

**DAS DIFICULDADES AO SUCESSO: OS CAMINHOS TORTUOSOS E CHEIOS
DE OBSTÁCULOS ENFRENTADOS POR EMPREENDEDORAS**

Karla de Sousa Ramos¹

Cassio Raimundo Valdisser²

RESUMO:

Este artigo apresenta um estudo sobre o empreendedorismo feminino nos dias atuais. O empreendedorismo é um tema bastante discutido no País. O objetivo deste artigo voltou às atenções para a análise do empreendedor em geral, mas com a ênfase nas mulheres empreendedoras. Investigar quais são os perfis dessas mulheres empreendedoras e analisar o que fez com que elas tornassem proprietárias do seu próprio negócio ou que ocupassem cargos importantes em grandes empresas. A elaboração do artigo baseia-se em ferramentas de pesquisa básica e explicativa, ele apresenta a característica descritiva e qualitativa visando abordar o problema em questão, para a coleta de dados foram utilizados artigos científicos, revistas, livros para analisar o conceito de empreendedores e demonstrar dois perfis de vida de empreendedoras que alcançaram sucesso em seus empreendimentos. Os resultados obtidos confirmam que não há perfil específico para uma pessoa se tornar empreendedora, basta fazer aquilo que realmente gosta e abusar da sua criatividade, fazer com amor e muita dedicação para que seu negócio ou serviço se diferencie dos demais. Esta pesquisa também teve como finalidade analisar e demonstrar a história e o ramo de atuação de duas empreendedoras que empreendem no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo feminino; Oportunidades; Empoderamento.

ABSTRACT:

This article presents a study on female entrepreneurship in the present day. Entrepreneurship is a topic that is much discussed in Brazil, the purpose of this article is to focus on the analysis of the entrepreneur in general, but with the emphasis on women entrepreneurs, investigate the profiles of these women entrepreneurs and analyze what made them become their own or who hold important positions in large companies. The elaboration of the article is based on tools of basic and explanatory research, it presents the descriptive and qualitative characteristic aiming to approach the problem in question, to collect data were used scientific articles, magazines, books to analyze the concept of

¹ Graduanda em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Contato: karladesouzaramosks.ks@gmail.com.

² Professor orientador. Bacharel em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP. Possui especialização em Administração e Gestão Pública e MBA em Controladoria e Finanças. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Contato: crvaldisser@yahoo.com.br.

entrepreneurs and demonstrate two life profiles of entrepreneurs who have achieved success in their ventures. The results confirm that there is no specific profile for a person to become entrepreneurial, just do what they really like and abuse their creativity, do with love and dedication to make their business or service different from others. Purpose of analyzing and demonstrating the history and the field of activity of two entrepreneurs who undertake in Brazil.

KEYWORDS: Female entrepreneurship; Opportunities; Empowerment.

1 INTRODUÇÃO

O mercado capitalista associado ao processo de globalização tem estimulado cada vez mais a competitividade e a integração econômica dos países, principalmente, devido às alterações no ambiente internacional. Neste cenário de economia globalizada é que surge o termo empreendedorismo (SOUZA; GALHARDO; MANOLESCU, 2007).

Dornelas (2005, p. 228) cita que “ser empreendedor não é uma opção de vida, mas uma missão de vida. O empreendedor não arrisca apenas seu futuro, mas também o de todos aqueles que estão à sua volta, que trabalham para o sucesso e dependem de suas atitudes e decisões”.

O economista Francês J. B. Say foi um dos pioneiros a conceder uma definição para a palavra empreendedorismo, isso aconteceu no século XIX. Say disse que “empreendedor é aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produção mais baixo para um setor de produtividade mais elevado e de maiores rendimentos” (SAY, 1986 *apud* BRITTO; WEVER, 2003, p. 17).

A criatividade, além de ser a mola-mestra que impulsiona ao sucesso, constitui-se em uma valiosa ferramenta de gestão, sendo considerada fonte inesgotável de vantagem competitiva sustentável (PERIARD, 2008). Neste conceito, o autor relata umas das características que um empreendedor tem que ter a criatividade, ela é essencial pra o empreendedor entrar no mercado fazendo algo diferente dos demais concorrentes.

Dornelas (2001) explica que o empreendedorismo significa empreender, resolver problemas ou situações complicadas, é um termo muito usado no âmbito profissional e um conceito que vem sendo muito estudado no Brasil e no mundo inteiro, desde meados da década de 1990.

A escolha do tema para o desenvolvimento deste artigo tem por objetivo principal

demonstrar o aumento do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho, e como esse processo influenciou a encorajar várias mulheres a entrar no ramo dos negócios, descobrir quais são as principais causas que fazem elas seguir no ramo de empreendimento, focar também em uma questão importante que é a valorização das mulheres, além de abordar um fator preocupante que é a desigualdade salarial, já que a mulher é multifuncional, pois exerce as mesmas funções dos homens, mas acaba ganhando um salário inferior ao deles, porém, essa é uma realidade que vem mudando ano após ano em decorrência das mulheres brasileiras saírem da zona de conforto e irem à busca da profissionalização.

O problema da pesquisa foi delineado pelas seguintes indagações: O que é empreendedorismo feminino e quais os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras? De que maneira as mulheres empreendedoras vem adquirindo seu espaço no mercado de trabalho e de forma essas mudanças as tornando-se uma empreendedora em potencial? Por que a mulher, mesmo apresentando um diferencial no trabalho, recebe uma remuneração inferior à que os homens ganham em todos os setores empresariais?

Assim, definiu-se como pergunta de pesquisa: O que é empreendedorismo feminino e quais os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras?

O propósito geral da pesquisa é examinar e compreender as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras e quais são os caminhos percorridos pelo empreendedorismo feminino.

Já os objetivos específicos definidos foram:

- Identificar quais as principais barreiras que as mulheres enfrentam ao adentrar no mercado empreendedor na qual a ocupação maior é de homens;
- Compreender as causas que alavancaram o empreendedorismo feminino;
- Investigar o porquê da desigualdade na questão salarial entre homens e mulheres;
- Analisar os perfis de mulheres empreendedoras no Brasil.

Atualmente, as mulheres vêm conquistando, dia a dia, o seu espaço em vários cargos importantes ou até mesmo à frente de grandes empresas. Diferentes profissões são ocupadas por mulheres e essa evolução ocorre também no campo do empreendedorismo. Em 2013, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realizou uma pesquisa que constatou que no Brasil o número de novas empreendedoras foi superior ao de empreendedores pela primeira vez (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Entretanto, mesmo as mulheres tendo sido reconhecidas pelos desempenhos no GETEC, v.8, n.20, p.23-40/2019

Das dificuldades ao sucesso

mercado de trabalho, e agora, no empreendedorismo, elas enfrentam muitas dificuldades com relação à conciliação das interfaces família e empresa.

Nesta situação, também é importante entender os obstáculos que as mulheres enfrentam para se tornarem empreendedoras, sendo que a pesquisa trará contribuições significativas para a formação da pesquisadora e para as pessoas da sociedade que se interessarem pelo assunto. As contribuições científicas consideradas é que a pesquisa servirá como fonte para novas pesquisas favorecendo para a ampliação do conhecimento de futuros pesquisadores.

A metodologia a ser utilizada para a realização deste artigo será uma pesquisa bibliográfica, a partir de levantamento e coleta de dados e informações em artigos científicos, periódicos, revistas e livros relacionados a temática que será desenvolvida. As buscas serão feitas também em bases de dados da internet.

O trabalho está estruturado da seguinte forma: na seção 1, que é a Introdução tem-se a parte do texto onde é apresentado o tema, sua delimitação e contextualização. Posteriormente, apresentam-se as questões problemas que serviram como disparador para a pesquisa, depois os objetivos pretendidos, que se dividem em geral e específicos, por fim, descreve-se a estruturação por seções. Na seção 2, onde é apresentado o referencial teórico (desenvolvimento), o trabalho foi dividido em 3 subseções. A primeira abordou assuntos relacionados à análise dos perfis femininos no empreendedorismo no Brasil e as principais dificuldades enfrentadas ao entrar no ramo do empreendedorismo. A segunda subseção objetivou compreender as causas que alavancaram o empreendedorismo feminino e, por fim, na terceira subseção, realizou-se uma análise da desigualdade salarial entre homens e mulheres, considerando, que a mulher pode ser tão eficiente quanto o homem. Em seguida, na seção 3 apresentaram-se os Aspectos Metodológicos utilizados. Na seção 4 foram ilustrados os Resultados encontrados, incluindo o atendimento aos objetivos propostos e para finalizar o artigo foram apresentadas as Considerações Finais na seção 5.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O perfil das mulheres empreendedoras no Brasil

Antes de prosseguirmos para abordagem sobre os perfis de mulheres empreendedoras é importante esclarecer o que é empreendedorismo como um todo. A

RAMOS, K. S.; VALDISSER, C. R.

palavra empreender originou-se da expressão latina *imprehendere*, oriunda do latim medieval, que prevalecia no século XV. Essa expressão tinha como significado “Arriscar empresa laboriosa e difícil”, tinha ainda como significado “pôr em execução” (CUNHA, 2005, p. 56 *apud* SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009, p. 452).

Nas concepções contemporâneas sobre empreendedorismo, é considerado empreendedor aquele que consegue ver uma necessidade e a transforma em oportunidade, e coloca em prática suas ideias. Ele se apresenta como um agente relacional e atua em *networks* e em redes sociais, geralmente é um agente social ativo, que cria valores, identifica e explora oportunidades além de construir artefatos ou mercados (JULIEN, 2010).

O empreendedorismo é bem visto pela sociedade, considerando-se que ser empreendedor é buscar novas alternativas, é empreender algo novo, ser criativo e ter coragem para encarar riscos. As mulheres empreendedoras geralmente são ousadas, criativas, determinadas, tomam decisões acertadas e confiam no que fazem. Apesar de que a sociedade encara o empreendedorismo de forma positiva, ainda existe preconceito com relação à mulher e, muitas vezes, consideram que só o homem é capaz de empreender, principalmente se o ramo escolhido não for considerado adequado para as mulheres (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

A mulher empreendedora busca um negócio que lhe possibilite uma rotina flexível. Vencer os desafios de ser empreendedora é complexo, porém deve-se entender que não existem só pontos negativos na atividade, pontos positivos podem ser salientados: autossatisfação, construção do conhecimento por meio de erros e acertos, autonomia para tomar decisões e outro fator relevante é trabalhar com o que se gosta.

Jonathan (2011) declara que existem várias razões para a mulher decidir-se por ter seu próprio negócio, dentre elas, a flexibilidade de horários com o intuito de conciliar o trabalho e a família. Entretanto, as empreendedoras ainda enfrentam desafios que envolvem conflitos entre trabalho-família.

Ainda conforme a sobredita autora, ao tratar dos perfis das empreendedoras do Brasil que atuam no mercado de trabalho, acredita-se que do ponto de vista psicossocial, elas são inovadoras, criativas e possuem uma liderança muito forte para comandar seus empreendimentos vencendo obstáculos e promovendo inovações na cultura organizacional brasileira.

De acordo com Machado e Nassif (2014), mulheres empreendedoras constroem

oportunidades ou criam artefatos, fazendo uso de seus próprios recursos e da interação com outras pessoas, fazendo acordos e transformando seus recursos em novos meios e objetivos para alcançar suas metas.

Para Jonathan (2011), a participação da mulher brasileira no empreendedorismo cresceu de forma considerável e vem indicando o grande potencial econômico da classe feminina e sua valiosa contribuição para o desenvolvimento do País através de suas estratégias empreendedoras. O aumento das mulheres que estão atuando no mercado de trabalho vem crescendo a cada dia e isto mostra que a classe feminina está buscando capacitação e reconhecimento pelos esforços de anos que não foram reconhecidos pela sociedade.

As pessoas empreendedoras sejam do sexo masculino ou feminino, geralmente, apresentam características atitudinais semelhantes no que se refere ao perfil empreendedor. O Quadro 1 aponta as características de pessoas empreendedoras, conforme estudos realizados por Schmidt e Bohnenberger (2009).

Quadro 1 – Características atitudinais do empreendedor

Características atitudinais	Descrição
Assume riscos calculados	“O passaporte das empresas para o ano 2000 será a capacidade empreendedora, isto é, a capacidade de inovar, de tomar riscos inteligentemente, agir com rapidez e eficiência para se adaptar às contínuas mudanças do ambiente econômico” (KAUFMAN, 1991, p. 3).
Planejador	“Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (FILION, 2000, p. 3).
Detecta oportunidades	“(…) é a habilidade de capturar, reconhecer e fazer uso efetivo de informações abstratas, implícitas e em constante mudança” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 289).
Persistente	“(…) capacidade de trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 290).
Sociável	“Os empreendedores... fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Já não os vemos como provedores de mercadorias e autopeças nada interessantes. Em vez disso, eles são vistos como energizadores que assumem riscos necessários em uma economia em crescimento, produtiva” (LONGENECKER, MOORE, & PETTY, 1997, p. 3).

(continua)

(continuação)

Inovador	Carland, Hoy e Carland (1988) concluem que o empreendedorismo é principalmente função de quatro elementos: traços de personalidade (necessidade de realização e criatividade), propensão à inovação, risco e postura estratégica.
Líder	“Uma vez que os empreendedores reconhecem a importância do seu contato face a face com outras pessoas, eles rapidamente e vigorosamente procuram agir para isso” (MARKMAN; BARON, 2003, p. 114).

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2009).

O Quadro 1 descreve as qualidades que uma pessoa precisa ter para se tornar um bom empreendedor, o que não significa necessariamente que necessite ter todas elas. Algumas, com o tempo e experiência podem ser aperfeiçoadas ou no decorrer da vida profissional poderão ser adquiridas, o que não pode é deixar morrer o espírito empreendedor.

2.2 Principais dificuldades que as mulheres enfrentam ao entrar no mercado de trabalho

É considerável o número de mulheres que atuam no mercado de trabalho nas últimas décadas. Entretanto, na maioria dos casos, os trabalhos realizados por elas têm as mesmas características daquelas tarefas realizadas no lar. Os trabalhos destinados às mulheres geralmente estão ligados à educação ou à saúde, assim, compreende educação de crianças, cuidadora de idosos e doentes. Os trabalhos femininos no Brasil geralmente são os que englobam as atividades que têm as mesmas características das funções exercidas no âmbito doméstico, que envolvem prestação de serviços e atividade social e, juntas, alocaram 48,7% das ocupações. Mas, 14,7% das mulheres participam de atividades relacionadas ao comércio (SANCHES; GEBRIM, 2003).

Devido as grandes lutas femininas, as mulheres passaram a ocupar cargos e posições no mercado de trabalho, antes disso, elas enfrentaram grandes desafios que envolviam desde preconceito à discriminação. Inicialmente, as mulheres veem a oportunidade de empreender por necessidade, visando o aumento na renda da família e sua própria independência, ou também em casos de receber heranças, gerir os empreendimentos que elas herdaram.

“Muitos problemas foram e ainda são enfrentados por mulheres, como por

exemplo, salários menores que o dos homens pagos pelo mesmo trabalho, menores chances de capacitar-se profissionalmente, entre outros” (GOMES, 2005, p. 6 *apud* HERNANDES, 2009, p. 2).

Hernandes (2009, p. 2) relata que:

(...) as mulheres passaram a lutar por igualdade entre os sexos em busca da obtenção dos mesmos direitos masculinos. Com o passar do tempo, além da conquista pela igualdade em relação ao trabalho, as mulheres conseguiram também alguns benefícios, como, por exemplo, o divórcio, o direito a matrícula em cursos superiores, a ampliação da licença maternidade, entre outros (HERNANDES, 2009, p. 2).

Atualmente, muitas empresas optam por terem mulheres em suas equipes de colaboradores. “Essas empresas buscam um novo paradigma, baseado em flexibilidade, sensibilidade, intuição, capacidade para trabalhar em equipe e administrar a diversidade, características atribuídas às mulheres” (GOMES, 2005, p. 5 *apud* HERNANDES, 2009, p. 2).

Sanches e Gebrim (2003) declaram que a as dificuldades enfrentadas pelas mulheres são reveladas por três indicadores: dificuldade de inserção, vulnerabilidade na inserção feminina e desigualdade na remuneração.

a) Dificuldades de inserção – O desemprego se tornou um dos maiores problemas sociais na década de 1990 e é óbvia a ligação entre a capacidade de gerar novos postos de trabalho e o nível de atividade econômica. Como a economia brasileira, no período, teve desempenho medíocre, as taxas de desemprego foram crescentes para ambos os sexos. *b) A vulnerabilidade na inserção feminina* – As dificuldades que as mulheres enfrentam para se inserir no mercado de trabalho refletem-se na qualidade dos empregos por elas obtidos. O trabalho feminino encontra-se, em maior proporção, em postos de trabalho vulneráveis, representados pelo assalariamento sem carteira assinada, trabalho doméstico, autônomos que trabalham para o público e trabalhadores familiares. *c) A desigualdade na remuneração entre os sexos* – Os rendimentos da mulher no mercado de trabalho são sempre inferiores aos dos homens, mesmo quando exercem a mesma função e têm a mesma forma de inserção. Nem mesmo a maior escolaridade média feminina elimina essa diferenciação, indicando clara discriminação em relação ao seu trabalho. Os dados da PED indicam que, em média, a mulher recebe cerca de 66% do rendimento dos homens (SANCHES; GEBRIM, 2003, p. 32).

Assis (2009) ressalta que às dificuldades enfrentadas pelas mulheres somam-se ainda, ao fato de que a maioria são mães, cuidam de casa, filhos e de si mesmas. Além da dupla jornada, muitas estudam e provam que realmente conseguem se sobressair em

qualquer situação para atingir seus objetivos.

Ocorreram muitas mudanças em relação às mulheres ocuparem cargos de importância em empresas, ou até mesmo ser donas de seu próprio empreendimento, porém, estas mudanças ainda são vistas por algumas pessoas de forma não positiva, até mesmo por preconceito em relação a mulheres exercendo funções que “são denominadas somente para homens”. A sociedade em si considera a figura feminina como algo frágil.

Mesmo tendo ocorrido mudanças positivas para as mulheres, no sentido de que aos poucos elas conseguiram então finalmente ocupar posições e cargos importantes, conquista esta que demorou anos para começar a acontecer. Nos dias atuais, as mulheres estão mais evoluídas, já que estudam e trabalham fora de casa, tornando-se mais independentes. A maioria das mulheres enfrenta barreiras invisíveis que acarretam enormes dificuldades em transpor postos de maior responsabilidade, mesmo após inúmeras conquistas históricas do movimento feminista.

As mulheres são determinadas e lutam para conseguir suas conquistas, enfrentando todos os obstáculos impostos pelo preconceito e discriminação conseguiram se manter no mercado trabalhista, e nos dias atuais as mulheres estão trabalhando em diversos cargos em grandes e pequenas empresas e estão também conquistando seu espaço no mercado de trabalho.

A maioria das mulheres conseguiu sua independência profissional e pessoal e financeira, o que acarretou mudanças e atitudes nos padrões da sociedade, que era de mulheres totalmente depende dos seus maridos ou de seus pais, mesmo que num contexto geral os homens ainda continuem no topo dos cargos de diretoria de empresas e em funções gerenciais especialmente no setor privado. Elas conseguiram deixar bem claro com suas lutas e conquistas e seu empoderamento, que lugar de mulher é onde ela quiser estar, a luta continua, elas querem igualdade salarial, reconhecimento perante a sociedade, autonomia etc.

2.3 Causas que alavancaram o empreendedorismo feminino

São grandes os desafios impostos pelo mercado de trabalho principalmente quando se tem uma figura feminina lutando pela igualdade social, buscando meios para ter seu próprio trabalho. Entretanto, elas vêm conquistando cada vez mais espaço em diversas áreas e setores profissionais, inclusive no campo do empreendedorismo (TEIXEIRA;

BOMFIM, 2016).

De acordo com Teixeira e Bomfim (2016), as causas que levaram a mulher a alavancar no empreendedorismo foram as buscas por maior flexibilidade e autonomia na questão de horários e por fatores motivacionais relacionados a uma estratégia deliberada para conciliar as demandas familiares com o trabalho. Devido ao fato delas serem muito envolvidas com o trabalho, elas precisam de disponibilidade para conciliar família e trabalho da melhor forma possível, dando a atenção necessária aos dois setores.

O fato de a mulher poder-se tornar sua própria chefe, fez com que elas ficassem mais interessadas na possibilidade de empreender, para fazer seus próprios horários, levando em conta que as mulheres possuem dupla jornada de trabalho, entretanto, essa decisão exige compromisso e responsabilidade muito maiores de que quando eram apenas empregadas. Mas, apesar das obrigações e deveres, têm-se também os benefícios, fazer seus horários, ter sua própria renda, não depender exclusivamente do dinheiro de seus maridos, e o benefício ainda maior para o Brasil aumento nos ganhos com os novos empreendimentos, o empoderamento diante da sociedade, mostrar que elas são capazes de chefia e não somente ser chefiada.

Proni e Proni (2018) salientam que as mulheres enfrentam alguns obstáculos sociais e também problemas culturais que podem afetar o desenvolvimento de seu papel de líderes. Existem, ainda, pessoas que acham que as mulheres não possuem capacidades para tomar decisões e costumam compará-las aos homens, colocando-as em situação de inferioridade no que se refere ao quesito clareza e equidade na tomada de decisões.

A multiplicidade de papéis tende a ser considerada uma característica do universo feminino, levando ao reconhecimento de um talento nas mulheres para fazer e pensar várias atividades simultaneamente. No entanto, o acúmulo de tarefas – públicas e privadas – rotulado de “dupla jornada” é, frequentemente, considerado causa ou origem de conflitos e desgastes (JABLONSKI, 1996; ROCHA; COUTINHO, 2003 *apud* JONATHAN, 2005, p. 2).

De acordo com Diniz (2009), o verdadeiro empreendedor é um campeão que não desiste jamais, pois acredita em sua capacidade, e vê os fracassos como oportunidade de aprender cada vez mais. Não fica esperando a vida passar. Ele somente tem olhos para o futuro, sendo capaz de investir todo seu tempo na realização de seus sonhos.

2.4 Desigualdade salarial entre mulheres e homens, o porquê da questão

A mulher sempre foi considerada inferior ao homem. Batista e Cacciamali (2009) declaram que a desigualdade salarial entre homens e mulheres pode ser proveniente de dois fatores: a heterogeneidade dos trabalhadores, pois com respeito aos seus atributos produtivos acredita-se que o homem seja mais produtivo que a mulher, por não ter outras preocupações. Entretanto, existem mulheres que exercem as mesmas funções do homem e possuem qualificações idênticas, mas, as remunerações são de formas distintas, isso ocorre devido à discriminação e ao preconceito atribuídos à mulher, as empresas apenas olham as mulheres como despesas, principalmente as que têm filhos, o fato é que os filhos necessitam mais da mãe do que do pai, o que para uma empresa representa mais faltas no trabalho, licenças-maternidade, entre outros gastos, isso sempre pesará contra as mulheres na escolha final para ser contrato, mas vale ressaltar que esse cenário vem mudando aos poucos.

Os homens, como ocupavam um cenário de empregabilidade maior e não viam concorrentes à altura, ficaram na sua comodidade e não se especializaram e nem estudaram mais, para adquirir conhecimento, porém, as empresas estão atualizadas no mercado e nas tecnologias, e agora elas não precisam apenas de braços fortes, mas sim de conhecimento para agregar ainda mais para a empresa. As mulheres estão ocupando espaços para suprir esta necessidade das empresas, o que faz com que os homens busquem também a profissionalização para competirem no mercado frente a frente.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O estudo feito para o desenvolvimento deste artigo tem por finalidade analisar o processo de empreendedorismo feminino no mercado trabalhista, visando compreender o perfil das empreendedoras, verificar os problemas enfrentados pela classe feminina diante da discriminação e preconceitos vivenciados no percurso dessa rotina trabalhista, além da desigualdade salarial e da autonomia de tempo para se dedicar com afinco ao trabalho e ao setor familiar.

Para a elaboração do artigo utilizou-se das ferramentas de pesquisa bibliográfica, descritiva e qualitativa, pois o artigo aborda o porquê da desigualdade salarial e de gêneros. Utilizou-se de artigos, revistas e *websites* da internet que relatam trajetórias sobre a mulher

Das dificuldades ao sucesso

empreendedora e os seus perfis.

Rocha (2013, p. 2) relata:

A pesquisa qualitativa é uma metodologia de caráter exploratório. Seu foco está no caráter subjetivo do objeto analisado, em outras palavras, busca compreender o comportamento do consumidor, estudando as suas particularidades e experiências individuais, entre outros aspectos. A pesquisa qualitativa costuma ser realizada quando o objetivo do estudo é entender o porquê de determinados comportamentos (ROCHA, 2013, p. 2).

Foi feita uma análise de conteúdo e história de vida, ou seja, pesquisa sobre a trajetória de vida de cada uma delas, bem como análise do modo que cada uma recebeu o empreendedorismo em suas vidas, e depois analisou se elas têm algo em comum. Neste caso, pretendia-se compreender a história de empreendedorismo de duas mulheres, sendo uma que seguiu na administração dos bens deixados pela família e atingiu o sucesso nos negócios e, a outra que construiu seu patrimônio a partir de suas ideias empreendedoras.

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Apresentação das empreendedoras de sucesso selecionadas

Para ilustrar essa pesquisa, ou seja, como exemplo de mulheres que se estabilizaram no ramo do negócio brasileiro utilizar-se-á a história de duas empreendedoras de sucesso. A primeira mulher selecionada é Rachel Maia umas das CEO da joalheria Pandora, a segunda mulher é Luiza Trajano, a então agora dona de uma das maiores redes de eletrodomésticos do Brasil – a Magazine Luiza, as duas com perfis e trajetória distintas uma da outra.

4.1.1 Rachel Maia – CEO da Pandora

Rachel Maia, conforme Figura 1, é uma contabilista brasileira e atualmente é a CEO da Pandora no Brasil, foi criada na Cidade Dutra, Zona Sul de São Paulo, sendo a caçula de sete filhos em uma família de onze pessoas. Seu pai era um engenheiro de voo da Viação Aérea São Paulo (VASP). Ela estudou em escolas públicas e graduou-se em Ciências Contábeis pelas Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU), tendo também

RAMOS, K. S.; VALDISSER, C. R.

feito especializações na Universidade de Harvard e concluído uma pós-graduação em Finanças pela Universidade de São Paulo (USP).

Figura 1 – Rachel Maia – CEO da Pandora



Fonte: Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/rachel-maia-deixa-cargo-de-ceo-da-joalheria-pandora/amp/>. Acesso em: 26 out. 2018.

O primeiro emprego de Maia foi como contadora da Seven Eleven nos anos 1990 e, ao deixar esta empresa, estudou inglês durante dois anos no Canadá. Após este período, retornou ao Brasil e trabalhou por quatro anos como gerente financeira da farmacêutica Novartis. Em 2000, foi contratada pela joalheria Tiffany & Co., permanecendo oito anos na empresa e chefiando sua filial brasileira. Em 2010, Maia foi contratada pela joalheria Pandora, passando a ser a CEO de sua filial no Brasil.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística de 2016, apenas três mulheres comandavam uma das 200 maiores companhias do país e, em 2017, nenhuma liderava uma das sessenta empresas do Índice Bovespa. Em 2017, Maia foi nomeada pelo Presidente da República, Michel Temer, para o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social (CARNEIRO, 2018).

Uma mulher negra que conseguiu sucesso no empreendimento e chegou a ocupar o cargo mais elevado dentro de uma empresa (CEO), sendo responsável pelo gerenciamento e organização financeira, ou seja, cargo de presidente, depois de nove anos à frente da direção da Pandora, Rachel Maia foi desligada das suas funções com a empresa, sua saída teve a motivação que o cargo no qual ela trabalhava entrou em extinção na empresa Pandora.

Atualmente, Rachel Maia exerce a função de CEO na Lacoste, trabalhando naquilo que ela realmente gosta e que sabe fazer bem.

4.1.2 Luiza Trajano – CEO da Magazine Luiza

Segundo Bittencourt (2018), essa é uma história sobre empreendedorismo feminina muito conhecida em todo Brasil, conforme Figura 2, Luiza Helena Trajano é uma das grandes responsáveis pelo desenvolvimento de umas das maiores redes de varejo do país, o Magazine Luiza.

Figura 2 – Luiza Helena Trajano – CEO da Magazine Luiza



Fonte: Disponível em: <http://www.guiaempreendedor.com>. Acesso em: 23 out. 2018.

A grande rede iniciou-se pelos tios de Luiza como uma pequena loja localizada no interior de São Paulo. Mas com Luiza Helena assumindo a liderança da empresa na década de 1990, o negócio de família transformou-se e se expandiu por quase todo o País.

De uma jovem que trabalhou no negócio da família para presidente de uma rede com mais de 700 lojas espalhadas por 16 estados brasileiros, Luiza demonstrou sua capacidade para tornar-se dona de uma grande empresa. Luiza Helena Trajano foi a responsável por transformar uma rede de lojas no interior de São Paulo em um império do varejo nacional conhecido como Magazine Luiza. Sua loja passou a ser uma das mais procuradas para comprar de diversos tipos de produtos, mesmo diante da grande concorrência varejista. Nas últimas duas décadas, Luiza tem dado palestras ao redor do país e servido de referência nos quesitos empreendedorismo, liderança e trabalho na evolução de um negócio (BITTENCOURT, 2018).

4.2 Análise e Discussão dos Resultados

Mediante a pesquisa bibliográfica realizada, sobre os dois perfis de diferentes

RAMOS, K. S.; VALDISSER, C. R.

empreendedoras, foram observados que cada empreendedora teve seus contratempos para concretizar seus objetivos.

Algumas pessoas têm padrinhos, ou seja, pessoas que lhes ajudam e auxiliam nas tomadas de decisões, já outras não têm, este é o caso da trajetória de vida de Rachel Maia, a qual inspira várias jovens de baixa renda, que sabem o que é passar dificuldades dia e noite e contar com a sorte para conseguir um futuro digno. Ela conseguiu mostrar com sua história que a persistência e vontade de mudar faz as situações acontecerem na vida das pessoas.

Já a história de Luiza Trajano é diferente, pois ela foi orientada por um caminho já traçado, pelo fato da sua empresa ser familiar, para ela a responsabilidade era bem maior, pois ela recebeu o patrimônio de sua família para comandar e caso algo desse errado não seria apenas seu patrimônio envolvido, mais sim o da sua família inteira, e ela conseguiu ter discernimento para gerir o negócio da família sem deixá-lo ir à falência.

Ambas as histórias refletem casos de mulheres sonhadoras que fizeram de seus sonhos sua realidade de vida.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo tornou-se nos últimos anos um grande marco da evolução econômica das micro e pequenas empresas, ele influenciou muito as pessoas que querem ser donas dos seus próprios negócios (visionárias) e pessoas que acreditam em seus sonhos, porque empreender é isso, refere-se a pessoas que começam tudo por um sonho, sonho este que muitas vezes é adiado pelo fato da incerteza do mercado econômico. No entanto, em muitos casos, o que dá coragem para essas pessoas abrirem suas empresas são o grande aumento do desemprego.

Esta pesquisa teve como finalidade analisar e demonstrar a história e o ramo de atuação de duas empreendedoras que empreendem no Brasil, dando ênfase ao grande surgimento de mulheres no ramo dos negócios nos últimos anos. Destacou-se também quais foram os fatores cruciais para a entrada de mulheres no ramo do empreendedorismo. A realização desta pesquisa permite inferir que o empreendedorismo feminino está recebendo mais atenção no mercado empreendedor, e os empreendimentos que surgem estão deixando de ser caracterizados como àqueles que logo fecham as portas, mas, o mais importante é que eles têm trazido a mulher para ocupar e conquistar seu espaço na

sociedade.

Conforme mencionado anteriormente, os objetivos específicos desse artigo eram: identificar quais os principais obstáculos que refletem nas mulheres ao entrar no mercado empreendedor na qual a ocupação maior é de homens; compreender as causas que impulsionou o empreendedorismo feminino; investigar o porquê da desigualdade na questão salarial entre homens e mulheres e analisar os perfis de mulheres empreendedoras no Brasil. No decorrer do artigo estes objetivos foram analisados, principalmente a partir do embasamento em pesquisas de autores que discutem esta temática sobre mulheres empreendedoras e pôde-se observar no decorrer da pesquisa que as mulheres estão assumindo um mercado, o qual antes era dominado praticamente apenas por homens.

Este artigo possibilitou demonstrar duas trajetórias de vida que inspiram muitas mulheres, Rachel Maia e Luiza Trajano, ambas com histórias de vida diferentes uma da outra, porém, seus objetivos finais eram os mesmos, crescer na vida profissional. Ao analisar esses perfis observa-se que não há uma fórmula secreta para se tornar um empreendedor de sucesso.

Como sugestões de realização de outras pesquisas futuras, infere-se que seja importante abordar mais detalhadamente um problema que ainda não se descobriu as causas exatas, que é a desigualdade salarial. Tais pesquisas devem focar mais neste assunto para demonstrar quais são os argumentos utilizados para justificar essa desigualdade salarial, levando em conta que as mulheres exercem as mesmas funções que os homens e, mesmo assim, ganham menos.

REFERÊNCIAS:

ASSIS, R. H. **A Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho**. 2009. Disponível em: http://www.convibra.org/2009/artigos/140_0.pdf. Acesso em: 04 dez. 2018.

BATISTA, N. N. F.; CACCIAMALI, M. C. **Diferencial de salários entre homens e mulheres segundo a condição de migração**. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-30982009000100008&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 06 nov. 2018.

BITTENCOURT, Thais. **8 mulheres empreendedoras de sucesso para te inspirar**. 2018. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/mulheres-empendedoras/>. Acesso em: 03 nov. 2018.

BRITTO, F.; WEVER, L. **Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003. p. 17-24.

RAMOS, K. S.; VALDISSER, C. R.

CARNEIRO, Sueli. **Vozes Urbanas aborda equidade de gênero e raça e empoderamento econômico**. 2018. Disponível em: <https://fundacaotidesetubal.org.br/noticias/noticia/3853/vozes-urbanas-aborda-equidade-de-genero-e-raca-e-empoderamento-economico>. Acesso em: 03 nov. 2018.

DINIZ, M. P. **Empreendedorismo, uma nova visão**: enfoque no perfil empreendedor. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/empreendedorismo-uma-nova-visao-enfoque-no-perfil-empreendedor/35960/>. Acesso em: 06 nov. 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

HERNANDES, R. A. **A inserção da mulher no mercado de trabalho**. 2009. Disponível em: http://www.convibra.org/2009/artigos/140_0.pdf. Acesso em: 02 nov. 2018.

JONATHAN, E. G. **Mulheres empreendedoras**: medos, conquistas e qualidade de vida. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04>. Acesso em: 06 nov. 2018.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder **Psicologia Clínica**: Rio de Janeiro, v. 1, n. 23, p. 4-25, 28 out. 2011. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652011000100005. Acesso em: 03 out. 2018.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. São Paulo: Saraiva, 2010.

MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. J. Réplica - Empreendedores: Reflexões sobre Concepções Históricas e Contemporâneas. **Revista de Administração Contemporânea**, [s.l.], v. 18, n. 6, p. 892-899, dez. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac201412441>. Acesso em: 03 out. 2018.

PERIARD, G. **Criatividade**: a mola mestre que conduz ao sucesso. Disponível em: <http://www.sobreadministracao.com/criatividade-a-mola-mestra-que-conduz-ao-sucesso/>. Acesso em: 06 nov. 2018.

PRONI, Thaíssa da Rocha Weishaupt; PRONI, Marcelo Weishaupt. Discriminação de gênero em grandes empresas no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, n. 1, p. 1-21, maio/ago. 2018. Quadrimestral. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v26n1/1806-9584-ref-26-01-e41780.pdf>. Acesso em: 03 nov. 2018.

ROCHA, H. **O que é Pesquisa Qualitativa, tipos, vantagens, como fazer e exemplos**. 2013. Disponível em: <https://klickpages.com.br/blog/o-que-e-pesquisa-qualitativa/>. Acesso em: 03 nov. 2019. GETEC, v.8, n.20, p.23-40/2019

Das dificuldades ao sucesso

em: 03 dez. 2018.

SAY, J. P. **Tratado de economia política**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.

SANCHES, S.; GEBRIM, V. L. M. O trabalho da mulher e as negociações coletivas. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 17, n. 49, p. 99 -116, set./dez. 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142003000300007&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 04 nov. 2018.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional uma história de resistência. **RAC**. Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2 fev. 2009. ANPAD. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07>. Acesso em: 03 out. 2018.

SOUZA, L. B.; GALHARDO, H. M.; MANOLESCU, F. M. K. **Empreendedorismo e o perfil do empreendedor no mundo globalizado**. 2007. 2441 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Univap, Faculdade Ciências Sociais Aplicadas, Univap, São José dos Campos. Disponível em: http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2007/trabalhos/sociais/inic/INICG00177_01O.pdf. Acesso em: 03 nov. 2018.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo: RBTur**, São Paulo, v. 1, n. 10, p. 44-64, jan./abr. 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbtur/v10n1/1982-6125-rbtur-10-1-44.pdf>. Acesso em: 04 out. 2018.

VEJA. **Rachel Maia deixa cargo de CEO da joalheria Pandora após nove anos**. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/rachel-maia-deixa-cargo-de-ceo-da-joalheria-pandora/amp/>. Acesso em: 26 out. 2018.