



Artículos y Ensayos

**O EMPREENDEDORISMO FEMININO NA SOCIEDADE
CONTEMPORÂNEA: A CONQUISTA DA MULHER MEDIANTE A
INOVAÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO**

KAMINSKY MELLO CHOLODOVSKIS
SORAYA APARECIDA DIAS CHOLODOVSKIS

RESUMO

No contexto histórico brasileiro os homens sempre lideraram o meio empreendedor. Entretanto, na atualidade a realidade sofre mudanças significativas, onde se percebe que o número de mulheres – empreendedoras – atuantes vem crescendo. Sendo assim, a conquista da mulher por seu espaço na sociedade é um grande marco na história e diante de tal constatação o objetivo geral Do presente artigo se resumiu em versar sobre o empreendedorismo e caracterizar o empreendedor; o objetivo específico foi identificar a posição da mulher no mercado, buscando posicionar o emergente empreendedorismo feminino, bem como caracterizar a mulher empreendedora. Adotou-se a metodologia de pesquisa bibliográfica, onde através de uma revisão literária buscou-se elaborar o conteúdo. Foram utilizados para tanto obras,

revistas, artigos, periódicos e documentos eletrônicos disponíveis, onde o todo se fundamentou e foi corretamente referenciado. Ponderou-se que, na conjuntura, o perfil das mulheres é diferente do apresentado no começo do século. Identificou-se que as mulheres estão cada vez mais empreendendo em negócios rentáveis, gerando novos empregos, novas possibilidades de bons negócios buscando movimentar a economia brasileira. Assim, a escolha do empreendedorismo feita pelas mulheres como forma de se inserir no mercado de trabalho vem ao encontro de uma busca proativa de auto-realização, conquista de seu espaço e de independência/estabilidade financeira.

Palavras-chave: Mulher. Sociedade. Mercado de Trabalho. Empreendedorismo Feminino.



**FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN
CONTEMPORARY SOCIETY: THE
CONQUEST OF WOMEN THROUGH
INNOVATION LABOR MARKET**

ABSTRACT

In the context of Brazilian history men have always led the way entrepreneur. However, in actuality the reality undergoes significant changes, where it perceives that the number of women - entrepreneurs - working is growing. Thus, the conquest of women for their place in society is a major milestone in the history of this observation and on the overall goal. Do summarized in this article be about entrepreneurship and characterize the entrepreneur, the specific aim was to identify the position of women market, seeking to position the emerging female entrepreneurship, as well as characterize the enterprising woman. We adopted the methodology of literature, where through a literature review sought to write the content. Were used for both works, journals, articles, journals and electronic documents available, where the whole was based and was properly referenced. It was considered that in the circumstances, the profile of women is different from that presented in the beginning of the century. Identified that women are increasingly embarking on

profitable businesses, creating new jobs, new opportunities for good businesses seeking to move the Brazilian economy. Thus, the choice of entrepreneurship by women as a means of entering the labor market comes to meeting a proactive search for self-fulfillment, achievement of their space and independence / financial stability.

Keywords: Women. Society. Labor Market. Female Entrepreneurship.

**EL ESPÍRITU EMPRESARIAL FEMININO
EM LA SOCIEDADE CONTEMPORÁNEA:
LA CONQUISTA DE LAS MUJERES A
TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN EN EL
MERCADO DE TRABAJO**

RESUMEN

Contexto histórico de los hombres brasileños siempre han llevado el mediano empresario. Sin embargo , en la actualidad la realidad sufre cambios significativos , en donde uno se da cuenta de que el número de mujeres - empresarios - en crecimiento activo. Así, la conquista de la mujer por su lugar en la sociedad es un hito importante en la historia de esta celebración y antes de que el objetivo general de este trabajo se resume en la travesía sobre el espíritu empresarial y caracterizar el empresario ; El objetivo específico fue identificar la posición de las



mujeres en el mercado , tratando de posicionar el empresariado femenino emergentes , así como para caracterizar la mujer emprendedora . Adoptado el método de revisión de la literatura , donde a través de una revisión de la literatura hemos tratado de desarrollar el contenido . Se utilizaron para ambas obras, revistas , artículos, revistas y documentos electrónicos disponibles, donde el todo se basa y se le haga referencia correctamente. Se consideró que en las circunstancias , el perfil de las mujeres es diferente de la presentada en el comienzo del siglo . Se encontró que las

mujeres están emprendiendo cada vez más en negocios rentables , la creación de nuevos puestos de trabajo , nuevas oportunidades para los buenos negocios que tratan de mover la economía brasileña. Por lo tanto , la elección de la iniciativa empresarial de las mujeres como una forma de acceder al mercado laboral responde a una búsqueda proactiva de la realización personal , el logro de su espacio y la independencia / estabilidad financiera.

Palabras clave: mujer, Sociedad, Mercado de trabajo, Mujer Emprendimiento



INTRODUÇÃO

Tanto o empreendedorismo, quanto o empreendedor – ou empreendedora, tema deste artigo – são assuntos pesquisados e estudados dentro do contexto acadêmico na atualidade. Entre as publicações existentes encontram-se diversos estudos sobre os tipos de empreendedores, os relatos dos motivos de sucesso dos mesmos, bem como das inúmeras variáveis influenciadoras dos modelos de empreendedorismos a serem difundidos e trabalhados. Sendo assim, a escolha do tema se justifica pelo fato de que, no contexto histórico brasileiro, os homens sempre lideraram o meio empreendedor. Entretanto, na atualidade a realidade sofre mudanças significativas, onde se percebe que o número de mulheres atuantes no mercado – e conseqüentemente empreendedoras – vem crescendo.

Outro fator a ser considerado é que, nos últimos anos, houve no Brasil um processo de busca de estabilidade econômica, o que levou à necessidade de algumas pessoas criarem seus próprios negócios, mesmo que sem experiência – o que caracteriza o processo de empreender. Este fator pode-se aliar à integração mundial provida da globalização e do significativo crescimento do trabalho feminino no país. Se antes as mulheres que trabalhavam fora de seus lares não eram bem vistas na sociedade, na conjuntura o que ocorre é o contrário, onde as mulheres trabalham fora de seus lares em período integral e ocupam altos cargos devido às suas qualificações profissionais. Sendo assim, a conquista da mulher por seu espaço na sociedade é um grande marco na história. As mulheres buscam, hoje, seu espaço e seus ideais, independência financeira, bem como novas oportunidades e passam a usar a criatividade como ferramenta para uso de suas características empreendedoras para sua inclusão ou permanência no mercado



de trabalho. Diante do introito, definem-se os objetivos: o geral se resume em versar sobre o empreendedorismo e caracterizar o empreendedor; conseqüentemente, o específico é identificar a posição da mulher no mercado, buscando destacar o emergente empreendedorismo feminino, bem como caracterizar a mulher empreendedora.

As hipóteses norteadoras foram assim identificadas: estudar o empreendedorismo é estudar a comportamento do ser humano diante dos desafios; o empreendedorismo é visto como um fator de transformação pelo seu caráter inovador e está relacionado com práticas e valores pessoais; o empreendedorismo feminino ganha importância para a economia nacional e desperta muitas curiosidades pelo tema; a trajetória das empreendedoras é marcada pela busca de auto-realização, pois as mulheres sentem-se mais satisfação no exercício do empreendedorismo ao qual se dedicam com afinco e com o qual estão profundamente comprometidas.

Adotou-se a metodologia de pesquisa bibliográfica, onde através de uma revisão literária – ou seja, uma revisão no que se publicou sobre o tema na última década – buscou-se elaborar o conteúdo. Foram utilizados para tanto obras, revistas, artigos, periódicos e documentos eletrônicos disponíveis, onde o todo se fundamentou. Ressalta-se que todas as citações foram corretamente realizadas, respeitando os princípios éticos de suas autorias e publicações.

Para melhor compreensão, optou-se por organizar o conteúdo em capítulos, onde após este intróito realizou-se uma breve leitura da conjuntura sobre as mutações ocorridas no cenário econômico mundial em relação ao campo de trabalho; posteriormente dedicou-se às definições e conceitos sobre empreendedorismo, bem como uma breve caracterização de como é o empreendedorismo no Brasil; na seqüência



e ao mesmo passo, caracterizou o perfil do empreendedor, especialmente o perfil do empreendedor brasileiro nos dias de hoje; depois disso, dedicou-se à situar a mulher em seu contexto no que se refere à conquista de seu espaço na sociedade contemporânea, focando sua atuação no mercado de trabalho; por fim, chegou-se à essência do tema, passando este a versar sobre o fenômeno emergente do empreendedorismo feminino, bem como conhecimento do perfil da mulher empreendedora, através de sua caracterização, principalmente dentro do cenário brasileiro.

BREVE LEITURA DA CONJUNTURA

Vive-se, hoje, em um mundo de mudanças e transições, sendo necessárias constantes adaptações às necessidades impostas. Assim, um fato que não se pode desconsiderar é que,

Uma tendência do século XXI é o desemprego. A perda das perspectivas de emprego duradouro e de carreira nas grandes organizações estimulou muitas pessoas a procurarem ser seus próprios patrões. Com isso, a administração empreendedora (complementando a tradicional formadora de empregados) tornou-se uma tendência social importante. Ao mesmo tempo, as grandes empresas procuram estimular o espírito dos empreendedores internos, as pessoas capazes de descobrir e implementar novos negócios (Maximiniano, 2004, p. 42).

Nesta mesma visão, Bueno et al (2004, p. 4748) afirmam que,



Um novo ambiente de negócios está surgindo, levando as organizações empresariais a um processo de transformação tanto na maneira de realizar seus negócios, quanto na sua própria estrutura interna. Esse ambiente é decorrente da crescente globalização, do alcance da maturidade de amplos segmentos do mercado e do grande avanço das telecomunicações, da capacidade de difusão de informações e do uso intenso da tecnologia da informação e da gestão que tem provocado mudanças na natureza do próprio trabalho.

O que se percebe é que com a transição econômica a atuação das empresas torna-se cada vez mais complexa. Além disso, dentro de toda a mudança ainda emerge um mercado consumidor mais exigente por preço, qualidade e inovação, havendo a necessidade das empresas se enquadrarem para o oferecimento de produtos e serviços com valores agregados – repleto de criatividade e inovação e que satisfazem a necessidade dos seus consumidores em questões de qualidade, custo e prazo. Para tanto, de acordo com Bueno et al (2004, p. 4748),

Os gestores são obrigados a adaptar-se a esse novo cenário procurando o máximo possível de ajuda e aumentando significativamente o uso de ferramentas como informatização, automatização, *benchmarking*, gestão participativa, inovação tecnológica, *empowerment*, alianças estratégicas, *downsizing*, desenvolvimento sustentável, entre outras, não apenas como simples estratégias, mas como estratégias inovadoras na busca de sua sobrevivência.



Tais constantes e rápidas transições impõem a redefinição do trabalho dos profissionais de vários segmentos organizacionais – quer seja em termos de imagem, de valores, de estrutura e de comportamento. E esta redefinição pode ser associada à adoção de estratégias em busca de inovação.

Já em 1989, Pinchot falava sobre inovação e, segundo o mesmo esta quase nunca acontece em grandes organizações, sem que haja um indivíduo ou pequeno grupo apaixonadamente dedicado a fazê-la acontecer.

Para Vico (2001) ao longo da história as organizações se constituem objeto de estudo de muitos pesquisadores, onde os mesmos apontam as tendências para o futuro, entretanto destacando as constantes mudanças e as crises que vão surgindo, e com isso, mencionam que as organizações são forçadas a desenvolver novas práticas organizacionais para adequar-se a novos processos de gestão organizacionais e às suas próprias condições.

O que se sabe é que, mediante globalização mundial é tendenciosa a necessidade de competência e profissionalismo, onde em meio a todas estas transformações o ser humano pode ser um dos fatores responsáveis pela competitividade permanente da organização – através de um profissional formado, competente e qualificado.

Na visão de Drucker (1989) precisa-se para tanto, de empreendedores inovadores, estando os mesmos pautados e fundamentados no conhecimento e na inovação, seguidos de espírito empreendedor.

O momento atual corresponde à era do empreendedorismo (...) são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando conceitos econômicos,



criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para sociedade (Dornelas, 2001, p. 21).

“O estudo do empreendedorismo tem sido intensificado, pois a economia e os meios de produção se sofisticaram, exigindo conhecimento. A ênfase surge das mudanças tecnológicas, não é apenas um modismo” (Mossato, 2004, p.4). Para Dornelas (2004, p. 81),

(...) o desenvolvimento do empreendedorismo tem sido enfatizado nos meios acadêmico e empresarial como fundamental para o desenvolvimento econômico dos países como forma de fomentar a inovação e como alternativa ao desemprego para aqueles que estão em busca de alternativas de trabalho. Geralmente, relaciona-se o termo à criação de novas empresas que começam pequenas, sem muita estrutura, e, aos poucos, vão tomando forma, algumas chegando ao sucesso.

Para Mossato (2004, p. 4), “a formação empreendedora é o processo de construção de novos padrões de comportamento a partir de descobertas sobre potencialidades pessoais, contexto cultural, motivações e sonhos”.

Sendo assim, acredita-se, dentro da conjuntura, que nesta era do empreendedorismo que se revela o momento propício para o surgimento de mais empreendedores.

A criação do próprio negócio surge como uma das alternativas ao emprego incerto. Não só por uma conjuntura socioeconômica, que faz com que o



desenvolvimento de novos negócios seja uma necessidade ou alternativa ao desemprego, mas, também, pelo sonho de ter o próprio negócio (Barbosa e Santos, 2008, p. 2).

Outro fato a considerar é que, com as várias transformações ocorridas no mercado de trabalho, nos últimos anos, o Brasil não ficou de fora e, segundo pesquisa publicada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2007) o país apresenta um alto índice de desigualdade social, que, mesmo que tenha melhorado nos últimos anos, ainda é uma das mais acentuadas do mundo. Sendo assim, logo depois choque bruto em 2001 sobre a economia mundial, inclusive a brasileira, cresceu a atividade empreendedora por necessidade em proporção à atividade empreendedora total. Informações publicadas relatam que, a partir de 2003, o empreendedorismo por oportunidade retoma o crescimento, até atingir em 2007 o valor de 57% da população de empreendedores iniciais no Brasil.

SOBRE O EMPREENDEDORISMO

Drucker (1987) considerava que, especificamente, o trabalho do empreendedorismo em uma empresa seria fazer os negócios de hoje, capazes de fazer o futuro; ainda transformando-se em um negócio diferente. Sendo assim, de acordo com sua concepção, acredita-se que a transformação dos negócios de hoje parece depender significativamente dos seus gestores.

No Brasil Degen (1989) foi considerado o responsável pela introdução do estudo do empreendedorismo no Brasil. Para o mesmo, na época, eram raros os traços de



personalidade e de comportamento que apontavam a vontade de criar coisas novas e de concretizar, na prática, idéias próprias.

Segundo Stevenson (1993), empreendedorismo se resumia no processo de criar valores através do uso diferenciado dos recursos, na busca da exploração de uma oportunidade.

O empreendedorismo pode compreendido, de acordo com Hisrich e Peters (2004) como um meio de criação de algo novo e valorizado, dispondo de tempo e de esforços necessários, mesmo correndo riscos – financeiros, psíquicos e sociais – e ou colhendo as recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.

No século XVII é feita a primeira associação do empreendedorismo à noção de risco, na medida em que o empreendedor era aquele que assumia certo grau de risco ao financiar contratos ou realizar serviços com o governo. Mas é no século XVIII e XIX, com os conceitos de Cantillon e Say, que o termo empreendedor passa a assumir um caráter mais próximo de empresário, diferenciando-o do capitalista e agregando-lhe a função primária de transformação de matérias-primas em produtos e serviços com valor econômico (Tasic, 2007, p. 19).

Para Bueno et al (2004, p. 4749) “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX”. Ainda para os mesmos, todas as vezes que o termo empreendedorismo é utilizado se faz necessário considerá-lo como uma alternativa para o gerenciamento de



empreendimentos. “O empreendedorismo costuma ser mensurado nos diversos países pela atividade dos trabalhadores por conta-própria” (Barros e Pereira, 2008, p. 979).

Empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. As definições para empreendedorismo são várias, mas sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidades e inovar (Dornelas, 2004, p. 81).

De acordo com Barros e Pereira (2008, p. 983), “o empreendedorismo – medido pelo número de empresas nascentes numa região em relação à sua população – é um fator chave para explicar o desempenho econômico regional”. Dornelas (2004, p. 82) considera que na definição de empreendedorismo estejam implícitos quatro elementos fundamentais, sendo eles:

-Processos: podem ser gerenciados, subdivididos em partes menores, e aplicados a qualquer contexto organizacional;

-Criação de valor: os empreendedores, geralmente, criam algo novo onde não havia nada antes. Esse valor é criado dentro das empresas e no mercado;

-Recursos: os empreendedores utilizam os recursos disponíveis de forma singular, única, criativa. Eles combinam muito bem os recursos financeiros, pessoas, procedimentos, tecnologia, materiais, estruturas etc.



Esses são os meios pelos quais os empreendedores criam valor e diferenciam seus esforços;

-Oportunidade: empreendedorismo é dirigido à identificação, avaliação e captura de oportunidades de negócios. É a perseguição de oportunidades sem haver preocupação, inicialmente, com os recursos sob controle (os quais o empreendedor/empresa já possuem), ou seja, sem colocar restrições iniciais que poderiam impedir o empreendedor de buscar tal oportunidade.

Na mesma linha, para Fernandes e Santos (2008, p. 3),

(...) a pesquisa sobre empreendedorismo caracteriza-se por ser multidisciplinar e requer o entendimento da atividade de criação em diferentes níveis: indivíduo, equipe, organização, indústria e comunidade (...). O estudo sobre empreendedorismo engloba o comportamento individual de identificação e criação de oportunidades, o surgimento e o crescimento da organização, o relevamento de uma indústria, a iniciativa na formação de times, a criação destrutiva salutar e a transformação organizacional (...).

Tasic (2007) foi apontado como sábio e ponderado ao apontar que a definição de empreendedorismo se encontra em constante conhecimento e formação, onde seus conceitos necessitam serem estudados para se constituírem coesos e suas abordagens e



aplicações sistemáticas requerem definição de uma metodologia que explica como explorá-lo.

O empreendedorismo no Brasil

De acordo com Mossato (2004) o movimento do empreendedorismo no Brasil teve início na década de 1990 com iniciativas das entidades do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) e da Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFREX).

Segundo Dornelas (2001), mediante um ambiente econômico e politicamente desfavorável, foi a iniciativa responsável pelo despertar da divulgação, propagação e prática de tal conceito na sociedade brasileira.

Retomando Mossato (2004, p.9),

As principais barreiras para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil podem ser consideradas como: custo alto e dificuldade de acesso ao capital; políticas governamentais que impõem alta carga tributária e elevados encargos trabalhistas, além de um excesso burocrático – regulatório; ausência de programas de apoio ao empreendedorismo, principalmente aqueles que permitam a integração das iniciativas existentes e das informações sobre o tema, e sistema educacional insuficiente, tanto para a preparação da mão-de-obra quanto para o desenvolvimento do espírito e das habilidades do empreendedorismo entre os estudantes; a distância entre a produção da ciência e sua aplicação na



inovação tecnológica e a forte cultura de se buscar um emprego na esfera pública ou em grandes empresas.

Os fatores favoráveis para o desenvolvimento são de ordem econômica e cultural. As carências da população geram muitas oportunidades de negócios, as quais, aliadas à elevação do desemprego e da condição precária do trabalho, impõem a necessidade das pessoas em buscarem alternativas fora do mercado de trabalho formal. A todos esses elementos destacam-se a maneira como o brasileiro consegue, com criatividade, superar as situações difíceis, tornando-se flexível e adaptável a um ambiente de constantes mudanças sociais e econômicas.

“O empreendedorismo no contexto brasileiro é, sem dúvida, heterogêneo na natureza de suas motivações” (BARROS e PEREIRA, 2008, p. 988).

Ainda, dentro da literatura disponível sobre o assunto, é sempre destacado que um fato significativo no contexto brasileiro é o constante surgimento e, conseqüentemente o crescimento do segmento de empresas incubadoras – sendo estas consideradas como base fundamental de partida de um empreendimento empreendedor.

CARACTERIZANDO O EMPREENDEDOR

De acordo com Bueno et al (2004, p. 4759),

O termo empreendedor (*entrepneuer*) tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Foi utilizado pela primeira vez por Jean Baptist Say, um economista francês, com o objetivo de distinguir o indivíduo que consegue transferir recursos econômicos de um



setor com baixa produtividade para um setor com produtividade elevada e com maiores rendimentos.

Em 1991, Filion já considerava como empreendedor qualquer sujeito criativo e capaz de estabelecer objetivos e saber como atingi-los dentro do contexto e das oportunidades de negócio, além de também ser dotado da capacidade de aprendizado contínuo e de tomar decisões ponderadas e aperfeiçoadas, através do seu autodomínio e autoconhecimento em interação com seu meio.

Na visão de Morais (2001) alguns sujeitos já nascem empreendedores assim como outros vão se formando ao longo do tempo, de acordo com a experiência que vão adquirindo em interação com o meio a qual estão inseridos. Mas, para o mesmo, de modo geral, os empreendedores são dotados de ações inteligentes, haja vista que aproveitam as oportunidades para a obtenção do sucesso, pois estão sempre preparados para vencer e descartam o fracasso, mediante a coragem que demonstram diante dos obstáculos a serem percorridos. Em síntese, suas atitudes mentais estão focadas nas suas vitórias.

Mas Dornelas (2001) não considera tão fácil assim ser um empreendedor. Para o mesmo, não basta apenas traçar estratégias. É necessário que se tenha além dos atributos administrativos, uma visão diferenciada, pronta para a exploração das oportunidades de modo otimista; é preciso ir além da consequência que o resultado financeiro possa trazer. De um modo geral, é necessário possuir liderança e conhecimento na construção de relacionamentos, além de planejar os mínimos passos do negócio mediante os riscos calculados, em busca das soluções necessárias.



Gerber (2004) considera o empreendedor diferente do administrador e do qualquer agente administrativo, tratando este com a terminologia de técnico. Em síntese, para o mesmo: (1) o empreendedor é transformador de situações triviais em oportunidades únicas, além de ter visão e sonhar com o futuro, se posicionando de modo inovador, adotando estratégias e métodos para atuar no cenário do mercado em que se encontra; (2) o administrador vive preso ao passado, obedece a ordens e cumpre sistematicamente os esquemas já pré-programados à risca; (3) e o técnico, é apenas um executor de determinações, ator de um fluxo rotineiro, muitas vezes individual.

Retomando Dornelas (2001) existe uma enorme diferença entre o empreendedor e o administrador, e tal diferença pode ser estabelecida mediante distinção de cinco dimensões que orientam qualquer negócio, sendo elas: determinação de estratégias, análises das oportunidades, compromisso com os recursos, controle dos mesmos e estruturação da postura gerencial.

Em síntese, para Dornelas (2001) o empreendedor é considerado como um administrador completo, pois é capaz de incorporar uma diversidade de abordagens, sem nenhum tipo de restrição, além de ter a habilidade de interagir com o seu meio e tomar as melhores decisões dentro de cada contexto em particular.

(...) Os empreendedores exímios identificadores de oportunidades, aqueles que são capazes de criar e de construir uma visão sem ter uma referência prévia, isto é, são capazes de partir do nada (...) assumem riscos calculados, tentam entender seu ambiente e controlar o máximo de fatores possíveis para que seu empreendimento dê certo (...) utilizam sua habilidade de persuasão para formar uma equipe de pessoas com



conhecimentos complementares, as quais buscarão implementar e gerenciar um novo negócio ou projeto empresarial para capitalizar sobre a oportunidade identificada (TIMMONS, 1994 apud DORNELAS, 2004, p. 82).

Tasic (2007, p. 19-20) tentou organizar em seu estudo os conceitos e pensamentos sobre empreendedorismo e empreendedor, segundo algumas visões:

-Visão dos Economistas: associação entre risco, inovação e lucro. O empreendedor é visto como uma pessoa que busca aproveitar novas oportunidades, vislumbrando o lucro e realizando ações diante de certos riscos. Nesta linha, diversos economistas associaram o empreendedorismo à inovação, procurando esclarecer a influência do empreendedorismo no desenvolvimento econômico;

-Visão dos Comportamentalistas: ligada aos trabalhos de David C. McClelland (1971), na tentativa de buscar explicações a respeito da ascensão e declínio das civilizações. Os comportamentalistas foram incentivados a traçar um perfil da personalidade do empreendedor, buscando encontrar relações entre a necessidade de realização e poder à noção de desenvolvimento social e econômico;

-Escola dos traços de personalidade: derivada da visão comportamental, esta escola, amplamente disseminada, busca traçar características idiossincráticas dos empreendedores de modo a compor um tipo ideal de empreendedor e empresa. A ambição desta linha de pesquisa, em linhas gerais, é a de traçar um plano de orientação aos empreendedores, visando



com isso maximizar suas chances de sucesso ao evitar certos comportamentos/traços e estimular outros.

Para Bueno et al (2004) o surgimento de apenas um empreendedor qualificado não é suficiente para o mercado atual, sendo necessário então que demais pessoas sejam motivadas quanto à aquisição deste comportamento. Para os mesmos o processo educacional se constitui um dos caminhos para tanto. Além disso, também é necessário aprender este comportamento gradativamente, tendo como ponto de partida a rotina e o cotidiano, mediante as situações – quer sejam problemáticas ou não – onde se podem correr riscos, refletir e analisar sobre as decisões a serem tomadas.

Tasic (2007, p. 22-23) também faz um apanhado de algumas características e requisitos necessários ao empreendedor em seu estudo, embasando-se em alguns autores, tais como:

Dornelas (2001) ainda destaca as seguintes qualidades como importantes para o empreendedor: capacidade de assumir riscos, identificação de oportunidades, organização de recursos, trabalho em equipe, segurança na tomada de decisão, liderança, dinamismo, independência, otimismo, intuição, busca de riqueza, capacidade de planejar, criação de valor para a sociedade, networking e visão de futuro.

Na mesma direção, Timmons (1999) aponta alguns requisitos importantes que normalmente empreendedores possuem: comprometimento e determinação, liderança, busca constante por oportunidades, tolerância ao risco, à ambigüidade e à incerteza,



criatividade e capacidade de adaptação e motivação para a excelência nas operações e atendimento ao cliente.

Finalmente, como resumem Vale et al. (2005), o empreendedor tem sido abordado de várias maneiras: como uma pessoa que assume riscos em condições de incerteza, como um inovador, como um fornecedor de capital financeiro, como alguém que decide, como um líder industrial, como um gestor ou executivo, como um dono de empresa, como alguém que inicia um negócio, como um contratante, como um elemento de arbitragem no mercado, como aquele que aloca recursos entre diferentes alternativas, como um intermediador de recursos, como um organizador e coordenador de ativos produtivos.

Já Bueno et al (2004), embasando-se na concepção de Filion (1999) consideram que a formação do empreendedor depende de como este é motivado, mediante a necessidade da organização a qual está inserido ou da situação em que se encontra – ou seja, quando este se encontra mediante necessidade de abrir seu próprio negócio.

Filion (1999) considera ser essencial a valorização das características individuais e pessoais dos empreendedores, assim como seu comportamento consciente para implicação do seu próprio sucesso, bem como de seu grupo. O comportamento empreendedor pode ser o responsável como motivacional do indivíduo. Em simples palavras, a identificação dos fatores de seu sucesso está entrelaçada à análise do seu perfil.

Em igual pensamento, Bueno et al 2004, (p. 4748-4749) acreditam que,

Empresas de sucesso estão reconhecendo e privilegiando profissionais com características empreendedoras (...) os empreendedores criam um novo modelo de sistemas de valores na sociedade, onde os



comportamentos individuais dos seus participantes são fundamentais, portanto, a ação do empreendedor é a base do desenvolvimento econômico. Num mercado cada vez mais competitivo, as empresas passam a exigir de seus profissionais características empreendedoras.

Na visão de Leite (2002) existem muitas ferramentas disponíveis para os empreendedores, principalmente, as que possuem relevância no que tangem ao desenvolvimento tecnológico. Para o mesmo tais ferramentas proporcionam tomadas de decisões seguras e inovadoras.

“A contribuição do empreendedor ao desenvolvimento econômico ocorre fundamentalmente pela inovação que introduz e pela concorrência no mercado” (BARROS e PEREIRA, 2008, p. 977).

O empreendedor brasileiro

Para Mossato (2004, p.2),

O perfil dos empreendedores brasileiros revela que em sua maioria as pessoas nunca estiveram ligadas ao ensino formal da administração e viram na abertura de uma empresa a única saída para sobreviver ao desemprego ou à falta de perspectivas em relação a uma carreira promissora dentro de grandes organizações.

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2008) classificou os empreendedores brasileiros em três tipos distintos: (1) nascentes – aqueles à frente de negócios em



implantação, que busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado e que, se chegaram a gerar remuneração, o fizeram por menos de três meses; (2) novos – cujos negócios estejam em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses; (3) estabelecidos – aqueles à frente de empreendimentos com mais de quarenta e dois meses de vida.

De acordo com Castelis (1999 apud GEM, 2007, p. 70),

Dentre as transformações sociais de maior impacto na última década está o fim da família patriarcal, principalmente no Ocidente. O desdobramento econômico desse fato trouxe conseqüências também para a demografia empreendedora, pois houve uns números significativos de mulheres que se tornaram financeiramente independentes e iniciaram empreendimentos próprios, ou ainda buscaram brechas no mercado de trabalho como empreendedoras autônomas sem registro, buscando compatibilizar o trabalho no lar com uma atividade que gere renda.

Levando em conta o gênero feminino, o Brasil se sagrou como o terceiro país mais empreendedor do mundo, sendo só superado pela Guatemala, onde a presença feminina foi de 54%, e pelo Tonga, onde as mulheres representaram 61% dos empreendedores (JONATHAN, 2011).

O que se constata é que, a emergente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica aumento no potencial econômico e uma significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país. “As estatísticas apontam que há mais mulheres que homens no Brasil e que elas vêm



conseguindo emprego com mais facilidade que seus concorrentes do sexo masculino, e seus rendimentos crescem mais acelerado que o dos homens” (PROBST, 2005, p. 4).

A MULHER E A CONQUISTA DE SEU ESPAÇO SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

De acordo com Barbosa et al (2011), a concepção acerca da mulher e de sua postura e presença na sociedade se modifica ao longo dos anos, tendo tal mudança no início da década de setenta e, até então eram conhecidas como donas de casa, sendo que com a mudança passa a se importar com sua formação profissional e ocupam funções e cargos distintos, até então só almejados pelos homens. A partir desta década, registros literários apontam que as mulheres começaram a adiar o papel de maternidade devido à nova função que começaram a assumir.

(...) A taxa de fecundidade, que teve início na década de 60, e que atualmente, define a média de 2,3 filhos para cada mulher, o que há 40 anos estava na média de 6,3 filhos. A redução da fecundidade ocorreu com mais intensidade nas décadas de 70 e 80. Nos anos 90 a taxa baixou de 2,6% para 2,3%. Acredita-se, assim, que com menos filhos as mulheres possam conciliar melhor o papel de mãe e trabalhadora, desenvolvendo melhor as novas funções que o mercado de trabalho lhes oferece (RAQUEL, 2008, p.1).

Ainda Barbosa et al (2011, p. 123) consideram que,

As mulheres representam a força de trabalho futuro; para eles, o mundo corporativo caminha para valores considerados mais femininos (...). O novo



modelo de gestão das organizações modernas parece exigir um perfil de profissional mais flexível, sensível e cooperativo, valores considerados femininos.

Percebe-se, então, que a história das mulheres na conquista do mercado de trabalho brasileiro tem fundamento tanto na queda da fecundidade quanto no aumento de seu grau de instrução.

Embora Probst (2005) considere que o fenômeno da mudança ocorreu lentamente, porém de modo progressivo, ao longo dos anos, as mulheres passam então a ampliar seu espaço na economia mundial, passando apenas de serem partes integrantes de suas famílias para se tornarem comandantes de muitas situações. Há registros literários que consideram que tal velocidade de mudança não é tão relevante quanto à conquista das mulheres nos mais diversos segmentos do mercado – onde até então eram de domínio somente do sexo masculino. De acordo com Raquel (2008, p.1),

Tudo iniciou com a I e II Guerras Mundiais em que as mulheres tiveram que assumir a posição dos homens no mercado de trabalho. Com a consolidação do sistema capitalista no século XIX, algumas leis passaram a beneficiar as mulheres (...). Ao analisar o comportamento da força de trabalho feminina no Brasil no último quarto de século, o que chama a atenção é o vigor e a persistência na conquista do seu espaço (...). Com um acréscimo de 25 milhões de trabalhadoras entre 1976 e 2002, as mulheres vêm desempenhando um papel muito mais relevante do que os homens no crescimento da população economicamente ativa. Elas estão



se especializando, através de estudos e qualificação profissional, promovendo assim, um melhor planejamento familiar e conquistando maior respeito e admiração, pois estão cada vez mais conquistando uma posição atuante, dentro e fora de casa. Consideradas ainda, peças fundamentais na administração do lar, as mulheres acumulam funções, tornando-se essenciais tanto no âmbito familiar como para o mercado de trabalho.

De acordo com publicação da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2007) o constante crescimento do desemprego dos chefes de família acaba por induzir mais mulheres – principalmente mulheres casadas e com filhos – a ingressar na força de trabalho buscando aumentar a renda ou até mesmo complementar o orçamento familiar. De acordo com os números publicados, no período entre 1996 e 2006, o número de mulheres indicadas como chefe de família aumentou 79%, quando essa variação em relação aos homens foi de apenas 25%.

A necessidade é fator de motivação para as mulheres iniciarem o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, esse percentual aumenta para 63% para as mulheres. A maioria dos empreendedores, independente de seu estágio e motivação, não teve orientação para a abertura de seus negócios. Contudo, é relevante frisar que os empreendedores por oportunidade demonstram mais interesse em buscar orientações (45,3%) que aqueles que empreendem por necessidade (37,5%) (GEM, 2007, p. 10).



De acordo com Raposo e Astoni (2007) muitas foram as reivindicações das mulheres clamando pela sua independência, buscando seus direitos, entretanto, conseqüentemente, junto vieram imputadas as suas várias responsabilidades.

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (RAPOSO e ASTONI, 2007, p. 36).

Ainda para os mesmos, na conquista de seu espaço, as mulheres puderam avançar no que tange ao domínio do mercado de trabalho, em diversos segmentos, além de conciliar este novo papel com o exercido por elas, tradicionalmente – papéis familiares.

Por outro lado, embora muitos observadores do comportamento feminino atribuam às mulheres uma aptidão para pensar e fazer diversas coisas simultaneamente e considerem a multiplicidade de papéis uma característica do universo feminino, faz-se necessário ganhar uma melhor compreensão acerca das formas utilizadas pelas mulheres para lidar com tal multiplicidade (JONATHAN e SILVA, 2007, p. 78).

Retomando Raposo e Astoni (2007, p. 36-37),



Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina.

Em síntese, o que se percebe é que, mesmo que ainda existam algumas desigualdades das oportunidades surgidas no mercado de trabalho hoje em dia, a participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nas últimas décadas e dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e em todas as classes empresariais.

Na visão de Damasceno (2010, p. 30), “as brasileiras estão praticando um empreendedorismo cada vez mais planejado e consistente”. Talvez isso se deva pelo fato de que “o mundo anda apostando em valores femininos, como a capacidade de trabalho em equipe contra o antigo individualismo, a persuasão em oposição ao autoritarismo, a cooperação no lugar da competição” (PROBST, 2005, p.1).



O EMPREENDEDORISMO FEMININO E A CARACTERIZAÇÃO DA MULHER EMPREENDEDORA

Na concepção de Barbosa et al (2011, p. 124), “os conceitos existentes de empreendedorismo não fazem distinção de gênero, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres”. Entretanto, para os mesmos a ação empreendedora das mulheres é emergente.

Percebem-se, na atualidade, nitidamente dentro do contexto literário, inúmeras publicações acerca do empreendedorismo feminino. De acordo com Machado (2000, p. 1),

As pesquisas sobre mulheres empreendedoras têm crescido consideravelmente, caracterizando um campo de estudo dentro da área de empreendedorismo. Esses trabalhos são, na maioria das vezes, estudos quantitativos, que tem se desenvolvido em diferentes lugares. Alguns buscam as diferenças entre o modo de empreender desenvolvido por homens e por mulheres, outros buscam características de comportamento e personalidade das empreendedoras, ou até mesmo a explicação para o sucesso obtido por mulheres de negócios.

A mesma autora considera que a partir da década de oitenta vários foram os estudos publicados sobre o empreendedorismo feminino e sobre as mulheres empreendedoras se prendiam à tentativa de definição de um perfil – quer seja psicológico ou profissional – das sujeitas envolvidas. Dentre todas as características percebidas em



estudos diversificados, algumas em comum foram identificadas nas publicações, onde as mulheres empreendedoras podem ser assim enquadradas:

- Elas têm bom nível educacional, embora com pouco conhecimento de habilidades gerenciais;
- Há o predomínio de primogênitãs ou filhas únicas, o que os autores explicam como resultado de maior tempo dedicado pelos pais a essas filhas, gerando assim, um maior grau de confiança em si própria, que pode ter contribuído para a iniciativa empresarial;
- Há o predomínio de pais empreendedores, que teriam servido de modelo de identificação para essas empreendedoras;
- A faixa etária predominante entre elas encontra-se entre 31 a 50 anos de idade (MACHADO, 2000, p.2).

Além disso, “a mulher empreendedora procura traçar objetivos culturais e sociais nas organizações que dirige, além dos financeiros (...). Escolhem objetivos relacionados à segurança no trabalho, satisfação dos clientes e dos empregados”. (MACHADO, 2003, p. 3).

De acordo com Barbosa et al (2011, p. 125),

No contexto global, é possível traçar um perfil geral de empreendedoras, que é constituído por: faixa etária entre 35 a 50 anos; são casadas e têm filhos; têm alto nível de educação formal; atuam em pequenos negócios; iniciam empresas com baixo capital social (...). Ainda que sejam pontos comuns, não se pode afirmar que as empreendedoras representam um



grupo homogêneo (...). Há três possibilidades de identificação das empreendedoras: as por acaso são as que iniciam os negócios sem ter claros os objetivos ou planos, pois provavelmente derivaram de algum hobby que praticavam; as forças, que foram competidas a iniciar negócios por algumas circunstâncias, como, por exemplo, a morte do marido ou dificuldades financeiras; e as criadoras, que criaram as empresas a partir da própria motivação e coragem.

Jonathan (2003; 2005 e 2011) considera em seus estudos que a mulher empreendedora tem um comportamento considerado como 'inovativo' – ou seja, um comportamento inovador, caracterizado como inovador e desafiador em tudo que se relaciona às regras existentes para a resolução dos problemas que vão surgindo no processo ou no contexto em que atuam.

Outro fator que a mesma autora considera acerca do comportamento das mulheres empreendedoras é a busca da perfeição e qualidade de tudo que ela faz – haja vista que as mulheres, de um modo geral, são tendenciosas a se realizarem e por isso empreendem com perfeição. Assim, pode-se afirmar, de acordo com os estudos de Jonathan (2003; 2005 e 2011) que em seus comportamentos, existe uma coerência entre suas necessidades de realização e de oferta da qualidade nas ações desempenhadas.

Do ponto de vista psicossocial, as empreendedoras inovam, pois ao criarem ou assumirem a liderança de seus próprios empreendimentos transpõem o denominado teto de vidro, um obstáculo simbólico que dificulta a ascensão das mulheres a altos níveis da administração empresarial (...)



As emprendedoras também promovem inovação na cultura organizacional brasileira. Elas se constituem como um contraponto à exclusão do gênero feminino no processo sucessório de empresas (JONATHAN, 2011, p. 66-67).

Shinyashiki (2006) considera que o diferencial entre os sujeitos dentro de uma organização é a especialização que algum deles possui, aliado ao domínio da alta tecnologia do mesmo. Estas são qualidades pessoais responsáveis pela aquisição de resultados almejados no tão concorrido mercado de trabalho.

O mesmo autor acredita que cabe ao sujeito aprimorar seu desenvolvimento e suas habilidades. Além disso, algumas características devem estar presentes, sendo as principais: afetividade, sensibilidade, percepção aguçada, versatilidade, entre outras. Tais características são vistas, dentro do contexto atual, como essenciais ao alcance dos objetivos idealizados. Entretanto, muitos homens ainda a consideram como frágeis, enquanto muitas mulheres a praticam em cada situação em que atuam.

Na visão de Raquel (2008) é justamente tal conjunto de fatores – ou características – apresentados pelas mulheres que se constituem o grande diferencial em suas atuações no mercado de trabalho. Retomando Machado (2000, p. 6), considera-se ainda que,

No processo de gestão conduzido por mulheres empreendedoras, há uma tendência para que os objetivos sejam claros e difundidos entre todos na organização, pois almeja-se a satisfação dos interesses de todos envolvidos na empresa (...). As mulheres tem um senso de



responsabilidade, que as conduz a um comportamento de tomar conta das pessoas sob sua orientação. Desta forma, a busca de satisfação de todos envolvidos na empresa poderia ser explicada por essa característica comportamental das empreendedoras.

Na visão de Damasceno (2010, p. 34), talvez isso ocorra porque “as mulheres gostam mais de trabalhar em grupo e isso vem sendo um grande diferencial do comportamento feminino”. Acerca das características de liderança das mulheres, de acordo com Jonathan (2011, p. 69),

As empreendedoras tendem a adotar uma forma singular de manejar com diferentes recursos organizacionais. Admite-se que existem aspectos recorrentes e tendências no exercício do poder feminino nos seus empreendimentos, mesmo sem defender um modelo feminino de empreendedorismo.

O poder feminino é exercido quando a mulher é capaz de enfrentar seus problemas quando consegue colocar em prática o equilíbrio entre seu trabalho – visto como emprego – e o desempenho de suas funções familiares – como mãe, como esposa e como dirigente de seu lar. Jonathan e Silva (2007, p. 78-79) ponderaram algumas estratégias utilizadas por tais mulheres empreendedoras:

- Estratégia super-mulher, que envolve buscar atingir com eficiência todas as expectativas vinculadas aos diferentes papéis sociais;



- Planejamento e administração do tempo, que implica em otimizar o desempenho dos papéis;
- Reinterpretação cognitiva das demandas, envolvendo, por exemplo, diminuir seu próprio padrão de exigências;
- Afastamento de atividades menos importantes, que pode incluir não assumir novas responsabilidades;
- Estratégia multitarefa, que envolve desempenhar várias atividades ao mesmo tempo.

De acordo com as mesmas autoras, é fácil observar que as mulheres empreendedoras são capazes de perceber muitas conseqüências positivas oriundas de seus diversos papéis desempenhados simultaneamente; ainda ponderam que as estratégias que estas adotam estão em constante aperfeiçoamento, de acordo com o seu padrão de busca de qualidade e em função de todas as experiências que elas acumulam com as funções desempenhadas.

Persistência e visão de futuro estão presentes neste processo que resulta na criação de um empreendimento novo ou de uma nova forma de realizar um trabalho. Em pauta, a inovação de um produto, serviço ou atividade que agregue valor ao que já existe e promova benefícios materiais e/ou sociais (JONATHAN, 2011, p.66).

Na visão da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2007) muitos são os fatores a serem considerados acerca da crescente participação das mulheres no mercado de



trabalho, e da emergente atuação da mulher empreendedora, sendo destacados como principais: o maior nível de escolaridade em relação aos homens; as mudanças na estrutura familiar, com o menor número de filhos e; novos valores relativos à inserção da mulher na sociedade brasileira.

Segundo dados do SEBRAE (2010) as mulheres empreendedoras, quando indagadas dos motivos que as levaram a abrir um negócio por conta própria, apontaram como principais as seguintes razões: identificação de uma oportunidade de negócios (62,1%), experiência anterior (30,3%), ou ainda por estar desempregado, ter sido demitida ou estar insatisfeita com a empresa em que trabalhava (13%). Assim, pode-se classificá-las em empreendedoras por acaso, empreendedoras forçadas ou ainda empreendedoras criadoras, de acordo com o motivo pelo qual adentraram no ramo do empreendedorismo (DAMASCENO, 2010, p. 34).

Para Jonathan (2005, p. 373) “o empreendedorismo feminino gera emprego, riqueza, promove inovação e contribui para o desenvolvimento socioeconômico dos países”. Muitos estudos no campo do empreendimento feminino indicam que as mulheres brasileiras não são tendenciosas a mensurar seu sucesso mediante o crescimento de seu negócio – não sendo este um critério único para tanto – e sim, a auto-realização se constitui ponto fundamental quando estão em atuação no mercado tão competitivo.

De acordo com Jonathan (2003, p. 43),

Mulheres empreendedoras percebem que o crescimento do negócio requer um propósito; o crescimento pelo crescimento não interessa às empreendedoras (...). Pode-se argumentar, então, que as empreendedoras escolhem uma estratégia de crescimento diferente (...), e está relacionado



às características psicológicas e ao sistema de valores do empreendedor, bem como ao seu desejo e habilidade para procurar oportunidades no mercado.

Para Barbosa et al (2011, p. 125),

Estudos sobre empreendedorismo feminino apontam alguns motivos que levam a mulher a empreender: desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional em outras empresas, necessidade de sobrevivência ou um maneira de conciliar trabalho e família (...). Ainda muitas empreendedoras pertencem a famílias de empreendedores, o que as direciona automaticamente ao empreendedorismo, como se fosse uma predisposição genética.

Na visão de Jonathan (2003, p. 44), pra além dos diferentes critérios utilizados para definir sucesso, concebido como produto final, “é importante analisar as formas de ação utilizadas pelas mulheres na liderança de suas empresas ou de empresas de outras pessoas”.

Além disso, embora inexista um modelo único de empreendedorismo feminino, há indícios de tendências no comportamento feminino que implicam em um molde, tais como: objetivos claramente definidos e amplos; estruturas organizacionais simples, não formais, horizontais e não centralizados; foco na cooperação e nos relacionamentos de integração; além de liderança interativa e cooperativa com valorização de todos os



membros da equipe. (JONATHAN, 2003). Na condução dos seus empreendimentos, as empreendedoras exercem “liderança compartilhada, baseada em parcerias internas e externas (...). Dessa forma, evidencia-se que, ao invés de exercerem o poder sobre os outros, as empreendedoras exercem o poder com os outros” (JONATHAN, 2011, p. 83).

Dentro do contexto literário, sobre os principais motivos que levam as mulheres a desenvolverem ações empreendedoras são: “sobrevivência, insatisfação com a liderança masculina, satisfação em fazer as próprias decisões, percepção do desafio que, em combinação com o prazer e o contentamento aí associados” (JONATHAN, 20012, p. 67). Ainda, segundo a mesma autora,

As mulheres também deixam seus empregos formais para criar suas empresas devido a três fatores, ordenados pelo seu grau de importância: autodeterminação, autonomia e liberdade; desafios e atrações do empreendedorismo, envolvendo aspectos como reconhecimento e oportunidade de estar no controle do seu destino; obstáculos ao desenvolvimento dentro das corporações, envolvendo descompasso com a cultura corporativa, discriminação e barreiras ao desenvolvimento profissional (...). De forma complementar e diferente do que ocorre com os homens, a flexibilidade de horário bem como razões familiares são apontadas como motivos que impulsionam mulheres empreendedoras a desejarem serem seus próprios patrões (JONATHAN, 2011, p. 67).



Em síntese, usando a concepção de Damasceno (2010, p. 35) ousa-se afirmar que, “as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos”.

CONCLUSÃO

Diante do breve conteúdo abordado no artigo, pode-se afirmar que todos os objetivos foram cumpridos, bem como todas as hipóteses foram trabalhadas e confirmadas. Sem a pretensão de esgotar o tema em questão, livra-se da elaboração de conclusões sobre o estudado, reservando-se então a somente fazer algumas considerações finais sobre o mesmo.

Ponderou-se que, na conjuntura, o perfil das mulheres é diferente do apresentado no começo do século. Hoje, as mesmas, além de trabalhar e ocupar cargos de responsabilidade assim como os homens, ainda realiza as tarefas tradicionais, como a de ser mãe, esposa e dona de casa. Trabalhar fora de casa foi uma conquista relativamente recente para as mulheres, onde ganhar seu próprio dinheiro, ser independente e ainda ter sua competência reconhecida é motivo de orgulho para todas. Ficou então, provado que as mulheres são perfeitamente capazes de cuidar de si, de conquistar aquilo que desejam e de provocar mudanças profundas no decorrer da história da humanidade.

Verificou-se articulação entre observações realizadas em diferentes estudos publicados sobre o empreendedorismo feminino possibilita uma rica reflexão sobre a relação das mulheres com o poder. A escolha do empreendedorismo feita pelas mulheres como forma de se inserir no mercado de trabalho vem ao encontro de uma busca proativa



de auto-realização e de independência/estabilidade financeira, respondendo, por vezes, também, às mudanças significativas que ocorrem no seu espaço privado ou profissional.

Observou-se que a escolha do empreendedorismo coloca um desafio para as mulheres e seu enfrentamento resulta numa conquista, pois estas desejam atualizar o seu potencial pessoal e profissional, almejando transitar com equilíbrio no mercado de trabalho e, para isso, utilizam estratégias que harmonizem as demandas pessoais, familiares e profissionais. Nesta trajetória, ficou provado que as empreendedoras promovem espaços de transformação de si mesmas e do contexto socioeconômico e cultural no qual se inserem.

Em simples palavras, identificou-se a posição que as mulheres estão cada vez mais empreendendo em negócios rentáveis, gerando novos empregos, novas possibilidades de bons negócios buscando movimentar a economia brasileira para que no futuro o empreendedorismo seja mais igualitário e promissor.



REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Jenny Dantas; SANTOS, Rosinadja B. dos. Ensino de empreendedorismo: uma alternativa para a formação do administrador (2008) Disponível em: <http://www.angrad.org.br/area_cientifica/artigos/ensino_de_empreendedorismo_um_a_alternativa_para_a_formacao_do_administrador/708/> Acesso: Abril, 2013.
- BARBOSA, Felipe Carvalhal; CARVALHO, Camila Fontes; SIMÕES, Gécica Maria de. TEIXEIRA, Rivana Meira. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de caso múltiplo com empreendedoras na cidade de Aracaju. Revista da Micro e Pequena Empresa. Campo Limpo Paulista, v.5, n.2, p. 124-141, 2011.
- BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008.
- BUENO, Ana Maria; LEITE, Magda L.G.; PILATTI, Luiz Alberto. Empreendedorismo e comportamento empreendedor: como transformar gestores em profissionais empreendedores. XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção. Florianópolis, Nov, 2004. Disponível em: <<http://www.ppgep.pg.cefetpr.br/ppgep/Ebook/ARTIGOS/14.pdf>> Acesso: Abril, 2013
- DAMASCENO, Luiza Débora Jucá. Empreendedorismo feminino: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas (2010). Disponível em: <http://www.fa7.edu.br/recursos/imagens/File/administracao/ic/vi_encontro/LUIZA_D



EBORA_JUCA_DAMASCENO_EMPREENDEDORISMO_FEMININO.pdf> Acesso:

Abril, 2013

DEGEN, R. J. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo Corporativo: Conceitos e Aplicações. Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 81-90, abril/junho 2004. Disponível em: <<http://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/download/289/276>..> Acesso: Abril, 2013

DRUCKER, Peter F. Inovação e Espírito Empreendedor – Entrepreneurship. São Paulo: Editora Pioneira, 1987.

DRUCKER, Peter F. As novas realidades. São Paulo: Pioneira, 1989.

FERNANDES, Daniel Von Der Heyde; SANTOS, Cristiane Pizzuti dos. Orientação empreendedora: um estudo sobre as conseqüências do empreendedorismo nas organizações. RAE-eletrônica, v. 7, n. 1, Art. 6, jan./jun. 2008. Disponível em: <<http://www.rae.com.br/electronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=4435&Secao=ARTIGO&Volume=7&Numero=1&Ano=2008>> Acesso: Abril, 2013

FILION, L. J. O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, jul/set, p. 63-71, 1991.



FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. RAE – Revista de Administração de Empresas. São Paulo, abril/jul , p. 5-28, 1999.

GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*. Empreendedorismo no Brasil – 2007. Curitiba: IBQP, 2007.

GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*. Empreendedorismo no Brasil – 2008. Curitiba: IBQP, 2008.

GERBER, M. E. Empreender fazendo a diferença. São Paulo: Fundamento Educacional, 2004.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5.ed. São Paulo: Bookman, 2004

JONATHAN, Eva G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. EGEPE – Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Brasília, UEM/UEL/UnB, 2003. Disponível em: <<http://www.dad.uem.br/graduacao/adm/graduacao/download/2762-04.pdf>> Acesso: Abril, 2013

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. Psicologia em Estudo, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set/dez, 2005. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso: Abril, 2013

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. Psic. Clin., Rio de Janeiro, vol.23, n.1, p.65-85, 2011. Disponível em:



<<http://www.dad.uem.br/graduacao/adm/graduacao/download/2762-04.pdf>> Acesso:
Abril, 2013.

JONATHAN, Eva G.; SILVA, Taissa M. R. da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. Psicologia & Sociedade. 2007.

LEITE, Emanuel. O fenômeno do empreendedorismo. 3.ed. Recife: Bagaço, 2002.

MACHADO, Hilka Vier. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora (2000) Disponível em:
<http://maismulheresnopoderbrasil.com.br/pdf/Empresas/Tendencias_do_Comportamento_Gerencial_da_Mulher_Empreendedora.pdf> Acesso: Abril, 2013.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MORAIS, C. Atitudes de empreendedores. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2000.

MOSSATO, Suenny. Empreendedorismo – uma onda ou a única saída. FAE Business School. 2004. Disponível em:
<http://www.fae.edu/publicador/conteudo/.../1982004suenny_mossato.PDF>
Acesso: Abril, 2013.

PINCHOT III, Gifford. Intrapreneuring: porque você não precisa deixar a empresa para ser um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989.

PROBST, Elisiana Renata. A evolução da mulher no mercado de trabalho (2005). Disponível em: <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>> Acesso: Abril, 2013.



RAQUEL, Tatiane. A evolução da mulher no mercado de trabalho (2008). Disponível em:

<http://artigos.netsaber.com.br/resumo_artigo_4029/artigo_sobre_a_evolucao_da_mulher_nomercado_de_trabalho> Acesso: Julho, 2012.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade. Cadernos Camilliani. Espírito Santo: Revista do Centro Universitário São Camilo. v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

SHIINYASHIKI, Roberto. A Mulher e o Mercado de Trabalho (2006). Disponível em:

<http://www.shinyashiki.com.br/roberto/web1/destaque_roberto.jsp?ModId=152&CId=487> Acesso: Julho, 2012.

TASIC, Igor Alexander Bello. Estratégia e empreendedorismo: decisão e criação sob incerteza. São Paulo: FGV, 2007. Disponível em:

<<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2324/150183.pdf.txt?sequence=2>> Acesso: Abril, 2013

VICO, Antonio. Gestão da Tecnologia e Inovação. São Paulo: Erica, 2001.