulo: Atlas.
- Gimenez, F. A. P.; Ferreira, J. M.; Ramos, S. C. (2017). Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 6, n. 1, p. 40-74.
- Gomes, A. F, Pessoa Araújo, U., Fontes Martins, C. M., & Piau Santana, W. G. (2014). Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, p. 16-51.
- Halabisky, D. (2017). *International Trade Forum*. v. 4, p10-11.
- Hisrich, R. D.; Peter, M. P. (2004). *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Bookman.
- Khyareh, M. M. (2018). Determinants Of Female Entrepreneurship In Iran: An Institutional Approach. *Economic Annals*, v. 63, n. 216, p. 111-130.
- Lages, S. R. C. (2005). Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. *Revista Estação Científica*.
- Lock, R; Lawton S. H. (2016). The impact of female entrepreneurship on economic growth in Kenya. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, v. 8, n. 1, p. 90-96.
- Monitor, Global Entrepreneurship. (2012) Empreendedorismo no Brasil. *Relatório Executivo*.
- Mulheres, O. N. U. (2016). Princípios de empoderamento das mulheres. *Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres*.

Noguera, M., Alvarez, C., Merigo, J. M., & Urbano, D. (2015). Determinants of female entrepreneurship in Spain: an institutional approach. *Computational and Mathematical Organization Theory*, v.21, n.4, p. 341-355.

Ramadani, V., Hisrich, R. D., Gërguri-rashiti, Shqipe. (2015). Female entrepreneurs in transition economies: Insights from Albania, Macedonia and Kosovo. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, v. 11, n. 4, p. 391-413.

Schumpeter, J. A. (1984). *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Zahar,

Silva, M. S. da, Lasso, S. V., Mainardes, E. W. (2016). Características do empreendedorismo feminino no brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, v. 13, n. 2, p. 150-167.

Thébaud, S. (2015). *Social Forces*. v. 94 n. 1, p 61-86.

Unicef. (2018). Kenya Overview. http://www.unicef.org/kenya/overview_4616.html. Acesso em 08.07.2018.

Vieira, V. A. (2002). As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. *Revista da FAE*, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 61-70.