

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL: MOTIVAÇÕES, TENDÊNCIAS E DESAFIOS PARA O ALCANCE DE CONDIÇÕES PLENAMENTE IGUALITÁRIAS

INGRID NUNES DE ARAUJO PINO BOTTI
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

CLAUDE COHEN
UFF - UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

Resumo

As grandes transformações culturais e demográficas ocorridas ao longo do século XX foram fundamentais para a inserção crescente das mulheres no mercado de trabalho, ampliação de direitos civis e ressignificação do papel feminino na sociedade (GOLDIN, 2004). Nesse contexto, ao adotar uma atividade remunerada fora do lar, a mulher desassocia-se da arcaica construção cultural que a confina a um posto exclusivo do ambiente doméstico. A atividade remunerada também confere às mulheres uma condição de maior poder no arranjo familiar, em função da independência financeira conquistada e o ato de contribuir para o orçamento doméstico (MELO e THOMÉ, 2018). Quando se trata de empreendedorismo, as mulheres desempenham um importante papel, sobretudo no que se refere ao crescimento econômico e social nos seus países e comunidades locais. Sejam motivadas pela identificação de oportunidades de negócio ou pela necessidade em função de barreiras econômicas e sociais, empreendedoras estão desenvolvendo negócios de alta performance e alto impacto que impulsionam a geração de renda, de emprego e a promoção do bem-estar social. Em 2021, em média 10,4% das mulheres e 13,6% dos homens estavam envolvidos em negócios em estágio inicial no mundo (GEM, 2022). Entretanto, as mulheres enfrentam desigualdades no ambiente familiar carregando um fardo mais pesado de responsabilidades domésticas que acentuam estereótipos de gênero e podem ser nocivos para a atividade empreendedora. O empreendedorismo surge como uma importante alternativa de inserção para mulheres em condições de vulnerabilidade que enfrentam a escassez de oportunidades no mercado de trabalho formal. Assim, o empreendedorismo feminino constitui uma ferramenta para a independência financeira de mulheres que necessitam conciliar de forma mais flexível as responsabilidades familiares com a atividade remunerada. Nesse sentido, busca-se neste estudo analisar o perfil do empreendedorismo feminino no Brasil, as motivações, tendências e os desafios na atividade empreendedora. Ademais, pretende-se verificar se as desigualdades existentes no mercado de trabalho e na atividade empreendedora configuram um entrave para o alcance de condições plenamente igualitárias. Metodologia Com o intuito de atender aos objetivos propostos pela pesquisa, a abordagem metodológica adotará uma natureza descritiva e exploratória. Essa escolha se fundamenta na intenção de detalhar o fenômeno do empreendedorismo feminino e o perfil das mulheres envolvidas nessa atividade, permitindo, dessa maneira, formular uma análise crítica dos principais desafios e disparidades de oportunidades vivenciadas por este grupo. Quanto aos dados coletados, será dada ênfase ao relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) - que explora o nível e características da atividade empreendedora em vários países -, a PNAD-Contínua (IBGE, 2023) e pesquisas complementares do Data Sebrae (GRECO, 2022; GRECO, 2023; SEBRAE, 2023; SEBRAE-SP, 2014), que se apoia nos microdados da PNAD-Contínua (IBGE, 2023). Análise e Discussão Dos Resultados A pesquisa mostrou que o empreendedorismo feminino é marcado pela prevalência de empresas de menor porte, lucratividade reduzida e crescimento mais lento em comparação aos negócios gerenciados por homens. Entretanto, esse fator não deve ser relacionado a inferiores aptidões naturais femininas na

identificação e capitalização de oportunidades no âmbito dos negócios. Na verdade, a sub-representação feminina pode ser relacionada à histórica e prevalente concentração de mulheres em setores da economia marcados por maior grau de saturação e menor rentabilidade, como o de serviços e varejo. Por sua vez, esta predominância pode contribuir negativamente na taxa de sucesso na obtenção de crédito necessário para promover o crescimento empresarial, uma vez que esses setores tendem a ser mais propensos a riscos para os fornecedores de crédito (GEM, 2022). Adicionalmente, no contexto feminino, a decisão de empreender tende a surgir a partir da necessidade de conciliar a família e o trabalho e persistentes estereótipos de gênero que definem o que configura “trabalho de homem” e “trabalho de mulher” (MELO e THOMÉ, 2018). De acordo com o FMI (2023), as taxas de participação feminina no mercado de trabalho brasileiro trilhavam uma trajetória ascendente no Brasil antes da pandemia. Entretanto, essa participação desacelerou nos períodos pós-pandemia, principalmente entre as mulheres com filhos pequenos. As atividades do lar são citadas como um dos principais fatores que explicam a desaceleração da participação feminina no mercado de trabalho no Brasil. No Brasil, apesar da crescente taxa de participação no mercado de trabalho e níveis de escolaridade feminina, permanecem estruturas desiguais que destinam às mulheres maior responsabilidade pelos trabalhos de reprodução da vida. Em função da divisão sexual do trabalho, o tempo despendido pelas mulheres atuando nas tarefas no âmbito de reprodução da vida poderia ser destinado aos estudos e trabalho, de modo a elevar os rendimentos familiares ou ampliar sua autonomia econômica. (MELO e THOMÉ, 2018). Considerações Finais Nesse sentido, após a pandemia, nota-se que as atividades do lar constituíram o principal motivo responsável pelo declínio da participação feminina no mercado de trabalho, principalmente entre as mães de crianças pequenas. Como consequência, as mulheres tendem a enfrentar um crítico trade-off: as horas despendidas para dedicar-se ao trabalho reprodutivo desigualmente dividido significam a renúncia de horas que poderiam ser dedicadas aos estudos ou experiências profissionais que poderiam contribuir no incremento dos rendimentos familiares ou sua autonomia econômica. Especialmente para as mães de baixa renda que não possuem acesso a creches ou escolas em tempo integral, o empreendedorismo surge como uma alternativa de conciliar o trabalho remunerado com o trabalho reprodutivo. Em virtude desta carga adicional, a ampliação da oferta de creches é uma iniciativa fundamental para a participação das mulheres em postos de trabalho assalariados e no empreendedorismo. Apesar deste fator depender de graduais ressignificações do papel de gênero, a maior participação masculina nas atividades do lar é outro passo fundamental em direção à distribuição igualitária do trabalho reprodutivo entre homens e mulheres. Assim, a promoção de uma sociedade pautada na igualdade de gênero mostra-se como um fator fundamental no fomento da participação feminina no mercado de trabalho formal e no empreendedorismo.

Palavras Chave

EMPREENDEDORISMO FEMININO, IGUALDADE DE GÊNERO, MERCADO DE TRABALHO

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL: MOTIVAÇÕES, TENDÊNCIAS E DESAFIOS PARA O ALCANCE DE CONDIÇÕES PLENAMENTE IGUALITÁRIAS

1 INTRODUÇÃO

As grandes transformações culturais e demográficas ocorridas ao longo do século XX foram fundamentais para a inserção crescente das mulheres no mercado de trabalho, ampliação de direitos civis e ressignificação do papel feminino na sociedade (GOLDIN, 2004). Nesse contexto, ao adotar uma atividade remunerada fora do lar, a mulher desassocia-se da arcaica construção cultural que a confina a um posto exclusivo do ambiente doméstico. A atividade remunerada também confere às mulheres uma condição de maior poder no arranjo familiar, em função da independência financeira conquistada e o ato de contribuir para o orçamento doméstico (MELO e THOMÉ, 2018).

Quando se trata de empreendedorismo, as mulheres desempenham um importante papel, sobretudo no que se refere ao crescimento econômico e social nos seus países e comunidades locais. Sejam motivadas pela identificação de oportunidades de negócio ou pela necessidade em função de barreiras econômicas e sociais, empreendedoras estão desenvolvendo negócios de alta performance e alto impacto que impulsionam a geração de renda, de emprego e a promoção do bem-estar social. Em 2021, em média 10,4% das mulheres e 13,6% dos homens estavam envolvidos em negócios em estágio inicial no mundo (GEM, 2022).

Entretanto, as mulheres enfrentam desigualdades no ambiente familiar carregando um fardo mais pesado de responsabilidades domésticas que acentuam estereótipos de gênero e podem ser nocivos para a atividade empreendedora. O empreendedorismo surge como uma importante alternativa de inserção para mulheres em condições de vulnerabilidade que enfrentam a escassez de oportunidades no mercado de trabalho formal. Assim, o empreendedorismo feminino constitui uma ferramenta para a independência financeira de mulheres que necessitam conciliar de forma mais flexível as responsabilidades familiares com a atividade remunerada.

Nesse sentido, busca-se neste estudo analisar o perfil do empreendedorismo feminino no Brasil, as motivações, tendências e os desafios na atividade empreendedora. Ademais, pretende-se verificar se as desigualdades existentes no mercado de trabalho e na atividade empreendedora configuram um entrave para o alcance de condições plenamente igualitárias.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os estudos com foco no empreendedorismo feminino se tornaram mais frequentes nos anos 90 e, de forma geral, se concentram nos estudos de empresas de pequeno e médio porte. Abordando um viés comportamental, nessa década, uma considerável fração de pesquisadores do ramo possuía como objetivo a definição de padrões característicos às mulheres empreendedoras e como estruturas sociais as diferenciam em relação aos homens. Dessa maneira, assim como as mulheres que optam por carreiras no mercado de trabalho formal, também se acreditava que as empreendedoras vivenciassem a sobrecarga de equilibrar responsabilidades da vida familiar e de suas organizações em maior nível que os empreendedores do sexo masculino (GOUVÊA e SILVEIRA, 2008).

À medida que o empreendedorismo feminino adota progressivamente maior protagonismo nos campos de pesquisa, gradativamente é possível compreender de maneira mais profunda as características e impacto social e econômico dos negócios criados e liderados por mulheres (GEM, 2022). No que se refere às diferenças entre homens e mulheres no campo do empreendedorismo, estudos indicam que negócios fundados por mulheres tendem a ser

menores e crescer menos do que negócios gerenciados por homens (DUREITZ e HENREKSON, 2000).

Os negócios liderados por mulheres também tendem a ser menos rentáveis (ROBB e WOLKEN, 2002), além de possuírem um volume de vendas inferior, mesmo quando atuantes no mesmo segmento (CHAGANTI e PARASURAMAN, 1996).

Carranza, Dhakal e Love (2018) encontraram evidências que apontam que as mulheres administram negócios de menor porte por duas razões principais: capital inicial mais baixo (devido às menores dotações de ativos disponíveis) e menor acesso ao crédito para expandir seus empreendimentos. Desse modo, pode existir uma relação circular entre o tamanho reduzido dos empreendimentos e acesso a crédito, uma vez que a maior dificuldade de acesso a crédito configura uma barreira para o crescimento dos negócios.

Segundo os estudos de Minniti e Naudé (2010), a decisão de empreender e o sucesso subsequente do negócio podem ser influenciados pelo nível de educação e experiência prévia dos indivíduos, sendo um fator importante para entender a sub-representação feminina em alguns estratos do ambiente de negócios. Nesse contexto, é observado que mulheres em diferentes países e estratos sociais frequentemente possuem maior nível de responsabilidades associadas à gestão familiar e à maternidade em comparação aos homens. Este cenário, por sua vez, acarreta um fenômeno prejudicial na ampliação do nível de educação e acumulação de anos de experiência das mulheres, podendo influenciar negativamente a decisão de empreender e êxito dos negócios gerenciados por mulheres.

Em adição, é observado que as mulheres tendem a auferir rendimentos inferiores aos homens na atividade empresarial. Em geral, o crescimento mais lento de empresas lideradas por mulheres em países em desenvolvimento pode ser explicado pela maior propensão a ingressar no mercado informal. Esta diferença é um fator que explica o aumento dos estudos a respeito das motivações femininas para empreender, dado que existe um consenso entre os pesquisadores de que, frequentemente, os fatores que levam a mulher a empreender são distintos daqueles que influenciam os homens (MINNITI e NAUDÉ, 2010).

Ao estudar o mercado informal na América Latina e suas diferenças de gênero, a pesquisa de Maloney (2004) sugere que na Argentina, México, Costa Rica e Brasil, mulheres com filhos pequenos são mais propensas a empreender do que assumir postos de trabalho remunerados formais. No contexto brasileiro, 31,4% das mulheres empreendedoras declararam não ter interesse em buscar um emprego no mercado formal devido às responsabilidades do lar. Por outro lado, somente 0,2% dos homens apresentou uma justificativa semelhante. Dessa maneira, atuar de forma autônoma representa uma vantagem para mulheres de baixa renda conciliarem a necessidade de trabalhar com as tarefas do lar.

3 METODOLOGIA

Com o intuito de atender aos objetivos propostos pela pesquisa, a abordagem metodológica adotará uma natureza descritiva e exploratória. Essa escolha se fundamenta na intenção de detalhar o fenômeno do empreendedorismo feminino e o perfil das mulheres envolvidas nessa atividade, permitindo, dessa maneira, formular uma análise crítica dos principais desafios e disparidades de oportunidades vivenciadas por este grupo.

Para fundamentar a narrativa, será conduzida uma revisão documental e bibliográfica, utilizando materiais publicados por autores que abordam o tema, destacando materiais descritivos pertinentes. Quanto aos dados coletados, será dada ênfase ao relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) - que explora o nível e características da atividade empreendedora em vários países -, a PNAD-Contínua (IBGE, 2023) e pesquisas complementares do Data Sebrae (GRECO, 2022; GRECO, 2023; SEBRAE, 2023; SEBRAE-SP, 2014), que se apoia nos microdados da PNAD-Contínua (IBGE, 2023).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pesquisa mostrou que o empreendedorismo feminino é marcado pela prevalência de empresas de menor porte, lucratividade reduzida e crescimento mais lento em comparação aos negócios gerenciados por homens. Entretanto, esse fator não deve ser relacionado a inferiores aptidões naturais femininas na identificação e capitalização de oportunidades no âmbito dos negócios. Na verdade, a sub-representação feminina pode ser relacionada à histórica e prevalente concentração de mulheres em setores da economia marcados por maior grau de saturação e menor rentabilidade, como o de serviços e varejo. Por sua vez, esta predominância pode contribuir negativamente na taxa de sucesso na obtenção de crédito necessário para promover o crescimento empresarial, uma vez que esses setores tendem a ser mais propensos a riscos para os fornecedores de crédito (GEM, 2022).

Adicionalmente, no contexto feminino, a decisão de empreender tende a surgir a partir da necessidade de conciliar a família e o trabalho e persistentes estereótipos de gênero que definem o que configura “trabalho de homem” e “trabalho de mulher” (MELO e THOMÉ, 2018). De acordo com o FMI (2023), as taxas de participação feminina no mercado de trabalho brasileiro trilhavam uma trajetória ascendente no Brasil antes da pandemia. Entretanto, essa participação desacelerou nos períodos pós-pandemia, principalmente entre as mulheres com filhos pequenos. As atividades do lar são citadas como um dos principais fatores que explicam a desaceleração da participação feminina no mercado de trabalho no Brasil. No Brasil, apesar da crescente taxa de participação no mercado de trabalho e níveis de escolaridade feminina, permanecem estruturas desiguais que destinam às mulheres maior responsabilidade pelos trabalhos de reprodução da vida. Em função da divisão sexual do trabalho, o tempo despendido pelas mulheres atuando nas tarefas no âmbito de reprodução da vida poderia ser destinado aos estudos e trabalho, de modo a elevar os rendimentos familiares ou ampliar sua autonomia econômica. (MELO e THOMÉ, 2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse sentido, após a pandemia, nota-se que as atividades do lar constituíram o principal motivo responsável pelo declínio da participação feminina no mercado de trabalho, principalmente entre as mães de crianças pequenas. Como consequência, as mulheres tendem a enfrentar um crítico trade-off: as horas despendidas para dedicar-se ao trabalho reprodutivo desigualmente dividido significam a renúncia de horas que poderiam ser dedicadas aos estudos ou experiências profissionais que poderiam contribuir no incremento dos rendimentos familiares ou sua autonomia econômica.

Especialmente para as mães de baixa renda que não possuem acesso a creches ou escolas em tempo integral, o empreendedorismo surge como uma alternativa de conciliar o trabalho remunerado com o trabalho reprodutivo. Em virtude desta carga adicional, a ampliação da oferta de creches é uma iniciativa fundamental para a participação das mulheres em postos de trabalho assalariados e no empreendedorismo. Apesar deste fator depender de graduais ressignificações do papel de gênero, a maior participação masculina nas atividades do lar é outro passo fundamental em direção à distribuição igualitária do trabalho reprodutivo entre homens e mulheres. Assim, a promoção de uma sociedade pautada na igualdade de gênero mostra-se como um fator fundamental no fomento da participação feminina no mercado de trabalho formal e no empreendedorismo.

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo Feminino, Igualdade de Gênero, Mercado de Trabalho

REFERÊNCIAS

CARRANZA, E., Dhakal, C. & Love, I., 2018. **Female Entrepreneurs: How and Why Are They Different?** World Bank, Washington, DC. United States of America. Disponível em: <https://policycommons.net/artifacts/1275455/female-entrepreneurs/1862506/> Acesso em: 23 nov. 2023

CHAGANTI, R.; Parasuraman, S. A study of the impact of gender on business performance and management patterns in small businesses. **Entrepreneurship Theory and Practice** 21(2): 73–85, 1996.

DU REITZ, A.; HENREKSON, M. Testing the female underperformance hypothesis. **Small Business Economics**, v. 14, p. 1-10, 2000

FMI – FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL, **Brazil: 2023 Article IV Consultation-Press Release; Staff Report; Staff Supplement; and Statement by the Executive Director for Brazil**, 2023. Disponível em: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2023/07/31/Brazil-2023-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-Staff-Supplement-and-537328>>. Acesso em 19 set. 2024.

FREITAS, A. de, Mais de 70% das mães empreendedoras iniciaram o próprio negócio após terem filhos. **Agência Sebrae de Notícias**, 09 mai. 2023. Dados. Disponível em: <https://mg.agenciasebrae.com.br/dados/mais-de-70-das-maes-empreendedoras-iniciaram-o-proprio-negocio-apos-terem-filhos/>. Acesso em 04 dez. 2023.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **GEM 2021/22 Women’s Entrepreneurship Report**. Disponível em: <https://gemconsortium.org/file/open?fileId=51084>. Acesso em: 19 set. 2024.

GOLDIN, C. The quiet revolution that transformed women’s employment, education, and family. **American Economic Review**, v. 96, n. 2, p. 1-21, 2006.

GRECO, S. M. S. **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil 2021, Recorte Temático: Sexo**. Curitiba: IBQP, 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/11/Recorte-Tematico-Sexo-GEM-Brasil-2021.pdf>. Acesso em: 09 out. 2023.

GRECO, S. M. S. **Relatório Executivo do Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2022**. ANEGEPE, SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023-Relatorio-Executivo-v7-REVISTO-mai-23.pdf> Acesso em: 09 out. 2023.

GRECO, S. M. S. **Empreendedorismo no Brasil 2022, Recorte Temático: Sexo**. ANEGEPE, SEBRAE, 2023. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-2022-Recorte-Tematico-Sexo_FINAL.pdf Acesso em: 20 nov. 2023.

GRECO, S. M. S. **Empreendedorismo no Brasil 2022, Recorte Temático: Cor/Raça: 2022**. ANEGEPE, SEBRAE, 2023. Disponível em:

https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/11/GEM-2022-Recorte-Tematico-Cor-Raca_FINAL.pdf Acesso em: 20 nov. 2023.

GOUVÊA, A. B. C. T.; SILVEIRA, A. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES**, Belo Horizonte, v. 7, n. 3, p. 124-138, 2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Divulgação Especial Medidas de Subutilização da Força de Trabalho no Brasil**. 2023. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html> Acesso em 12 nov. 2023.

MALONEY, W. F. Informality Revisited. **World Development**, v. 32, n. 7, p. 1159–1178, 2004.

MARCOS, E. P. **CAUSA MORTIS: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida**. SEBRAE. *Unidade de Inteligência de Mercado*, São Paulo, jul. 2014. Disponível em:

https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf. Acesso em: 04 dez. 2023.

MELO, H. P.; THOMÉ, D. **Mulheres e poder: histórias, ideias e indicadores**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

MINNITI, M.; NAUDÉ, W. What Do We Know About the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries? **The European Journal of Development Research**, v. 22, n. 3, p. 277–293, 2010.

ROBB, A.; WOLKEN, J. Firm, Owner, and Financing Characteristics: Differences between Female- and Male-owned Small Businesses. **FRBG Working paper**, 2002.

SEBRAE. A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil. **Planejamento – Gestão estratégica de empresas**, Rio de Janeiro, 29 mar. 2023. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 04 dez. 2023.