



## **EMPREENDEADORISMO FEMININO: EDUCAÇÃO E EMPODERAMENTO**

Anilza de Fátima Medeiros Leite<sup>1</sup>

### *Introdução*

O aumento do desemprego, sobretudo industrial, e a diminuição do emprego formal nos anos 1990, pioraram a situação precária do mundo do trabalho para homens e mulheres. A estabilidade laboral e o emprego para toda a vida passam a ser conceitos cada vez mais distantes do cotidiano dos indivíduos (LEITE, 2000). Dá-se um impulso em nível global ao crescimento do trabalho precário, terceirizado, informal, temporário ou em tempo parcial. Essas transformações, iniciadas nos anos 1980, no Brasil, a partir da reestruturação produtiva, como elucida Hirata (2001), têm acompanhado uma realidade mundial em que o desenvolvimento econômico está desvinculado da expansão dos empregos. Emerge uma categoria de trabalhadores(as) instáveis e precários(as).

No país, a reconfiguração no mundo do trabalho afetou de maneira diferente homens e mulheres. Araújo (2004) esclarece que essa reconfiguração é perpassada e marcada pelas desigualdades de gênero, raça, etnia e de geração. Destaca-se que as relações de gênero têm caráter estruturante, à medida que definem as relações sociais, atribuindo lugares e papéis diferenciados para homens e mulheres nas sociedades. Segundo Bruschini (2007), houve retração no trabalho masculino e um aumento da participação da mulher no mundo do trabalho. Contudo, enaltece Hirata (2003) que a precariedade e a vulnerabilidade no emprego são maiores no grupo das mulheres que no grupo dos homens.

Similarmente ao que acontece no mundo do trabalho formal, verifica-se um crescimento da participação da mulher no empreendedorismo, caracterizado por Malvezzi (1999) como um modelo de emprego que surge e passa a significar uma alternativa frente à eliminação dos empregos formais. E por Hisrich e Peters (2004) como o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas e independências econômica e pessoal. No Brasil, constitui-se como ponto chave para acelerar o desenvolvimento (CASSOL, 2006, p. 29).

Na pesquisa de monitoramento global do Empreendedorismo (GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*), edição 2007, o Brasil ocupou o nono lugar no ranking dos 42 países

---

<sup>1</sup> Mestranda em Educação, PPGE/UFPB – e-mail: anilza@sebraepb.com.br



participantes com uma taxa de atividade empreendedora de 12,7%, ou seja, praticamente treze em cada cem brasileiros adultos (18 a 64 anos) estavam envolvidos com alguma atividade empreendedora. As mulheres representavam 52,4% dos empreendedores.

No entanto, a pesquisa revela que há diferença na *motivação* de homens e mulheres no acesso ao empreendedorismo. Eles em sua maioria empreendem visando explorar *novas oportunidades*, ou seja, empreendem utilizando novas tecnologias de ponta, que busquem nos mercados internacionais as condições necessárias ao crescimento sustentável e à efetiva geração de riqueza. Por outro lado, elas empreendem principalmente motivadas pela *necessidade*, ou seja, na busca de alternativas satisfatórias de trabalho e renda, como saída para a adversidade da pobreza e da exclusão.

Nesse contexto, o objetivo deste artigo é discutir as seguintes questões: Quais os contornos da participação feminina na ação empreendedora? Quais os perfis das empreendedoras? A divisão social do trabalho se configura na prática empreendedora? Qual a articulação da educação com o processo de empoderamento das empreendedoras? Com isso, pretende-se contribuir com o tema do empreendedorismo feminino que tem adquirido crescente importância no processo de desenvolvimento econômico e social da sociedade brasileira à medida que crescem as iniciativas empreendedoras femininas.

Para elucidar essas questões foram examinados os resultados da pesquisa GEM (2007) referentes ao Brasil; os dados e os relatos escritos das participantes do certame Prêmio Mulher de Negócios promovido pelo SEBRAE (*Serviço Brasileira de Apoio as Micro e Pequenas Empresas*), edições 2006 a 2008 na Paraíba sobre a ação empreendedora feminina; e a literatura sobre gênero, trabalho, educação e empreendedorismo.

O artigo compõe-se três partes. Na primeira parte, são explorados as atuais configurações do empreendedorismo como categoria de trabalho. Na segunda parte, são descritos os perfis e contornos da participação feminina na ação empreendedora. Na terceira parte, são descritos os perfis das mulheres empreendedoras e a articulação com a educação na formação da identidade empreendedora.

### *1. As atuais configurações do empreendedorismo como categoria de trabalho*

Dados do Boletim estatístico de micro e pequenas empresas, publicados em 2005 pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, revelam que em conjunto, às micro e pequenas empresas responderam, em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais, por



57,2% dos empregos totais e por 26,0% da massa salarial. Esses dados demonstram o quanto às micro e pequenas empresas adquirem importância crescente na geração de emprego e renda e consequentemente na dinâmica da economia mundial e também no Brasil.

Têm-se, então, o desafio de desvelar a formação da identidade empreendedora no mundo do trabalho, uma questão de interesse educacional. Para melhor compreender a prática empreendedora, necessita-se responder a uma pergunta: Quem é o empreendedor, sujeito dessa prática?

Segundo Filion (1999) adepto da corrente comportamentalista ainda não foi possível estabelecer um perfil psicológico absolutamente científico do empreendedor, assim os comportamentos em si podem melhor prever o êxito que eles alcançam na interação com o mercado. Estas idéias estão em conformidade também com as de McClelland (1961), de que o ser humano é um produto social e que se pode ver o empreendedorismo como um fenômeno cultural, fruto dos hábitos, práticas e valores dos grupos sociais.

O empreendedor é caracterizado por FILION (1999, p. 19) por ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Schumpeter (1982) vê o empreendedor como um inovador, que através de uma destruição criativa identifica oportunidades. Esclarece ainda o autor, que a capacidade de empreender esta relacionada às características do indivíduo, aos seus valores e modo de pensar e agir. Empreendedores exploram a mudança como uma oportunidade, buscando ou reagindo a ela.

Um fator importante para compreender a evolução do empreendedorismo no Brasil é compreender a *motivação* para a ação empreendedora, já explicitada anteriormente. Nesse aspecto, em função da desigualdade sócio-econômica brasileira, a principal *motivação* para empreender é por *necessidade*, representou em 2007, 61% da população total empreendedora, contra 39% dos empreendedores por *oportunidade* (GEM, 2007, p. 35).

Por outro lado, o nível de escolaridade dos empreendedores cresceu significativamente. Em 2002, os sem educação formal e aqueles com até quatro anos de estudo representavam 50,8% do total. Já em 2007, os situados nessa mesma faixa de escolaridade não alcançaram os 30%. A população dos empreendedores com mais de cinco anos de escolaridade passou de 50% em 2001 para 71% em 2007.

Ademais, há uma relação virtuosa entre a escolaridade e a motivação para empreender. Os que empreendem por *oportunidade* são os mais instruídos, conforme explicitado nos dados de 2007 do GEM. Entre os empreendedores por *necessidade*, 52,4% tinham até quatro anos de estudo e



47,6% possuíam mais de quatro anos de escolaridade. Contudo, entre os por *oportunidade* os dados se inverteram: 35% e 65%, respectivamente. Assim evidencia-se a importância da educação especialmente formal, na construção da mentalidade empreendedora.

Ainda sobre o aspecto da educação, na pesquisa foram analisados quesitos referentes às percepções dos empreendedores brasileiros quanto a: identificação de oportunidades de mercado; conhecimento, habilidade e experiência para começar um novo negócio; e o medo do fracasso como um fator impeditivo para empreender (GEM, 2007, p. 90). Nesse aspecto, foi identificado pela pesquisa que os empreendedores com maior escolaridade tinham uma melhor percepção das oportunidades e do ambiente dos negócios, assim como a autopercepção das suas habilidades o que aumenta sua autoconfiança de iniciar um novo negócio.

## *2. Os perfis e contornos da participação feminina na ação empreendedora*

A participação da mulher na ação empreendedora, chegando a 52,4% em 2007, percentual citado anteriormente, representa a inversão de uma tendência histórica quando considerado o período 2001-2007, no qual elas totalizavam em média 43,7% contra 56,3% dos homens. Em 2001 homens e mulheres empreendedores perfaziam 71% e 29%, respectivamente. Em relação à escolaridade elas são mais instruídas. O GEM (2007) revela que entre os sem educação formal, elas representam 12% contra 25% dos homens. A situação se inverte entre os com mais de 11 anos de estudos, onde elas somam 47,5% contra 36,8% dos empreendedores. Outrossim, entre as participantes do Prêmio Mulher de Negócios, edições 2006 a 2008, 44% têm nível superior e 16% pós-graduação.

A despeito dos avanços quantitativos das mulheres entre os empreendedores do país, observa-se em seu contexto características recorrentes do mundo do trabalho formal feminino. Destaca-se por um lado as desigualdades de gênero, evidenciadas por meio da desvalorização de alguns tipos de trabalho feminino, da sexualização das atividades e do papel “tradicional” mulher na família. Por outro, a influência da educação na descoberta e desenvolvimento das oportunidades dessa categoria de trabalho e na formação da identidade empreendedora feminina. Dados recentes permitem quantificar esta realidade.

No depoimento de Zenóbia, que fabrica e vende comida, participante do Prêmio Mulher de Negócios (SEBRAE, 2008), vê-se traços da sexualização e desvalorização do trabalho feminino:

Tudo começou quando há cerca de 15 anos, senti a vontade de, além de executar a gostosa, mas árdua tarefa de ser esposa e mãe de três filhos, cooperadora do meu marido no aumento da renda familiar. Certo dia saí com



uns pequenos estojos de manicure de porta em porta, enfrentando o preconceito de ser mulher trabalhadora numa sociedade machista e mal remuneradora da classe feminina. (Telma, proprietária de Salão de Beleza).

Elas empreendem majoritariamente nas atividades consideradas tradicionalmente femininas, tais como comércio varejista (37%), na indústria de transformação (27%) e na atividade de alojamento e alimentação (14%), conforme dados do GEM (2007). Esses dados são corroborados pelo certame Prêmio Mulher de Negócios, edições 2006 a 2008. Entre as participantes, 41% empreendem em comércio (confeção, cosmético e artigos de decoração) e 46% em serviços (Restaurantes, lanchonetes, escolas e salão de beleza). Segundo Hidrata (2001) esta forma de divisão social do trabalho tem dois princípios organizadores: o *princípio de separação* (existem trabalhos de homens e trabalhos de mulheres) e o *princípio de hierarquização* (um trabalho de homem “vale” mais do que um trabalho de mulher).

Ademais, entre os empreendedores por *necessidade*, em 2007, 64% são mulheres e 37% homens. Contudo na categoria por *oportunidade* totalizam 46% e 54%, respectivamente (GEM, 2007, p.76). Aponta Yannolas (2002) que as “*escolhas*” realizadas pelas mulheres por profissões pouco prestigiadas e mal remuneradas podem ter suas raízes na constituição fragilizada da subjetividade feminina. O relato abaixo transcrito, de uma das participantes do Prêmio Mulher de Negócios (SEBRAE, 2008), exemplifica uma situação de empreendedorismo por necessidade:

O salário foi ficando atrasado e o trabalho pouco atraente. Logo, senti a necessidade de lutar por uma segurança financeira, já que era a responsável economicamente pela minha família, composta por esposo e três filhos. (Diljandi, proprietária de Loja de Material de Construção).

O relato a seguir, de uma participante do Prêmio Mulher de Negócios (SEBRAE, 2008) demonstra uma ação empreendedora por oportunidade perpassada pela educação, sobretudo superior, contribuindo para a qualificação para empreender e melhor percepção das oportunidades de negócio e conseqüente formação da mentalidade empreendedora:

Acredito que no mundo dos negócios, “*sorte*” é quando o preparo profissional encontra a oportunidade. A minha preparação foi ao longo de muitos anos desde quando decidi pela profissão de Administradora de Empresas. Fiz especializações em política, estratégia e marketing, participei de vários eventos empreendedores do Sebrae e fiz muitos cursos especializados em minha área. Então, após alguns anos de atuação no mercado profissional, surgiu a oportunidade de ter meu próprio negócio. Fui convidada para ser distribuidora exclusiva de uma conceituada marca de produtos químicos para higienização profissional. (Juliana, proprietária de Distribuidora de produtos Domissanitários)

As empreendedoras também têm suas escolhas afetadas pelos fatores relativos à vida privada e ao papel tradicional na família, que restringem as condições de trabalho e o rendimento das mulheres, entre os quais destacam-se: a responsabilidade maior da mulher com a família, a execução das tarefas domésticas que continuam como responsabilidade da maioria das mulheres, a maternidade e a exigência de cuidado com os filhos. Afirma (BOURDIEU, 2007, p.18) que “ordem



social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina, onde o princípio masculino é tomado como a medida de todas as coisas”. O relato a seguir, demonstra esses fatores restritivos:

Comecei a empreender comprando uma loja de festas infantis. O sucesso foi tanto que passei a não ter mais tempo para a família e meu esposo me mandou escolher, assim decidi fechar a loja. (Maria, proprietária de pronta-entrega de roupas)

Ressalta Cassol (2006) que aspectos socioculturais do ambiente exercem grande influência sobre a escolha e decisão das mulheres empreenderem. Enaltece ainda que a mulher responde diferentemente do homem aos estímulos externos, especialmente em relação a fatores culturais, imagem, limitadores e estereótipos enfrentados.

Entretanto, há mulheres que superam essas barreiras e restrições empreendendo em setores tradicionalmente masculinos. Cerca de 30% das participantes do Prêmio Mulher de Negócios, edições 2006 a 2008, empreendem em setores considerados tradicionalmente masculinos, tais como comércio de baterias automotivas, reciclagem de cartuchos, serviços gráficos, dentre outros, como revela o depoimento abaixo de outra participante da edição 2008 do referido prêmio:

Um dos precursores da minha história foi meu pai por acreditar que nenhuma mulher seria capaz de realizar qualquer atividade comercial. Enfrentar um ramo de atividade machista, onde apenas homens tinham toda autoridade e poder de decisão, foi um desafio. Deparei-me, portanto, com um grande preconceito pelo fato de ser mulher, pois ninguém aceitava que eu entrasse no ramo de venda de baterias. Mesmo sendo mulher, mãe e dona de casa, nunca desisti dos meus sonhos. (Joseane, proprietária de Loja de Baterias Automotivas).

Diante desse contexto, pode-se verificar o processo de empoderamento feminino por meio da ação empreendedora? E como ocorre a articulação da educação?

Para responder essa questão, recorre-se ao que destaca Oliveira sobre a posição de Léon a respeito do conceito de empoderamento:

O termo empoderamento é entendido como um processo educativo em que as pessoas, tanto no aspecto pessoal quanto no coletivo, vão adquirindo uma consciência crítica sobre a cultura de poder e sobre as diversas formas com as quais as relações de poder se instituem na sociedade em geral e entre mulheres e homens. Possibilita o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos, o exercício do poder de decidir sobre sua vida, elevação da auto-estima, confiança e crescimento para participar dos espaços de poder, o que favorece, então, a ocupação da esfera pública e fortalecimento da fala pública, assim como a definição de suas agendas e necessidades. (LÉON 1997 *apud*, OLIVEIRA, 2007, p. 12)

Embora a ação empreendedora feminina ainda carregue marcas da sexualização das atividades. Conclui-se que a partir dos dados e relatos apresentados e desse conceito em que se afirma a mobilização e organização das mulheres na sociedade, segundo Oliveira (2007, p 12) ocorre, outrossim, com a participação da mulher na ação empreendedora, evidências de um processo de empoderamento, onde elas têm adquirido não só autonomia econômica, mas sobretudo por meio do educação superior, um maior conhecimento e percepção das oportunidades e do



ambiente dos negócios, assim como a autopercepção das suas habilidades o que aumenta sua autoconfiança de iniciar um novo negócio, conforme explicitado anteriormente. A conjugação desse trinômio conhecimento, habilidades e autoconfiança são ingredientes para o processo de empoderamento.

Apesar de não haver evidências conclusivas sobre a influência da educação, sobretudo superior, na decisão de empreender e escolha da atividade empresarial, a educação configura-se como uma temática central na compreensão do fenômeno do empreendedorismo feminino por meio da oferta de suporte a: desnaturalização das atividades empresariais antes consideradas restritas ao universo masculino; desocultar as relações de gênero existentes na prática empreendedora, por meio do conhecimento das experiências femininas exitosas nesse campo ampliando perspectivas de ocupar novos espaços no mundo dos negócios por meio da superação das barreiras simbólicas e androcêntricas.

Outrossim, da construção de programas e políticas públicas de fomento à ação empreendedora no país. Sendo um elemento essencial na construção de uma sociedade que promova a inclusão por meio da prática empreendedora. Outrossim, na construção da identidade empreendedora feminina desvelando a prática.

### *Conclusão*

Retomando as perguntas feitas anteriormente, conclui-se que o empreendedorismo é uma alternativa de inclusão da mulher no mundo do trabalho, ficando demonstrada a consolidação do papel da mulher na atividade econômica contemporânea, superando a participação do homem na ação de empreender. No entanto, essa superação carrega sinais de desigualdades de gênero presentes no mundo do trabalho formal. Elas em sua maioria empreendem como alternativa de sobrevivência, em guetos tradicionalmente femininos, pouco valorizados, com baixa inovação, menores barreiras de ingresso e demasiadamente concorridos, situação que as deixa mais vulneráveis aos riscos de mortalidade empresarial, como já foi dito anteriormente. Em geral as trabalhadoras têm maior nível de escolaridade e as empreendedoras por oportunidade também, comparativamente com os homens.

Assim, surgem desafios para educação, sobretudo a superior, no fomento à ação empreendedora feminina, para além da qualificação para iniciar e gerir um negócio. Entre eles, o de contribuir para a formação de uma identidade empreendedora feminina, que possibilite a essas mulheres uma resignificação de seus papéis no âmbito público e privado ampliando e redefinindo



seus espaços de atuação no empreendedorismo, assim como na vida pública. Contribuindo para o processo de empoderamento

### *Bibliografia*

ARAÚJO, A. M. Carneiro, AMORIM, E. R. Aguiar e FERREIRA, V. Clemente. **O Sentido do Trabalho da Mulher no Contexto da Reestruturação Produtiva**. Artigo publicado no VIII Congresso Luso-Afro Brasileiro de Ciências Sociais, Coimbra, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**. 5 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007

BRUSCHINI, Maria C. A. **Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos**. Caderno de Pesquisa, v.37, n.132, São Paulo, 2007.

CASSOL, Neidi K. **A Produção Científica na área de empreendedorismo feminino: Análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI), em 2006**. 136 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006

FIBGE - FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Síntese de indicadores sociais 2005**. Rio de Janeiro, 2006.

FILION, Louis J. **O empreendedorismo como tema de estudos superiores**. In: **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI/IEL Nacional, 2000.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil: 2007**. Curitiba: IBQP, 2008.

HIRATA, Helena. **Globalização e divisão sexual do trabalho**. Cadernos Pagu, n.17-18, pp.139-156, Campinas: UNICAMP, 2001.

\_\_\_\_\_. **Divisão capitalista do trabalho**. Revista Tempo Social, v.1, São Paulo: USP, 1989.

HISRICH, Robert D. e PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**, 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do Empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000

MCLELLAND, David. **The Achieving Society**. New York: D. Van Nostrand, 1961

MALVEZZI, S. **Mercado informal, empregabilidade e cooperativismo: as transformações das relações de trabalho no mundo contemporâneo**. Caderno de Psicologia Social do Trabalho. v.2, São Paulo, 1999.

OLIVEIRA, Maria Lúcia L. **Transformação das desigualdades de gênero? Narrativas da vida cotidiana e empoderamento de mulheres de assentamentos do cariri paraibano**. 2007. 175 f. Dissertação (Mestrado em Educação). João Pessoa: UFPB, 2007

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Relatório do Prêmio Mulher de Negócios 2006-2008**. Brasília: SEBRAE, 2008. Disponível em



<[www.mulherdenegocios.sebrae.com.br](http://www.mulherdenegocios.sebrae.com.br)>. Acesso em agosto. 2009SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Editora Abril, 1982.

\_\_\_\_\_. **Boletim estatístico de micro e pequenas empresas**. Brasília: SEBRAE, 2005

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Editora Abril, 1982.

YANNOULAS, S.C. **Dossiê: políticas públicas e relações de gênero no mercado de trabalho**. Brasília: CFEMEA, FIG/CIDA, 2002.