

CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

CHARACTERISTICS OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN BRAZIL

Mariana Santos da Silva¹
Emerson Wagner Mainardes²
Sarah Venturim Lasso³

RESUMO

A presença da mulher no empreendedorismo está em constante crescimento e, assim, este estudo teve como objetivo conhecer as características das empreendedoras, como elas têm ingressado no empreendedorismo e apurar o perfil empreendedor. O estudo foi fundamentado no empreendedorismo e no gênero, no empreendedorismo feminino e no empreendedorismo feminino no Brasil. A metodologia foi pelo método quantitativo. Foi aplicado um questionário a uma amostra de 109 mulheres donas de negócios. Após a análise dos dados, concluiu-se que as empreendedoras são mulheres experientes, altamente escolarizadas, casadas, começaram sozinhas e que tiveram dificuldade na obtenção de financiamentos. Observou-se que as empreendedoras precisam de mais conhecimentos em habilidades gerenciais e tecnológicas para um melhor gerenciamento de seus negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Empreendedora brasileira.

ABSTRACT

The presence of women in entrepreneurship is constantly growing, therefore, this study has as objective to know the characteristics of female entrepreneurs, and how women have joined entrepreneurship and to determine their entrepreneurial profile. The study was theoretically based on entrepreneurship and gender, female entrepreneurship and female entrepreneurship in Brazil. The study's methodology was the quantitative method. A questionnaire was applied with a sample of 109 women who are business' owners. After analyzing the data, it was concluded that, in general, women who are entrepreneurs in Brazil are experienced women, highly educated, married, have push themselves in their endeavors, and there is difficulty in obtaining financing. It was also observed that women entrepreneurs need more knowledge in management and technology skills to better manage their business.

Keywords: Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Brazilian entrepreneur.

1 INTRODUÇÃO

Com o passar do tempo, o desenvolvimento do empreendedorismo feminino ocorreu devido a várias modificações na família e no mercado de trabalho (AVENI et al, 2012). De acordo com o *Glo-*

¹ Graduação em Contador Global pela FUCEPE. E-mail: mariana_santosdasilva@hotmail.com

² Doutor em Administração pela Universidade da Beira Interior (UBI/Portugal). E-mail: emerson@fucepe.br

³ Doutoranda do Department of Management Engineering- Technology Innovation Management na Danmarks Tekniske Universitet (DTU) em Copenhague – Dinamarca. E-mail: sarahvlasso@gmail.com

bal *Entrepreneurship Monitor (GEM)*, o Brasil vem mantendo uma boa colocação no que se refere à igualdade de gêneros (GOMES et al, 2009).

Ainda de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor (BARBOSA, 2011)*, a taxa de empreendedorismo do Brasil é de 15%, o que o coloca entre os seis mais empreendedores do mundo. Já no empreendedorismo segundo o gênero, o Brasil mostra um percentual maior referente ao empreendedorismo feminino do que ao masculino, 53% contra 47%, respectivamente. De acordo com esse relatório, foi a primeira vez que o número de homens que empreendem se mostrou inferior do que o das mulheres na mesma situação. Destaca-se também que as empresas originadas por mulheres têm sobrevivido mais do que a média de vida dos novos empreendimentos (BARBOSA et al, 2011).

Segundo Gomes *et al* (2009), já há algum tempo, as mulheres não entram no mercado apenas como empregadas, mas também como empregadoras e, devido a esse aumento da atuação de mulheres no mercado, muitos países têm se favorecido economicamente. Para Silveira e Gouvêa (2008), as mulheres têm colaborado ativamente na criação de empregos e renda em muitos países. O aumento do empreendedorismo feminino no Brasil ganhou novo significado, principalmente para pequenas e médias empresas.

A partir da análise sobre o papel da mulher e sua importância no mundo empreendedor, surge a seguinte questão: quais são as características da empreendedora brasileira? Sendo assim, o objetivo principal do presente estudo foi identificar as principais características das empreendedoras brasileiras. Como objetivos específicos, pretendeu-se identificar como as mulheres estão se tornando empreendedoras e apurar o perfil da mulher empreendedora.

Aspectos masculinos, como a iniciativa e a determinação, ligados a características femininas, tais como a sensibilidade, a percepção e a cooperação, juntamente com uma intensa devoção ao trabalho, fazem com que as mulheres mostrem um estilo próprio no ramo do empreendedorismo (MAIA; MAIA, 2011). Dessa maneira, este estudo é justificado pela necessidade de identificar as características da empreendedora brasileira, assim como as dificuldades enfrentadas pelas mulheres em empreender, a fim de fornecer informações que contribuam para o sucesso das empreendedoras.

Justifica-se também pela relevância da mulher no mercado de trabalho e sua importância no empreendedorismo, como comprovado pela pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2015)*, e pela necessidade de preencher a lacuna nos estudos de empreendedorismo focando na mulher empreendedora, que não era objeto de estudo no passado (HUGMHES et al, 2012; WELSH et al, 2013). Além disso, apesar de o empreendedorismo ser foco de estudos como Welsh *et al* (20013), Jonathan (2011), Jonathan (2003) e Jonathan e Silva (2007), estes ainda são limitados e com lacunas a serem preenchidas, especialmente em países em desenvolvimento.

O trabalho está estruturado da seguinte maneira: inicia-se com o referencial teórico, apresentando as diferenças entre gêneros no empreendedorismo, as características da mulher empreendedora, o perfil das empreendedoras brasileiras e suas características. Seguiu-se a metodologia, baseada no trabalho de Welsh *et al* (2013), caracterizada por ser quantitativa, descritiva e com corte transversal, analisando uma amostra de 109 empreendedoras brasileiras. Em sequência, foram realizadas a análise dos dados, a discussão e as conclusões a respeito do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO E AS QUESTÕES DE GÊNERO

Com o passar do tempo, alguns valores mudaram na família e no mercado de trabalho, como a necessidade de a mulher trabalhar para ajudar o homem no sustento da casa. Com isso, houve um crescimento no empreendedorismo do gênero feminino (AVENI et al, 2012). Porém, mesmo com esse crescimento, as mulheres encaram desvantagens no empreendedorismo em função do gênero, pois são tratadas com inferioridade em comparação aos homens, principalmente em relação aos recursos financeiros. As influências do ambiente afetam mais as mulheres do que os homens (SILVEIRA; GOUVÊA, 2008; CRAMER et al, 2012).

Segundo Almeida *et al* (2011), existem, em pleno século XXI, vários relatos sobre dificuldades e diferenças entre gênero referentes ao modo de pensar, agir e ser de cada um. As empreendedoras vêm tentando derrubar barreiras que as atrapalham pelo simples fato de serem mulheres, estereótipos socialmente construídos (CRAMER et al, 2012).

Há bastante discussão em relação às diferenças entre as características femininas e as masculinas no ambiente de trabalho. Para Vale *et al* (2011), tanto para homens quanto para mulheres, as informações, as habilidades e os recursos são fundamentais para realizar suas atividades empresariais, pois, como observado por Oliveira (1997), o cérebro humano não evidencia em nenhum instante que as habilidades das mulheres são inferiores às dos homens.

No entanto, homens e mulheres são historicamente mergulhados em diferentes redes sociais. As mulheres tiveram laços fortes com a gestão de bens e serviços voltados a suas famílias, enquanto os homens possuem laços com política, guerra e gestão do Estado. Mesmo a mulher sendo importante, a literatura sobre empreendedorismo feminino é recente (VALE et al, 2011; FOO et al, 2006).

De acordo com Lages (2005), desde o tempo colonial, a mulher é submetida ao moralismo, que tenta submetê-la a várias restrições. Uma delas é o trabalho, em que a mulher tem dificuldade de assumir cargos mais elevados dentro de uma empresa e tem salário menor se comparado ao do homem no mesmo cargo. A personalidade da mulher está historicamente fundada na diferença, com isso, está em estágio de restabelecimento (CRAMER et al, 2012).

Porém, no começo do século XX, as mulheres alcançaram direitos civis e políticos por meio de lutas sociais proporcionadas pelo seu acesso à educação. Os anos 70 mexeram radicalmente com as instituições sociais. Assim, foi redefinida 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). Por isso, é necessário que as lideranças globais criem culturas para a igualdade de gênero, tornando-se um valor para todos, transmitindo a visão de não discriminação baseada em gênero (ONU, 2016).

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O surgimento da presença feminina no meio político traz estímulo ao empreendedorismo feminino, como Foo *et al* (2006) afirmaram que ocorreu no Sudeste Asiático, com o aumento das lideranças femininas, assim como os autores afirmaram que ocorreu nos Estados Unidos, com a entrada da Sra. Clinton. Partindo desse pressuposto da evolução da mulher na sociedade, várias questões têm sido levantadas para investigação, entre elas, a inserção da mulher no processo empreendedor (VALE *et al*, 2011).

Por essa razão, escolheu-se olhar para o empreendedorismo feminino a partir do conceito sócio-histórico, considerando as correntes de pensamento e suas contribuições (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013). Administrar a casa, cuidar da família e ter atividades fora do lar são características típicas da mulher contemporânea (JONATHAN, 2011). Embora a multiplicidade seja uma característica das mulheres, pouco se compreende de como elas fazem para manejar diversas tarefas simultaneamente. Isso é um ponto positivo para o sucesso do empreendimento, pois elas apresentam uma maneira única de administrar, usando diversas maneiras para o alcance da sintonia entre a vida profissional e a pessoal (AMORIM; BATISTA 2012).

Para tal multiplicidade, é necessário fazer escolhas sem pressões e cobranças (JONATHAN; SILVA, 2007). Mas, segundo Jonathan (2003), as empreendedoras sofrem essas pressões, pois constantemente passam por preconceitos de gênero e também de idade, além disso, buscam o equilíbrio da família, pessoal e profissional.

De acordo com Welsh *et al* (2013), é necessário ter um apoio familiar, para que a mulher empreendedora se sinta mais segura, mas também tenha mais experiência, tanto com educação quanto em trabalhos anteriores, para um melhor gerenciamento do negócio. Já Machado *et al* (2003) afirmam que a realização pessoal, a oportunidade de mercado, os problemas com trabalho anterior, a perda de emprego e as razões ligadas a famílias são os principais fatores para que as empreendedoras criem suas empresas.

Para Okafor e Amalu (2010), é recomendável que, antes de começar um negócio, a mulher estude primeiro os possíveis problemas e os desafios que enfrentará, para que assim encontre soluções, pois, de acordo com Bauer (2011), abrir um negócio por conta própria é financeiramente arriscado. E, muitas dessas mulheres não possuem conhecimentos necessários nem experiência para abrir um negócio. Com essa falta de conhecimento, é difícil para elas se tornarem boas empreendedoras (KOURILSKY; WALSTAD, 1998).

2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Por questões de sobrevivência, as mulheres inseriram-se no empreendedorismo (NATIVIDADE, 2009). A necessidade de complementar a renda familiar, a autorrealização, a busca por trabalho informal, entre outros motivos, têm levado a mulher brasileira a empreender (ALMEIDA *et al*, 2011). Por essa razão, a participação do empreendedorismo feminino no Brasil vem sendo forte.

Para Jonathan (2005), as mulheres brasileiras são dotadas de características distintas, são mulheres confiantes, destemidas, capazes de gerir um negócio, às vezes temerosas em aspectos financeiros e desenvolvimento das empresas, mas são mulheres, acima de tudo, focadas, determinadas e aptas a fazer o que se propõem. Mulheres orgulhosas de suas realizações pelo fato de serem empreendedoras, mães e esposas, tornando-se realizadas, o que se reflete na sua autoestima, e são vitoriosas por terem alcançado seus anseios. As experiências delas como empreendedoras geram satisfação, liberdade para desenvolver novas ideias e autonomia (JONATHAN, 2005).

Porém, nem tudo é tão fácil, pois a pouca qualificação de funcionários, o difícil retorno financeiro e as ações governamentais fracas criam insatisfação nas mulheres empreendedoras (JONATHAN, 2005). Por essa razão, é preciso mais preparo. Machado *et al* (2003) afirmam que é necessário elaborar programas de treinamento e financiamentos voltados para mulheres empreendedoras, visando ao crescimento do negócio. Algumas mulheres demoram mais para investirem em seus negócios por serem mais temerosas em considerarem empréstimos, porém o empréstimo é um elemento de risco que possibilita levar o empreendimento de um estágio para outro, promovendo seu crescimento (CARREIRA et al, 2015).

Segundo Machado *et al* (2003), as empresas conduzidas por mulheres são, na grande maioria, de pequeno porte e com pouco capital inicial, que geralmente vem da poupança familiar, e possuem poucos funcionários. Contudo, o envolvimento das mulheres brasileiras no empreendedorismo aponta para um maior poder econômico e o crescimento do país com a contribuição do empreendedorismo feminino (JONATHAN, 2011).

3 METODOLOGIA

Para atender aos objetivos propostos pela pesquisa, ela foi desenvolvida com base quantitativa, descritiva, com corte transversal, utilizando-se de dados primários. Quantitativa, pois foi composta por dados numéricos, descritiva, pois descreve e analisa o perfil da mulher empreendedora, e de corte transversal, por ser em um determinado período de tempo (HAIR et al, 2003).

A população deste estudo foram as mulheres empreendedoras que são donas ou que já foram donas do próprio empreendimento e que correspondem aproximadamente a 49% do número total de empreendedores brasileiros (GEM, 2015). Por ser o universo da pesquisa um número inexato e não conhecido, a amostra utilizada foi não probabilística por acessibilidade, uma vez que as empreendedoras alcançadas na pesquisa estavam voluntariamente disponíveis para responder ao questionário. Obtiveram-se 119 respostas, porém 109 foram contabilizadas na amostra final, pois 10 estavam incompletas ou não se tiveram respostas adequadas nas perguntas de controle.

Na coleta de dados, foi utilizado um questionário com 49 perguntas fechadas e abertas, baseado em uma pesquisa de Welsh *et al* (2013). A análise dos dados das perguntas abertas utilizou a técnica da análise de conteúdo. O questionário conteve duas questões de controle, no qual a primeira confirma se a respondente está/esteve à frente de um negócio, e a segunda há quanto tempo esteve/está em operação. Em caso negativo em ambas respostas ou em uma delas, a respondente não entrou na amostra final.

Perguntou-se, caso a empreendedora não estivesse mais à frente do negócio, qual foi o principal motivo para a saída: tempo excessivo de envolvimento, pressão familiar, entre outros (com opção de resposta aberta), além de se ter perguntado o percentual de negócio que a empreendedora detém/tinha. Perguntou-se também a principal atividade do negócio, como se tornou responsável por ele (questão aberta) e o tipo de financiamento, contemplando também se a empreendedora teve mais dificuldades do que um homem. Questionou-se também se ela recebeu algum tipo de suporte ou assistência e seu nível de satisfação com o serviço.

A respeito do empreendimento, foi perguntado quantos funcionários em tempo integral/meio período ou da família a empreendedora possui e o limite geográfico de atuação quando começou e atualmente. Questionou-se também quem faz e o tipo de planejamento do negócio (pergunta aberta), qual foi o maior obstáculo para empreender seu negócio e o maior apoiador da empreendedora em relação ao empreendimento. Perguntou-se se algum grupo ou rede tinha ajudado e pediu-se à respondente para avaliar sua habilidade financeira, o marketing, as vendas, entre outros. E, para caracterizar a empreendedora, perguntaram-se idade, estado civil, renda atual e formação acadêmica, se possui negócio familiar, além de seus problemas pessoais durante o gerenciamento dos seus negócios (questão aberta).

O questionário foi disponibilizado em uma plataforma *online* e distribuído por *e-mail*, perfis e grupo no Facebook, além de impresso em eventos sobre empreendedorismo e empreendimentos. A coleta de dados foi de outubro de 2013 a abril de 2014. Para analisar os dados obtidos na coleta de dados, foi feita a análise dividida por objetivos, que são as características das empreendedoras, como se tornaram empreendedoras e o perfil da mulher empreendedora.

4 ANÁLISE DE DADOS

Contabilizaram-se 109 empreendedoras respondentes e procurou-se definir seu perfil, que era o objeto deste estudo.

4.1 CARACTERÍSTICAS DAS EMPREENDEDORAS

Foi analisado o perfil da empreendedora brasileira e suas características, que se encontram sumarizadas na tabela 1.

Tabela 1- Características das mulheres empreendedoras

		%
Idade	20 ou menos	2
	20-29	14
	30-39	38
	40-49	26
	50-59	17
	60 ou mais	3
Estado civil	Solteira	17
	Casada	72
	Separada	4
	Divorciada	7
	Viúva	1
Formação acadêmica	Ensino fundamental	4
	Ensino médio	24
	Ensino superior tecnológico	5
	Ensino técnico	7
	Ensino superior	49
	Mestrado	9
Curso ajudou nas atividades do negócio	Doutorado	3
	Sim	71
	Não	29

Fonte: Dados da pesquisa

Ao analisar o perfil das empreendedoras brasileiras, é possível identificá-las como mulheres mais experientes, com idade entre 30-49 anos (64%), com alto nível de escolaridade – ensino superior, mestrado e doutorado – representando mais da metade da amostra (61%), porém nota-se que ainda existe um número expressivo de empreendedoras que possuem apenas o ensino médio.

As empreendedoras são majoritariamente casadas e percebeu-se, por meio de pergunta aberta, na qual elas puderam falar como o seu negócio é afetado por seu estado civil, que ser casada afeta positivamente o negócio e que ter um cônjuge não atrapalha a empreender, podendo até motivá-las. Isso vai de acordo com a pesquisa de Jonathan (2011), Jonathan (2003) e Jonathan e Silva (2007), em que o perfil da mulher empreendedora é casada, com ensino superior completo, com idade superior a 30 anos e inferior a 49 anos. E, ainda relata a importância do apoio familiar às empreendedoras.

Observando a tabela 1, constata-se que cursos profissionalizantes, graduações ou até mesmo especializações têm ajudado as empreendedoras a gerenciarem seus negócios, podendo assim melhor administrar as atividades exercidas nas empresas com os conhecimentos adquiridos nos cursos. Entre os cursos citados em uma pergunta aberta, estão MBA em Empreendedorismo Feminino e em Administração, projeto 10000 mulheres, gestão de negócios e computação.

Além disso, foram também observadas as características dos empreendimentos gerenciados por mulheres, que estão disponibilizados na tabela 2.

Tabela 2- Características da organização

		%
À frente do negócio	Sim	89
	Já estive	11
Tempo de operação	Menos de 1 ano	15
	1 a 2 anos	20
	3 a 5 anos	26
	Mais de 5 anos	39
Principal motivo de saída do negócio	Tempo excessivo	16
	Pressão familiar	11
	Falta de crescimento	21
	Outro	53
Percentual do negócio	50% ou menos	31
	51% ou mais	69
Tipo de planejamento	Orçamento anual	16
	Planejamento de longo prazo	6
	Planejamento periódico	33
	De acordo com a demanda	42
	Outro	6
Negócio familiar	Sim	52
	Não	48
Participação de membros da família.	Membros diretos	96
	Parentes	4

Fonte: Dados da pesquisa

As mulheres estão se tornando mais independentes, buscando ter sua própria fonte de renda. Atualmente, mais da metade das respondentes está à frente das suas organizações e a maioria delas é majoritária em seus empreendimentos. Os negócios geridos pelas respondentes estão há mais de três anos no mercado, ultrapassando a taxa de sobrevivência das empresas, que é de dois anos, de acordo com o Sebrae (2013), ou seja, as empresas das empreendedoras já estão estabelecidas. Segundo a pesquisa de Jonathan (2003), as mulheres possuem 52% da organização, ou seja, mais da metade do percentual da empresa, e as empresas operadas por elas estão em média há cinco anos no mercado. Barbosa *et al* (2011) indicam que os empreendimentos gerenciados por mulheres têm atingido a média de sobrevivência dos novos negócios.

Já em relação às respondentes que não estão mais à frente de um negócio, afirmaram, em uma pergunta aberta, que o principal motivo da sua saída foi por não conseguirem que seus empreendimentos crescessem ou por terem de dedicar muito do seu tempo ao empreendimento, não tendo tempo para seus afazeres pessoais, como cuidar da casa, da família ou delas mesmas. Na pesquisa de Welsh *et al* (2013), as respondentes também afirmaram que o principal motivo de saída do negócio foi a falta de desenvolvimento do empreendimento e o gerenciamento do tempo.

Em análise de uma questão aberta não obrigatória, notou-se que, das 95 mulheres que responderam, 63% afirmaram que elas próprias fazem o planejamento de suas empresas e 14% fazem junto com seus sócios. A maioria das empreendedoras afirmou que não contrata terceiros para o planejamento de suas empresas. Ainda em relação a planejamento, 42% delas fazem o planejamento da empresa de acordo com a demanda e 33% fazem planejamento periódico. Ou seja, o planejamento varia de acordo com o período e a procura.

Verifica-se que 52% das respondentes classificaram o empreendimento como familiar. Os negócios familiares ainda são maioria, porém atualmente há um número relevante de empreendimentos não familiares. Em uma pergunta aberta sobre quantas gerações da família trabalham no negócio, a maioria das empreendedoras afirmou que há até duas gerações. A maioria afirmou que a família (pai, mãe, irmão, filho, marido) trabalha em suas empresas juntamente com elas.

Continuando a análise, no gráfico 1, é mostrado o número de funcionários nas organizações das empreendedoras. Foi observada a quantidade de funcionários que trabalham em tempo integral, em meio período e também funcionários que fazem parte da família.

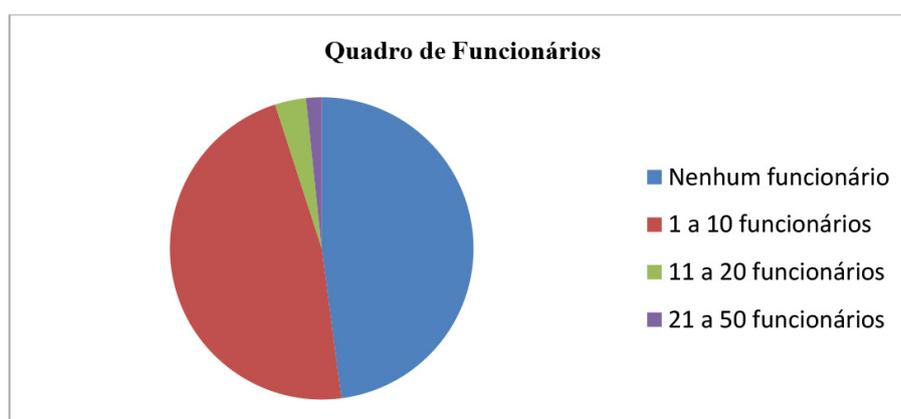


Gráfico 1 - Quantidade de funcionários do empreendimento
 Fonte: Dados da pesquisa

Ao analisar o quadro de funcionários (Gráfico 1), em que as respondentes poderiam marcar mais de uma opção, nota-se que as empresas administradas por mulheres são de pequeno porte, com poucos funcionários. Conforme a pesquisa de Jonathan (2011), os empreendimentos das respondentes possuem um quadro de menos de 10 funcionários, coerente com o encontrado aqui. Também foi analisada a região de atuação dos negócios das empreendedoras, tanto no começo do empreendimento quanto atualmente. Um resumo das respostas se encontra na tabela 3.

Tabela 3 - Região de atuação

Limite geográfico/Atuação	Começo	Atual
Local	65	26
Cidades vizinhas	10	22
Estadual	5	11
Nacional	2	24
Internacional	1	6
Não respondeu	26	20

Fonte: Dados da pesquisa

Em uma questão de múltipla escolha referente a limite geográfico, 65 empreendedoras começaram seu negócio com abrangência local, e 26 atualmente continuam com essa abrangência local. Já duas respondentes começaram em nível nacional, e 24 atualmente estão com os empreendimentos em nível nacional; uma começou o empreendimento no exterior; seis atualmente expandiram os

negócios internacionalmente. Poucas empreendedoras estão arriscando aumentar seus empreendimentos, talvez por terem pouco suporte financeiro e/ou por terem pouco tempo de dedicação para ampliação do negócio. Porém, há um número considerável de empreendedoras que estão ampliando seus negócios.

Foi verificado também quem é o maior apoiador das empreendedoras em seus negócios. Na tabela 4, são apresentados, na primeira coluna, os apoiadores e, em cada linha, a ordem de importância, sendo 1 o mais importante, e 4 o menos importante.

Tabela 4 - Apoiador da empreendedora

Apoiador/Grau de Importância	1	2	3	4
Esposo	60	1	5	6
Filhos	21	11	5	2
Pais	24	19	7	8
Irmãos	7	21	10	8
Parentes	2	4	10	14
Amigos	5	13	14	21
Mentor	4	2	2	4
Agências governo	1	0	0	5
Agências privada	1	1	2	5
Outros	4	0	1	1

Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com quem foi o maior apoiador da empreendedora no negócio, em uma questão de múltipla escolha, 60 mulheres classificaram o esposo como o maior apoiador; 24 empreendedoras indicaram os pais; 21 respondentes mencionaram os filhos; e cinco disseram que foram os amigos os maiores apoiadores. Constata-se que a família é um ponto importante de incentivo às mulheres empreendedoras, seguido dos amigos. Observa-se que as mulheres que recebem apoio dos que a rodeiam têm mais chance de dar certo. Já na pesquisa de Welsh *et al* (2013), as respondentes classificaram os pais como os mais apoiadores, e os irmãos, os esposos e os amigos como segundos apoiadores.

Na sequência, é apresentado, na tabela 5, o rendimento das empreendedoras e de seus esposos.

Tabela 5 - Renda familiar

Renda	Empreendedora	Esposo
Menos de 1 salário mínimo	12	0
1 a 3 salários mínimos	39	14
4 a 10 salários mínimos	36	28
11 a 20 salários mínimos	4	5
Acima de 20 salários mínimos	4	3

Fontes: Dados da pesquisa

Percebeu-se que 39 respondentes afirmaram que a renda delas é de um a três salários mínimos, ao passo que 36 disseram estar entre quatro a 10 salários mínimos, enquanto 14 empreendedoras afirmaram que seus esposos têm uma renda entre um a três salários mínimos, e 28 afirmaram que seus cônjuges têm de quatro a 10 salários mínimos. Percebe-se que os salários das empreendedoras

são baixos. De acordo com Aveni *et al* (2012), pode-se concluir que as empreendedoras têm iniciado seus negócios para complementar a renda familiar.

Em geral, as mulheres empreendedoras podem ser caracterizadas como maduras, casadas e com boa escolaridade. Estão no gerenciamento de um negócio com mais da metade do percentual da organização, e seus empreendimentos têm superado a média de sobrevivência de outras empresas. As organizações geridas por mulheres são de maioria familiar, e a maior parte do apoio que elas recebem vem da própria família.

Os cônjuges têm se mostrado importantes na coordenação das organizações das mulheres, pois, além do apoio, têm ajudado no gerenciamento e no planejamento dos negócios. Percebe-se que o envolvimento da família nos negócios administrados por mulheres tem relevante significado para elas. Por outro lado, poucas mulheres têm se aventurado a aumentar seus negócios, mantendo seus empreendimentos pequenos, com abrangência local e com poucos funcionários.

4.2 COMO SE TORNARAM EMPREENDEDORAS

Foram analisadas também as características do negócio e como as mulheres respondentes se tornaram empreendedoras. Os resultados encontram-se na tabela 6.

Tabela 6 - Características do empreendimento

		%
A principal atividade do seu negócio	Salão de beleza	5
	Costura	1
	Artesanato	5
	Alimentação	9
	Tecnologia e programação	5
	Vendas	26
	Vendas pela internet	5
	Contabilidade	1
	Saúde	1
	Creche/Escola/público infantil	2
	Limpeza	1
	Outros	40
	Como se tornou responsável pelo negócio	Começou sozinha
Começou com o esposo		23
Começou com outro membro da família		10
Começou com uma pessoa fora da família		9
Comprou de alguém de fora da família		2
Herdou de um membro da família		3
Mais dificuldade que um homem em obter financiamento	Outro	3
	Sim	10
	Não	90

Fonte: Dados da pesquisa

Percebe-se que as mulheres têm se arriscado mais a abrir negócios na área de vendas, pois os investimentos são mais baixos. Na pesquisa de Jonathan (2005), obteve-se também um índice relevante de 33% das empreendedoras na área do comércio.

Ao assumir a responsabilidade de seus empreendimentos, as empreendedoras estão se tornando mais tolerantes ao risco. A maioria das empreendedoras busca se tornar independente, abrindo seus próprios negócios sozinhas ou em sociedade com seus esposos. Também há um percentual relevante de empreendedoras que se tornaram responsáveis pelo negócio por herança familiar. Conforme a pesquisa de Welsh *et al* (2013), aproximadamente metade das mulheres (42%) começam seu negócio sozinhas, seguidas de 42% com outras pessoas e um baixo percentual (9%) foi por herança familiar.

Na tabela 7, foram observados os tipos de financiamento feitos pelas empreendedoras desde o começo de seus empreendimentos.

Tabela 7 - Financiamento

Financiamento/Período	6 meses iniciais	Entre 6 meses e 1º ano	Entre o 1º e 3º ano	Depois de 3 anos
Fonte própria	73	26	25	15
Empréstimo familiar	16	4	4	1
Empréstimo de amigos	1	1	1	0
Programa do governo	1	1	2	0
Empréstimo em banco comercial	1	4	2	3
Empréstimo em banco de financiamento	2	2	3	1
Presente	3	1	1	0
Outro	4	2	2	3

Fonte: Dados da pesquisa

Sobre o financiamento, 73 empreendedoras utilizaram fonte própria nos seis primeiros meses, e 15 respondentes, depois de três anos de atuação no mercado, continuam usando fonte própria para investimentos. Já 16 mulheres tiveram financiamento de familiares nos seis primeiros meses.

Percebe-se que as mulheres têm receio de pegar empréstimos, geralmente priorizando a utilização de fonte própria, optando por empréstimo em bancos em último caso. Isso é coerente com a pesquisa de Machado *et al* (2003), em que 35% das respondentes utilizaram fonte própria, seguida de financiamento de familiares, que representa 40% dos respondentes totais, e também com a pesquisa de Jonathan (2003), segundo a qual as mulheres têm preferência por utilizar fonte própria e financiamentos de familiares. As empreendedoras afirmam não sentirem mais dificuldade que um homem em adquirir financiamentos.

No que diz respeito aos maiores obstáculos enfrentados pelas empresárias, mencionados em uma questão aberta, estão a dificuldade de obtenção de empréstimo em bancos, a falta de reconhecimento do negócio no mercado, ampliar os negócios, separação da sociedade, concorrência forte,

organizar questões administrativas, planejamento do tempo, divulgação do empreendimento, captação de clientes, encontrar fornecedores, alta carga tributária, medo de o negócio não dar certo e falta de apoio por parte da família. Algumas superaram seus obstáculos com o tempo, outras ainda lutam para superá-los. Da mesma forma, Welsh *et al* (2013) encontraram em sua amostra de empreendedoras os obstáculos enfrentados, como, por exemplo, obter clientes e limitação de tempo. Na pesquisa de Jonathan (2005), as empreendedoras afirmam também que o medo de a organização não crescer e questões financeiras também são obstáculos que elas enfrentam.

Em resumo, as mulheres estão se tornando empresárias por iniciativa própria, começando seus negócios sozinhas. Na maioria, a atividade principal do empreendimento gerenciado por elas é na área de comércio. Utilizam pouco financiamento de terceiros, optando por fonte própria, pois o financiamento em bancos é difícil, sendo esse um dos principais obstáculos enfrentados pelas empreendedoras, além da captação de clientes, entre outros.

4.3 PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA

As empreendedoras puderam também descrever seu histórico de trabalho durante todo o seu percurso estudantil, que é apresentado na tabela 8.

Tabela 8 - Trabalho durante os estudos

Trabalho enquanto estudava	Ensinos médio e fundamental (durante o ano letivo)	Ensinos médio e fundamental (durante as férias)	Faculdade (durante o ano letivo)	Faculdade (durante as férias)	Outros estudos durante o ano letivo	Outros estudos nas férias
Trabalho em tempo integral	25	15	45	20	28	30
Trabalho em meio período	14	10	23	13	9	8
Não trabalhava	36	26	6	6	1	0
Não se aplica	4	4	6	8	11	8

Fonte: Dados da pesquisa

Mais da metade das empresárias respondentes afirmou que suas posições nos trabalhos anteriores as ajudaram a se tornarem donas do seu próprio negócio, desempenhando um melhor papel no gerenciamento do empreendimento. Em uma questão de múltipla escolha referente ao histórico de trabalho enquanto estudavam, 25 empreendedoras disseram ter trabalhado em tempo integral durante os ensinos fundamental e médio, enquanto 36 não trabalhavam, apenas estudavam. Já durante as férias dos ensinos fundamental e médio, 26 não trabalhavam, e 15 trabalhavam em tempo integral. No ensino superior, 45 trabalhavam em tempo integral, e 23 trabalhavam em meio período. Percebe-se que a maioria das empreendedoras se dedicava somente aos estudos durante o ensino básico, embora haja um número relevante de mulheres que trabalhavam durante os estudos.

Em outra questão de múltipla escolha, na qual as empreendedoras classificaram os seus maiores problemas pessoais durante o gerenciamento da empresa, 38 empreendedoras afirmaram que o estresse emocional é o maior problema, 35 respondentes disseram que é o gerenciamento do tempo, e 25 mulheres classificaram a/o falta/pouco suporte. Os problemas pessoais vêm atingindo as mulheres empreendedoras com suas multitarefas. Além disso, o estresse emocional tem sido um dos maiores problemas que elas têm de enfrentar, seguido do gerenciamento do tempo, já que precisam administrar entre cuidar da família, do negócio e de si mesmas.

Ao analisar as habilidades gerenciais das empreendedoras, elas puderam classificar cada habilidade conforme a qualificação que consideram possuir. Um resumo disso é apresentado na tabela 9.

Tabela 9 - Habilidades gerenciais

Habilidades gerenciais	Ruim	Pouca	Boa	Excelente	Não aplicável
Financeira	8	26	60	10	0
Lidar com pessoas	1	5	42	58	0
Marketing	9	25	43	25	3
Vendas	4	17	52	29	4
Geração de ideias	4	13	41	47	1
Organização e planejamento	4	20	61	20	1
Gerenciamento geral	3	19	60	20	2
Tecnologia de informação	11	42	32	16	5

Fonte: Dados da pesquisa

No que tange a habilidades gerenciais das empreendedoras, 60 respondentes consideram serem boas em habilidades financeiras, e oito, ruins; 58 respondentes consideram-se excelentes em lidar com pessoas, ao passo que 42 se consideram boas. Como a principal atividade do negócio da maioria das respondentes é na área de vendas, elas estão ligadas diretamente aos seus clientes e funcionários, o que exige um bom relacionamento interpessoal. Na pesquisa de Welsh *et al* (2013), verificou-se também que grande parte das mulheres respondentes (78%) se classificam como excelentes ou boas em lidar com as pessoas, porém, em habilidades financeiras, elas se avaliaram com pouca habilidade (baixo nível).

Outras habilidades que as empreendedoras precisam desenvolver melhor e obter mais conhecimentos sobre, assim como a necessidade de aquisição de conhecimentos na área de tecnologia e computação, são contempladas na tabela 10. Os percentuais não completam 100%, pois as questões foram de múltipla escolha, em que as empreendedoras podiam marcar mais de uma alternativa.

Tabela 10 - Habilidades da empreendedora

		%
Áreas em que precisa desenvolver mais conhecimento	Marketing	70
	Compras	17
	Gerenciamento geral	49
	Habilidades interpessoais	23
	Finanças	70
	Serviços gerais	10
	Tecnologia e computação	41
	Idioma	38
	Outros	4
	Programação e desenvolvimento de aplicativo	47
Habilidade de tecnologia e computação que precisa de conhecimento adicional	Gerenciamento de TI	36
	Suporte técnico	31
	Telecomunicação	56
	Análise de dados	50
	Gerenciamento de dados	47
	Desenvolvimento/gerenciamento	47
	Segurança de informações	31
	Marketing de mídia social	69
Outro	11	

Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se que há uma reconhecida deficiência na área de finanças e marketing, mesmo que um número expressivo de mulheres, na questão anterior, tenham se classificado como boas em quesitos financeiros. Elas admitem que ainda é necessário obter mais conhecimento nessas áreas, pois ter mais conhecimento em finanças ajudará a melhor administrar o negócio e, em marketing, levará a uma melhor divulgação e identificação da empresa em relação aos clientes. Já de acordo com Welsh *et al* (2013), apenas 15% das empreendedoras afirmaram que precisam ter mais conhecimento em marketing, e 11% das respondentes disseram que precisam se desenvolver melhor na área das finanças.

Na questão tecnológica e informática, considerando que o perfil das respondentes é de mulheres maduras, isso pode explicar essa necessidade percebida por elas na obtenção de conhecimentos adicionais na área de tecnologia e computação, por essa área ser relativamente nova em relação a outras, como, por exemplo, financeira, ou por estar em constante avanço. Na pesquisa de Welsh *et al* (2013), também foi identificado que as empreendedoras respondentes têm necessidade de obter conhecimento adicional nessas áreas.

Em resumo, percebe-se que as empreendedoras ganharam muitas experiências em seus antigos trabalhos, o que as ajudou no desenvolvimento e no estabelecimento de seus negócios. Existe uma relação bem similar com mulheres que trabalharam e as que não trabalharam durante os estudos. Contata-se também que os problemas pessoais que as mulheres têm enfrentado são devidos aos vários papéis que elas têm desempenhado, além do pouco suporte que elas recebem. Por fim, mesmo tendo bons conhecimentos em determinadas áreas, como lidar com pessoas e até mesmo na área de finanças, ainda há necessidade de aprimorar os conhecimentos e adquirir novas competências na área de tecnologia e informática para melhor gerir seus negócios.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como objetivos identificar as características das empreendedoras brasileiras, como se tornaram empreendedoras e verificar o perfil da mulher empreendedora. Ao analisar as características das empreendedoras, foi possível constatar que a maioria das respondentes são mulheres maduras, entre 30-49 anos, casadas, com ensino superior completo. Os empreendimentos administrados por elas são em geral familiares. Percebe-se um papel fundamental da família e, principalmente, do cônjuge nas organizações das mulheres, porém existe um número expressivo de negócios não familiares. Ressalta-se que as organizações geridas por elas têm sobrevivido mais que os novos negócios.

Destacou-se também como as mulheres estão se tornando empreendedoras. Elas estão se ariscando mais, geralmente estão começando seus negócios sozinhas, porém elas têm tido dificuldade na obtenção de empréstimos. Por isso, priorizam a utilização de fonte própria de recursos. Outro objetivo foi traçar o perfil da mulher empreendedora. Observou-se que as experiências adquiridas nos trabalhos anteriores das respondentes ajudaram na administração de seus negócios. Porém, as habilidades de gerenciamento, como marketing e finanças, e as habilidades tecnológicas precisam de aprimoramento, pois a maioria das empreendedoras assume que não tem conhecimento suficiente em tais áreas.

Por fim, este estudo buscou contribuir para a identificação do perfil da empreendedora brasileira, suas dificuldades e influências. Buscou contribuir também para o melhor entendimento das razões pelas quais as mulheres brasileiras entram no empreendedorismo.

Como limitação, pode-se destacar a dificuldade de acessar as empreendedoras brasileiras, visto que não se encontrou alguma entidade que as reúna, o que resultou em um número baixo de respostas. Outra limitação foi a utilização de uma amostragem não probabilística por conveniência, o que não permite generalizar os resultados das análises realizadas aqui. Apesar disso, o estudo traz evidências que podem favorecer os estudos em empreendedorismo feminino no Brasil, algo ainda pouco investigado na realidade nacional.

Finalmente, sugere-se a realização de pesquisas qualitativas para melhor percepção e compreensão em profundidade do perfil das empreendedoras brasileiras, enfatizando a importância do entendimento do porquê as mulheres estão se tornando empreendedoras. Também é recomendado pesquisar empreendedoras em setores diferentes e comparar os perfis e os comportamentos, identificando o que é comum nas empreendedoras brasileiras e o que é peculiar de cada setor.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ivana Carneiro; ANTONIALLI, Luiz Marcelo; GOMES, Amiralva Ferraz. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da Finan**, v. 3, n. 3, 2012.

- AVENI, Alessandro; NUNES, M. Sc Carlos Neymer F.; CRUZ, M. Sc Lucineide AM. **Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no distrito federal.** 2012.
- BARBOSA, Felipe Carvalhal et al. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju-Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 5, n. 2, p. 124-141, 2011.
- BAUER, Ken. Training women for success: an evaluation of entrepreneurship training programs in Vermont, USA. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 14, p. 1, 2011.
- BOMFIM, Lea Cristina Silva; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.
- CARREIRA, Suely et al. Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus-Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 06-13, 2015.
- CRAMER, Luciane et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **REGPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 1, n. 1, 2012.
- FOO, Check Teck; WAI, Loh Sow; LANG, Tan Soo. The mind of a technopreneur: differentiating the self-leading, entrepreneurial from custodial, managerial female. **Technovation**, v. 26, n. 2, p. 175-184, 2006.
- FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 4, p. 398, 2013.
- GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, **Empreendedorismo no Brasil.** 2015. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco.
- GOMES, Almira Ferraz et al. Trajetórias e estratégias de mulheres: um estudo conquistense. **REGPE Revista de Gestão**, v. 16, n. 1, p. 67-87, 2009.
- GREATTI, Lígia; SENHORINI, Vilma Meurer. Empreendedorismo—uma visão comportamentalista. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 1., 2000. **Anais...** Maringá: PR, v. 10, p. 22-34, out. 2000. Disponível em: <<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/maringa/EMP2000-01.pdf>>.
- HUGHES, Karen D. et al. Extending women's entrepreneurship research in new directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 3, p. 429-442, 2012.
- JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.
- JONATHAN, Eva Gertrudes. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. **Encontro de Gestão Estratégica de Pequenas Empresas**, n. 3, 2003.
- JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.
- JONATHAN, Eva G.; SILVA, TMR da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 77-84, 2007.
- KOURILSKY, Marilyn L.; WALSTAD, William B. Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. **Journal of Business Venturing**, v. 13, n. 1, p. 77-88, 1998.
- LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do Empreendedorismo Feminino: Uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica, Juiz de Fora**, Edição 00, jul. 2005.
- MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 1-22, 2003.
- MAIA, Tatiane Silva Tavares; MAIA, Fabricio Simplicio. O Poder do Batom: estratégias de empreendedoras de salão de beleza. **REUNA**, v. 16, n. 3, 2011.
- NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

NETO, Francisco Sergio Almeida; SIQUEIRA, Elisabete Stradiotto; BINOTTO, Erlaine. Empreendedorismo feminino: o caso do setor salineiro–Mossoró/RN. **Revista de Administração da Unimep**, v. 9, n. 2, p. 153-175, 2011.

OKAFOR, Chinonye; AMALU, Roy. Entrepreneurial motivations as determinants of women entrepreneurship challenges. **Petroleum-Gas University of Ploiesti BULLETIN**, n. 2, p. 67-77, 2010.

OLIVEIRA, Malu. **Homem e mulher a caminho do século XXI**. Ática, 1997.

ONU. **Princípios do Empoderamento das mulheres**, 2016. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres/>>.

SILVEIRA, Amélia; DE GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzka. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 7, n. 3, 2008.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira; TEODÓSIO, Armindo dos Santos. Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 631, 2011.

WELSH, Dianne HB et al. Saudi women entrepreneurs: a growing economic segment. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 5, p. 758-762, 2014.