

**PRODUTO 2 - ESTUDO EMPREENDEDORISMO FEMININO  
E MEDIDAS DE DESENVOLVIMENTO**



*Figura: internet*

**Consultora: CAMILA RIBEIRO GONÇALVES**

**Contrato: CTR 183/2023**

**São Paulo/ SP**

**Maior / 2024**

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

**Sumário**

1.	CONTEXTUALIZAÇÃO .....	4
2.	ESPECIFICAÇÃO DA DEMANDA .....	5
3.	ESTRUTURA VALIDADA PARA REALIZAÇÃO DO ESTUDO .....	6
4.	INTRODUÇÃO AO ESTUDO.....	8
5.	DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO.....	11
5.1	EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	11
5.1.1	Considerações Gerais .....	12
5.1.2	O que é empreendedorismo feminino.....	14
5.1.3	Como surgiu .....	16
5.1.4	Desafios.....	24
5.1.5	Aspectos culturais e vieses inconscientes .....	35
5.1.6	Características técnicas x comportamentais consideradas no processo decisório de constituição de diretorias .....	42
5.1.6.1	Benefícios da Formação de Grupos de Mulheres Empresárias .....	51
5.1.6.2	Transformações Provocadas por Grupos de Mulheres Empresárias .....	52
5.1.7	Representatividade econômica dos negócios liderados por mulheres empreendedoras - Impactos sociais e econômicos .....	55
5.2	MEDIDAS DE DESENVOLVIMENTO .....	59
5.2.1	O que são indicadores econômicos .....	60
5.2.2	Para que servem os indicadores econômicos.....	62
5.2.3	Indicadores socioeconômicos .....	65
5.2.3.1	O que são indicadores socioeconômicos .....	65
5.2.3.2	Quais são e o que mede cada um dos indicadores socioeconômicos .....	66
5.2.3.3	Medidas de desenvolvimento e o empreendedorismo feminino.....	71
a)	Para a Sociedade: .....	73
b)	Para a Economia: .....	73
c)	Para as Empresas .....	74
6.	EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO MEDIDA PARA O CRESCIMENTO/DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO .....	75
7.	CONSIDERAÇÕES GERAIS.....	100
7.1	Curadoria/ apresentação de dados dos principais estudos que impactam toda a rede brasileira de mulheres empreendedoras (estudos nacionais e internacionais) .....	100

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

7.2	Análise dos resultados da Pesquisa Nacional de Perfil da Mulher Empreendedora	103
7.2.1	Considerações relevantes em relação à Pesquisa “Perfil da Mulher Empreendedora” .....	105
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
9.	REFERÊNCIAS .....	114

## **1. CONTEXTUALIZAÇÃO**

A Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil – CACB é uma entidade, sem fins lucrativos, que congrega 27 (vinte e sete) federações e mais de 2.000 (duas mil) Associações Comerciais e Empresariais - ACEs.

O Conselho Nacional da Mulher Empreendedora e da Cultura – CMEC NACIONAL, é o órgão da Confederação das Associações Empresariais do Brasil [CACB] representativo dos Conselhos de Mulheres Empresárias das Federações Empresariais confederadas à CACB.

O Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora desenvolvido pela CACB/ CMEC, em parceria com o SEBRAE Nacional, tem previsão de execução de 30 meses e como objetivo “Fortalecer negócios e iniciativas de mulheres empreendedoras no Brasil, contribuindo para o aumento da representatividade do tema, melhoria do ambiente organizacional, mobilização do ecossistema de apoio, estímulo à geração de negócios e diversidade empresarial”.

As ações previstas neste projeto estão organizadas em 04 (quatro) pacotes de trabalho (*Work Packages*).

- PACOTE 1 (WP1): Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil (às mulheres de negócio).
- PACOTE 2 (WP2): Articulação de governança do sistema CACB e sensibilização quanto ao tema.
- PACOTE 3 (WP3): Estruturação e fortalecimento da atuação institucional e empresarial em redes.
- PACOTE 4 (WP4): Fomento, criação e desenvolvimento de CMECs nos municípios.

O Pacote 1 prevê o “(re) conhecimento do terreno”, com a realização do levantamento de dados em pesquisas e estudos, que sistematizam e aprofundam o conhecimento acerca dos fatores de impacto direto ao exercício do empreendedorismo por mulheres, limitando a velocidade de sua evolução empresarial. Além disso, visa mapear determinantes que contribuam para a baixa ocupação de cargos diretivos.

Neste contexto são ações previstas:

- **A Pesquisa “Perfil Nacional da Mulher Empreendedora”**: Desenvolvimento e aplicação de pesquisa que visa traçar o perfil de empresas (dirigidas por mulheres) e empreendedoras brasileiras. O objetivo é conhecer características e desafios das donas dos pequenos negócios e da participação e ascensão destas em cargos de comando em instituições de classe.
- **O Estudo “O Empreendedorismo feminino e medidas de desenvolvimento”**: Construção de percepção clara sobre as reais determinantes que geram a baixa representatividade de mulheres em cargos de comando, além da indicação de ações factíveis na promoção de transformações.

## 2. ESPECIFICAÇÃO DA DEMANDA

O Termo de Referência 007.2/23 trata da Contratação de empresa de “Consultoria para realização de Estudo e Apresentação de resultados”.

Para realização desta demanda:

a) são produtos previstos:

<b>PRODUTO 1</b>	Estruturação da estrutura e esboço do Estudo: O Empreendedorismo feminino e medidas de desenvolvimento e apresentação à gestão para validação
<b>PRODUTO 2</b>	Consolidação e finalização do Estudo: O Empreendedorismo feminino e medidas de desenvolvimento
<b>PRODUTO 3</b>	Realização de 01 evento ( <i>online</i> ) de apresentação dos resultados do estudo

b) são atividades previstas:

- Realizar reuniões técnicas de alinhamento;
- Propor estrutura do estudo “O Empreendedorismo feminino e medidas de desenvolvimento”;
- Desenvolver o estudo conforme estrutura validada;
- Realizar evento (*online*) para divulgação dos resultados do estudo para coordenação do projeto e atores envolvidos.

Este documento trata do Produto 1 elaboração de proposta de “Estrutura e esboço do Estudo: O Empreendedorismo feminino e medidas de desenvolvimento” e apresentação à gestão para validação.

Este estudo tem como objetivo “Construção de percepção clara sobre as reais determinantes que geram a baixa representatividade de mulheres em cargos de comando, além da indicação de ações factíveis na promoção de transformações.”

### **3. ESTRUTURA VALIDADA PARA REALIZAÇÃO DO ESTUDO**

A consultoria propôs e foi validada uma estrutura composta pelos seguintes aspectos, constantes do TR:

#### **INTRODUÇÃO DO ESTUDO**

Afirmativa – ilustrada com dados reais (gráficos, tabelas) - sobre o impacto do fomento ao empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país.

#### **DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO**

##### **Empreendedorismo feminino:**

O que é

Como surgiu

- No mundo
- Na América
- No Brasil

Desafios:

- Dupla jornada - Dificuldade de Conciliação entre Trabalho e Vida Pessoal

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

- Pouco conhecimento e falta de capacitação em aspectos de gestão de negócio
- Desconhecimento de contatos estratégicos no ambiente empresarial
- Dificuldade de Acesso à Educação Financeira
- Dificuldade de Acesso a crédito
- Barreiras sociais e falta de apoio
- Alta Autocobrança e Falta de Autoconfiança
- Dificuldade de Acesso a Redes e Mentoria
- Dificuldade na Conciliação da maternidade e vida profissional
- Necessidade de Reinvenção na maturidade

Aspectos culturais e vieses inconscientes:

- “Mulher é frágil”
- “Lugar de mulher é em casa”
- “Mulher de negócios que é mãe não pode viajar a trabalho, pois não tem com quem deixar a criança”
- “Mulher não entende de gestão”
- “Homens são melhores líderes e melhores gestores”
- “Homens devem ser sempre mais bem remunerados”

Características técnicas x comportamentais consideradas no processo decisório de constituição de diretorias.

Formação de grupos de mulheres empresárias (transformações provocadas por meio do movimento associativo feminino):

- Benefícios da Formação de Grupos de Mulheres Empresárias:
- Compartilhamento de Conhecimentos e Experiências
- Fortalecimento da Resiliência
- Desenvolvimento de Redes de Contatos
- Aumento na Taxa de Sucesso
- Empoderamento e Conscientização

Transformações Provocadas por Grupos de Mulheres Empresárias:

- Incentivo à Inovação e Empreendedorismo

- Quebra de Barreiras de Gênero
- Ampliação do Acesso a Recursos
- Empoderamento Econômico e Social
- Fortalecimento da Representatividade

Representatividade econômica dos negócios liderados por mulheres empreendedoras - Impactos sociais e econômicos.

#### **Medidas de desenvolvimento:**

O que são

O que englobam/ para que servem

Indicadores socioeconômicos - que são, quais são, o que mede cada um

#### **CONSIDERAÇÕES GERAIS**

- Curadoria/apresentação de dados dos principais estudos que impactam toda a rede brasileiras de mulheres empreendedoras (estudos nacionais e internacionais).
- Análise dos resultados da Pesquisa Nacional de Perfil da Mulher Empreendedora - Análise e utilização de dados da Pesquisa com foco na justificativa de que o empreendedorismo feminino deveria ser utilizado como medida de desenvolvimento socioeconômico.

#### **CONCLUSÃO**

Empreendedorismo feminino como medida de desenvolvimento.

## **4. INTRODUÇÃO AO ESTUDO**

O empreendedorismo não apenas denomina um tipo organizacional, com unidades individuais competindo entre si no mercado, mas, também, em abordagem mais ampla, oferece um modelo de atividade a ser incentivado em muitos cenários da vida — fábricas, escolas, organizações de negócios etc. Dessa forma, o

empreendedorismo é entendido como um conjunto de regras, atitudes e ações que passam por características como: energia, iniciativa, visão, imaginação, ambição, perspectiva, cálculo e responsabilidade pessoal.

À frente de uma empresa existe um empreendedor(a) cuja imagem já não coincide com aquele que acumula tudo (capital, propriedades, família). Ele pode ser visto como alguém capaz de se deslocar, ser flexível, atuante em projetos distintos. Sendo que cada projeto é uma oportunidade para enriquecer competências e aumentar sua empregabilidade.

Em seus estudos e pesquisas mais recentes, Julia Salgado – jornalista e pesquisadora - destaca diversas abordagens que passaram de teóricos da economia, com diferentes nacionalidades e que predominaram até metade do século XIX e XX, até o momento em que surgem estudiosos de outras áreas, especialmente da sociologia. Nesse campo, destaca-se Joseph Schumpeter, visto como um dos principais teóricos do empreendedorismo. Em sua definição, o empreendedor é o agente da “destruição criativa”. Porém, a evolução do conceito, nas últimas décadas do século XX, vai além desse foco na inovação na empresa capitalista e, segundo Salgado (2016), pode ser entendida como um modo de ser e estar no mundo, uma subjetividade cada vez mais requerida por qualquer atividade do capitalismo neoliberal.

E, neste contexto, a ascensão dos negócios liderados por mulheres têm desempenhado um papel crucial na redefinição do panorama econômico. Mulheres empreendedoras não apenas contribuem para o crescimento econômico, mas também trazem consigo uma abordagem única e inovadora nos setores tradicionalmente dominados por homens.

Segundo pesquisa do Sebrae realizada em 2022, liderada pela Unidade de Gestão Estratégica, o quantitativo de Donas de Negócios - DN (empregadoras ou por conta própria) atingiu um recorde - 10.344.858 mulheres. Foi o 4º trimestre consecutivo com aumento do número de mulheres empregadoras (1.392.678 empregadoras): expansão de 30%, contra 8% no caso dos homens empregadores.

As Donas de Negócios atingiram o MAIOR nível na posição de “chefe de domicílio” da série histórica, recorde (51%) e continuam trabalhando menos horas

semanais no negócio que os DN homens, isso porque a mulher divide o tempo entre casa, filhos e negócios.

A pesquisa também evidenciou que elas continuam ganhando um rendimento médio real menor que a dos DN homens, na maioria dos setores e segmentos.

Elas empreendem cada vez mais em setores variados, mas de acordo com a pesquisa vale ressaltar que a proporção de Donas de Negócios mulheres no setor de serviços atingiu o recorde da série histórica (53% x 36% no caso dos homens).

E vale ressaltar também que as Mulheres, de acordo com a pesquisa, buscam por mais capacitação do que os Donos de Negócios, o que nos revela a intenção feminina de estar sempre buscando novos conhecimentos, técnicas e gestão eficiente para o seu negócio.

As empresas lideradas por mulheres têm demonstrado uma propensão notável para a diversificação de setores.

Ao ampliar a presença feminina em mercados historicamente masculinos, essas empresárias e empreendedoras promovem uma variedade de perspectivas, estimulando a inovação e aumentando a competitividade global.

Além disso, o impacto social dos negócios liderados por mulheres é significativo. Essas empresárias e empreendedoras muitas vezes priorizam a criação de ambientes de trabalho inclusivos e promovem práticas de responsabilidade social corporativa. Essa abordagem não apenas fortalece as comunidades locais, mas também gera um impacto positivo nas empresas, contribuindo para uma imagem mais sustentável e ética.

Quando uma mulher empreende, ela impacta toda a sociedade, primeiro ela injeta capital em sua família, proporcionando uma educação de mais qualidade aos filhos, como também investe em sua comunidade, pois o seu poder de compra aumenta, a partir daí ela emprega mais mulheres e cria um círculo virtuoso de realização e impacto real econômico.

Negócios liderados por mulheres não são apenas uma questão de justiça social, mas também uma estratégia inteligente para impulsionar o crescimento econômico.

Porém não é fácil. Empreender é desafiador, para as mulheres ainda mais, pois apesar dos avanços, ainda persistem muitos desafios para as empreendedoras.

Barreiras como acesso limitado a crédito e estereótipos de gênero continuam a ser obstáculos que precisam ser superados. Iniciativas governamentais e do setor privado são essenciais para criar um ambiente propício ao crescimento do empreendedorismo.

O Estudo a seguir tem por objetivo trazer à luz dados e informação evidenciando que o empreendedorismo feminino é mais do que uma narrativa de igualdade de gênero; é um impulsionador econômico fundamental.

À medida que celebramos as conquistas do empreendedorismo feminino, é imperativo reconhecer os desafios e apoiar as mulheres que estão moldando positivamente o futuro dos negócios e contribuindo para o crescimento sustentável do PIB.

## **5. DESENVOLVIMENTO DO ESTUDO**

### **5.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO**

O empreendedorismo feminino tem crescido bastante, cada vez mais encontramos empresas lideradas por mulheres, porém ainda é um movimento historicamente recente e que precisa de atenção e o empenho público e privado no desenvolvimento de políticas eficazes e eficientes para o avanço da mulher à frente do próprio negócio.

Importante considerar um grande avanço desde o seu início, mas ainda há um longo caminho de equidade a ser percorrido em diversos setores onde os homens são mais respeitados e valorizados que as mulheres, além de receberem uma remuneração maior, onde faz-se necessário a igualdade justa salarial.

De acordo com análise do Departamento Intersindical De Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE) baseado em dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as mulheres ainda são minoria em cargos administrativos e recebem em média 22% a menos que os homens para exercerem as mesmas funções.

No Brasil, onde 99% das empresas são micro ou pequenas e mais de 50% delas são gerenciadas por mulheres, durante o período da pandemia de Covid-19 que

ocasionou a falência de negócios delas, sobretudo nas camadas mais vulneráveis, ficou evidente a necessidade de investimentos para que microempreendedoras tenham estrutura e rede de apoio para empreender.

O impacto é extraordinário tanto na sociedade quanto na economia, já que existem pelo menos 20 milhões de empreendimentos formais e informais comandados por elas.

Para compreender melhor o momento atual do empreendedorismo feminino, é necessário voltar às suas origens e entender todas as lutas e barreiras que foram quebradas para chegar ao momento atual. O avanço da situação feminina no âmbito do trabalho evoluiu de acordo com os desafios de cada período da história.

### **5.1.1 Considerações Gerais**

De acordo com dados do IBGE, embora as mulheres representem 52% da população brasileira, elas só ocupam posições de destaque em 13% das 500 maiores empresas no Brasil, especificamente. Assumir o próprio negócio é uma forma de empoderamento e ascensão para cargos de liderança, com o potencial de mudar a realidade das empreendedoras.

Outro ponto que mostra a relevância do empreendedorismo feminino aparece em um levantamento do Sebrae, que revela que as brasileiras empreendem, principalmente, devido à necessidade de ter outra fonte de renda ou para adquirir a independência financeira, ou seja, os ganhos com o próprio negócio contribuem para que as mulheres sustentem suas famílias, diminuindo ou acabando com sua dependência financeira em relação aos companheiros.

A literatura voltada a estudar o empreendedorismo feminino costuma levantar algumas hipóteses para explicar o diferencial existente no grau de engajamento das mulheres em atividades empreendedoras em relação aos homens. São pontos relevantes como: diferenças nas preferências por aversão a risco, restrições internas (diferenças em habilidades socioemocionais), restrições externas (resposta a diferentes condições macroeconômicas e institucionais, por exemplo), e outros aspectos (Carranza; Dhakal; Love, 2018). Há indícios de que as mulheres tendem a

ter negócios menores do que o dos homens e menos funcionários nos países da América Latina (Bruhn, 2009).

Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) anual, edição 2021, mostra que a parcela maior do empreendedorismo feminino está na informalidade sob a forma de trabalho como conta própria, portanto, em negócios de pequena escala e baixa produtividade. Isso repercute na capacidade de geração de renda desses negócios. Esta questão específica sobre o menor tamanho dos negócios geridos por mulheres é também atribuída aos setores que contam com maior presença feminina, especialmente o setor de serviços (Carranza; Dhakal; Love, 2018). Isto é um ponto que inclusive serve de explicação para os menores rendimentos obtidos por empreendedoras do que os empreendedores (setor de serviços apresenta menor rentabilidade do que outros setores).

Outro aspecto importante ligado a esse tópico é que muitas empreendedoras gerem seus negócios dentro de suas próprias residências (Bosma; Harding, 2006). Por um lado, movimentar o seu negócio na própria casa facilita a realização de atividades familiares (como cuidado com a família, pais e crianças), por outro, limita o mercado potencial de clientes e fornecedores, restringindo as possibilidades de expansão do negócio.

Diante disso, percebe-se que ao movimentar negócios menores, dentro de suas residências e em setores com menor rentabilidade, as mulheres tendem a ter menor lucratividade, menor crescimento dos seus negócios e menores chances de sobrevivência dos mesmos (Carranza; Dhakal; Love, 2018).

As diferenças observadas nos resultados entre o empreendedorismo feminino e masculino, nesse estudo do PNADC, encontra respaldo em algumas hipóteses. A primeira delas é que as mulheres têm intrinsecamente uma característica de maior aversão a riscos. Isso faz com que tendam a optar por negócios menos arriscados, mas com menor retorno. Haveria uma inclinação maior das mulheres a se engajarem no empreendedorismo em razão de fatores externos do que por motivos internos (Carranza; Dhakal; Love, 2018). Isso nos revela uma forte presença da mulher no empreendedorismo por necessidade (trabalhadoras por conta própria). Este tipo de empreendedorismo, por necessidade, tende a contrariar o ciclo econômico.

O trabalho de Allen e Curington (2014), a partir de uma base de dados especial de Wisconsin/EUA sobre empreendedorismo, que contempla características demográficas e questões que capturam as opiniões dos participantes quanto ao empreendedorismo, esses autores encontraram evidências de que os homens são motivados a se engajar no empreendedorismo mais por aspectos pecuniários, enquanto as mulheres levam mais em consideração questões como a opinião de pares, amigos e familiares, além de outras questões pertinentes à família.

Sobre as habilidades socioemocionais, Carranza, Dhakal e Love (2018) pontuam que é bem demonstrado nos estudos existentes que as mulheres tendem a ter menos autoconfiança e uma pior autopercepção do que os homens. Isso pode explicar parte das diferenças existentes entre o grau de engajamento e o padrão do empreendedorismo (negócios e setores menos arriscados por parte das mulheres, por exemplo).

Ainda sobre habilidades socioemocionais, Poggesi, Mari e De Vita (2016) indicam que há também uma menor percepção de autoeficácia nas mulheres. As consequências são diversas. Repercute em uma menor capacidade de perceber oportunidades de negócios, gera a imposição de barreiras internas para o empreendedorismo e, o conjunto dessas percepções negativas sobre as suas próprias capacidades geram dificuldades para o acesso a crédito, o que é fundamental para o desenvolvimento dos negócios.

Ainda vale mencionar que as diferenças não estão apenas no engajamento em empreender, mas nos resultados, no tipo de empreendedorismo e nos riscos assumidos.

### **5.1.2 O que é empreendedorismo feminino**

O empreendedorismo feminino refere-se à iniciativa, desenvolvimento e gestão de negócios por mulheres, compreendendo desde a criação de pequenas empresas até lideranças em organizações de grande porte.

Este fenômeno representa a participação ativa e crescente das mulheres no mundo dos negócios, desafiando estereótipos de gênero e contribuindo para a diversificação do cenário empreendedor.

De uma forma mais ampla, ele pode ser entendido também como as iniciativas de liderança feminina, incluindo a atuação das mulheres em altos cargos dentro de empresas. Isso porque o perfil empreendedor não se restringe às pessoas que abrem seu próprio negócio, mas está presente em qualquer profissional que tenha uma postura focada na determinação, coragem e inovação. Entendendo o ato de empreender como uma atitude positiva em relação ao bem comum.

Definição do Sebrae em relação à pessoa empreendedora: “Ser empreendedor significa realizar, ser realizador, que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação”.

Percebe-se que o empreendedorismo feminino vai além dessa definição, representando uma quebra de paradigmas quanto à capacidade de liderança da mulher.

No âmbito do empreendedorismo feminino, as mulheres buscam realizar suas aspirações profissionais, criar oportunidades de emprego e gerar impacto econômico. Essas empresárias e empreendedoras podem atuar em uma variedade de setores, desde comércio e serviços até áreas de tecnologia e inovação, demonstrando a capacidade de adaptação.

O movimento do empreendedorismo feminino não se restringe apenas à busca de independência financeira, mas também à criação de um ambiente inclusivo, no qual as mulheres possam exercer seu potencial empreendedor, superar desafios e prosperar profissionalmente.

Neste contexto, o empreendedorismo feminino transcende as fronteiras econômicas, tornando-se um meio para impulsionar a igualdade de gênero, empoderar mulheres e desempenhar um papel fundamental na transformação social.

Os desafios enfrentados pelas empreendedoras incluem barreiras sociais, falta de apoio financeiro e cultural, além de vieses inconscientes que podem influenciar a percepção de suas capacidades.

Contudo, o empreendedorismo feminino não apenas responde a esses desafios, mas também destaca a resiliência, criatividade e habilidades de liderança das mulheres.

Além disso, de acordo com os resultados mais recentes observados em pesquisa promovida pela Rede Mulher Empreendedora (2023), a formação de grupos

e redes de mulheres empresárias tem se mostrado benéfica, não apenas para o desenvolvimento individual, mas também para a promoção de transformações sociais e econômicas mais amplas.

A representatividade econômica dos negócios liderados por mulheres contribui para a diversificação do mercado, impulsionando a inovação e gerando impactos positivos em comunidades locais e na economia global.

Assim, o empreendedorismo feminino não é apenas uma expressão de autonomia profissional, mas também uma força catalisadora para a equidade de gênero, o desenvolvimento socioeconômico e a construção de um futuro empresarial mais inclusivo e diversificado.

### **5.1.3 Como surgiu**

#### **a) No mundo**

A feminização do mercado de trabalho e do empreendedorismo ao longo da história é um fenômeno impulsionado por mudanças sociais, econômicas e eventos históricos significativos.

Por muito tempo, a mulher foi associada predominantemente ao ambiente familiar e doméstico, sustentada por argumentos que justificavam a desigualdade com base em diferenças biológicas, uma visão que, atualmente, é desacreditada, como foi observado por Oliveira (1997, p.11) “O funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas”.

No contexto da Revolução Industrial, no início do século XIX, houve uma transformação nesse paradigma. O aumento da demanda por mão de obra levou as mulheres a ocuparem posições nas fábricas, apesar das condições desiguais em termos de jornada de trabalho e salários. Esse período também marcou o início das reivindicações por direitos trabalhistas e igualdade de jornada.

O século XX foi crucial para a consolidação da presença feminina no mercado de trabalho. As duas Guerras Mundiais foram eventos que catalisaram essa mudança. Com a ausência e, em muitos casos, a perda de homens no front de batalha, as

mulheres assumiram funções que anteriormente eram exclusivamente masculinas. Esse contexto ampliou as oportunidades de emprego para as mulheres e deu origem aos primeiros movimentos feministas, nos quais elas reivindicaram ativamente seus direitos e desafiaram as normas de gênero tradicionais.

O empreendedorismo feminino, portanto, não é apenas um fenômeno moderno, mas uma progressão histórica resultante da luta contínua por igualdade de gênero e do reconhecimento do potencial empreendedor das mulheres. A trajetória desse movimento é marcada por conquistas significativas e representa uma parte vital da evolução socioeconômica e cultural em todo o mundo.

O avanço dessa luta feminina resultou, por exemplo, no Dia Internacional da Mulher, comemorado mundialmente em 08 de março, e que teve sua origem em movimentos operários por melhores condições de trabalho, sendo reconhecido em 1975 pela Organização das Nações Unidas (ONU). É uma data para celebrar conquistas e reforçar que a luta pelo fortalecimento das mulheres na sociedade e na economia deve ser permanente.

Em 2014, a ONU criou o Dia do Empreendedorismo Feminino, uma iniciativa liderada pela ONU Mulheres, que reúne mais de 150 países, empresas e instituições em busca de apoio contra a desigualdade salarial no ambiente corporativo e o aumento do protagonismo feminino nos negócios. A data é celebrada em 19 de novembro e serve como um incentivo, reforçando o protagonismo de mulheres à frente de pequenos e grandes negócios.

Duas datas no ano, para a mulher ter seus desafios e conquistas lembrados, respeitados e reconhecidos pela sociedade, como algo mais justo e necessário.

## **b) Na América**

O surgimento do empreendedorismo feminino na América está intrinsecamente ligado às transformações sociais e econômicas ao longo da história. Durante grande parte do século XIX e início do século XX, as mulheres eram frequentemente relegadas a papéis domésticos, com oportunidades limitadas para participar ativamente no mundo dos negócios. No entanto, mudanças graduais começaram a ocorrer.

A virada do século XX foi marcada pelo Movimento Sufragista, no qual as mulheres buscavam o direito ao voto e igualdade de direitos civis. Esse movimento, que ganhou força nas primeiras décadas do século, não apenas impulsionou mudanças políticas, mas também influenciou a visão da sociedade em relação às mulheres e seu papel na esfera pública.

Durante e após a Segunda Guerra Mundial, com muitos homens servindo no front de batalha, as mulheres nos Estados Unidos, por exemplo, desempenharam papéis-chave na produção industrial. Esse período foi um divisor de águas, desafiando as normas de gênero tradicionais e expandindo as oportunidades para as mulheres fora do âmbito doméstico.

O movimento feminista das décadas de 1960 e 1970 teve um impacto profundo na redefinição dos papéis de gênero. As mulheres começaram a buscar independência econômica e a desafiar as expectativas sociais que as limitavam a determinadas carreiras ou posições. Esse período viu o florescimento de uma consciência feminina que transcendeu as fronteiras tradicionais.

À medida que o século avançava, as mulheres ganhavam acesso crescente a recursos educacionais e financeiros. A revolução tecnológica das décadas de 1980 e 1990 também teve um papel fundamental, proporcionando às mulheres oportunidades de empreender em setores antes dominados por homens.

No século XXI, a promoção da igualdade de gênero tornou-se uma prioridade em muitas esferas. Governos, organizações e empresas reconheceram a importância de apoiar e incentivar o empreendedorismo feminino não apenas como uma questão de justiça social, mas também como um impulsionador do crescimento econômico e da inovação.

### **c) No Brasil**

O surgimento do empreendedorismo feminino no Brasil é um processo multifacetado, influenciado por uma combinação de fatores históricos, sociais e econômicos.

Durante grande parte do período colonial e do século XIX, as mulheres brasileiras estavam predominantemente envolvidas em atividades agrícolas e

## **Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

### **TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

domésticas, com oportunidades limitadas de participar ativamente do mundo dos negócios.

No entanto, ao longo do século XX, mudanças significativas começaram a moldar o papel das mulheres na sociedade brasileira.

Durante a Segunda Guerra Mundial, por exemplo, a participação das mulheres na força de trabalho aumentou, já que muitos homens foram convocados para o serviço militar. Isso abriu novas oportunidades profissionais e contribuiu para a redefinição dos papéis de gênero.

A década de 1960 marcou o início do movimento feminista no Brasil, inspirado por eventos internacionais. As mulheres começaram a reivindicar direitos iguais, incluindo o acesso a oportunidades educacionais e profissionais. Esse período foi fundamental para a conscientização sobre a importância da independência financeira das mulheres e seu potencial empreendedor.

Foi nos anos 70 que, no Brasil, a mulher ingressou de maneira mais precisa no mercado de trabalho, surgindo por fim os movimentos sindicais e feministas no país.

O advento da democracia nos anos 1980 trouxe consigo um aumento no ativismo feminino e uma maior conscientização sobre questões de gênero.

Na década de 1980, as mulheres ganharam mais visibilidade dentro do movimento sindical, por conta do surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única Dos Trabalhadores (CUT).

Na Constituição Federal de 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica, sendo considerada tão capacitada quanto o homem, mostrando mudanças e quebras de tantos tabus.

O final do século XX e início do século XXI testemunharam avanços nas políticas de igualdade de gênero e o surgimento de organizações dedicadas a apoiar o empreendedorismo feminino, um exemplo é o SEBRAE que possui diversas iniciativas em prol dos pequenos negócios liderados por mulheres. Iniciativas governamentais e do setor privado buscaram remover barreiras e criar um ambiente mais propício para as mulheres empreendedoras.

Hoje, no Brasil, são mais de 30 milhões de empreendedoras mulheres, em um universo de 52 milhões de empreendedores, segundo dados do Global

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

Entrepreneurship Monitor 2020 (GEM), principal pesquisa sobre empreendedorismo do mundo, feita em parceria com o Sebrae.

A busca por equidade de gênero e equiparação salarial faz parte de uma longa jornada na trajetória profissional de mulheres. No Brasil as mulheres ocupavam 37,4% dos cargos gerenciais e recebiam 77,7% do rendimento dos homens no ano de 2019, segundo levantamento do IBGE ((Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística/ano 2021).

De acordo com a PNADC (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) anual de 2021, pouco mais de 3 milhões de mulheres brasileiras eram engajadas no mercado de trabalho como empreendedoras formais (35,0% do empreendedorismo total). Na informalidade, são quase 6,3 milhões de mulheres empreendedoras, o que representa 32,2% no total do empreendedorismo informal (Tabela 1).

Tabela 1 - Empreendedorismo Feminino Formal e Informal no Brasil e nas Macrorregiões em 2021

Região	Formal			Informal		
	Empr. Mulheres	Empr. Total	% Empr. Feminino	Empr. Mulheres	Empr. Total	% Empr. Feminino
Norte	120.771	343.879	35,1%	684.940	2.312.172	29,6%
Nordeste	466.053	1.239.526	37,6%	1.786.005	5.712.773	31,3%
Sudeste	1.573.063	4.512.597	34,9%	2.574.889	7.479.865	34,4%
Sul	683.500	2.034.496	33,6%	745.704	2.481.612	30,0%
Centro-Oeste	241.434	685.917	35,2%	504.123	1.559.665	32,3%
Brasil	3.084.822	8.816.415	35,0%	6.295.661	19.546.087	32,2%

Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2021.

Observando exclusivamente o lado formal do empreendedorismo feminino, a maior parte dessas mulheres está posicionada como trabalhadoras por conta própria; no total do país, trabalhadoras por conta própria representam 71,0% do empreendedorismo formal (Tabela 2).

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

Tabela 2 - Empreendedorismo Feminino Formal no Brasil e nas Macrorregiões em 2021

Região	Conta própria	% CP	Empregadoras	% Empr.	Empreendedoras
					Formais
Norte	77.805	64,4%	42.966	35,6%	120.771
Nordeste	328.266	70,4%	137.787	29,6%	466.053
Sudeste	1.131.101	71,9%	441.962	28,1%	1.573.063
Sul	490.814	71,8%	192.686	28,2%	683.500
Centro-Oeste	160.920	66,7%	80.515	33,3%	241.434
Brasil	2.188.906	71,0%	895.916	29,0%	3.084.822

Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2021.

Nota-se que tanto a média quanto a mediana da idade para o país e as macrorregiões circunda a casa dos 40 anos de idade.

Tabela 4 - Idade Média e Mediana do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Macrorregiões

Região	Formais		Informais	
	Média	Mediana	Média	Mediana
Norte	42	41	40	39
Nordeste	42	40	40	39
Sudeste	43	42	42	40
Sul	42	41	42	41
Centro-Oeste	41	40	41	40
Brasil	42	41	41	40

Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2021.

Ainda com base no estudo PNADC ANO 2021, podemos observar os dados dos recortes de rendimentos para o empreendedorismo feminino. O maior destaque é que, para todas as regiões do país, os rendimentos obtidos no empreendedorismo são substancialmente superiores na formalidade. No país como um todo, a média de rendimentos das empreendedoras formais é quase 200%. Na região Nordeste é 270,7% maior, enquanto na região Sul 91,7%.

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

Tabela 7 - Rendimentos do Empreendedorismo Feminino no Brasil e Macrorregiões segundo Formalização

Região	Formais		Informais		Formal/Informal %	
	Média	Mediana	Média	Mediana	Média	Mediana
Norte	3.224,7	2.155,1	1.013,5	646,5	218,2	233,3
Nordeste	3.249,2	1.785,6	876,6	540,9	270,7	230,1
Sudeste	4.361,8	2.368,2	1.536,1	1.076,5	184,0	120,0
Sul	3.550,8	2.394,2	1.852,3	1.203,5	91,7	98,9
Centro-Oeste	3.616,7	2.165,1	1.561,3	1.082,5	131,6	100,0
Brasil	3.911,2	2.176,6	1.331,6	866,7	193,7	151,1

Fonte: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2021.

Embora ainda se note desigualdade entre o gênero feminino e o masculino, a mulher vem conquistando seu espaço de forma eficaz. Mulheres e homens possuem habilidades diferentes. As mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a tornar-se uma empreendedora de sucesso na área de serviços, por exemplo. Nesse setor essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador.

Quando a mulher parte de algo que lhe é comum e fácil, sua possibilidade de acerto aumenta. Assim, empreender em setores que são agradáveis e conhecidos é melhor. Quando a atividade escolhida é um *hobbie*, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de sucesso.

A pesquisa realizada entre Sebrae SP e Movimento Aladas no ano de 2021, revelou que as mulheres pesquisadas demonstraram ter ótima capacidade de persuasão e atenção plena às necessidades dos clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa e se torna um diferencial em relação aos homens. Constroem um sentimento de comunidade e colaboração, as informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da discussão. Essa capacidade dá às mulheres um ponto positivo rumo ao sucesso do empreendimento.

A pesquisa ainda observou que elas demonstram diferentes formas para conquistar a sintonia entre a vida pessoal e a profissional. Preferem liderar pela inclusão e usam habilidades interpessoais para influenciar os outros. Conservando os valores humanos demonstrando eficiência e igualdade social, a maneira pessoal da mulher administrar dá aos colaboradores uma sensação de acolhimento, respeito, melhorando o ambiente interno, se refletindo no atendimento e satisfação dos consumidores.

Além disso, elas buscam por mais capacitação. Contudo, o aumento do nível de escolaridade entre as empreendedoras brasileiras, que alcançou nível recorde em 2022, não foi suficiente para assegurar uma redução da desigualdade financeira entre homens e mulheres no país. Estudo feito pelo Sebrae, a partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC) do IBGE, mostra que, em média, os empreendedores homens obtinham um rendimento mensal 16% acima das mulheres, no 3º trimestre do ano passado, mesmo elas sendo mais escolarizadas.

O estudo revelou que a diferença da remuneração entre homens e mulheres, que chegou a cair ligeiramente no primeiro trimestre de 2021 (para 14,5% a favor dos homens), voltou a crescer, apesar do avanço consistente na formação das mulheres. Enquanto as empreendedoras apresentaram um rendimento médio de R\$ 2.360, os empreendedores estavam com R\$ 2.737.

Embora a escolaridade dos homens também tenha crescido nos últimos seis anos, a evolução do nível de ensino entre as empreendedoras foi bem mais expressiva. O percentual de mulheres com nível superior saltou de 22% para 28%, enquanto a proporção de donas de negócios com nível médio alcançou 40%. Conseqüentemente, o número de empreendedoras com nível fundamental atingiu o menor nível da série histórica: 22%. Entre os homens, 17% têm nível superior, 37% nível médio e o mesmo percentual do nível fundamental.

Diante disso, podemos perceber que a disparidade da remuneração em comparação com os homens persiste, mesmo as mulheres sendo mais escolarizadas e capacitadas. A mudança desses números passa pela criação de políticas públicas e pela ampliação da presença das mulheres nos segmentos mais qualificados e com melhor nível de faturamento.

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgado improvável e desnecessário.

#### **5.1.4 Desafios**

O empreendedorismo feminino cresce no mundo inteiro ano após ano. Mesmo depois da pandemia do novo vírus Covid-19 em 2020, o Brasil alcançou o maior número de mulheres à frente de empreendimentos em 2022, chegando ao total de 10,3 milhões de empreendedoras, segundo levantamento do SEBRAE. Um movimento que busca continuar avançando a caminho da equidade entre homens e mulheres no cenário social e corporativo, também é fundamental para a movimentação econômica do país, quando uma mulher empreende ela emprega e alimenta outras famílias através da geração de novas demandas.

Apesar do grande crescimento, ainda há vários obstáculos a serem enfrentados para que as oportunidades sejam equivalentes. Mesmo as mulheres representando 52% da população, elas ocupam posição de destaque em apenas 13% das 500 maiores empresas brasileiras. Isso revela o quão difícil é para uma mulher ter acesso a cargos de liderança nas empresas. O empreendedorismo feminino entra como um apoio para as mulheres ascenderem na hierarquia da empresa ou para abrir seu próprio negócio.

No meio corporativo, ainda precisam lidar com assédio e com preconceito, como ideias ultrapassadas de que são muito emotivas ou que não poderão se comprometer com a empresa se tiverem filhos. Uma pesquisa divulgada em 2023 pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) mostra que cerca de 50% das mulheres perdem o emprego depois do início da licença-maternidade. Além disso, depois da maternidade, metade delas se distancia de seus ambientes de trabalho. Entre os homens, apenas 15% deixam seus empregos depois de terem filhos. Mesmo a mulher tendo um grau de instrução elevado, muitas são afetadas. Entre as que têm curso superior, o índice é de 35%. Entre as menos escolarizadas, 51%.

Muitas delas escolhem o empreendedorismo, e por necessidade, de acordo com a pesquisa GEM/2021, 55,1% das empreendedoras iniciais começaram o negócio 'por necessidade' contra 43,6% no caso dos homens, e segundo dados da Rede Mulher Empreendedora (RME), 53% das empreendedoras brasileiras têm filhos, por conta disso precisam de uma flexibilidade no horário para conciliar as tarefas domésticas, filhos e a vida profissional.

No entanto, embora as mulheres empreendedoras demonstrem muita determinação e habilidades, elas ainda enfrentam obstáculos significativos em suas jornadas para o sucesso. Porque, de fato, empreender é desafiador para todo mundo, é uma jornada que envolve muitos riscos, mas é ainda mais desafiador para a Mulher, exatamente por vivermos em uma sociedade que carrega em si uma cultura e uma história patriarcal.

A seguir, seguem os principais obstáculos notados:

**a) Dupla jornada - Dificuldade de Conciliação entre Trabalho e Vida Pessoal**

Muitas empreendedoras enfrentam o desafio de equilibrar suas responsabilidades profissionais com as demandas da vida familiar. A "dupla jornada" decorre de papéis tradicionalmente atribuídos às mulheres como cuidadoras, incluindo tarefas domésticas e cuidado com os filhos, pais idosos, pode prejudicar o tempo e a energia dedicados ao negócio.

Segundo a pesquisa do SEBRAE (2022), “Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2022”, as DN (Donas de Negócios) mulheres continuam trabalhando menos horas semanais no negócio que os DN homens, resultado das diferentes demandas que a mulher tem que lidar, além do seu empreendimento.

O equilíbrio entre trabalho e vida pessoal é uma preocupação frequente para empreendedoras, que muitas vezes precisam lidar com múltiplas responsabilidades, incluindo família e negócios.

Para superar esse desafio é necessário criar uma rede de apoio consistindo em familiares, amigos ou mesmo colegas de negócios, o que pode aliviar a carga emocional e logística, permitindo dividir as responsabilidades. Podemos perceber a

necessidade latente de uma divisão mais justa das tarefas domésticas e responsabilidade seja com a casa, os filhos ou até mesmo os *pets*.

Além disso, a adoção de estratégias de gerenciamento de tempo, como a definição de limites claros entre trabalho e vida pessoal e o estabelecimento de prioridades, pode ajudar a equilibrar essas duas esferas. Encontrar o equilíbrio para ter uma qualidade de vida melhor enquanto continuam a prosperar em seus negócios.

O Não que é dado aos outros é sempre um Sim para si mesma. O gerenciamento de tempo eficaz fará com que a empresária atinja seu máximo potencial, tendo tempo o suficiente para se dedicar ao negócio.

A determinação de limites claros entre trabalho e vida pessoal, e o estabelecimento de prioridades pode auxiliar num bom gerenciamento de tempo. Encontrar um meio termo saudável entre essas duas esferas aumentará a produtividade e qualidade de vida da empreendedora.

Este desafio também pode ser abordado no âmbito empresarial. É importante que as empresas reconheçam a importância do trabalho de cuidado feito pela mulher e abordá-lo com medidas eficientes, implementando políticas e práticas empresariais mais inclusivas, como por exemplo, horários flexíveis, licença-maternidade estendida e suporte para o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. Assim como o governo e instituições que apoiam as empreendedoras também podem instruir os cônjuges e parceiros a compartilhar responsabilidades domésticas, tirando o peso da mulher.

#### **b) Pouco conhecimento e falta de capacitação em aspectos de gestão de negócio**

Uma pesquisa feita pelo SEBRAE constatou que a taxa de conversão de "empreendedoras" em "Donas de Negócio" é 40% mais baixa, pois as mulheres têm maiores índices de desistência em relação aos homens.

A ausência de qualificação em áreas como finanças, marketing e gestão prejudicam a eficácia operacional das empreendedoras, além da eficiência nas atuações das mesmas e a efetividade na obtenção dos resultados esperados.

Além delas terem outras responsabilidades no dia a dia, como cuidar do lar, sustentar a família solitariamente e a maternidade, não sobra tempo suficiente para elas se dedicarem aos estudos em prol de planejamento e melhorias no seu negócio.

Como já foi citado anteriormente, as DN (Donas de Negócios) mulheres investem menos horas semanais no negócio do que os DN homens. Para solucionar este problema, é necessário um conjunto de ações, essas empreendedoras precisam ter no mínimo uma rede de apoio para conciliar os estudos com as atividades do seu negócio. Disciplina também será fundamental. Além disso, as iniciativas públicas e privadas devem divulgar programas de capacitação, presencial ou *online*, sobre gestão, *workshops* e bolsas financeiras específicas para essas mulheres empreendedoras, para garantir que todas tenham acesso a um ensino de qualidade focado em suas necessidades.

Os primeiros anos de um negócio são os mais difíceis, de acordo com o IBGE, cerca de 48% das empresas brasileiras fecham em até três anos de existência, e o principal motivo é a falta de gestão eficiente.

**c) Desconhecimento de contatos estratégicos no ambiente empresarial**

Ter acesso a redes de contatos no início da jornada empreendedora é muito vantajoso, o negócio já começa com uma vasta bagagem de conselhos e aprendizados capazes de diminuir ao máximo a margem de erro.

Infelizmente, nem todas as empreendedoras possuem contatos e mentores para as auxiliarem nos primeiros anos de vida do seu negócio. Para enfrentar, é fundamental fomentar a criação de redes profissionais e programas de mentoria específicos para mulheres empreendedoras. Essas redes proporcionam um ambiente de apoio onde as empreendedoras podem se conectar, compartilhar experiências e obter ideias incríveis.

Além disso, programas de mentoria conectam empreendedoras experientes com aquelas que estão começando a empreender, oferecendo orientação prática, compartilhamento de conhecimento e construção de confiança. A mentoria é uma troca baseada em fatos, com estrutura clara e foco no crescimento e transformação.

Através dessas redes e mentoria, as empreendedoras podem superar barreiras, aprender com a experiência de outras mulheres e acelerar os negócios. Essas soluções fortalecem a comunidade de empreendedorismo feminino.

Essas redes e mentorias criam uma comunidade de empreendedorismo feminino e contribuem para a efetiva capacitação das mulheres.

#### **d) Dificuldade de Acesso à Educação Financeira**

A educação financeira é de suma importância para qualquer negócio. Infelizmente, muitas empresárias e empreendedoras não têm acesso à informação de qualidade sobre o assunto. Este tema não é trabalhado nas escolas brasileiras. Essa carência de conhecimento financeiro pode levar a decisões financeiras prejudiciais para seus negócios.

Quem decide empreender acaba aprendendo o mínimo no dia a dia, principalmente as mulheres, pois a maioria delas inicia um negócio por necessidade, ou seja, há falta tempo para aprender essa temática tão importante para a saúde do negócio, pois têm outras prioridades naquele momento.

A solução para enfrentar este problema é um programa de educação financeira direcionado às empreendedoras, que aborde conceitos financeiros essenciais, como orçamentação, gestão de fluxo de caixa, planejamento, metas, precificação e investimentos.

Este é o básico para que uma empreendedora consiga manter a operação do seu negócio funcionando sem problemas, assim, ela terá informação e confiança para tomar decisões financeiras de forma eficaz, fortalecendo sua independência financeira.

Em pesquisa realizada pelo aplicativo de mobilidade 99, especificamente a 99Pay, um dado que chama atenção é que 51% das entrevistadas afirmaram não ter conhecimento de como lidar com o dinheiro, em comparação com apenas 33% dos homens.

Essa falta de conhecimento financeiro é evidente mesmo entre as mulheres com maior poder aquisitivo. Nas classes sociais mais altas, 58% das mulheres

relataram não ter educação financeira, em contraste com 18% dos homens que afirmaram não ter esse conhecimento.

**e) Dificuldade de Acesso a crédito**

A dificuldade que as mulheres têm para acessar crédito é um problema cultural. Até 1962, as mulheres casadas precisavam de autorização do marido para abrir uma conta no banco. Por conta dessa privação de direitos, criou-se uma cultura na qual pensam que as mulheres não são capazes de compreender números, burocracia e negociações com instituições bancárias.

Apesar dessas barreiras sociais, elas são mais adimplentes, possuem bom histórico e são boas pagadoras. Mesmo quitando seus boletos em dia, apenas 6% das empreendedoras contaram com os bancos para abrir seus negócios. 78% iniciaram a empresa com recursos próprios, segundo dados da pesquisa do Sebrae SP em parceria com o Movimento Aladas.

Outra pesquisa, do Instituto Rede Mulher Empreendedora, afirma que 57% das mulheres nunca solicitaram crédito, preferindo um empréstimo de amigo ou familiar (15%) ou optando pelo aumento do limite do cartão ou de empréstimo pessoal (11%).

Segundo pesquisa do Sebrae, os homens pagam 31,1% de juros ao ano, enquanto as mulheres pagam 34,6%. Nessa mesma pesquisa, as mulheres têm um nível de inadimplência ligeiramente mais baixo do que os homens (3,7% contra 4,2%). Apesar disso, elas tendem a ter mais dificuldade de acessar crédito para os seus negócios.

De modo geral, dois fatores influenciam nesse cenário. Um deles é a postura de muitos gerentes de bancos diante de negócios comandados por mulheres. Em muitos casos, também falta experiência ou segurança da mulher na hora de negociar empréstimos. E isso tem a ver inclusive com o quanto esta mulher teve acesso a uma educação financeira para entender o que significa os juros, taxas e obrigações.

Há também o fato de muitas mulheres empreenderem em negócios de baixo valor agregado, ou seja, sem muita expectativa de crescimento e escala, e isso gera empréstimos com valores mais baixos e juros maiores.

Com esses dados, entende-se que as mulheres ainda possuem uma insegurança quando o assunto é crédito e negociações com instituições financeiras, herança de longos anos de privação. Essa insegurança segue sendo alimentada pelo preconceito que as mulheres enfrentam nas relações financeiras.

Esse medo deve ser eliminado, obter crédito não deve ser visto somente como algo negativo, ele pode ser responsável por grande avanço e crescimento do negócio. Um reforço financeiro pode ser investido na otimização no processo de produção, na ampliação da carteira de clientes, em comunicação e divulgação, ações que podem aumentar o faturamento da empresa.

Para acabar com esse preconceito social que causa muita insegurança nas mulheres, é necessário estabelecer políticas inclusivas de crédito, programas de microcrédito direcionados a mulheres empreendedoras, e promover a conscientização sobre a importância da diversidade no acesso ao crédito.

#### **f) Barreiras sociais e falta de apoio**

As barreiras sociais e a falta de apoio são desafios significativos que impactam o empreendedorismo feminino. Normas culturais e estereótipos de gênero perpetuam a ideia de que as mulheres têm somente papéis mais tradicionais e de curadoria na sociedade, o que pode resultar em falta de apoio ao empreendedorismo feminino.

As mulheres podem enfrentar resistência, falta de confiança, falta de reconhecimento de habilidades e desencorajamento social ao buscar iniciar ou expandir seus negócios.

Segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), as mulheres continuam sub-representação no empreendedorismo em comparação aos homens em diversos países, indicando a persistência dessas barreiras.

Soluções para superar essas barreiras incluem iniciativas de conscientização para promover a diversidade nas lideranças empresariais e destacar histórias de sucesso de mulheres empreendedoras. Programas de mentoria específicos para mulheres e a criação de redes de apoio são fundamentais para oferecer orientação prática e emocional.

Além disso, políticas governamentais e do setor privado devem ser implementadas para garantir a igualdade de oportunidades. Isso inclui a promoção de ambientes de trabalho inclusivos e a eliminação de práticas discriminatórias.

Ao abordar as barreiras sociais e a falta de apoio, podemos criar um ecossistema empreendedor mais equitativo, capacitando as mulheres a alcançarem seu pleno potencial e contribuírem de forma significativa para o desenvolvimento econômico.

**g) Alta Autocobrança e Falta de Autoconfiança**

Em estudo sobre empreendedorismo feminino, Carranza, Dhakal e Love (2018) pontuam que as mulheres tendem a ter menos autoconfiança e pior autopercepção do que os homens. Isso, por sua vez, explicaria parte das diferenças existentes entre o grau de engajamento e o padrão do empreendedorismo (negócios e setores menos arriscados por parte das mulheres, por exemplo).

Ainda sobre habilidades socioemocionais, Poggesi, Mari e De Vita (2016) indicam que há também uma menor percepção de autoeficácia nas mulheres. As consequências disso para o empreendedorismo são diversas. Gera em uma menor capacidade de perceber oportunidades de negócios, gera a imposição de barreiras internas para o empreendedorismo e, ainda, o conjunto dessas percepções negativas sobre as suas próprias capacidades geram dificuldades para o acesso a crédito, o que é fundamental para o desenvolvimento dos negócios.

A autocobrança e a falta de autoconfiança podem ser desafios significativos para as empreendedoras, muitas vezes levando a dúvidas sobre suas próprias habilidades e capacidades. Isso porque a mulher não foi educada, culturalmente, a ser uma empresária ou até mesmo a conhecer-se bem e por completo, pois ela foi educada a cuidar dos outros e não de si mesma.

Um estudo realizado pelo Sebrae em 2021 revelou que 50,3% das mulheres empreendedoras brasileiras consideram a falta de confiança como um fator limitante para o desenvolvimento de seus negócios.

Essa barreira muitas vezes está enraizada em normas culturais que historicamente subestimam a capacidade das mulheres como líderes de negócios. A

expectativa internalizada pode levar as empreendedoras a duvidarem de suas habilidades e a se auto exigirem padrões elevados, contribuindo para a autocrítica constante.

Podemos perceber que uma forma dessa mulher se sentir mais segura é o autoconhecimento, é mapear e reconhecer seus talentos e suas habilidades, bem como por meio de grupos de apoio que oferecem um ambiente de incentivo e compartilhamento de experiências.

Além disso, a celebração das conquistas pessoais e profissionais, mesmo as pequenas, ajuda a fortalecer a autoconfiança.

À medida que as empreendedoras reconhecem suas potências e se apoiam mutuamente, a autocobrança diminui e a autoconfiança cresce, permitindo que elas enfrentem desafios e busquem oportunidades com mais determinação e sucesso em seus empreendimentos.

Outras soluções eficazes também envolvem a criação de ambientes de apoio e programas de desenvolvimento pessoal que ajudam as empreendedoras a construir confiança em suas habilidades e talentos. Programas de mentoria e *coaching* específicos para mulheres empreendedoras, focados no fortalecimento da autoconfiança, podem ser implementados.

Essas ações não apenas contribuem para a construção da autoconfiança individual, mas também criam um ambiente no qual as mulheres se sintam capacitadas a enfrentar desafios e a alcançar seu pleno potencial como empreendedoras.

#### **h) Dificuldade de Acesso a Redes e Mentoria**

A dificuldade de acesso a redes e mentoria é um obstáculo significativo para o empreendedorismo feminino, limitando o desenvolvimento profissional e a construção de habilidades essenciais. Dados indicam que as mulheres muitas vezes enfrentam uma lacuna significativa em termos de acesso a mentores e redes profissionais. De acordo com uma pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), apenas 11% das mulheres empreendedoras no Brasil afirmaram ter mentores, em comparação com 26% dos homens. Essa disparidade pode ser atribuída a várias razões, incluindo

barreiras sociais e falta de representação feminina em posições de liderança. A ausência de mentoria e redes profissionais pode resultar em uma limitada troca de conhecimentos, experiências e oportunidades de negócios para as empreendedoras.

Soluções para superar essa barreira incluem a criação de programas específicos de mentoria que conectem mulheres empreendedoras a líderes experientes, incentivando uma cultura de apoio e compartilhamento de conhecimento. Além disso, estabelecer redes profissionais exclusivas para mulheres pode oferecer um ambiente de suporte e colaboração, facilitando o acesso a oportunidades de parcerias estratégicas. Iniciativas em eventos, conferências e organizações empresariais também são fundamentais. Essas ações criam um ambiente que propicia o estabelecimento de conexões valiosas.

#### **i) Dificuldade na Conciliação da maternidade e vida profissional**

A maternidade é frequentemente percebida como um obstáculo significativo para as mulheres empreendedoras, com desafios associados à conciliação entre a vida profissional e familiar. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2019, as mulheres dedicavam, em média, 18,1 horas semanais a mais que os homens às atividades domésticas e cuidado com os filhos, o que pode criar uma pressão adicional para aquelas que buscam empreender.

A profundidade desse desafio reside na necessidade de equilibrar a demanda intensiva do empreendedorismo com os cuidados maternos, muitas vezes levando a jornadas de trabalho extensas e falta de tempo para a autorreflexão e desenvolvimento profissional. Além disso, estereótipos culturais sobre o papel das mães na sociedade podem contribuir para a percepção de que mulheres empreendedoras podem não ser capazes de gerenciar efetivamente ambas as esferas.

Segundo pesquisa da Rede Mulher Empreendedora 2023, mais de 70% das mulheres empreendem após a maternidade.

Podemos dizer que um dos gatilhos para o empreendedorismo feminino é a maternidade, mas também é um desafio, pois muitas mulheres empreendedoras

enfrentam o equilíbrio delicado entre a criação de seus filhos e a gestão de seus negócios.

Além disso, o auxílio da família e da rede de apoio tem um papel crucial, permitindo que as mães empreendedoras compartilhem responsabilidades e encontrem tempo para suas carreiras.

Vale dizer ainda que empreender não é fácil para homens e mulheres, porém para as mulheres é ainda mais difícil e carregado de algumas dores - A questão é cultural tem um peso enorme sobre as mulheres e seus negócios, pois além de introjetar na mulher crenças limitantes em relação ao mundo dos negócios, ainda tem a questão das tarefas domésticas e com os filhos, que continuam recaídas sobre as mulheres.

Para superar esse obstáculo, é fundamental implementar políticas empresariais que promovam a flexibilidade no ambiente de trabalho. Oferecer horários flexíveis, a possibilidade de trabalho remoto, licenças maternidade e paternidade mais extensas, creches no local de trabalho, e programas de apoio à maternidade em ambientes empreendedores são medidas que podem facilitar a conciliação.

É necessário promover ambientes mais inclusivos e igualitários que apoiam as empreendedoras durante a maternidade e além.

A maternidade não deve ser um obstáculo ao empreendedorismo, deve ser uma fonte de inspiração e um motivador para o alcance do sucesso. E promover uma cultura organizacional que valoriza a diversidade e reconhece as diferentes fases da vida das mulheres contribui para a construção de equipes mais engajadas e eficientes.

#### **j) Necessidade de Reinvenção na maturidade**

Muitas vezes, mulheres maduras enfrentam estereótipos e preconceitos que questionam sua capacidade de inovar e competir no mundo dos negócios atual. O desafio do etarismo e a busca pela reinvenção na maturidade representam obstáculos significativos e um desafio real para as empreendedoras mais experientes. Essas mulheres frequentemente enfrentam estigmas etários que questionam sua adaptabilidade e competitividade no ambiente de negócios atual. No entanto, dados indicam que, nos últimos anos, houve um aumento notável na participação de

mulheres maduras no empreendedorismo. Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), em 2021, a taxa de empreendedorismo feminino nas faixas etárias mais elevadas cresceu em diversos países, incluindo o Brasil, evidenciando a resiliência das mulheres maduras diante desses obstáculos.

No entanto, a solução reside na valorização da experiência e na promoção de uma mentalidade de aprendizado constante e na capacidade de se reinventar. Mulheres maduras trazem muita experiência, conhecimento e habilidades para seus empreendimentos. Ao reconhecerem e valorizarem suas competências acumuladas ao longo dos anos, elas podem se reinventar, adaptando-se às mudanças do mercado e aproveitando sua experiência como trunfo.

Além disso, mulheres mais jovens trazem novas ideias e abordagens, enquanto as empreendedoras mais maduras fornecem orientação e perspectiva. A maturidade pode ser um ativo valioso no empreendedorismo feminino.

A colaboração intergeracional é uma ótima solução, mulheres mais jovens trazem perspectivas frescas, enquanto as empreendedoras maduras oferecem orientação valiosa, criando um ambiente propício à inovação.

Além disso, investir em programas de capacitação específicos para esse grupo demográfico, abordando lacunas de conhecimento tecnológico, e facilitar o acesso a redes de apoio e mentorias são estratégias eficazes. A maturidade, pode ser transformada em um trunfo no empreendedorismo feminino, ressaltando que a capacidade de se reinventar não conhece idade.

### **5.1.5 Aspectos culturais e vieses inconscientes**

Os aspectos culturais e vieses inconscientes desempenham um papel significativo nas percepções sobre o empreendedorismo feminino.

A cultura molda as normas, valores e expectativas de uma sociedade, influenciando a forma como as mulheres são vistas como empreendedoras.

Culturas podem perpetuar estereótipos que associam as mulheres a características como passividade, sensibilidade, foco na família e relutância para assumir riscos. Esses estereótipos podem criar obstáculos para as mulheres que

desejam empreender, uma vez que podem ser vistas como desviando-se do papel tradicionalmente esperado.

Os vieses inconscientes, baseados nos preconceitos, crenças culturais e estereótipos, formam uma barreira invisível e poderosa que dificulta o avanço das mulheres nas corporações e no empreendedorismo. São associações feitas, muitas vezes sem pensar e que acabam por criar estereótipos ligados a gênero, cor, orientação sexual, idade e outros. Estes vieses são construídos ao longo da vida, com base no que ouvimos na infância, interações com amigos, filmes assistidos, notícias na TV e no jornal.

Os vieses inconscientes não são intencionais, mas prejudicam a carreira das mulheres, reduzem a chance da equidade de gênero e por outro lado, favorecem os homens. A tomada de consciência sobre o impacto negativo dos vieses de gênero é o primeiro passo para ajudar os profissionais a terem uma nova forma de olhar e pensar sobre gênero.

Alguns vieses inconscientes podem gerar associações automáticas entre empreendedorismo e características consideradas mais alinhadas com estereótipos masculinos, como assertividade e competitividade. Isso pode levar a uma subvalorização das habilidades empreendedoras das mulheres e a falta de reconhecimento.

Em adição ao gênero, a percepção das mulheres como empreendedoras é fortemente influenciada pela cor. Mulheres pertencentes a grupos étnicos minoritários podem enfrentar desafios adicionais devido a estereótipos racializados. Por exemplo, o racismo que estrutura a nossa sociedade está refletido também nas hierarquias organizacionais no empreendedorismo corporativo. Segundo a Associação de Promoção da Equidade Racial não há nenhuma grande empresa brasileira presidida por uma mulher negra. Dados divulgados pela consultoria em *marketing* digital Triwi indicam que uma em cada quatro empresas no Brasil não possui nenhuma mulher negra no seu quadro de funcionários.

Como Donas de Negócios, as mulheres negras podem ser submetidas a uma pressão ainda maior, enfrentando estereótipos de agressividade ou sendo subestimadas em termos de suas habilidades empreendedoras.

A orientação sexual também pode impactar a percepção das mulheres como empreendedoras. Mulheres que não se enquadram nas normas heteronormativas podem enfrentar estigma adicional, impactando sua aceitação no mundo dos negócios. Esses estereótipos podem contribuir para a exclusão e discriminação, limitando o acesso a recursos e oportunidades para mulheres LGBTQIA+ empreendedoras.

Reconhecer que temos vícios de percepção e que podemos mudá-los é um passo importante na construção de um mundo mais justo e consciente. Todas as esferas da sociedade poderiam ganhar. Segundo dados do Banco Mundial (2018), se houvesse igualdade salarial entre homens e mulheres o PIB mundial seria superior em 26%. Programas de treinamento sobre essas associações inconscientes podem ajudar a sensibilizar as pessoas para essas associações automáticas, promovendo uma avaliação mais equitativa das habilidades e capacidades das mulheres empreendedoras

Existem inúmeros tipos de vieses inconscientes e aspectos culturais que impactam a jornada empreendedora de uma mulher, dos quais destacamos:

**a) “Mulher é frágil”**

A associação entre fragilidade e feminilidade é um estereótipo cultural persistente que pode influenciar negativamente a percepção das mulheres como empreendedoras. Essa ideia pode levar à subestimação de suas habilidades de liderança e capacidade de enfrentar desafios empresariais.

Uma pesquisa feita pelo Sebrae em novembro de 2023 registrou que 45% das mulheres empreendedoras já sofreram ou conhecem alguma mulher que sofreu preconceito de gênero no seu negócio. Com esta informação podemos constatar o preconceito sofrido pelas mulheres que decidem empreender no Brasil. Além de enfrentarem um grande desafio ao empreender, ainda tem que quebrar barreiras de estereótipos impostos por uma sociedade culturalmente machista, onde enxergam as mulheres apenas em posições de cuidadoras, julgando e desincentivando as que decidem ter o próprio negócio.

Este é um viés de percepção, quando reforçam estereótipos que são definidos por influência da sociedade ou cultura na qual estão inseridos. Por muito tempo crescemos vendo as mulheres apenas em papéis de atuação como esposas, donas de casa, faxineiras, babás, entre outros, além de serem vistas como indefesas. Sempre ligadas a cuidar, servir e depender do próximo. Logo isso seria refletido na realidade, onde os cargos de liderança sempre foram dominados por homens majoritariamente brancos. Aos poucos as mulheres foram ganhando mais espaço e ocupando esses ambientes, porém sempre lutando contra essa barreira social.

**b) “Lugar de mulher é em casa”**

O estereótipo tradicional de que o lugar da mulher é em casa pode criar barreiras para mulheres que desejam empreender, pois enfrentam resistência cultural ao desafiarem esse papel esperado.

As mulheres historicamente são associadas a gestão familiar e a criação dos filhos. Uma pesquisa realizada pelo Sebrae sobre o Perfil dos Empreendedores em novembro/2023 revela que poder cuidar dos filhos influenciou muito na decisão de abrir um negócio para 68% das mulheres empreendedoras. Muitas companhias ainda seguem uma mentalidade de que não é possível dar flexibilidade de trabalho para quem possui filhos. Com a maioria da responsabilidade pela criação das crianças sendo jogada para as mães, muitas mulheres abandonam seus empregos e a saída que encontram é empreender.

A mesma pesquisa também constata que 61% das mulheres empreendedoras já abriram mão de coisas para si ou para a empresa para cuidar de outros, contra 48% dos homens empreendedores. Essas pesquisas além de mostrar a pressão que as mulheres sofrem de serem a gestora do lar e cuidadora de todos, também mostra que elas não são obrigadas a se dedicar ao lar ou à carreira profissional, empreender pode ser uma solução para conciliar essas duas frentes com o máximo aproveitamento das duas. Independentemente do que a sociedade pense, lugar de mulher é onde ela quiser, seja sendo gestora do lar, executiva de sucesso ou empreendedora.

O estudo “Papéis sociais pautados no gênero e breves apontamentos sobre o feminicídio” - Noli Bernardo Hahn Bianca Strücker, publicado em 2017, reforça que os

papéis de gênero tradicionais – comportamentos, atitudes e modos de pensar que associam a mulher à casa e o homem ao espaço público – estejam se alterando, a mudança é muito lenta, por envolver padrões reproduzidos ao longo de gerações. Não apenas a família, em que começamos a incorporar esses papéis, mas também a escola, as empresas, a mídia e as demais instituições sociais contribuem para que esses padrões tradicionais sejam mantidos. Assim, de modo geral, as pessoas acreditam que esses padrões sejam determinados pela natureza e imutáveis, ou seja, decorrentes dos atributos biológicos.

O reconhecimento de que os papéis de gênero são construções sociais e que variam, entre culturas e ao longo do tempo, é fundamental para a adesão dos homens às tarefas domésticas e criação dos filhos, assim como o aumento do número de mulheres na política, bem como a equiparação de cargos e salários no mercado de trabalho.

Inúmeros estudos interdisciplinares vêm se ocupando acerca da constituição da família. Trata-se de uma consequência de sua extensa carga conceitual advinda de valores históricos, sociais, econômicos e culturais.

**c) “Mulher de negócios que é mãe não pode viajar a trabalho, pois não tem com quem deixar a criança”**

Compromissos de trabalho que envolvam viagens, reflete um estigma persistente que impacta negativamente a participação feminina no empreendedorismo. Essa percepção contribui para limitar as oportunidades de crescimento profissional para as mulheres que buscam equilibrar suas carreiras com responsabilidades familiares.

Essa crença de que mães não podem viajar a trabalho pode levar a uma menor participação de mulheres em empreendimentos que demandam mobilidade, limitando suas opções profissionais e o crescimento de seus negócios. As mulheres ainda podem ser desencorajadas a buscar oportunidades de negócios em outros locais ou a participar de eventos e conferências que exijam deslocamento, impactando sua visibilidade e redes de contatos.

Uma pesquisa do IBGE aponta que, no Brasil, a participação das mulheres no mercado de trabalho é afetada por questões de cuidado com filhos, com uma parcela significativa de mulheres que deixam de trabalhar ou reduzem suas jornadas devido a responsabilidades familiares.

Segundo a pesquisa "Empreendedorismo feminino - especial completo – publicada pelo SEBRAE", mulheres gastam, em média, 3,2 horas por dia com cuidados de crianças e pessoas, enquanto os homens gastam 1,8 horas. Essa discrepância pode impactar as escolhas de carreira e a disponibilidade para viagens a trabalho.

**d) “Mulher não entende de gestão”**

Essa associação cultural reflete um estereótipo prejudicial que persiste em muitas sociedades, incluindo o Brasil. Esse estigma desconsidera e subestima as habilidades e competências das mulheres em relação à gestão de negócios, contribuindo para desigualdades de gênero no empreendedorismo.

Essa associação impacta a ascensão das mulheres empreendedoras, restringindo oportunidades e limitando a diversidade no cenário de negócios. Para combater essa visão estigmatizada, é crucial promover programas de capacitação, conscientização e mentorias que destaquem as habilidades de gestão das mulheres, que são diferentes das práticas masculinas, mas também possuem suas qualidades únicas, contribuindo para uma cultura empresarial mais inclusiva.

A valorização do potencial das mulheres na gestão é um impulsionador do crescimento econômico e da inovação. Mulheres possuem *skills* (habilidades) que homens não tem, como maior empatia, organização, sensibilidade, entre outras. Todas contribuem para uma gestão de negócio diferenciada, a qual muitos não estão acostumados, pois cresceram vendo os negócios sendo geridos por homens.

**e) “Homens são melhores líderes e melhores gestores”**

A associação cultural de que homens são melhores líderes e gestores é um estigma antigo que impacta a participação das mulheres no empreendedorismo. Esse

viés cria barreiras para o avanço das mulheres em papéis de liderança e gestão de negócios.

No contexto brasileiro, dados revelam a persistência dessa associação cultural. Segundo uma pesquisa feita pelo SEBRAE as empreendedoras se sentem menos autoconfiantes para liderar os negócios, diferente dos homens, que além de ter alta autoconfiança ainda sentem segurança e facilidade de transformar sonhos em realidade em seus negócios.

Isso ocorre por conta dos padrões tradicionalmente impostos às mulheres, que desde pequenas são instruídas a cuidar do próximo e nunca a desenvolver habilidades para liderar e gerir um negócio ou uma equipe. Quando elas decidem empreender, se deparam com situações que nunca tinham presenciado, causando insegurança e falta de confiança, perguntando se dará conta.

**f) “Homens devem ser sempre mais bem remunerados”**

A associação cultural de que homens sempre são melhor remunerados é uma expressão clara da persistente disparidade salarial entre homens e mulheres, um fenômeno que se estende ao empreendedorismo feminino. Essa crença reflete desigualdades estruturais que impactam diretamente as oportunidades econômicas das mulheres.

De acordo com a pesquisa nacional do IBGE, as mulheres ganharam, em média, 20,5% menos do que os homens no Brasil, em 2021. Essa disparidade também se reflete nas empreendedoras, onde segundo o Infográfico Mulheres Empreendedoras desenvolvido pelo Sebrae, em 2022, os empreendedores masculinos ganham em média 16% a mais que as mulheres empreendedoras.

Para minimizar este impacto social no empreendedorismo feminino o ideal é promover a transparência salarial nas organizações e no empreendedorismo, implementar políticas internas que garantam a entrega salarial com base nas responsabilidades e resultados, independentemente do gênero, e garantir que mulheres empreendedoras tenham acesso igual a recursos financeiros, mentoria e oportunidades de *networking* para cultivar o crescimento de seus negócios.

### **5.1.6 Características técnicas x comportamentais consideradas no processo decisório de constituição de diretorias**

*Soft skills e hard skills nada mais* são do que termos em inglês utilizado para definir as habilidades comportamentais, de caráter subjetivo (soft skills) e para definir as habilidades técnicas que impactam na vida social e na rotina de trabalho do ser humano. O conjunto composto por: conhecimentos + habilidades + atitudes é o que compõe a competência social, que segundo o pesquisador Del Prette é a avaliação que se relaciona aos efeitos do desempenho social nas experiências vividas pelos indivíduos. As habilidades que compõe a competência social não são fixas e podem mudar conforme as transformações na sociedade e no mercado de trabalho. Prova disso são os dados trazidos em 2020 pelo Relatório do Futuro dos Empregos. A pesquisa destacou que cerca de 50% de todos os funcionários precisarão ser requalificados até 2025, à medida que a adoção da tecnologia aumentar nas organizações.

Na formação de diretorias, as habilidades técnicas e sociocomportamentais ou socioemocionais desempenham papéis cruciais.

A competência técnica refere-se ao conjunto de habilidades e conhecimentos técnicos, atitudes e necessário para desempenhar efetivamente as funções do cargo. Podem ser desenvolvidas por meio de qualificações e capacitações, sejam cursos, oficinas, workshops ou outros. As habilidades técnicas contribuem para que a profissional tenha um desempenho superior em suas atividades e se destaque de forma mais competitiva. Alguns conhecimentos ou mesmo especializações nas áreas de finanças, estratégia, planejamento e gestão são fundamentais para ocupar um cargo de liderança.

No aspecto sociocomportamental, são as habilidades socioemocionais, adquiridas e desenvolvidas ao longo do tempo a partir de experiências vivenciadas, que irão compor a competência da gestora e mostrar como a profissional reage a determinadas situações, se comporta no ambiente de trabalho e se relaciona com colegas, subordinados, chefias e líderes da organização. Liderança, trabalho em equipe, inteligência emocional, comunicação eficaz, negociação e capacidade de resolver conflitos são exemplos relevantes.

Ao analisarmos os dois tipos de habilidades percebemos que são de extrema importância para uma atuação efetiva, assertiva e transformadora. A alta performance é alcançada quando há equilíbrio entre comportamento e técnica.

Potencializando pontos fortes e desenvolvendo pontos a melhorar de todo indivíduo, é possível explorar todo o potencial da liderança e o time alcançar alta performance, melhorar o clima da organização, reduzir o *turnover* e os custos relacionados a esse indicador.

A junção equilibrada das habilidades cria gestoras capazes de enfrentar desafios complexos, encontrar soluções rápidas e impulsionar o sucesso organizacional a longo prazo.

É importante que membros da diretoria também combinem as habilidades que compõe a real competência social para tomar decisões bem fundamentadas que impulsionem o sucesso de uma empresa. Além disso, a diversidade e a força das habilidades de uma equipe e sua diretoria é um ativo verdadeiramente valioso.

E mais, é imprescindível acrescentar à relevante competência social (habilidades comportamentais, socioemocionais e técnicas + conhecimentos + atitude) um *MIND SET DE CRESCIMENTO* – mentalidade de crescimento.

O *mindset* de crescimento é a compreensão de que a inteligência e as habilidades podem ser desenvolvidas e aprimoradas, ao contrário de talentos inatos engessados.

A pessoa com essa forma de pensar sabe que, com esforço e dedicação, pode crescer e conquistar muitas coisas que agora não são possíveis.

Essa mentalidade faz com que o medo não paralise, os desafios sejam abraçados e as falhas sejam vistas como aprendizado. Neste cenário, o fracasso é ruim, mas não a define - é um problema a ser enfrentado com maturidade - e a busca pela ajuda é fácil: a cooperação é recebida e aplicada com facilidade.

Líderes de sucesso devem inspirar confiança, promover um ambiente de trabalho positivo e demonstrar ética sólida.

A adaptabilidade a diferentes culturas empresariais e a habilidade de motivar e desenvolver talentos também são fatores considerados na escolha de membros da diretoria.

Vale lembrar que as habilidades técnicas e comportamentais exigidas no processo decisório na constituição de diretorias prejudica as mulheres assumirem cargos de liderança. As expectativas tradicionalmente associadas aos gêneros muitas vezes influenciam a maneira como as mulheres são percebidas em cargos executivos. Mulheres líderes podem enfrentar desafios únicos devido às normas culturais, que historicamente relegaram as responsabilidades de liderança aos homens. Essas expectativas podem criar obstáculos para as mulheres ao buscarem ascender, impactando no acesso destas a redes profissionais e oportunidades de desenvolvimento.

Muitas diretorias, composições de conselhos e bancadas de CEOs, compostos de homens em sua maioria não enxergam as mulheres como possíveis e assertivas pessoas a ocuparem uma liderança.

Apenas 6% de CEOs são mulheres no mundo todo, segundo a 8ª edição "Women in the Boardroom", pesquisa realizada pela Deloitte, empresa global de consultoria e auditoria.

Os vieses inconscientes, que permeiam ambientes de trabalho, podem levar a avaliações enviesadas do desempenho das mulheres. Seja na tomada de decisões, na distribuição de tarefas ou na avaliação de competência, esses vieses podem perpetuar estereótipos prejudiciais.

Um estudo da McKinsey descobriu que empresas com diversidade de gênero em suas diretorias têm 21% mais chances de apresentar desempenho financeiro acima da média.

Habilidades técnicas, como experiência de mercado, formação acadêmica, conhecimento de produto/serviço e habilidades específicas para a função, são essenciais para garantir a competência e a eficiência nas decisões estratégicas. Por outro lado, habilidades sociais, comportamentais e emocionais como empatia, comunicação, liderança, negociação e capacidade de trabalho em equipe, são fundamentais para criar um ambiente de trabalho colaborativo, criativo, inspirador e com resultados efetivos. Ao equilibrar esses dois conjuntos de habilidades, as organizações podem formar diretorias mais resilientes, inovadoras e capazes de enfrentar desafios complexos.

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

Um estudo realizado pela empresa Thomas International, com 276 mulheres líderes de 13 países, entre eles o Brasil, mostra que apenas 31% de todos os cargos de liderança sênior são ocupados por mulheres no mundo. Este estudo:

- a) mostrou que nas bases consideradas ideais para ocupar posições de liderança, não há diferenças significativas entre mulheres e homens.
- b) identificou as seguintes características marcantes de liderança:
  - **Conscienciosidade:** Autodisciplina, rigor, organização, determinação, impulsividade;
  - **Resiliência:** Reações ao estresse, pressões e relacionamentos, conexões, autoconfiança;
  - **Curiosidade:** Inovação, criatividade, como reage a mudanças, novas informações, novos métodos, foco;
  - **Audácia:** Como lida com situações desafiadoras, difíceis ou ameaçadoras;
  - **Aceitação de ambiguidade:** Reação à complexidade, informações contraditórias, lidar com falta de clareza em resultados;
  - **Competitividade:** Desejo de vencer, necessidade de poder, reação à vitória e à derrota, grau de ambição.

E as seguintes características importantes ligadas à inteligência emocional:

- **Bem-estar:** Felicidade, otimismo e autoestima;
- **Autocontrole:** Emocional, impulsividade e gestão do estresse;
- **Emotividade:** Empatia, percepção e expressão da emoção, relacionamentos, conexão;
- **Sociabilidade:** Consciência social, gestão da emoção, assertividade;
- **Facetas independentes:** Adaptabilidade e automotivação.

O Fórum Econômico Mundial também listou as 10 principais habilidades socioemocionais que serão cada vez mais exigidas para uma potente e eficaz liderança, até 2025:

1. Pensamento analítico e inovação;
2. Solução de problemas complexos;
3. Pensamento crítico;
4. Criatividade, originalidade e iniciativa;

5. Raciocínio, solução de problemas e ideação;
6. Aprendizagem ativa e estratégias de aprendizagem;
7. Resiliência, tolerância ao estresse e flexibilidade;
8. Liderança e influência social;
9. Uso, monitoramento e controle de tecnologia;
10. Projeto e programação de tecnologia.

A conclusão é que nenhuma das principais *soft skills* (habilidades socioemocionais) determinantes para que alguém ocupe um cargo de liderança tem relação com o gênero. Ou seja, tanto homens quanto mulheres possuem a mesma capacidade desenvolver, potencializar e gerenciar as habilidades apontadas para serem líderes de sucesso.

Para aumentar a representatividade feminina nos conselhos brasileiros, uma iniciativa com apoio da ONU Mulheres criou o selo *Woman On Board*, mérito concedido a empresas que possuem pelo menos duas mulheres em seus conselhos de administração. Em março de 2023, o selo alcançou 100 empresas, incluindo grandes companhias como Ambev, Banco do Brasil, Estapar e Raízen.

Apesar do avanço, a representatividade de mulheres negras ainda é um desafio. A própria iniciativa WOB, juntamente com o Conselheiras 101, publicaram uma matéria sobre a questão. “O ano é 2023 e este é o percentual de mulheres negras em conselhos de administração de empresas abertas brasileiras, segundo estudo da ACI Institute, da KPMG: Traço. Não é 1%. Não é 2%. Não é 3%. É traço”, diz o texto.

A partir dessas pesquisas, compreendemos que a mulher tem plenas condições de assumir papéis de liderança nas empresas, porém a quantidade de mulheres nesses cargos ainda é muito baixa. Levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) aponta que há 15,2% de mulheres dentre os 6.160 profissionais que compuseram a amostra nos conselhos de administração e nas diretorias das companhias.

Valeria Café, diretora de Vocalização e Influência do IBGC, diz que há um longo caminho a percorrer. “Os números mostram que as organizações precisam ser ainda mais sensibilizadas a entender que diversidade gera valor. Quando encontramos perfis diversos nos conselhos de administração, a organização tende a se beneficiar de mais pluralidade na construção de seus argumentos, mais inovação e,

consequentemente de um processo de tomada de decisão com maior qualidade e segurança”.

Para lidar com essa situação, é necessário primeiro repensar a cultura das empresas, prezando a diversidade e inclusão, com direitos iguais para todos.

É fundamental que as organizações tenham processos seletivos estruturados e inclusivos, assim, as vagas serão ocupadas pelas pessoas mais aptas a cada função, evitando que mulheres sejam desconsideradas por questões parciais; planos de carreira bem desenhados, incentivos para capacitação, palestras, cursos, workshops, treinamentos, programas com foco em liderança e outros temas, e tudo o que for necessário para o desenvolvimento das mulheres para cargos de liderança.

Além disso, deve ser realizado um trabalho com ações de mobilização e conscientização, promovidas pelas áreas de gestão de pessoas, em prol da desconstrução de possíveis preconceitos internos e vieses inconscientes, em função de um clima organizacional justo e saudável.

Promover a diversidade em termos de gênero, origem e experiências contribui para uma combinação rica de habilidades técnicas e comportamentais. Essa abordagem não apenas reflete uma governança mais inclusiva, mas também impulsiona o sucesso a longo prazo das organizações.

Os estudos recentes evidenciam que as habilidades socioemocionais estão ao longo do tempo ajudando a minimizar o *gap* salarial entre homens e mulheres (Sulzbach, 2020). Mas ainda se fazem necessárias políticas que trabalhem o desenvolvimento dessas habilidades, mirando o fortalecimento principalmente da autoconfiança e percepção de autoeficácia e logo depois os outros aspectos que influenciam na decisão de empreender e na performance dos negócios.

#### **5.1.6 Formação de grupos de mulheres empresárias (transformações provocadas por meio do movimento associativo feminino)**

As associações formam a base dos principais conceitos que sustentam perspectivas alternativas ou renovadoras da democracia, seja por desempenharem funções de cooperação com os governos, por ampliarem espaços de representação e/ou contestarem padrões culturais e institucionais.

Em primeiro lugar, as associações são analisadas pelos impactos positivos no sentido da promoção de indivíduos “mais cidadãos”, aumentando seu senso de eficácia política e desenvolvendo virtudes cívicas, servindo como escolas de cidadania (Fung, 2003; Pateman, 1992; Putnam, 1996; Warren, 2001). Em segundo lugar, as associações denunciam injustiças e tencionam as relações, os padrões e os poderes tradicionais. Os movimentos sociais são aqui os sujeitos centrais. Também são valorizadas por desempenharem um papel central na participação em estruturas estatais que foram desenhadas, tendo em vista a incorporação da população em processos de discussão e de definição de políticas públicas e governamentais, como são os casos dos conselhos gestores e orçamentos participativos no Brasil.

Além disso, as associações contribuem para a qualidade da representação política ao apresentarem novas demandas, transmitirem propostas mais bem informadas e detalhadas, problematizarem interesses e políticas, e organizarem debates e interesses que transcendem limites territoriais.

Sabe-se que o número de mulheres que participa da vida associativista ainda não é maior do que o número de homens associados, mas, certamente, a presença de mais mulheres participando de movimentos organizados, como o associativismo empresarial, fortalece a representação do setor produtivo e contribui para o crescimento do empreendedorismo feminino. Ampliar esta participação é um dos desafios que lideranças apontam como importante para que a igualdade de gêneros se torne realidade também nas entidades que movimentam setores importantes da economia, mas também em todos os segmentos sociais.

A formação de grupos de mulheres empreendedoras é uma ferramenta de união e força realizadora das mulheres em diversos setores da sociedade. Por meio de organizações e grupos formados exclusivamente por mulheres, as mulheres encontram um espaço para compartilhar experiências, fortalecer redes de apoio e promover mudanças positivas em suas comunidades.

O associativismo feminino abrange desde grupos profissionais e empresariais até organizações sociais e de defesa dos direitos das mulheres. Essas associações oferecem um ambiente seguro e acolhedor, onde as mulheres podem se expressar livremente, trocar conhecimentos e desenvolver habilidades.

Além disso, elas oferecem uma plataforma para ações coletivas e para a defesa de questões importantes para as mulheres. Uma das principais vantagens é a capacidade de amplificar as vozes das mulheres.

Ao se unirem, as mulheres conseguem ganhar maior visibilidade e influência, seja na esfera política, nos negócios ou na sociedade em geral. Elas podem promover mudanças significativas, que vão desde a igualdade de gênero até a melhoria das condições de trabalho e o acesso a oportunidades igualitárias.

O associativismo feminino proporciona um espaço de apoio mútuo. As mulheres enfrentam desafios e obstáculos únicos em suas vidas, e essas organizações oferecem um ambiente onde elas podem se conectar com outras mulheres que compartilham das mesmas experiências. Isso gera um sentimento de solidariedade e empatia, criando uma rede de suporte valiosa para enfrentar adversidades e buscar soluções conjuntas.

Em entrevista, em 2023, a Sra. Ana Cláudia Badra Cotait, Presidente do Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura (CMEC) respondeu sobre a importância do vínculo entre vida associativista e empreendedorismo feminino:

“Quem é associado consegue se fortalecer e ter ajuda no momento difícil. Outro ponto que chama atenção é ouvir o velho mote de que as mulheres não são unidas. Ao assumir os cargos de Presidente do Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura (CMEC) da Federação das Associações Comerciais do Estado (FACESP) e Associação Comercial de São Paulo (ACSP), me deparei com uma realidade bem diferente. A primeira coisa que fiz foi estabelecer a cooperação com vários grupos de mulheres para termos ações conjuntas e ajudar outras mulheres. As mulheres são unidas, sim! O associativismo acolhe. Vejo nos membros da Associação Comercial de São Paulo uma paixão pela entidade inacreditável. A vontade de participar voluntariamente é praticamente unânime. Os associados têm a certeza da segurança, além do acesso a produtos, vitrine de descontos, capacitação, políticas públicas, representatividade, qualificação, e hoje, principalmente, o crédito. Veja como o associativismo é importante. Essa questão ficou ainda mais evidente durante a pandemia da Covid-19, onde muitas pessoas estavam literalmente sozinhas. No associativismo, elas se sentem amparadas”.

Não surpreende, então, que empreendedoras femininas sirvam de inspiração para outras mulheres embarcarem na jornada empreendedora. Esse ciclo virtuoso resulta na criação de mais oportunidades de emprego para mulheres, desempenhando um papel fundamental na redução da disparidade de gênero na força de trabalho. O êxito alcançado por mulheres em determinado setor cria uma influência positiva, tornando mais provável que a próxima geração de mulheres se sinta motivada a seguir seus passos de sucesso.

Esse efeito cascata fortalece a presença feminina nos negócios, e contribui para uma transformação gradual e positiva do panorama da igualdade de gênero no ambiente profissional.

As associações acabam por desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento de lideranças femininas. Ao participarem ativamente dessas organizações, as mulheres têm a oportunidade de adquirir habilidades de liderança, ampliar sua rede de contatos e assumir papéis de destaque em suas áreas de atuação. Isso contribui para a quebra de estereótipos de gênero e para a construção de uma sociedade mais igualitária.

Muito além do compartilhamento de conhecimento e capacitação durante os encontros, deve-se valorizar as conexões que se estabelecem nos grupos de mulheres empreendedoras. As histórias inspiradoras compartilhadas revelam desafios e superações em comum, destacando mulheres que enfrentaram batalhas significativas para alcançar suas atuais posições. Esse diálogo, centrado na escuta e na troca de experiências, desempenha um papel fundamental na construção e consolidação de uma sólida rede de apoio.

No entanto, é importante destacar que o associativismo feminino não é exclusivo das mulheres. Homens também podem ser aliados importantes nessa luta por igualdade de gênero, apoiando e se engajando em iniciativas femininas. Afinal, a busca pela igualdade de gênero é uma responsabilidade coletiva, que requer a participação de todos os membros da sociedade.

Em suma, o associativismo feminino é um instrumento potente para promover a igualdade de gênero, fortalecer as mulheres e criar mudanças significativas na sociedade. Ao se unirem, as mulheres podem conquistar espaço, ampliar suas vozes e alcançar avanços importantes.

Dados indicam que a participação ativa em grupos de mulheres empresárias está associada a um aumento na taxa de sucesso de empreendimentos liderados por mulheres. Um estudo da Organização Internacional do Trabalho (OIT) destacou que as mulheres que participam de associações empresariais têm maior probabilidade de superar obstáculos e alcançar resultados financeiros positivos.

A colaboração e a união por meio dessas associações desempenham um papel vital na promoção do empreendedorismo feminino e na superação de desafios. O movimento associativo feminino promove a igualdade de oportunidades ao ampliar o acesso das mulheres a recursos essenciais. Redes de apoio, como a Rede Mulher Empreendedora (RME), primeira e maior rede de apoio ao empreendedorismo feminino no Brasil, têm desempenhado um papel crucial ao oferecer mentorias, capacitação e acesso a financiamentos para mulheres empreendedoras.

Abaixo exploraremos os principais benefícios decorrentes da formação desses grupos, destacando como o movimento associativo feminino tem se tornado uma força para o desenvolvimento sustentável.

#### **5.1.6.1 Benefícios da Formação de Grupos de Mulheres Empresárias**

##### **a) Compartilhamento de Conhecimentos e Experiências**

A colaboração em grupo permite a troca de conhecimentos técnicos, estratégias de negócios e experiências, capacitando as empreendedoras com informações valiosas para o sucesso de seus empreendimentos.

A troca de ideias e práticas bem-sucedidas cria uma base sólida para o aprendizado mútuo, permitindo que as empreendedoras enfrentem desafios com base em *insights* coletivos. Esse compartilhamento contribui para um crescimento profissional mais rápido e eficaz.

##### **b) Fortalecimento da Resiliência**

A resiliência é uma característica vital no mundo dos negócios, e os grupos de mulheres empresárias oferecem um sistema de apoio que fortalece essa qualidade.

A solidariedade entre membros do grupo ajuda a enfrentar obstáculos com mais confiança, coragem e a superar adversidades, criando uma rede de suporte emocional e prático.

**c) Desenvolvimento de Redes de Contatos**

Participar de grupos associativos femininos amplia as redes de contatos profissionais, abrindo portas para oportunidades de negócios, parcerias estratégicas e colaborações. Essa rede de relacionamentos é crucial para a expansão dos negócios, fornecendo acesso a recursos, mercados e mentoria.

**d) Aumento na Taxa de Sucesso**

Dados indicam que mulheres que participam ativamente de associações empresariais têm maior probabilidade de alcançar resultados financeiros positivos, contribuindo para o aumento na taxa de sucesso dos empreendimentos femininos.

**e) Empoderamento e Conscientização**

O movimento associativo feminino desempenha um papel fundamental no empoderamento e na conscientização sobre questões de gênero no cenário empresarial. Ao destacar os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, esses grupos contribuem para a criação de um ambiente de trabalho mais igualitário, desafiando estereótipos e promovendo a diversidade.

Os grupos de mulheres empresárias provocam mudanças sistêmicas. Essas associações não apenas impulsionam o sucesso de suas integrantes, mas também contribuem para alterar paradigmas culturais e estruturas organizacionais que historicamente limitaram a participação feminina no mundo dos negócios. Vamos explorar algumas das transformações provocadas por esses grupos.

**5.1.6.2 Transformações Provocadas por Grupos de Mulheres Empresárias**

**a) Incentivo à Inovação e Empreendedorismo**

Os grupos de mulheres empresárias têm o potencial de fomentar a inovação ao promoverem um ambiente propício à troca de ideias e à colaboração. Estimulando a criatividade e o pensamento empreendedor, esses grupos contribuem para a formação de negócios mais inovadores e adaptáveis às mudanças do mercado.

**b) Quebra de Barreiras de Gênero**

Ao desafiarem a percepção tradicional de gênero nos negócios, as associações ajudam a construir uma narrativa na qual as mulheres são vistas como líderes capazes, desafiando preconceitos culturais e promovendo a igualdade de oportunidades.

**c) Ampliação do Acesso a Recursos**

A formação de grupos proporciona um meio eficaz para as mulheres empresárias acessarem recursos financeiros, capacitação e mentoria. Isso não apenas fortalece individualmente cada empreendedora, mas também contribui para uma distribuição justa de recursos no cenário empresarial.

**d) Empoderamento Econômico e Social**

Ao promoverem o sucesso financeiro e profissional das mulheres, esses grupos contribuem significativamente para o fortalecimento econômico e social. Mulheres economicamente empoderadas têm maior autonomia, influência e capacidade de impactar positivamente suas comunidades.

**e) Fortalecimento da Representatividade**

A representatividade é um catalisador poderoso de mudanças. Grupos de mulheres empresárias aumentam a visibilidade e a representação feminina ao

compartilhar histórias de empreendedoras de sucesso, inspirando outras mulheres a buscar posições de liderança e empreendedorismo, no qual na maioria das vezes os maiores exemplos são masculinos. Esse aumento da representatividade tem impacto positivo tanto na percepção pública quanto na tomada de decisões corporativas.

A presença de mais mulheres participando de movimentos organizados, como o associativismo empresarial, fortalece a representação do setor produtivo e contribui para o crescimento do empreendedorismo feminino.

Ampliar esta participação é um dos desafios mais importantes para que a igualdade de gêneros se torne realidade também nas entidades que movimentam setores importantes da economia.

Tornar mais efetiva a presença de mulheres tanto como empreendedoras como na representação empresarial é fundamental.

Homens podem caminhar de forma a se completarem, fortalecendo o trabalho para que empresas e entidades alcancem bons resultados.

Ter coragem para enfrentar os desafios, saber gerenciar conflitos e ser persistente, entender que as conquistas devem ser pelo mérito, e buscar o aprendizado no trabalho engajado com movimentos que somem aos seus propósitos são alguns dos caminhos para a liderança das mulheres.

E quando uma mulher encontra um espaço de liderança para assumir, que ela o faça, que ela ocupe seu espaço com coragem e abra novos caminhos para que outras mulheres tenham a mesma oportunidade. Uma mulher levantando e possibilitando oportunidades a outras mulheres.

Esses grupos são motores de transformação social e econômica. Ao desafiar normas, promover inclusão e fortalecer a voz feminina no empreendedorismo, essas associações contribuem para um ambiente com mais diversidade, equitativo e inovador. A formação de redes colaborativas entre mulheres empresárias não só transforma a realidade presente, como pavimenta o caminho para um futuro empresarial com mais mulheres.

Investir nesse movimento vai além de uma necessidade social, é uma estratégia inteligente para impulsionar o progresso econômico e cultural.

### **5.1.7 Representatividade econômica dos negócios liderados por mulheres empreendedoras - Impactos sociais e econômicos**

A liderança feminina se consolida como resultado da luta, de diversos grupos, em prol da igualdade de direitos para homens e mulheres.

O tema chama a atenção para a urgência de condições de trabalho, salários e tratamento realizados com equidade dentro das empresas.

A expressão Liderança Feminina tem em si um sentido profundo, que inclui décadas de mobilização feminina a fim de garantir sua participação em esferas sociais a que, tradicionalmente, as mulheres não tinham acesso, como a política e o mercado de trabalho.

Naturalmente, falar em liderança feminina também remete à ocupação de posições estratégicas por elas, seja no mundo corporativo ou à frente de seus próprios empreendimentos e realizações.

Quando se fala em liderança feminina, é importante contextualizar a sociedade mundial até poucas décadas atrás. Em termos gerais, até o século XIX, não havia movimentos significativos pela equidade entre homens e mulheres.

O que existia era uma relação entre gênero e função social, com deveres e limitações ensinados desde o nascimento de cada criança.

Se fosse menino, deveria praticar atividades relacionadas à força e, se possível, receber educação formal, pois cabia a ele ser o provedor de sua família. E as meninas deveriam ser preparadas para assumir tarefas domésticas e a criação dos filhos, uma rotina estimulada desde muito cedo, por meio de brincadeiras com bonecas e utensílios de cozinha.

As mulheres não tinham a liberdade para escolher, elas ficavam com as tarefas consideradas inferiores, como os trabalhos domésticos, que normalmente não são remunerados.

Também permaneciam isoladas socialmente, sem direito à participação do mundo exterior, decisões importantes para sua comunidade, política e trabalho. Mesmo quando elas entraram para o mercado de trabalho formal, no início do século 20, as oportunidades oferecidas estavam restritas a cargos auxiliares, por décadas.

Atualmente, as mulheres que têm acesso à educação formal estudam por mais tempo que os homens, têm maior facilidade para desenvolver habilidades socioemocionais e liderar pelo exemplo.

No entanto, elas continuam sendo minoria em cargos de administração e recebendo salários mais baixos que os homens (em média, 14%), segundo estudo feito pela OIT (organização internacional do trabalho) com 115 países e divulgado em 2020.

O empreendedorismo feminino é uma tendência crescente no Brasil e no mundo. Segundo dados do Sebrae, as mulheres representam 34,4% dos negócios formais do país em 2022, totalizando 10,3 milhões de empresas.

Esse crescimento tem um impacto econômico e social significativo, desempenhando um papel crucial no desenvolvimento sustentável e na promoção da igualdade de gênero. Essas empresas contribuem para o avanço econômico, e geram benefícios sociais que reverberam em toda a sociedade. As mulheres veem no empreendedorismo uma oportunidade de transformação, independência financeira e realização pessoal.

Diante de um mercado de trabalho com poucas oportunidades de ascensão e salários mais baixos para mulheres, empreender se torna uma alternativa interessante para elas. Além da geração de renda, as mulheres são responsáveis pela maior parte do trabalho doméstico e de cuidados com as pessoas, ter o próprio negócio é uma alternativa para muitas mulheres de conciliar o trabalho com a família e a maternidade.

#### **a) Setores de concentração da atuação e perfil da atuação feminina**

Os setores mais populares entre as empreendedoras são o de serviços, comércio e indústria. De acordo com a pesquisa do Sebrae, no terceiro trimestre de 2022, o percentual de mulheres nesses setores é: Serviços (53% de mulheres e 36% de homens), Comércio (27% de mulheres e 20% de homens), Indústria (13% de mulheres contra 6% dos homens). As 5 atividades que as empreendedoras mais atuam são: Cabeleireiros e tratamento de beleza; comércio e vestuário; serviços de *catering*, bufê e serviços de comida preparada; comércio de produtos farmacêuticos, cosméticos e perfumaria; confecção sob medida.

Isso destaca mais um desafio para o empreendedorismo feminino, pois as atividades com maior presença feminina, costumam ter um valor agregado menor. Muitas atuam como MEI, 45% dos MEIs são mulheres. Independente da motivação para empreender, o MEI é um facilitador para a implementação e desenvolvimento de pequenos negócios.

De acordo com o Sebrae, entre as empreendedoras bem estabelecidas, 31% delas têm ensino superior completo, em comparação com 22% dos homens. Mesmo sendo mais escolarizadas, elas ainda faturam menos que eles: enquanto 31% dos homens têm renda familiar acima de 6 (seis) salários-mínimos, o número cai para 22% no caso das empreendedoras.

Apesar de terem mais tempo de escolaridade e dedicarem mais horas à capacitação do que os homens, elas têm mais dificuldade de acesso a crédito. Segundo dados do Sebrae, as taxas de juros para empreendedoras são 3,5% mais altas, embora a inadimplência feminina seja menor - 3,7% entre as mulheres e 4,2%, entre os homens.

Para as mulheres, empreender significa muito mais do que dinheiro em caixa. Prova disso é que nos últimos dois anos, a proporção das “chefes de domicílio” passou de 38% para 45%. O estudo constatou que elas são movidas, principalmente, pela necessidade de ter outra fonte de renda, ou de adquirir independência financeira.

Assumindo o próprio negócio, as mulheres começaram a assumir a “chefia da família”, onde a principal renda familiar deixa de ser do marido, conforme um relatório especial produzido pelo Sebrae.

A pesquisa constatou ainda que as representantes do sexo feminino empreendem movidas principalmente pela necessidade de ter outra fonte de renda ou para adquirir a independência financeira. Para as mulheres, empreender é sinônimo de ser livre para tomar decisões e fazer suas escolhas.

Mesmo que as empresas lideradas por mulheres tendam a faturar menos e serem menos intensivas em inovação, os números apontam que o empreendedorismo continua crescente entre elas. A proporção de “Empreendedores Novos” – os que têm um negócio com menos de 3,5 anos – é maior entre elas, sendo 15,4% contra 12,6% dos homens.

Gerando oportunidades de emprego para outras pessoas, elas atuam, principalmente, em atividades voltadas para beleza, moda e alimentação e mais de 55% delas trabalham em casa.

Em São Paulo, as micro e pequenas empresas lideraram a geração de empregos em agosto de 2019, com a criação de mais de 30 mil postos de trabalho. A região Sudeste se destacou com a contratação de 45,5 mil trabalhadores, seguida pela região Nordeste, que gerou mais de 16,8 mil empregos.

### **b) Contextos da atuação feminina**

Contudo, o Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental mostra um grande desafio para a empreendedora, relatando que apenas 25% das empresas fundadas por mulheres conseguem captar investimentos – contra 55% das empresas fundadas por homens ou com predominância masculina.

Ou seja, mesmo dedicando menos tempo ao negócio, acumulando sobrecarga de trabalho, e com menos acesso ao crédito, as mulheres seguem desbravando caminhos e movimentando a economia do país. Para que a jornada seja mais justa, é preciso um esforço coletivo para reduzir as barreiras.

Quando cor e gênero entram na conta, a situação é mais crítica. Enquanto o rendimento médio mensal das empreendedoras pretas é de R\$ 1.539, o dos homens brancos é R\$2.749. Logo atrás deles, estão as mulheres brancas, com R\$ 2.305, e os homens pretos, com R\$ 1.798, de acordo com os dados do Sebrae.

O ODS 5 entre os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Agenda 2030 das Nações Unidas, é voltado especificamente para a igualdade de gênero. Isso destaca a importância do empreendedorismo para a sociedade, que tem como a principal transformação, a equidade entre homens e mulheres no âmbito empresarial. Por mais que mulheres tenham avançado no mercado de trabalho, na carreira e no comando de negócios, ainda existem barreiras culturais que dificultam o acesso a oportunidades pela mulher empreendedora.

O empreendedorismo e a independência financeira de mulheres podem contribuir com a diminuição da violência doméstica, da discriminação por gênero e da

valorização do trabalho doméstico realizado na maioria das vezes pelas mulheres, gerando uma sociedade melhor.

Além disso, o empreendedorismo feminino tem um impacto social profundo. As mulheres, ao assumirem papéis de liderança nos negócios, tornam-se modelos inspiradores para outras jovens mulheres, desafiando estereótipos e incentivando aspirações profissionais, além das esperadas culturalmente.

A renda gerada pela mulher empreendedora não é investida apenas em benefício próprio, elas revertem na educação dos filhos e no amparo à comunidade e na assistência aos parentes. Quando uma mulher empreende, a comunidade em que está inserida ganha com uma maior movimentação financeira, sua família adquire uma melhor qualidade de vida, já que grande parte das empreendedoras são responsáveis pelo sustento de casa, elas também contratam mais mulheres, gerando empregos e amparo para outras famílias, promovendo o desenvolvimento sustentável. Também contribuem para a inovação ao trazer novas perspectivas e abordagens para o mercado.

Os negócios liderados por mulheres têm um impacto econômico substancial, contribuindo muito ao crescimento econômico e na transformação social, criando um ambiente mais inclusivo e inspirador para as futuras gerações. Um estudo do McKinsey Global Institute descobriu que o avanço da igualdade das mulheres poderia adicionar US\$12 trilhões à economia global até 2025. Isso mostra a necessidade de medidas efetivas para que as mudanças sejam feitas com mais urgência e velocidade.

Um sinal de que estamos diante de um fenômeno consistente, a partir do ano de 2000 o empreendedorismo feminino brasileiro começou a despertar o interesse de pesquisadores acadêmicos. O aumento de visibilidade do assunto nas pesquisas deu-se especialmente pela ação de mulheres, que constituem 83,8% dos pesquisadores nessa área.

## **5.2 MEDIDAS DE DESENVOLVIMENTO**

As medidas de desenvolvimento constituem um conjunto de indicadores destinados a avaliar o progresso e a evolução de uma sociedade, economia ou região ao longo do tempo. Essas métricas são essenciais para compreender os diversos

aspectos que afetam o bem-estar e a qualidade de vida das pessoas, indo além da perspectiva exclusivamente econômica.

### **5.2.1 O que são indicadores econômicos**

Antes mesmo de se falar sobre indicadores econômicos, é necessário compreender o que significa o desenvolvimento econômico em si. Este tópico está atrelado diretamente ao desempenho de uma economia.

E, se estamos falando de economia em um nível nacional, regional ou até mundial, logo o tema é a Macroeconomia. Este é o estudo da economia como um todo, incluindo crescimento e desenvolvimento em termos de renda, variações nos preços e ocupação profissional em termos de emprego.

A macroeconomia tenta explicar eventos econômicos e, ao mesmo tempo, indica caminhos para o melhoramento do desempenho econômico, seu objeto final de estudos e considerações<sup>1</sup>.

Portanto, devemos analisar a macroeconomia para entender a ideia de desenvolvimento e crescimento econômico. “O crescimento econômico é uma das questões mais interessantes da macroeconomia”, pois são diversos fenômenos que acontecem todos os dias desde as mais altas cúpulas de decisões políticas da humanidade até ao que o ser humano de forma isolada sofre no seu cotidiano a partir destas decisões e do andamento de diversos aspectos econômicos deixa o tema do crescimento econômico deveras estimulante para as conversações<sup>2</sup>.

Mas o que, de fato é o desenvolvimento econômico?

Este pode ser definido como processo de acumulação de capital e incorporação de progresso técnico ao trabalho e ao capital que leva ao aumento da produtividade, dos salários, e do padrão médio de vida da população<sup>3</sup>.

Fato é que se falamos de desenvolvimento econômico, o foco sempre será o maior objetivo de uma sociedade moderna: o bem-estar.

---

<sup>1</sup> MANKIW, Gregory. **Macroeconomia**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

<sup>2</sup> BURDA, Michael C.; WYPLOSZ, Charles. **Macroeconomia: uma abordagem europeia**. 3.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

<sup>3</sup> BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **Notas de Disciplina “Desenvolvimento Econômico”**. Escola de Economia. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. 2008.

Aliado a isso, outros quatro grandes objetivos devem ser perseguidos e alcançados: a segurança, a liberdade individual, a justiça social e a proteção do ambiente onde a sociedade está inserida.

Importante indicar que a arena onde acontece o desenvolvimento econômico é o Estado Nacional. “O fator principal a determinar o bom êxito do desenvolvimento econômico é a existência ou não de uma nação capaz de formular uma estratégia nacional de desenvolvimento ou de competição.

Na medida em que uma sociedade nacional se revela suficientemente coesa ou solidária quando se trata de competir internacionalmente, ela saberá aproveitará melhor seus próprios recursos para crescer: naturais e principalmente seu capital humano.

Quando uma economia está em pleno processo de crescimento, é sinal de que provavelmente existe uma estratégia nacional de desenvolvimento, é sinal que seu governo, seus empresários e trabalhadores estão trabalhando na competição econômica com as demais nações. Quando uma economia começa a crescer muito lentamente, ou até mesmo estagna o crescimento, é sinal de crise, sinal de que a nação perdeu coesão, e, portanto, que já não conta com os elementos necessários para que se mantenha competitiva”<sup>4</sup>.

O desenvolvimento econômico, portanto, é uma questão que une aspectos não apenas macroeconômicos, mas também políticos e, por que não dizer, sócio-culturais. Uma economia que se desenvolve leva à melhoria de vida e ao bem-estar da população.

Um ator é essencial para que o desenvolvimento econômico aconteça: o empreendedor. Joseph Schumpeter, tido como um dos maiores economistas de todos os tempos, ao comentar em sua principal obra a necessidade da inovação e das constantes combinações de novos bens e métodos de produção para que haja desenvolvimento em um sistema capitalista, elege o empreendedor (ou empresário, como chama em seu livro) como figura central. Ele se distingue na sociedade como um portador de energia e capaz de realizar coisas novas que não estariam presentes

---

<sup>4</sup> BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **O conceito histórico de desenvolvimento econômico**. Textos para Discussão, n.157. Escola de Economia de São Paulo. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.

de maneira difundida entre a população. Isto se dá por conta de um certo ato heroico<sup>5</sup>, que o fará alcançar suas ambições sociais e as suas conquistas pessoais.

“O dinamismo do sistema econômico para Schumpeter depende, assim, do surgimento do empresário como criador de novas combinações. Mais do que isso: é alguém que tem a habilidade para que o novo seja implementado. É esse o sentido que Schumpeter atribui ao termo empresário”<sup>6</sup>.

Portanto, no desenvolvimento da economia é fundamental a junção de diversos pontos como: decisões políticas, aspectos macroeconômicos, conjuntura social e cultural, além da existência da figura do empreendedor que, com a sua livre-iniciativa e ideal.

O papel do empresário/ empreendedor é fundamental para que o crescimento econômico aconteça. **Assim, o empreendedor com seu papel transformador deve ser intensamente visualizado como um player essencial para o desenvolvimento econômico.**

**E, neste cenário, encontram-se as mulheres empreendedoras.**

Embora seu papel no desenvolvimento econômico das nações ainda não esteja plenamente visualizado, dados e indicadores já começam a demonstrar sua importância.

Cabe, agora, aos governos e grupos de interesse começarem a olhar com mais carinho para o imenso potencial já sacramentado e o que há ainda porvir do impacto do crescimento do empreendedorismo feminino no desenvolvimento econômico de nações, regiões, cidades e da sociedade como um todo.

### **5.2.2 Para que servem os indicadores econômicos**

Como se mede o desenvolvimento e o crescimento econômico de um país? Assim como tudo no mundo das ciências, quer sejam elas exatas, da terra, médica-biológicas ou sociais, os números são importantes definidores da saúde dos cenários. Por mais que a avaliação qualitativa seja deveras importante, por sua profundidade e

---

<sup>5</sup> Ou o *leitimov*, motivada pelo simples fato de que as coisas podem acontecer a partir da criação. Seria o ideal empreendedor.

<sup>6</sup> DA COSTA, Achyles Barcelos. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter. **Cadernos IHU ideias**, v.4, n.47, 1-16, 2006.

capacidade exploratória, a análise quantitativa dá uma possibilidade única ao administrador, ao acadêmico ou ao criador de políticas públicas: a possibilidade da realização de inferências e de tomada de decisões a partir dos registros históricos dos dados.

Registrar dados, que posteriormente serão transformados em informações, é algo que é condição *sine qua non* para todo aquele que deseja conhecer bem o *status* daquilo na qual está inserido. Não há capacidade alguma de se tomar uma boa decisão, se não estiver pautada em dados sólidos e que sejam perfeitamente confiáveis.

Talvez o maior desafio dos países seja manter dados econômicos e sociais em coleta contínua. A maioria dos países desenvolvidos mantém escritórios e institutos especializados em dados públicos, com um nível de confiabilidade altíssimo das informações que são extraídas dos mesmos e, ao mesmo tempo, disponibilizando este tipo de dado ao público em geral. As decisões tomadas pelos governantes e legisladores passam a ser absolutamente mais acuradas, fazendo com que estes auxiliem realmente o desenvolvimento dos cidadãos e, por consequência, das suas cidades, regiões e nações.

“Muitos economistas, particularmente aqueles que trabalham nas empresas e no governo, estão envolvidos na tarefa de prognosticar oscilações de curto prazo na economia (...). Prognósticos sobre a economia são, por conseguinte, um insumo para o planejamento de políticas”<sup>7</sup>.

No campo econômico, os indicadores são estes dados direcionadores das boas decisões. Sem os indicadores econômicos, haverá bastantes dificuldades em se ter termômetros de como as coisas estão, de fato. Gilmar Mendes, no livro *Indicadores econômicos*: “Fazendo uma analogia com os dedos das mãos, os indicadores econômicos representam essencialmente dados e/ou informações “sinalizadoras” ou “apontadoras” do comportamento (individual ou integrado) das diferentes variáveis e fenômenos componentes de um sistema econômico de um país, região ou estado. Por isso, os indicadores econômicos são fundamentais tanto para propiciar uma melhor compreensão da situação presente e o delineamento das tendências de curto

---

<sup>7</sup> MANKIW, Gregory. **Macroeconomia**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

prazo da economia, quanto para subsidiar o processo de tomada de decisões estratégicas dos agentes públicos (governo) e privados (empresas e consumidores)”<sup>8</sup>.

Talvez seja este ainda um dos grandes desafios do Empreendedorismo feminino. A falta de dados que possam ser utilizados como indicadores de desenvolvimento dentro do tema é algo que necessita ser fortemente trabalhado pelos países. A maioria dos países não tem dados consolidados sobre o empreendedorismo feminino. Muitas vezes, os dados disponíveis são apenas números de empresas ou a diferença existente entre empresas de fundadores ou donos masculinos e femininos.

Claro que estes já são dados importantes e eles devem ter obrigatoriedade de existir. Mas a premente dificuldade de encontrar dados mais elaborados, que demonstrem crescimento e desenvolvimento ou que foquem em questões financeiras, que demonstrem suas participações nos diversos setores da economia, é uma demonstração clara de que não há cuidado (ou não se dá a devida importância) para indicadores econômicos do empreendedorismo feminino.

Aí há uma quebra no que normalmente é visto em termos de coleta, registro e apresentação de indicadores econômicos.

Não parece existir uma correlação entre uma economia pujante e um registro sólido de dados com construção de indicadores econômicos sobre o empreendedorismo feminino. Existem economias bastante desenvolvidas e avançadas que não tem registro oficial quase algum sobre negócios liderados por mulheres. Em compensação, tem economias em desenvolvimento que detêm dados históricos tão detalhados que servem como exemplo para todo o mundo.

Um exemplo positivo desde último cenário é o da Índia. Desde os anos 1970 que o governo central indiano, bem como os governos de suas províncias e maiores cidades, detêm registros de dados sobre o empreendedorismo feminino, incluindo séries históricas de crescimento e desenvolvimento.

O cenário ainda não é ideal no país do sul asiático, que possui quase 1 bilhão e meio de habitantes: cerca de apenas 7,3% de todos os empreendimentos são de origem feminina, sendo a grande maioria em negócios de pequena escala e em áreas nas quais se espera que as mulheres tenham conhecimentos “naturais”, como

---

<sup>8</sup> LOURENÇO, Gilmar Mendes; ROMERO, Mario. **Indicadores econômicos**. FAE Business School. Economia empresarial. Curitiba, 2002, p.27-41.

alimentação, panificação, *catering*, vestuário, artesanato e negócios dentro do setor de estilo de vida. Mas o governo indiano tem clara a situação atual do empreendedorismo feminino e tem por desafio contínuo a melhora de tal situação e a capacitação feminina constante<sup>9</sup>.

### **5.2.3 Indicadores socioeconômicos**

#### **5.2.3.1 O que são indicadores socioeconômicos**

Os indicadores socioeconômicos são métricas quantitativas utilizadas para analisar e avaliar aspectos da sociedade e da economia. Eles oferecem uma visão abrangente das condições de vida, bem como do desempenho econômico de uma comunidade, região ou país.

Esses indicadores são fundamentais para compreender e monitorar o progresso social e econômico ao longo do tempo, fornecendo informações valiosas para formuladores de políticas, pesquisadores e o público em geral.

Por definição, "indicador" é aquele que indica algo.

Trata-se de um indicativo de desempenho e existem vários tipos de indicadores: indicadores [de desempenho] de saúde, indicadores financeiros e os indicadores socioeconômicos.

Os indicadores socioeconômicos são pontos de referência sobre o patamar da economia e da vida da população de um país. Consideram a sociedade como um todo e podem ser vistos como reflexo da realidade.

Os indicadores sociais mais utilizados baseiam-se em três aspectos:

- estrutura econômica e mercado de trabalho;
- padrão de vida e distribuição de rendimentos;
- condições de saúde.

Para que a gestão pública seja eficiente, é essencial que os tomadores de decisão tenham a habilidade de avaliar a realidade de forma adequada, saibam

---

<sup>9</sup> SHABANA, Asma; VASHISTHA, Neha; SIDDIQUE, R.A. Women empowerment through entrepreneurship for their holistic development. **Asian Journal of Research in Business Economics and Management**, v. 7, n. 2, p. 1-17, 2017.

interpretar as demandas da população e consigam implementar ações que atendam às prioridades estabelecidas. É nesse sentido que os indicadores desempenham um papel de grande relevância, uma vez que são ferramentas que permitem quantificar e qualificar aspectos importantes do ambiente de uma população.

Os resultados dos indicadores são dados que, se bem interpretados, podem (e devem) basear decisões estratégicas para garantir melhores serviços para o público envolvido.

Com isso os gestores conseguem pensar e implementar políticas públicas capazes de atender às demandas das pessoas da região em questão.

### **5.2.3.2 Quais são e o que mede cada um dos indicadores socioeconômicos**

#### **a) Produto Interno Bruto (PIB)**

O PIB é um indicador-chave do desempenho econômico de um país. Ele representa o valor total de bens e serviços produzidos em uma determinada região durante um período específico.

O PIB per capita é uma variação que divide o PIB pelo número de habitantes, proporcionando uma medida do padrão de vida médio. Os bens e serviços finais que compõem o PIB são medidos no preço em que chegam ao consumidor. Dessa forma, levam em consideração também os impostos sobre os produtos comercializados.

O PIB é um indicador de fluxo de novos bens e serviços finais produzidos durante um período. Se um país não produzir nada em um ano, o seu PIB será nulo.

#### **b) Taxa de Desemprego**

Este indicador mede a proporção da força de trabalho que está desempregada e procurando ativamente por emprego.

A taxa de desemprego é crucial para avaliar o dinamismo do mercado de trabalho e as condições econômicas gerais.

A taxa de desemprego é um indicador econômico influenciado tanto pela quantidade de pessoas que são admitidas como por aquelas que são demitidas. O

Índice de desemprego diz muito sobre o andamento da economia de um país. Isso porque esse indicativo demonstra, ainda que indiretamente, o andar do cenário macroeconômico.

### **c) Índice de Gini**

O Índice de Gini é uma medida da desigualdade de renda em uma população. É um instrumento para medir o grau de concentração de renda em determinado grupo. Aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Numericamente, varia de zero a um (alguns apresentam de zero a cem). Varia de 0 a 1, sendo 0 representativo de igualdade total e 1 de desigualdade extrema. Quanto mais próximo de 1, maior é a desigualdade de renda.

### **d) Taxa de Alfabetização**

Este indicador avalia a proporção da população que possui habilidades de leitura e escrita. É a percentagem da população com idade igual ou superior a 15 anos que consegue ler, escrever e compreender um pequeno texto sobre a sua vida cotidiana.

A alfabetização é fundamental para o desenvolvimento social, econômico e educacional.

### **e) Índice de Desenvolvimento da Educação Básica - IDEB**

Mede a qualidade do ensino nas escolas públicas, do aprendizado nacional. Possibilita o estabelecimento de metas para a melhoria do ensino.

É calculado a partir dos dados sobre aprovação escolar (obtidos no Censo Escolar) e das médias de desempenho no Sistema de Avaliação da Educação Básica (Saeb).

### **f) Esperança de Vida**

A esperança de vida ao nascer é um indicador demográfico que estima o número médio de anos que uma pessoa pode esperar viver.

É um indicador sintético da mortalidade e não está afetado, como a taxa bruta de mortalidade, pelos efeitos das distintas estruturas etárias.

Quanto maiores os níveis de esperança de vida ao nascer, melhores as condições de vida e de saúde da região.

Esse indicador é sensível às condições de saúde, nutrição e qualidade de vida.

### **g) Taxa de Mortalidade Infantil**

Este indicador avalia o número de mortes de crianças com menos de um ano de idade a cada mil nascimentos.

É uma métrica crítica da saúde materno-infantil e das condições de vida.

Representado pelo número de crianças que morreram antes de completar um ano de vida, a cada mil crianças nascidas vivas no período de um ano.

É um importante indicador da qualidade dos serviços de saúde e saneamento básico de uma cidade, país ou região.

### **h) Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)**

O IDH é uma medida composta que combina indicadores de renda, saúde e educação.

Fornece uma avaliação mais abrangente do desenvolvimento de uma sociedade e é uma referência numérica que varia entre 0 e 1.

Quanto mais próximo de zero, menor é o indicador para os quesitos de saúde, educação e renda. Quanto mais próximo de 1, melhores são as condições para esses quesitos. No mundo, nenhum país possui o IDH zero ou um.

Neste estudo, serão considerados os indicadores socioeconômicos a nível de atividades, por sua conexão clara com o tema do empreendedorismo. “Os indicadores do nível de atividade funcionam como um termômetro das condições gerais dos elementos mais sensíveis às flutuações cíclicas do lado real da economia, sintetizados

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

no comportamento do produto interno bruto (PIB), da produção industrial e das estatísticas de emprego e desemprego”<sup>10</sup>.

O **Produto Interno Bruto**, além de um indicador, ele é uma variável macroeconômica muito importante. O PIB mede a produção total de bens e serviços finais de uma nação, correspondendo ao valor de mercado desses fluxos, bem como o total de renda dessa nação. Normalmente é disponibilizado para uma área geográfica específica e para um prazo determinado, geralmente um ano ou um trimestre. Isso acontece, pois o PIB é chamada uma variável de fluxo, ou seja, sempre é mutável de acordo com as atividades que compõe seu cálculo.

No Brasil, o PIB é calculado pelo IBGE, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, com base em uma metodologia recomendada pela Organização das Nações Unidas, “a partir de minucioso levantamento e sistematização de informações primárias e secundárias apuradas ou apropriadas por aquela instituições”<sup>11</sup>.

Hoje, segundo o IBGE, o PIB brasileiro está na casa de 10,1 trilhão de reais<sup>12</sup>, sendo o PIB per capita na casa de R\$ 42.247,52<sup>13</sup>. O último dado de crescimento do PIB brasileiro, acumulado dos últimos 4 trimestres, foi calculado no 3º trimestre de 2023, e ficou em 3,1%<sup>14</sup>. A figura 1 apresenta a série história do crescimento do PIB brasileiro nos últimos anos:

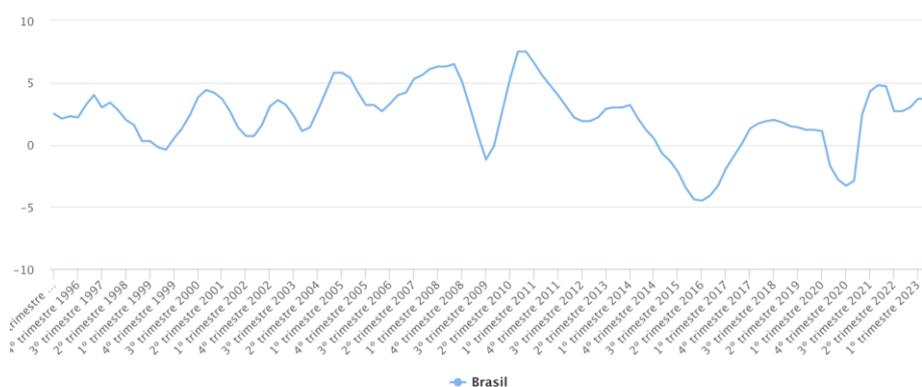


Figura 1: Série histórica do PIB brasileiro – Taxa acumulada de crescimento (%)<sup>15</sup>

<sup>10</sup> LOURENÇO, Gilmar Mendes; ROMERO, Mario. **Indicadores econômicos**. FAE Business School. Economia empresarial. Curitiba, 2002, p.27-41.

<sup>11</sup> Idem.

<sup>12</sup> Dados referentes à 2022. Fonte: IBGE.

<sup>13</sup> Valor do PIB dividido pelo número total de habitantes. Dados de 2021. Fonte: IBGE.

<sup>14</sup> Fonte: IBGE.

<sup>15</sup> IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9300-contas-nacionais-trimestrais.htm>.

Conectado com o PIB, tem-se a Produção Industrial. Este indicador econômico avalia a variação mensal da produção da indústria nacional. No entanto, este indicador está sendo cada vez mais visualizado pelos economistas como um indicador mais isolado, pela baixa capacidade de entendimento de desenvolvimento econômico em uma época de novas fontes de riqueza além da produção da indústria. Com os novos ecossistemas de inovação, se torna cada vez mais complexo visualizar apenas a produção industrial como motor de desenvolvimento. Por isso, com relação a riqueza e renda, o PIB ainda se destaca como indicador econômico mais robusto e de maior capacidade de entendimento da situação atual de uma nação.

O Índice de Desempenho Socioeconômico (IDS) e Índice de Perda de Qualidade de Vida (IPQV) são dois indicadores socioeconômicos também importantes. O IDS é o resultado da quantidade de recursos gerados por uma sociedade e a perda de qualidade de vida que ela sofre em determinado período. Tal índice permite comparar os desempenhos dos diferentes estados em uma métrica comum que desconta do progresso econômico as perdas apontadas pelo IPQV.

O IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), que avalia (mede) o grau os países em uma escala de 0 a 1. zero (nenhum desenvolvimento humano) até 1 (desenvolvimento humano total). Composto de expectativa de vida (saúde) + educação + indicadores de renda per capita, também é um indicador socioeconômico relevante. Criado pela Organização das Nações Unidas - ONU visa medir o nível de desenvolvimento e progresso econômico e, principalmente, como as pessoas vivem nos países de todo o mundo.

A “População Ocupada” - PO, Taxa de Desocupação ou Taxa de Desemprego é outro indicador econômico relevante. Justamente por estar conectado diretamente com questões de relevância social.

No Brasil, a taxa de desemprego é definida na razão entre o número de indivíduos que não estão empregados, estando ou não procurando colocação no mercado de trabalho, e a população economicamente ativa, também conhecida pela sigla PEA.

A Taxa de Desemprego um indicador econômico de relevância pois se apresenta como um termômetro do desenvolvimento econômico. Altas taxas de

desemprego podem indicar problemas econômicos estruturais de uma nação, corroborando com a falta de bem-estar social.

### **5.2.3.3 Medidas de desenvolvimento e o empreendedorismo feminino**

*“Você pode conhecer a condição de uma nação observando a situação de suas mulheres”  
- Jawaharlal Nehru, primeiro-ministro da Índia (1947-1964).*

Um dos debates ainda presente na sociedade é: empreendedorismo feminino não é apenas uma modalidade de empreendedorismo como qualquer outra? Precisa-se, realmente, de um pensamento voltado para as peculiaridades do âmbito feminino? Empreendedorismo não é igual entre homens e mulheres? Não basta apenas visualizar o empreendedorismo como um todo e, se o resultado for o desenvolvimento, todos não vão se desenvolver, masculino e feminino juntos?

Pois então, diversos pesquisadores da área da gestão, economia, sociologia e de estudos culturais vêm se dedicando a entender os desafios específicos que a mulher enfrenta ao empreender, como também o impacto que o empreendedorismo feminino tem na economia e no seu desenvolvimento em todo o mundo. Dados e informações têm mostrado que a relação é existente e pode ser trabalhada pelo poder público e pelas entidades que se preocupam com o desenvolvimento socioeconômico de comunidades e realidades especiais.

Fato é que empreender para as mulheres, diante de tudo que estudamos, é mais desafiador e há uma crescente interesse no papel do empreendedorismo feminino no desenvolvimento econômico de regiões e nações. Muito porque as mulheres são, cada vez mais, validadas como o núcleo estrutural das nações, sendo pilares fundamentais de uma sociedade e moldadoras de uma cultura<sup>16</sup>. Contudo, por mais de meio século, o papel preponderante da sua força de trabalho, que teve um grande crescimento pós-liberdade social, ainda não é visto de forma conjunta e aliada com outras medidas de desenvolvimento.

---

<sup>16</sup> TIWARI, Sanjay; TIWARI, Anshuja. **Women entrepreneurship and economic development**. Delhi: Sarup & Sons, 2007.

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

Este estudo visa demonstrar, explorando dados, pesquisas e análises, a importância do empreendedorismo feminino e todas as suas nuances para o desenvolvimento econômico de uma nação.

Serão trazidos dados que confirmam o seguinte pressuposto: há um relevante impacto do empreendedorismo feminino e todas as suas facetas no desenvolvimento econômico de uma nação, bem como em importantes indicadores que podem amparar tal desenvolvimento.

Para tanto, serão apresentados estudos realizados em vários países, de âmbito acadêmico, de órgãos de classe e de entidades de observação e acompanhamento de aspectos socioeconômicos.

As medidas de desenvolvimento desempenham um papel importante no apoio e fortalecimento do empreendedorismo feminino, fornecendo uma estrutura para avaliar a eficácia das políticas e iniciativas que visam promover a participação ativa das mulheres no cenário empreendedor.

E o empreendedorismo feminino, por sua vez, desempenha um papel crucial ao ser adotado como medida de desenvolvimento, pois impacta positivamente em indicadores relevantes socioeconômicos.

O empreendedorismo feminino não é apenas uma questão de gênero, mas também uma força motriz para o crescimento econômico e a inovação.

As medidas oferecem um panorama abrangente das condições sociais e econômicas que afetam as mulheres empreendedoras. Indicadores como igualdade de gênero, acesso à educação e oportunidades econômicas ajudam a identificar e acompanhar os desafios específicos enfrentados por mulheres ao iniciar e administrar negócios. Além disso, avaliam o impacto positivo que o empreendedorismo feminino pode ter no desenvolvimento geral, incluindo a criação de empregos, o estímulo à inovação e o fortalecimento das comunidades locais.

A relevância das medidas de desenvolvimento também reside na capacidade de orientar políticas que abordem as disparidades de gênero no empreendedorismo. Ao identificar áreas de melhoria, os formuladores de políticas podem implementar programas específicos, como acesso facilitado a financiamento, programas de capacitação e redes de apoio, contribuindo para criar um ambiente propício ao sucesso das empreendedoras.

O uso dessas medidas permite o acompanhamento do progresso ao longo do tempo, possibilitando ajustes e refinamentos contínuos nas estratégias de apoio ao empreendedorismo feminino.

Ao integrar uma perspectiva de gênero nas medidas de desenvolvimento, as sociedades podem aspirar a uma abordagem mais justa e equitativa, promovendo oportunidades iguais para mulheres empreendedoras e, conseqüentemente, impulsionando o desenvolvimento socioeconômico de forma mais abrangente.

**a) Para a Sociedade:**

O empreendedorismo feminino desempenha um papel importante para reduzir as diferenças entre as oportunidades de ascensão na carreira para homens e mulheres. O movimento ainda favorece a diversidade de negócios no mundo, destacando perspectivas inovadoras identificadas pelas empreendedoras.

Muitas empresárias decidiram transformar o episódio ruim que viveram ou uma grande necessidade em um impulso para forjar um serviço especialmente desenvolvido para mulheres.

**b) Para a Economia:**

A inclusão de novas empreendedoras provoca um impacto significativo no Produto Interno Bruto (PIB) mundial. De acordo com um estudo divulgado no final de 2019 pelo Boston Consulting Group, diminuir a diferença de gênero, em altos cargos executivos, poderia elevar o PIB entre US\$ 2,5 trilhões e US\$ 5 trilhões. Shalini Unnikrishnan e Cherie Blair, autoras do estudo, afirmam que os benefícios de apoiar a liderança feminina não se restringem ao incremento na receita global.

Elas explicaram, em reportagem da Forbes, que:  
“Diminuir a lacuna de gênero no empreendedorismo e alimentar o crescimento de empresas pertencentes a mulheres lançará novas ideias, serviços e produtos em nossos mercados. E, no final, essas forças podem redefinir o futuro”.

**c) Para as Empresas**

Mulheres com comportamento empreendedor são parte importante para a estratégia das empresas. Conforme aponta o consultor, empreendedor e palestrante César Souza, as mulheres têm mais facilidade para desenvolver as habilidades e competências comportamentais ou *soft skills*, extremamente valorizadas em um mercado que exige flexibilidade.

Souza afirma, em sua fala no *site* Isto é Dinheiro:

“Na Era dos Serviços, do Intangível e do Compartilhamento que vivemos, a matéria-prima básica é composta por imaginação humana, criatividade e inovação. As organizações que desejam sobreviver nesse novo cenário não podem mais se dar ao luxo de selecionar apenas uns poucos para pensar, enquanto engaiolam a maioria da sua força produtiva na execução. Também fica inviável prescindir do emocional das pessoas e contar apenas com seu lado racional no dia a dia do trabalho”.

No cenário mundial, uma pesquisa da Organização Internacional do Trabalho observa que empresas preocupadas com o impacto da diversidade de gênero na liderança contam com funcionários mais engajados e crescimento de 5% a 20% nos lucros.

Em matéria para o Canal CNN, Renata Malheiros, coordenadora de empreendedorismo feminino do Sebrae Nacional em 2023, diz: “Mulheres empreendedoras trazem impactos significativos para suas comunidades e é preciso estimular essa prática com políticas que respeitem suas habilidades e aspirações, com foco no crescimento dos negócios e uso de tecnologias digitais”.

O apoio ao empreendedorismo feminino é fundamental por diversas razões, impulsiona a inovação, cria oportunidades de emprego, promove a autonomia e a diversificação da economia e contribui para o crescimento econômico. Abordá-lo como uma medida de desenvolvimento socioeconômico é fundamental para promover uma sociedade mais dinâmica.

## 6. EMPREENDEDORISMO FEMININO COMO MEDIDA PARA O CRESCIMENTO/DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

*“Mulheres são o núcleo de uma nação. Elas são as reais construtoras e moldadoras do destino de uma nação. A posição e o status das mulheres em qualquer sociedade é um indicador de sua civilização e progresso. No entanto, mesmo com mais de meio século sendo passado após a independência feminina, o desenvolvimento do empreendedorismo feminino ainda não vem ganhando proeminência como outras medidas de desenvolvimento. A questão que fica é: por que este cenário ainda existe?” (Sanjay e Anshuja Tiwari)*

A necessidade e o desejo de comprovação do impacto positivo do empreendedorismo feminino no desenvolvimento econômico de países e regiões não é algo novo. O pioneiro estudo de Ester Boserup, em 1970, demonstrava os indícios de que as mulheres poderiam contribuir de forma bastante intensa no desenvolvimento econômico, tanto com sua força de trabalho se tornando cada vez mais especializada, quanto com o aproveitamento de sua livre-iniciativa junto ao empreendedorismo<sup>17</sup>. Este texto abriu as portas para as primeiras considerações de que as mulheres poderiam influenciar positivamente o desenvolvimento econômico, de uma forma singular.

Além de alguns outros estudos pontuais realizados até a década de 1970, em janeiro de 1981, o Centro de Pesquisa em educação vocacional da Ohio State University apresentou um estudo para o departamento de educação adulta e vocacional do governo dos Estados Unidos, onde mostrava a necessidade de se preparar o caminho para o apoio a esta modalidade de empreendedorismo, mostrando uma série de dados relevantes para o suporte aos itens publicados<sup>18</sup>.

O interessante deste relatório é que já demonstrava inúmeras atividades e programas federais que o governo norte-americano já disponibilizava às mulheres dentro do tema do empreendedorismo, existentes desde a segunda metade da década de 1970.

---

<sup>17</sup> BOSERUP, Ester. **Women's role in economic development**. New York: St. Martin Press, 1970.

<sup>18</sup> ELIASON, Carol. **Entrepreneurship for Women: An Unfulfilled Agenda**. Information Series No. 221. 1981.

A partir do ano de 1983, estudos sobre o tema em outros países passaram a se tornar mais comuns. O destaque é a Índia. O país do sul asiático desde essa época já estudava com muita atenção o empreendedorismo feminino e disponibilizava inúmeros dados sobre o tema desde então. Um verdadeiro exemplo ao mundo<sup>19</sup>.

Um estudo no país demonstra que nesta época não existiam diferenciações entre o potencial econômico de desenvolvimento entre negócios pertencentes a homens e os liderados por mulheres no país<sup>20</sup>. Países do oriente, alguns europeus e outros no restante do mundo passaram a juntar dados sobre empreendedorismo feminino e disponibilizá-los.

Os anos da década 1990 trouxeram mais estudos em torno desse assunto, tendo a participação cada vez maior das universidades e centros de pesquisa como atores importantes no processo de avaliação dos impactos do empreendedorismo feminino. Mas foi na década de 2000 que, de fato, os registros passaram a se tornar mais sólidos e recorrentes.

**Em 2012, o Banco Mundial apresentou aquilo que se tornou um marco para os estudos econômicos do empreendedorismo feminino. O estudo da série “*World Development Report*” contemplou o tema “Igualdade de Gênero e Desenvolvimento”. Tal relatório foi um divisor de águas na economia mundial e trouxe dados interessantíssimos sobre o empreendedorismo feminino. O primeiro é que o ponto básico para o crescimento do Produto Interno Bruto de um país é a saída dos trabalhadores, incluindo aí as mulheres, das atividades agrícolas simples. Ou seja: as economias se tornam mais ricas e fortes com mais trabalhadores em atividades não-agrícolas.**

No entanto, quando se fala de desenvolvimento econômico nestes espaços não-agrícolas, as mulheres ainda não estavam muito bem representadas na época do estudo. Com dados de mais de 100 países, entre a metade da década de 1990 até o final da década de 2000, o estudo mostrava que os países mais ricos tinham mais mulheres assalariadas, em empregos pagos. Em uma comparação entre Tanzânia (país com PIB per capita na casa de USD 459) e o Brasil (país com PIB per capita dez

---

<sup>19</sup> TIWARI, Sanjay; TIWARI, Anshuja. Women entrepreneurship and economic development. Delhi: Sarup & Sons, 2007.

<sup>20</sup> MOHIUDDIN, Asghari. Entrepreneurship Development Among Women: retrospects and prospects. Small Enterprises Development, Management & Extension Journal, v. 10, n. 1, p. 1-8, 1983.

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

vezes maior, USD 4.399), a presença feminina do empreendedorismo na participação da riqueza do país era muito maior na nação africana do que na sul-americana, mesmo sendo mais pobre.

Isto parece indicar um cenário de que existem mais empreendedoras mulheres em países em desenvolvimento. Mas o relatório apresenta que, de forma relativa, países desenvolvidos tem um empreendedorismo feminino mais bem estabelecido, com atividades de mais alta complexidade, valor agregado e retorno financeiro, diferente dos países menos desenvolvidos, onde o empreendedorismo feminino é mais agrário e voltado para atividades mais simples<sup>21</sup>.

O relatório mostrou essa tendência fazendo ainda a ressalva de que o empreendedorismo feminino poderia ser ainda mais valorizado em países mais desenvolvidos economicamente, pois havia muito espaço e oportunidades para crescimento.

Outras pesquisas confirmaram estes dados. Há uma conclusão que pode ser visualizada: a diferença de participação em criação de novos negócios por mulheres com relação aos homens diminui consideravelmente quando se trata de países mais desenvolvidos. Ou seja: com algumas exceções, quanto mais rico o país, há uma quantidade maior de mulheres empreendendo, conforme mostra a figura 2, a seguir:

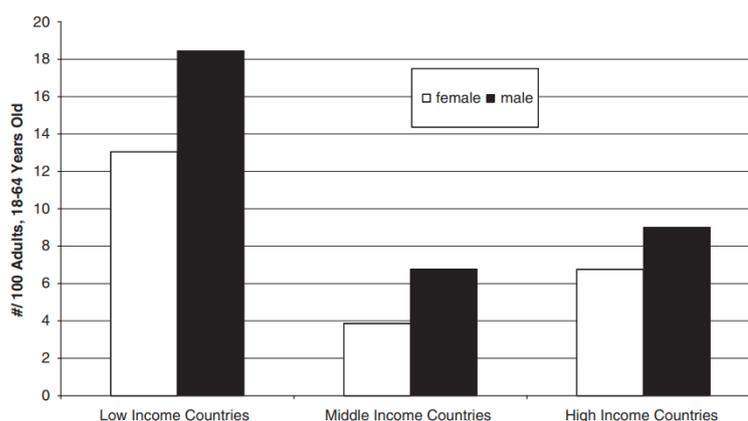


Figura 2: Atividade de empreendedorismo *early-stage* por gênero – década de 2010<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> WORLD BANK, The. World Development Report – Gender Equality and Development. Washington D.C., 2012.

<sup>22</sup> MINNITI, Maria. Female entrepreneurship and economic activity. **The European Journal of Development Research**, v. 22, p. 294-312, 2010.

A última edição do famoso Global Entrepreneurship Monitor, também mostra que há uma tendência neste aspecto. A figura 3 apresenta as principais economias divididas em três níveis: o nível A, que apresenta uma maior presença feminina no empreendedorismo, o nível B que demonstra uma média na faixa de 10% das empresas, e o nível C, que é menor que este valor, ou de economias não tão fortes assim. É visível que nas economias mais desenvolvidas, a relação de empresas femininas e masculinas é bem menor, ao contrário de economias menos avançadas. Há, claro, algumas exceções, como a China, uma das economias mais desenvolvidas da história recente, que ainda tem empresas privadas muito incipientes (e por isso está no nível C, embora a diferença entre negócios empreendidos por homens e mulheres é mínima)<sup>23</sup>.

A figura 3, que demonstra o cenário desafiador, é apresentada a seguir:

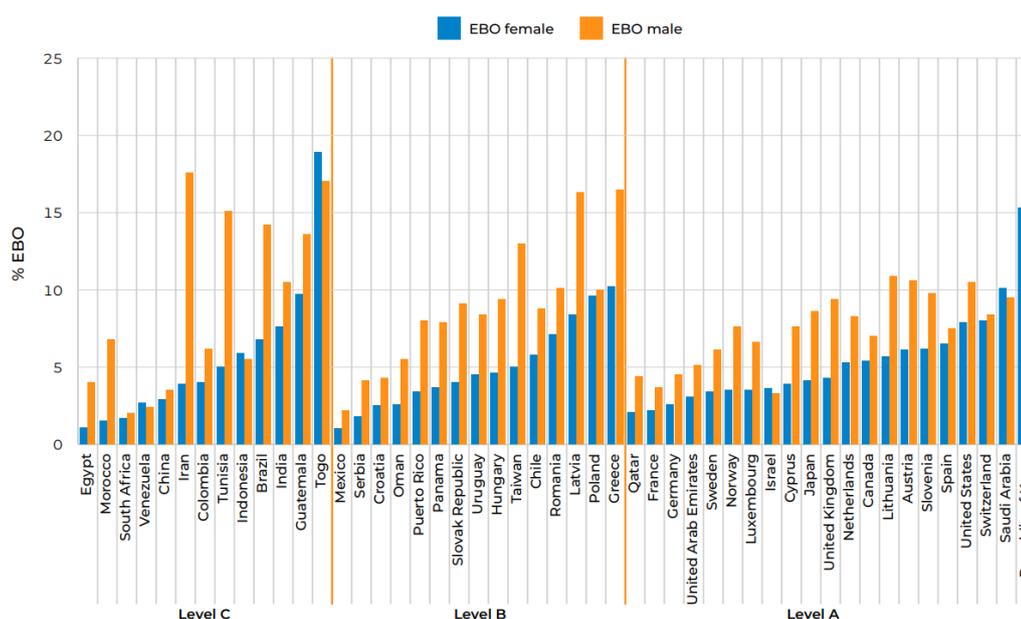


Figura 3: Níveis de negócios proprietários já estabelecidos (EBO), por gênero<sup>24</sup>.

Um dado como este não indica relação de causalidade, mas há um indicativo de que em países mais desenvolvidos, o empreendedorismo feminino já possui ou vem ganhando um papel de destaque.

<sup>23</sup> GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **GEM – Adapting to a “New Normal”**. Babson College. 2022-2023.

<sup>24</sup> Ibidem

Ao explorar tal fenômeno, percebe-se que a maior economia do planeta, os Estados Unidos, são também o que mais tem números impactantes: são espantosos 40% de todos os negócios de pequeno e médio porte do país (14 milhões de empreendimentos), gerando USD 2,7 trilhões em receitas anuais e empregando cerca de 12,2 milhões de pessoas<sup>25</sup>.

**Os Estados Unidos da América** mostram que os desafios que as mulheres enfrentam na jornada empreendedora são vencidos de forma eficiente. A grande maioria das empresas pertencentes às mulheres são micro ou pequenas empresas, com menos de 50 funcionários. Isto as torna uma força motriz da economia, com a vantagem competitiva de alcançar essa força e relevância com equipes menores em relação à empresas pertencentes aos homens. Hoje, o país provê uma série de atividades governamentais e privadas de apoio ao empreendedorismo feminino, afinal já é considerado de extrema importância para o crescimento econômico nacional. O mês de outubro no país norte-americano é considerado o mês do empreendedorismo feminino, demonstrando a importância do movimento<sup>26</sup>.

Outro país que tem visto sua economia se desenvolver com a presença empreendedora feminina é o Reino Unido. Apesar de apenas 15% dos negócios terem donas exclusivamente femininas no país (e 35% serem gerenciados em parceria de sócios de ambos os gêneros, números bem abaixo dos norte-americanos), há uma grande concentração no setor de serviços e em negócios da nova economia, trazendo o tema da inovação para dentro das propostas de negócios. O exemplo inglês é comparável e muito similar aos outros países da Europa mais desenvolvida, como França, Alemanha e Escandinávia, por exemplo<sup>27</sup>.

**O governo do Reino Unido, ao lançar a iniciativa “UK’s Strategic Framework for Women’s Enterprise”, vem demonstrando que o empreendedorismo feminino tem impactado fortemente a economia do país e a redução do desemprego, se tornando essencial para a geração de riquezas no arquipélago.** “Mulheres empreendedoras representam um gerador de atividades

---

<sup>25</sup> BUTTLE, Rhett. The Economic Impact of Woman-Owned Businesses. Forbes. 2023. Disponível em <https://www.forbes.com/sites/rhettbuttle/2023/10/30/the-economic-impact-of-women-owned-businesses>

<sup>26</sup> Ibidem

<sup>27</sup> CARTER, Sara; MARLOW, Susan. Female entrepreneurship: theoretical perspectives and empirical evidence. In: **Female Entrepreneurship**. Routledge, 2006. p. 11-36.

empresariais que vem alavancando o melhoramento das economias inglesas e de vários outros países europeus”<sup>28</sup>.

Entre os países em desenvolvimento, a situação é similar. **O número de mulheres que possuem empresas na África, na Ásia, na Europa e na América Latina está crescendo de forma muito rápida e, com isso, os impactos estão sendo visualizados na criação de emprego e redução da pobreza.** Hoje, as empresas pertencentes às mulheres representam cerca de 38% de todas as empresas registradas em todo o mundo, demonstrando que o poder econômico e a geração de riquezas das nações passam, na atualidade, pelo desenvolvimento do empreendedorismo feminino<sup>29</sup>.

Um forte exemplo é o papel que o empreendedorismo feminino teve na transição de economias planificadas socialistas das ex-repúblicas soviéticas para economias de mercado. **Sem a forte presença feminina na criação de pequenos negócios em nações como Ucrânia, Moldávia, Belarus e Uzbequistão, por exemplo, tais países teriam continuado com economias precárias, sustentadas apenas pelas oligarquias exploradoras de recursos naturais como gás e petróleo ou vivendo em ambientes de economias baseadas em espaços rurais. A livre iniciativa feminina na criação de pequenas e médias empresas que a liberdade econômica trouxe para as ex-repúblicas soviéticas ainda é sentida hoje, sendo responsável, em alguns países, por até 17% do PIB destes países**<sup>30</sup>. Um número relevante!

Exemplos como os das ex-repúblicas soviéticas são vistos em todo o leste europeu. Em diversos países da região, muitos representam mais de um terço de toda a atividade empreendedora, como: Bulgária, 36%; República Checa, 27%; Eslovênia, 32%; Hungria, 31.5%; Letônia, 35%; Lituânia, 43.3%; Polônia, 39%; Romênia, 26%;

---

<sup>28</sup> BRINDLEY, Clare. Women and new business creation: Breaking down the risk barriers. In: **Female Entrepreneurship**. Routledge, 2006. p. 137-150.

<sup>29</sup> SHABANA, Asma; VASHISTHA, Neha; SIDDIQUE, R.A. Women empowerment through entrepreneurship for their holistic development. **Asian Journal of Research in Business Economics and Management**, v. 7, n. 2, p. 1-17, 2017.

<sup>30</sup> WELTER, Friederik, SMALLBONE, D.; ACULAI, Elena; ISAKOVA, Nina; SCHAKIROVA, Natalja. Female entrepreneurship in post-Soviet countries. **New perspectives on women entrepreneurs**, p. 223-239, 2003.

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

Bósnia e Herzegovina, 26%; Sérvia, 26%; Croácia, 19%; Macedônia, 18% e Albânia, 13%<sup>31</sup>.

O cenário dessa região do mundo, por demonstrar uma mudança muito brusca de aspectos políticos, sociais e econômicos, trazendo uma ruptura de modelos e paradigmas que transformaram completamente a forma como as questões econômicas eram construídas, é um exemplo interessante para os estudos sobre empreendedorismo feminino.

A importância dos negócios criados e gerenciados por mulheres para estes países foi crucial para que eles tivessem o salto necessário de uma economia socialista frágil para o livre mercado atual. Sem os negócios femininos, as economias destes países teriam mais dificuldade neste momento de transição e de inserir a maioria da população no sistema econômico e disponibilizar ocupação e empregos para uma boa parte dos indivíduos.

Em um estudo sobre o ecossistema de empreendedorismo feminino indiano, foram levantados quatro grandes benefícios para a sociedade desta modalidade. Entre eles estavam<sup>32</sup>:

- a) a melhoria do *status* social das mulheres (através da imagem positiva, do incremento da igualdade de gênero, do aumento da sociabilização em rede, do envolvimento com a comunidade e com as atividades políticas e do encorajamento de outras mulheres a empreenderem);
- b) incremento da autoconfiança (mulheres se tornam mais confiantes, realizadoras, mais fortes diante das críticas, calculam melhor os riscos e se tornam melhores influenciadoras);
- c) aumento do valor próprio (aumento da habilidade de liderança, do trabalho em grupo, de resolução de conflitos, da liberdade em fazer negócios, de tomar suas próprias decisões e de conseguir reconhecimento no trabalho);

Mas o destaque é o fortalecimento e melhoria da economia. O estudo sugere quatro subáreas onde há melhora:

---

<sup>31</sup> RAMADANI, Veland; HISRICH, Robert D.; GËRGURI-RASHITI, Shqipe. Female entrepreneurs in transition economies: insights from Albania, Macedonia and Kosovo. **World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**, v. 11, n. 4, p. 391-413, 2015.

<sup>32</sup> FAZALBHOY, Sabiha. Women Entrepreneurship as the Way for Economic Development. **Annual Research Journal of Symbiosis Centre for Management Studies**. v.2, n.1, 2014.

- 1) **Aumento da Renda:** Ambientes que favorecem o empreendedorismo feminino vivem um aumento crescente da renda, tanto em perspectiva microeconômica (famílias e empresas), quanto numa perspectiva macroeconômica.
- 2) **Aumento do Consumo:** como uma consequência direta do aumento da renda, ambientes onde o empreendedorismo feminino é desenvolvido, há um grande aumento do consumo das famílias onde há um impacto direto dos negócios (propriedade ou empregos) gerados e geridos por mulheres.
- 3) **Controle sobre Gastos:** famílias que tem presença de mulheres empreendedoras conseguem controlar e administrar mais os gastos, isso porque elas acabam sendo mais disciplinadas neste aspecto junto aos seus negócios próprios também. Isto significa que mais dinheiro passa a ser economizado e, muitas vezes, investido em outros tipos de fontes de renda, como no mercado financeiro, imóveis, ou até mesmo na expansão dos negócios. Isto beneficia muito a economia local, regional e até mesmo global.
- 4) **Confiança na Tendência Sustentável:** muitos negócios não conseguem sobreviver aos primeiros anos. Em muitos lugares do mundo, a taxa de mortalidade dos negócios ainda é maior quando se trata do empreendedorismo feminino. No entanto, em ambientes onde há um investimento para que mulheres sejam capacitadas e há uma ênfase no empreendedorismo feminino, tais mulheres se tornam mais confiantes, investem mais em seus negócios, buscam o crescimento, contratam mais pessoas, abrem mais filiais e se tornam sócias de outros empreendimentos.

A figura 4 demonstra estes pontos:

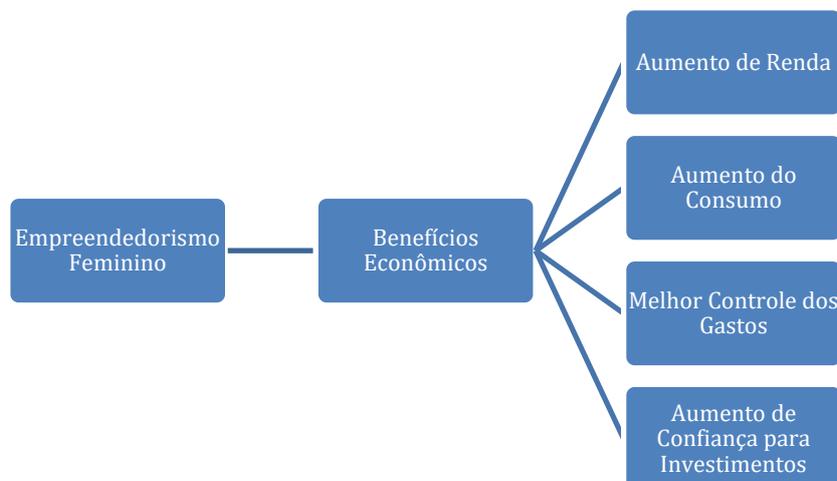


Figura 4: Benefícios Econômicos do Empreendedorismo Feminino para os países<sup>33</sup>

Como visto na figura 3, **um dos países que mais encontramos números favoráveis no empreendedorismo feminino é, sem dúvidas, a Coréia do Sul.** Talvez seja o país que tenha o ecossistema empreendedor entre os mais bem desenvolvidos e de mais alta qualidade em todo o mundo. Por mais que ainda exista um *gap* entre os gêneros (com os homens abrindo quase duas vezes mais negócios que as mulheres), estes números têm diminuído bastante nos últimos anos. A diferença já foi de quase quatro vezes, há pouco mais de uma década e meia. **“A força econômica da Coréia foi fortemente incrementada pelo aumento do empreendedorismo feminino”<sup>34</sup>.**

No entanto, os dados dos mais variados indicadores, entre eles vários mostrados aqui tem um ponto em comum: o desenvolvimento econômico de um país não é incentivo suficiente e não prevê uma quantidade absoluta ou relativa mais elevada de mulheres empreendedoras.

**Mas é nos países desenvolvidos que há uma facilidade maior das mulheres construírem negócios baseados em suas expertises, e executar a criação de uma empresa de fato.**

---

<sup>33</sup> Elaborado pela autora, em adaptação a “FAZALBHOY, Sabiha. Women Entrepreneurship as the Way for Economic Development. **Annual Research Journal of Symbiosis Centre for Management Studies**. v.2, n.1, 2014”.

<sup>34</sup> GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **GEM – Adapting to a “New Normal”**. Report. Babson College. 2022-2023.

Segundo a OCDE<sup>35</sup>, a grande maioria das economias desenvolvidas possuem programas de desenvolvimento e suporte ao empreendedorismo feminino. E muitas outras economias em desenvolvimento também possuem programas similares.

O que é comum a todos os países que têm um empreendedorismo feminino forte e atuante é a entrega de acesso à capital e investimentos de forma mais fácil e prática. Com o acesso a recursos financeiros facilitado, há um desenvolvimento maior, trazendo a capacidade de acesso a bens imóveis e à liberdade empresarial.

Outro ponto é a remoção de barreiras legais e regulamentares ao desenvolvimento, trazendo mais confiança e apoio às empreendedoras. Para alguns países isso é um desafio por causa das normas sociais e culturais existentes, que acabam sendo barreiras ocultas da promoção ao empreendedorismo, fazendo com que as mulheres tenham que “remar” muito mais para alcançar o sucesso.

Um dos exemplos é a rede europeia de mulheres empreendedoras, uma iniciativa da Comissão Europeia, que desde 2015 vem desenvolvendo um amplo espaço para mentoria, consultoria, educação empreendedora e rede de negócios para que mulheres possam desenvolver seus negócios, não apenas em suas cidades e regiões, mas também em uma iniciativa continental, dentro do bloco econômico<sup>36</sup>.

Os países-membros da União Europeia terão que, neste cenário, conceber e implementar estratégias nacionais de empreendedorismo feminino, objetivando o aumento do número de empresas geridas por mulheres. Além disso, terão que passar a coletar e gerir dados de empreendedorismo feminino, fazendo com que os órgãos estatísticos oficiais passem a ter informações detalhadas sobre a modalidade, produzindo relatórios e atualizações anuais destes dados a nível nacional. Por fim, passou a ser obrigatória a criação, manutenção e ampliação das redes de empreendedorismo feminino por todos os países, envolvendo atores importantes do ecossistema focados em incrementar o potencial das mulheres empreendedoras<sup>37</sup>.

**Um passo como esse, proposto na última década e que vem sendo preparado por todos os vinte e sete estados-membro da União Europeia, é uma demonstração do vigor do empreendedorismo feminino e seu relevante impacto**

---

<sup>35</sup> OECD. **Social Institutions & Gender Index**. Synthesis Report, OECD Publishing. 2014.

<sup>36</sup> GANDERSON, Joseph. **The Entrepreneurialism 2020 action plan**: practical steps for renewal. Policy Report, 89 initiative. 2019.

<sup>37</sup> EUROPEAN COMMISSION. **The Entrepreneurialism 2020 action plan**. Brussels. 2013.

na **economia local**. Em estudo realizado pelo Departamento de Políticas para os Direitos dos Cidadãos e Assuntos Constitucionais do Parlamento Europeu, chegou-se a uma conclusão relevante, conforme o texto abaixo, retirado *ipsis litteris* do documento:

**“O empreendedorismo feminino é um tema quente para os governos. (...) Ignorar o potencial das mulheres como fonte de empreendedorismo significa ignorar uma fonte valiosa e inexplorada de desenvolvimento econômico”<sup>38</sup>.**

A Europa tem experimentado um crescimento linear no empreendedorismo feminino com estas últimas ações. As redes de empreendedorismo feminino favoreceram o seu crescimento e estão tendo um impacto enorme na economia destes países. Mas há ainda um descontentamento latente na região por se imaginar que os números poderiam ser maiores. Mas estes números passaram a ser encarados como uma fonte ainda inexplorada de possibilidade de crescimento econômico e de forte desenvolvimento para os países<sup>39</sup>. A figura 5 demonstra o crescimento do empreendedorismo feminino por país do bloco econômico.

---

<sup>38</sup> EUROPEAN PARLIAMENT. **Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility**. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies. Brussels, 2021.

<sup>39</sup> MINNITI, Maria. Female entrepreneurship and economic activity. **The European Journal of Development Research**, v. 22, p. 294-312, 2010.

Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---



Figura 5: Empreendedorismo Feminino na Europa, por % de negócios (2016-2020)<sup>40</sup>.

A principal pergunta que surge a partir destes dados apresentados até agora: **o empreendedorismo feminino realmente aumenta ou promove o desenvolvimento econômico?**

---

<sup>40</sup> EUROPEAN PARLIAMENT. **Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility**. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies. Brussels, 2021.

Estudos mostram que, em uma análise da relação entre a situação econômica de um país e as atividades econômicas das mulheres, há uma correlação forte e distinta entre o empreendedorismo feminino e o crescimento do Produto Interno Bruto dos países<sup>41</sup>. Esta correlação é mais forte, por exemplo, do que o aumento da força de trabalho e o crescimento econômico, que é comumente apresentada por economistas.

Em uma análise realizada no ano de 2001 pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, da correlação entre o nível de participação econômica das mulheres, a porcentagem de mulheres como trabalhadoras administrativas ou de gestão e a porcentagem de mulheres empreendedoras e o crescimento do Produto Interno Bruto, concluiu que houve uma relação fraca entre a atividade econômica das mulheres e o crescimento do PIB, e nenhuma relação significativa entre níveis mais elevados de atividade econômica – medidos pela porcentagem de mulheres em cargos administrativos ou de gestão – e o crescimento econômico<sup>42</sup>.

**No entanto, houve uma relação positiva e mais forte entre a participação das mulheres como Donas de Empresas e o crescimento do PIB, o que poderia explicar até 19% do crescimento econômico de um país.** Embora os dados utilizados nesta análise não tenham uma comparabilidade completa entre países e combinem todos os tipos de empresas, estes são os dados mais completos disponíveis. Apesar das suas imperfeições, a análise indica que a capacitação das mulheres através do trabalho independente e da propriedade de empresas pode revelar-se uma estratégia econômica muito frutífera<sup>43</sup>.

A realidade da América Latina quanto ao empreendedorismo feminino e a relação com o desenvolvimento econômico segue estes parâmetros. **A análise da relação entre a atividade econômica das mulheres em geral, o seu status de gestão e o crescimento econômico nacional em toda a América Latina e Caribe mostra que o apoio aos esforços de desenvolvimento empresarial tem um impacto significativo no crescimento econômico e na prosperidade da região<sup>44</sup>.**

---

<sup>41</sup> WEEKS, Julie; SEILER, Danielle. **Women's entrepreneurship in Latin America: an exploration of current knowledge.** Technical Papers Series. Inter-American Development Bank. 2001.

<sup>42</sup> Ibidem

<sup>43</sup> Ibidem

<sup>44</sup> WEEKS, Julie; SEILER, Danielle. **Women's entrepreneurship in Latin America: an exploration of current knowledge.** Technical Papers Series. Inter-American Development Bank. 2001.

Fato é que a participação das mulheres no empreendedorismo está sendo cada vez mais reconhecida nas esferas de políticas públicas, em países desenvolvidos e em países em desenvolvimento, como os existentes na América Latina. Tanto governos nacionais quanto organizações internacionais estão compreendendo que promover o desenvolvimento econômico das mulheres por meio da criação de empresas pode trazer impactos positivos em várias áreas. **Primordialmente, essa abordagem impulsiona o crescimento econômico, proporcionando oportunidades de emprego para as empreendedoras e suas equipes. Além disso, ao oferecer oportunidades econômicas para as mulheres, há também melhorias nos aspectos sociais, educacionais e de saúde tanto para elas quanto para suas famílias.**

Está cada vez mais perceptível que há um crescente interesse por parte dos tomadores de decisão, quer seja em nível executivo ou em nível legislativo, em promover o desenvolvimento do empreendedorismo feminino, pois é do mais alto interesse econômico de uma nação não subestimar as possíveis contribuições de metade da população adulta.

Há ainda evidências de pesquisa que indicam que estimular a atividade empreendedora de maneira geral, e o desenvolvimento empreendedor das mulheres em particular, está relacionado a um maior crescimento econômico. Embora o modelo em que essas evidências se baseiam possa ser mais aplicável a nações mais industrializadas, ele representa, ainda assim, a iniciativa internacional mais abrangente desse tipo e consegue destacar o impacto econômico da atividade empreendedora do público feminino.

Uma instituição internacional denominada NAWBO - National Association of Women Business Owners (Associação Nacional de Líderes Femininas de Negócios), sediada nos EUA, encontrou dados que são aproximadamente comparáveis em toda a América Latina e no Caribe, resumindo três indicadores de desempenho e de status econômico das mulheres: suas taxas de atividade econômica, a proporção de trabalhadores mulheres, na área administrativa ou de alta gerência de um país e a proporção de empregadores/ trabalhadores autônomos que são mulheres.

Apesar desses dados não serem perfeitos — nem sempre referindo-se ao mesmo ano e, em alguns casos, talvez não sendo definidos exatamente da mesma

maneira de país para país —, eles representam, no entanto, os dados mais abrangentes disponíveis em qualquer lugar nesse momento.

A NAWBO analisou o impacto destas três variáveis na taxa anual de crescimento do produto interno bruto no ano de dados mais prevalente. Os resultados foram bastante marcantes. Em primeiro lugar, o estudo constatou que há uma relação positiva, embora não particularmente forte, entre o nível de atividade econômica das mulheres e o crescimento econômico. O coeficiente de correlação de 0,107 indica que apenas 1% do crescimento do PIB poderia ser atribuído ao aumento da participação das mulheres na força de trabalho em geral ( $0,1062 = 0,011$ , ou 1,1%).

Praticamente nenhum aumento no PIB pode ser razoavelmente explicado pelo nível de envolvimento das mulheres em cargos gerenciais ou administrativos (coeficiente de correlação de 0,003).

**No entanto, há uma relação positiva e mais forte entre a parcela de mulheres que são empregadoras ou trabalhadoras autônomas e o crescimento do PIB.**

**Essa relação poderia explicar 18,8% da variação no PIB, mantendo outros fatores iguais ( $0,4342 = 0,188$ , ou 18,8%).**

Embora a análise tenha limitações por ser feita apenas um ano utilizando dados que acabam não sendo comparáveis entre países, ela oferece uma descoberta convincente: as mulheres têm contribuições econômicas mais significativas se passassem do grupo de força de trabalho para o grupo de proprietárias de suas empresas<sup>45</sup>.

Elucidando: se um país ou um determinado governo deseja visibilizar as mulheres e sua força realizadora economicamente, validando-as como mola propulsora de desenvolvimento econômico, o caminho não é simplesmente oferecer formação e, como consequência, aumentar a empregabilidade delas. Há muito mais possibilidade de desenvolvimento econômico de alto nível em um país se as mulheres empreenderem em seus próprios negócios do que serem funcionárias de uma empresa, mesmo que assumindo cargos de gerência ou liderança.

---

<sup>45</sup> NAWBO - National Foundation for Women Business Owners. **Issues Affecting Women Business Owners in Argentina and Other Latin- and Iber-American Countries**. Executive Report. Mar Del Plata, Argentina, 2008.

Os números mostram uma relação interessante que precisa ser considerada pelos governantes. Então, é óbvio que a capacitação das mulheres acerca do empreendedorismo é uma opção importante, tão relevante quanto a formação de habilidades técnicas, *hard skills*<sup>46</sup>, para que as mulheres desenvolvam novas habilidades e competências e ocupem melhores.

A diferença entre homens e mulheres no mercado de trabalho, que acaba sendo transportada para os números de empreendedorismo, deve ser observada com atenção e por diversos ângulos. Muitas vagas de empregos acabam sendo destinadas, por meio de uma comunicação limitada, apenas aos homens, seja por preconceito estrutural da instituição empregadora, seja por outras questões diversas. Isso faz com que diversas vagas de emprego no mercado de trabalho não viabilizem oportunidade de fato às mulheres.

Soma-se a isso a economia do cuidado, pois muitas vezes, a mulher precisa ficar em casa investimento tempo e força de trabalho para cuidar da família (filhos, dos pais, entre outros) sem remuneração, importante ressaltar esse fato, e com isso, os números de desemprego entre as mulheres é mais alto do que entre os homens. Embora esta diferença esteja diminuindo nos últimos anos, ela ainda é grande, como demonstra a Figura 6, de acordo com os dados da OCDE:

---

<sup>46</sup> *Hard Skill* é um neologismo utilizado para a formação profissional mais “dura”, ou seja, a formação de graduação ou pós-graduação, que apresenta o profissional ao mercado. No caso contrário, tem-se as *Soft Skills*, que são habilidades complementares que não são, em sua maioria, ensinadas nas escolas ou universidades. Hoje em dia, tais habilidades são extremamente buscadas entre os profissionais. Entre elas estão: comunicação, trabalho em equipe, criatividade, organização, falar em público, resiliência, entre outros. O pensamento empreendedor também é visualizado como uma *soft skill*.

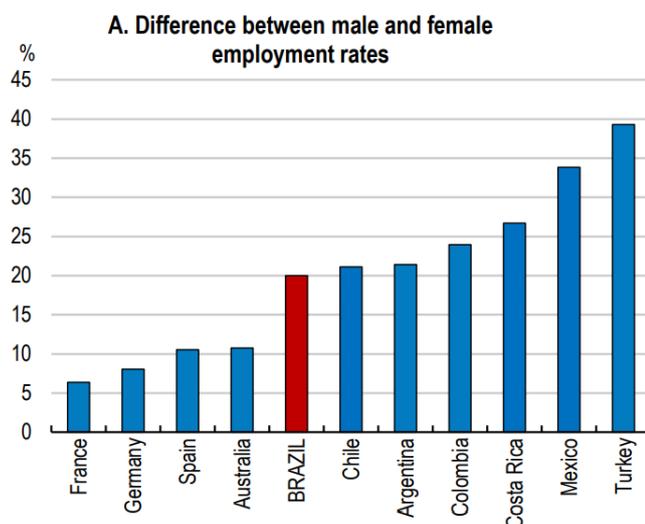


Figura 6: Mulheres e sua presença no mercado laboral e a diferença para com os homens.<sup>47</sup>

Nos países em desenvolvimento essa diferença ainda é enorme. Então, com uma grande massa de mulheres fora dos meios de produção e sem renda fixa e perene advindas de ocupações em empregos formais, surge a possibilidade clara de que o empreendedorismo feminino seria uma possibilidade ideal para todos os atores envolvidos neste cenário, favorecendo fortemente ao desenvolvimento econômico das regiões onde este for estimulado. Cada um destes atores poderá ter crescimento:

- a) Para as mulheres empreendedoras, pois haveria uma maior possibilidade de participação no cenário laboral, sendo mesmo as autoempregadas em seus próprios negócios, de forma mais independente, uma fonte importante de recursos;
- b) Para mulheres não-empreendedoras, haveria mais postos de trabalho disponíveis, e uma pré-disposição maior de contratação de mulheres, pelo tipo de negócio e o tipo de serviço empregatício disponibilizado para o público;
- c) Para os governantes, pois mais pessoas no mercado de trabalho significaria um aumento de riqueza para o país. Além disso, mais empreendedoras com negócios saudáveis e em crescimento também passaria a significar uma melhoria considerável nos números do país, em termos econômicos.

---

<sup>47</sup> OCDE – Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **OECD Economic Surveys: Brazil**. Relatório. 2018.

O mercado ficaria mais maduro, exigindo uma melhoria na legislação, o que criaria um ecossistema mais sólido e preparado para um salto de crescimento.

Importante ressaltar a importância da presença efetiva do Governo e políticas públicas com iniciativas de suporte e expansão às empreendedoras em todos os tipos de negócios, desde os mais simples até os mais elaborados (como *startups*), reduzindo taxas e facilitando as regulações de entrada. Este último ponto iria evitar a migração de mulheres que deixam de ser empresárias e passam a ser candidatas a uma vaga de emprego no mercado de trabalho. É necessário um ambiente adequado e sem barreiras desnecessárias para que a possibilidade de ter o próprio negócio para a mulher seja uma possibilidade real, com lucro, geração de emprego e satisfação e protagonismo pessoal e profissional.

Uma baixa orientação das mulheres de um país sobre as possibilidades e os benefícios que o empreendedorismo traz, gera como consequência um desconhecimento também sobre autonomia financeira e liberdade econômica, ao mesmo tempo, alimenta o medo do público feminino em assumir riscos, pois tudo que não se conhece se teme.

As partes interessadas, instituições de apoio, academias, redes, secretarias e governos devem abordar este tema e aumentar a conscientização sobre gestão, investimento financeiro, aceitação de riscos e mentalidade empreendedora. Além disso, o setor bancário deve estar disposto a oferecer diversos tipos de empréstimos com baixas taxas de juros, maior carência e benefícios singulares para apoiar o empreendedorismo feminino.

Outro ponto é que embora as instituições educacionais de um país possam até ser bem desenvolvidas, é necessário realizar melhorias em colaboração com diversos *stakeholders* para a promoção programas de empreendedorismo, estimular a cultura empreendedora e desenvolver competências empreendedoras no sistema de ensino básico e superior. Tais práticas vão, sem sombra de dúvida, impulsionar o capital humano e a disponibilidade de talentos, especialmente para as mulheres que participam dessas iniciativas.

Também é importante estabelecer centros de desenvolvimento de empreendedorismo com a colaboração de instituições acadêmicas, profissionais do direito, treinadores, mentores, aceleradoras, incubadoras, bancos e instituições de

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

microcrédito, visando estimular o crescimento do empreendedorismo, oferecendo treinamento prático e experiência para mulheres que buscam criar suas próprias empresas tradicionais ou em modelos baseado em inovação.

A criação dessas redes irá facilitar a transferência de conhecimento e estabelecer uma base sólida de conhecimento e experiência para empreendedoras atuais e futuras.

Como já mencionado, é necessário promover mudanças no nível cultural, incluindo a valorização do empreendedorismo como uma opção de carreira desejável para mulheres e superar estereótipos relacionados ao papel feminino na economia e na sociedade, especialmente ligados ao seu papel e status nas famílias. Mesmo que a influência das práticas da economia gigante no empreendedorismo seja limitada, nossos resultados indicam a viabilidade de promover essas práticas, bem como o amplo uso da internet para incentivar trabalhos com horários flexíveis com base em tecnologia, que podem servir como um plano de contingência e complemento para empreendedoras.

Fato é que há uma necessidade ainda de que haja uma perspectiva de igualdade e paridade de gênero no mundo, em diversas nuances e atividades humanas. E no empreendedorismo isso é ainda mais relevante.

Em estudo realizado pela consultoria internacional McKinsey & Company, através de seu instituto de pesquisa e análise de dados globais, a promoção da igualdade de gênero poderia resultar em um acréscimo de expressivos 12 trilhões de dólares ao PIB global até 2025.

O estudo considerou uma série de esforços na redução de discrepâncias entre homens e mulheres em diversas atividades laborais. Um dos pontos fundamentais, segundo o relatório gerado, é o esforço de igualdade de gênero em posições empreendedoras<sup>48</sup>. A figura 7 apresenta o incremento no PIB dos países com o aumento da igualdade entre homens e mulheres, incluindo o empreendedorismo:

---

<sup>48</sup> MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. **The Power of Parity**: how advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth. Relatório. Setembro, 2015.

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

---

Incremental 2025 global GDP over business-as-usual scenario, <sup>1</sup> %	Incremental GDP, \$ trillion	
India	16%	0.7
Latin America	14%	1.1
China	12%	2.5
Sub-Saharan Africa	12%	0.3
North America and Oceania	11%	3.1
World	11%	11.8
Middle East and North Africa	11%	0.6
South Asia (excl. India)	11%	0.1
Western Europe	9%	2.1
Eastern Europe and Central Asia	9%	0.4
East and Southeast Asia (excl. China)	8%	0.9

<sup>1</sup>Sample = 95 countries.

Source: IHS; ILO; Oxford Economics; World Input-Output Database; national statistical agencies; McKinsey Global Growth Model; McKinsey Global Institute analysis

Figura 7: Aumento no PIB a partir da igualdade de gênero<sup>49</sup>

O relatório apresenta a imperatividade que os setores público, privado e social unam esforços para eliminar as disparidades de gênero no ambiente de trabalho e na sociedade. Ele indica que abrir oportunidades para as mulheres no trabalho produtivo e no empreendedorismo, reduz as barreiras para que elas ocupem posições de direção e liderança.

A extensa pesquisa da McKinsey sobre “diversidade no ambiente de trabalho” sugere que as empresas podem estabelecer metas de diversidade em todos os níveis da organização e implementar práticas estruturadas no local de trabalho, como recrutamento, flexibilidade, licença familiar, treinamento de liderança e patrocínio de mulheres.<sup>50</sup>

Este relatório comprova um interessante e conclusivo estudo da pesquisadora da York University - Berta Esteve-Volart, que apresenta um modelo teórico ambicioso para investigar as implicações econômicas da discriminação de gênero no mercado de trabalho, considerando um cenário em que os agentes já nasçam com *endowments* (consiste na reunião de um patrimônio que deve servir de fonte de recursos previsíveis

---

<sup>49</sup> Idem

<sup>50</sup> Ibidem

e perenes no tempo para uma causa altruísta eleita). Após o nascimento, esses agentes decidem a quantidade de capital humano a adquirir e se tornarão gestores ou trabalhadores.

Conforme a análise realizada, caso as mulheres sejam excluídas de cargos gerenciais, os salários de equilíbrio e os investimentos em capital humano para trabalhadores de ambos os sexos diminuem. A redução, por sua vez, resulta em menos inovação e adoção de tecnologia.

**Em contrapartida, se as mulheres forem totalmente excluídas da força de trabalho, ficando restritas à produção doméstica, isso levará a uma produtividade agregada mais baixa e a um PIB per capita inferior<sup>51</sup>.**

Isso indica que para que os países tenham maiores taxas de mulheres empreendendo e donas do próprio negócio, precisam, por meio de ações efetivas e políticas públicas aplicáveis, abrir cada vez mais espaços no mercado para o público feminino. Se isso não acontecer, o resultado será menos negócios gerados, menos inovação, menos desenvolvimento local e menos autonomia feminina. **Tudo isso levará a um país com menos capital empreendedor, menos desejo por empreender principalmente por parte das mulheres, o que levaria a uma taxa mais baixa de crescimento econômico<sup>52</sup>.**

Infelizmente, o impacto da (dis)paridade de gênero ainda é forte dentro dos meios econômicos das nações.

O Fórum Econômico Mundial indica que, mesmo com a melhoria contínua nos últimos anos, tal paridade ainda está em um nível que deve ser considerado crítico. Atualmente a entidade calcula a paridade de gênero abaixo dos 30% a nível internacional. Isto faria com que se levasse cerca de estrondosos 202 anos para se eliminar totalmente a desigualdade de gênero na economia mundial, incluindo a questão do empreendedorismo<sup>53</sup>.

No Brasil, o cenário é semelhante. De acordo com a versão brasileira do Women Will, uma iniciativa global do Google que desenvolve sistemas digitais para o

---

<sup>51</sup> ESTEVE-VOLART, Berta. **Gender discrimination and growth**: Theory and evidence from India. LSE STICERD Research Paper No. DEDPS42, 2004.

<sup>52</sup> CUBERES, David; TEIGNIER-BAQUÉ, Marc. **Gender Inequality and Economic Growth**. Background paper. World Development Report, 2012.

<sup>53</sup> WORLD ECONOMIC FORUM. **Global Gender Gap Report**. 2018.

empoderamento econômico feminino em todo o mundo, o PIB brasileiro poderia crescer cerca de 30% se as mulheres fossem mais participativas no mercado de trabalho, tanto quanto são os homens<sup>54</sup>. E isto inclui a capacidade de empreender e de gerir negócios.

A ONU Mulheres, agência das Nações Unidas voltada para o apoio às mulheres em diversos aspectos, incluindo os econômicos, inseriu no Pacto Global do ano de 2010 um pressuposto importante: igualdade de gênero significa bons negócios. Com este plano de fundo, foram criados os WEPs - Women Empowerment Principles (Princípios para o Empoderamento das Mulheres)<sup>55</sup>. Estes princípios contêm um total de sete compromissos e orientações que devem nortear governos e empresas na implementação de ações de promoção de igualdade de gênero no mundo do trabalho e do empreendedorismo. Entre eles, está o princípio número cinco: “Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing”.

Importante notar que há espaço para que este cenário seja diferente, levando-se em conta o principal dos indicadores econômicos, o Produto Interno Bruto.

Vários estudos têm estimado o potencial valor econômico que poderia ser criado ao fortalecer o papel das mulheres na força de trabalho.

**A maioria desses estudos abordou a questão analisando o impacto de reduzir a lacuna completa na participação da força de trabalho entre homens e mulheres, concluindo que isso poderia impulsionar o PIB em qualquer lugar de 5% a 20% na maioria dos países<sup>56</sup>.**

Mas a posição empreendedora também é um grande alavancador da melhoria do PIB dos países.

Há estimativas de que o impacto da igualdade de gênero em posições empreendedoras no PIB é bastante relevante.

Em 55 dos 61 países estudados (espalhados em todas as realidades, desde os mais desenvolvidos até menos desenvolvidos) em uma pesquisa sobre o tema, a

---

<sup>54</sup> Disponível em [www.womenwill.google/impact](http://www.womenwill.google/impact).

<sup>55</sup> Disponível em [www.onumulheres.org](http://www.onumulheres.org)

<sup>56</sup> MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. **The Power of Parity**: how advancing women’s equality can add \$12 trillion to global growth. Relatório. Setembro, 2015.

presença de mais mulheres empreendedoras, diminuindo o *gap* para com os homens,  **aumentaria o PIB em termos de 4% a 8%, o que é muito interessante**<sup>57</sup>.

Para que este cenário se torne uma realidade, há intervenções potenciais que devem ser direcionadas para que o nível de empreendedorismo cresça nos países e que, conseqüentemente, a economia tenha um incremento em seus indicadores<sup>58</sup>:

- a) Incentivo financeiro e apoio: aqui se localizam por exemplo, o apoio para o cuidado com as crianças pequenas (como creches públicas com horários flexíveis) e uma política de incentivos financeiros para que a mulher também trabalhe ou empreenda;
- b) Tecnologia e Infraestrutura: acesso a transporte, apoio ao melhoramento de instalações de casa, planos de conectividade móvel e digital para empreendedoras e possibilidade de trabalho em *home office*;
- c) Criação de Oportunidades Econômicas: qualificação em gestão de negócios e finanças, com mentorias exclusivas para mulheres empreendedoras, produtos financeiros exclusivos para mulheres, política de benefícios, programas de estágio e *trainee* exclusivos para mulheres, metas de contratação de mulheres, programas de transição leve para o estágio de maternidade e pós-maternidade, parcerias na cadeia de suprimentos e vendas próprias entre empresas femininas ou em geral, qualificação vocacional e construção de habilidades/competências e bancos voltados exclusivamente para o trabalho com mulheres empreendedoras;
- d) Construção de Capacidades: Serviços de extensão agrária para mulheres, criação de programas de letramento digital e financeiro para mulheres e garotas;
- e) Modelagem de Atitudes e Advocacia: esforços de conscientização sobre questões de gênero para toda a sociedade, principalmente espaços profissionais, mídia de massa e mídias sociais digitais;

---

<sup>57</sup> CUBERES, David; TEIGNIER-BAQUÉ, Marc. **Gender Inequality and Economic Growth**. Background paper. World Development Report, 2012.

<sup>58</sup> MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. **The Power of Parity**: how advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth. Relatório. Setembro, 2015.

f) Leis, Políticas e Regulações: melhoria das legislações que protejam mulheres em ambientes de trabalho e removam barreiras culturais e sociais existentes, que provejam benefícios de maternidade.

Nesta perspectiva, uma fronteira que se tem percebido como um ambiente fértil para o empreendedorismo feminino são os ecossistemas de inovação, onde habitam empresas da área de tecnologia e inovação, como as *startups*, que vem sendo um modelo onde as mulheres têm conseguido destaque.

Segundo a entidade Female Founders, que tem como objetivo criar oportunidades igualitárias para mulheres empreendedoras no ecossistema de inovação e tecnologia, no ano de 2023, *startups* que tinham uma co-fundadora mulher levantaram cerca de 1,8 bilhão de euros para suas atividades junto a *venture capital* ou investidores-anjos<sup>59</sup>. Mas isso ainda está muito aquém das possibilidades a nível mundial.

Segundo o Banco Mundial, somente 7% do total de investimentos de riscos em mercados emergentes são destinados a negócios liderados por mulheres<sup>60</sup>.

Isto representa um aumento substancial de quatro pontos percentuais, mas ainda é algo bastante incidental<sup>61</sup>. Aumentando um pouco mais estes indicadores, *startups* fundadas ou lideradas por mulheres recebem uma média de apenas 65% daquilo que é recebido por empresas similares fundadas ou lideradas pelo gênero masculino.

No Brasil, apenas 4,7% das *startups* são fundadas exclusivamente por mulheres, diferente do empreendedorismo feminino tradicional, que está em 46,2%. Existem ainda as 5,1% de *startups* que são cofundadas por mulheres e os homens as mantêm ainda no seu C-Level (os *cargos de executivos que ocupam as maiores posições em uma empresa*)<sup>62</sup>.

O que a princípio parece um dado negativo estarrecedor, mostra-se uma oportunidade, existe um espaço enorme para a entrada da presença feminina.

---

<sup>59</sup> Disponível em <https://female-founders.org>

<sup>60</sup> Disponível em [https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/79e641c9-824f-4bd8-9f1c-00579862fed3/moving+toward+gender+balance+final\\_3\\_22.pdf](https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/79e641c9-824f-4bd8-9f1c-00579862fed3/moving+toward+gender+balance+final_3_22.pdf)

<sup>61</sup> HASSAN, Kamal; VARADAN, Monisha; ZEISBERGER, Claudia. How the VC Pitch Process Is Failing Female Entrepreneurs. **Harvard Business Review**. January. 2020

<sup>62</sup> DISTRITO. Female Founders Report. 2021.

## Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil

### TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento

Setores do ecossistema de inovação que têm mais participação feminina como empreendedoras ainda são conectadas com áreas que são vistas como de *expertise* feminina. Destaque para FashionTec, RH e Gestão de Pessoal, Negócios Sociais e Alimentação.

A figura 8 apresenta tais dados:

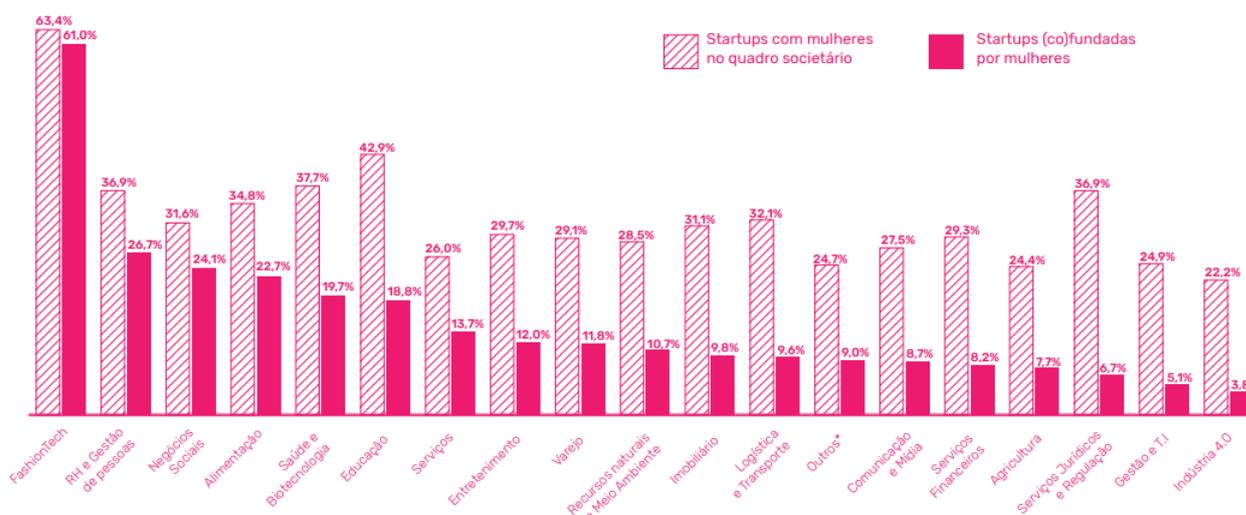


Figura 8: Proporção de Empreendimentos fundados e com quadro societário composto por mulheres em relação ao ecossistema<sup>63</sup>.

Como ainda é um mercado que engatinha, as perspectivas para as mulheres são bastante promissoras no meio do empreendedorismo de inovação de alto padrão, mesmo ainda contendo os mesmos desafios existentes em todo o percurso histórico do empreendedorismo feminino. Hoje, já se listam 38 unicórnios (são startups que conseguem obter o *valuation* de US\$ 1 bilhão com capital fechado) em todo o mundo que foram fundados ou cofundados por mulheres, contendo negócios que impactam fortemente milhões de pessoas, como NuBank, Coursera, WeWork e Canva.

O espaço para as mulheres empreendedoras deve ser discutido, claro, sob a luz da diminuição da discriminação e da disparidade de gênero, incompatível com o princípio da livre-iniciativa, uma vez que ela impede que os indivíduos sejam avaliados por suas competências, inteligência e capacidade de realização. Trata-se de um

<sup>63</sup> Idem

enviesamento que impede que as iniciativas empreendedoras sejam avaliadas por seus méritos e potencialidades intrínsecos<sup>64</sup>.

Mas o princípio do desenvolvimento econômico, como demonstrado no presente texto, deve ser tratado com o máximo de atenção possível. Pois é questão fundamental e base primária do crescimento das nações e do melhoramento não só de indicadores socioeconômicos, mas do bem-estar e qualidade de vida de toda a sociedade. O empreendedorismo feminino é um motor de desenvolvimento e necessita de investimento e apoio irrestrito de governantes, grupos de interesse e organizações.

## **7. CONSIDERAÇÕES GERAIS**

### **7.1 Curadoria/ apresentação de dados dos principais estudos que impactam toda a rede brasileira de mulheres empreendedoras (estudos nacionais e internacionais)**

De acordo com o dicionário, a curadoria é um cargo, poder, função ou administração.

As palavras curador e curadoria assumem diferentes significados conforme as especificidades das áreas. Curador vem do latim “tutor”, “aquele que tem uma administração a seu cuidado. A curadoria, dessa forma e segundo Lopes, Sommer e Schmidt (2014), torna-se uma possibilidade pedagógica.

No estudo apresentado, foram mencionados artigos, estudos e pesquisas que serviram de base e itens comprobatórios para a discussão, ao longo de todo o texto. Analisar o impacto do empreendedorismo feminino na economia dos países é tarefa desafiadora.

A maioria dos estudos e trabalhos vistos neste tem a mesma característica: são estudos realizados de forma esparsa isolada, com característica transversal.

---

<sup>64</sup> Ibidem

Os estudos transversais são aqueles realizados apenas uma vez, com um único grupo de respondentes ou com um grupo específico de dados secundários que foi coletado de forma isolada.

Este cenário vem demonstrando que há uma baixíssima quantidade de estudos que, de fato, tentam verificar a relevância econômica dos empreendimentos fundados ou geridos por mulheres, tanto nacionalmente, quanto internacionalmente.

O que estaria mostrando as entrelinhas deste cenário?

Primeiro lugar, é importante ressaltar que há muitos estudos e trabalhos focando no empreendedorismo feminino. Há um crescente interesse no tema.

Contudo, não é difícil perceber que a infinita maioria dos estudos tem um tom bastante similar: o foco é a própria construção do ideal empreendedor feminino e tudo que o circunda. O como empreender, o perfil da mulher empreendedora, os desafios que elas enfrentam em todos os aspectos do empreendedorismo, desde a ideação até a sustentação do negócio.

Muitos estudos vêm focando num aspecto muito interessante do tópico das mulheres empreendedoras: os nichos de atividades empreendedoras femininas. Empreendedorismo feminino negro (afro empreendedorismo), mulheres como *founders* de *startups*, o empreendedorismo rural, as especificidades dos pequenos e médios negócios liderados por mulheres, entre outros temas segmentados.

São estudos importantes e que merecem uma atenção tão específica quanto.

Principais pesquisas nacionais lançadas recentemente:

- 1) Pesquisa: O que sabemos sobre o empreendedorismo feminino – Dados GEM/21, PNAD III trim/22 e Pulso Jan/23 – SEBRAE NACIONAL
- 2) Pesquisa: Empreendedorismo feminino no Brasil – características as empreendedoras – Especial – Nov/23 – SEBRAE NACIONAL
- 3) Pesquisa: Empreendedorismo feminino no Brasil em 2023 (dados até III trim/22) – SEBRAE NACIONAL
- 4) Pesquisa: Empreendedorismo feminino e seus negócios 2023 – realização Rede Mulher Empreendedora (RME) e Instituto Locomotiva

No entanto, quando se menciona o impacto econômico a realidade é dura: faltam estudos acerca do tema em específico.

A começar pelos dados secundários oficiais, trazidos pelo governo dos países. O dado mais recorrentemente coletado é de identificação de negócios dirigidos por mulheres. Na grande maioria dos países, não há outro tipo de dado econômico ligado ao empreendedorismo feminino, o que demonstra não haver uma percepção da relevância de se estudar o fenômeno com mais profundidade.

Mais uma vez, o que existe são estudos esparsos.

A maioria dos estudos utilizados como referências no presente texto, são de estudos acadêmicos, realizados por algum pesquisador ou grupo de pesquisadores, mas de forma transversal, com uso de documentos e dados secundários de um período único.

Há poucos núcleos de pesquisa que se interessam, efetivamente, pelo tema do desenvolvimento econômico a partir de negócios femininos.

As entidades internacionais que produziram estudos que, inclusive, serviram de referências aqui nesse documento, não tem como tema central o impacto econômico do empreendedorismo feminino.

Tanto os estudos de OCDE, do Banco Mundial, do Banco Interamericano de Desenvolvimento, entre outros, têm como objetivos tratar aspectos como igualdade de gênero, diversidade, inclusão e a mulher como foco de atividades diversas, entre elas o empreendedorismo.

Principais materiais estudados para produção deste Estudo:

- 1) IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. PIB.
- 2) Indicadores econômicos. FAE Business School.
- 3) Macroeconomia, MANKIW, Gregory.
- 4) The Power of Parity: MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE
- 5) OECD Economic Surveys: Brazil.
- 6) OECD. Social Institutions & Gender Index.
- 7) WORLD ECONOMIC FORUM. Global Gender Gap Report.

Há uma grande e notória necessidade de dados detalhados sobre o impacto econômico e o desenvolvimento de economias regionais e nacionais em relação a participação do empreendedorismo feminino. É importante sugerir estudos futuros e novas abordagens e olhares aos fenômenos.

Pode-se considerar que este é um ponto essencial de partida. A começar pelos governos: deve-se tratar o tema não como algo esparso, mas que se exija pesquisas longitudinais e, principalmente, contínuas. Institutos de Pesquisa, Fundações que gerenciam dados, entre outros ambientes, necessitam inserir este tópico continuamente em suas pesquisas.

Ambientes acadêmicos também necessitam apoiar essa percepção.

Existem muitos pesquisadores e grupos de pesquisas que tratam do tema “empreendedorismo feminino”. No entanto, um subtema a ser inserido nos objetivos gerais e específicos dos projetos de pesquisa destes grupos é o do impacto econômico. O auxílio que estes dados darão aos governos e entidades em geral será enorme.

Cada vez mais, os dados serão os definidores das boas decisões, públicas ou privadas. Cabe aos governos, universidades, autarquias e entidades privadas de interesse social prover, gerir e disponibilizar estes dados aos públicos para que virem informações de qualidade.

Tratar o empreendedorismo feminino apenas como algo simples, onde apenas saber quais e quantas são as Donas de Negócios, é muito superficial. Não há como promover e fortalecer o crescimento se não se conhece qual o cenário atual e o impacto dele.

É urgente a necessidade de melhores e mais relevante dados. Será importante para o empreendedorismo feminino. Será importante para as economias. Será importante para as mulheres empreendedoras. Será importante para a sociedade em geral.

## **7.2 Análise dos resultados da Pesquisa Nacional de Perfil da Mulher Empreendedora**

A realização de uma pesquisa é um processo de construção do conhecimento que tem como objetivos principais gerar novo conhecimento e/ou corroborar ou refutar alguma informação já preexistente.

É basicamente um processo de aprendizagem tanto para a instituição que a realiza quanto para a sociedade na qual essa se desenvolve.

Certamente, a Pesquisa em questão, realizada no âmbito da Ação 1 do Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora, trouxe importantes revelações e conhecimento acerca do tema “Perfil da Mulher Empreendedora”. Ao identificar as características, desafios e oportunidades enfrentados por mulheres empresárias, a pesquisa busca embasar a criação de políticas públicas e programas de capacitação que promovam o crescimento sustentável dos negócios liderados por mulheres.

**a) Objetivo da Pesquisa:**

A pesquisa “Perfil da Mulher Empreendedora” foi desenvolvida em parceria entre o Sebrae Nacional e a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB)/ Conselho Nacional da Mulher Empreendedora e da Cultura (CMEC) com o objetivo principal de “ampliar a compreensão acerca dos desafios e necessidades do universo empreendedor feminino, identificar causas que contribuam para a baixa participação de mulheres em cargos de liderança e propor intervenções factíveis que gerem maior velocidade no alcance de resultados”; para traçar o perfil de empresas (dirigidas por mulheres) e empreendedoras brasileiras, com base na "identificação das características e dos desafios das donas dos pequenos negócios e na participação e ascensão destas em cargos de comando em instituições de classe".

O material foi lançado inicialmente para as conselheiras e técnicas associativistas dos Conselhos de Mulheres Empreendedoras e da Cultura – CMECs Estaduais em uma reunião extraordinária com a presença da Presidente do Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura Nacional – CMEC Nacional, Sra. Ana Claudia Badra Cotait, e, posteriormente, o lançamento foi para todo o Brasil por meio do *site* oficial e das redes sociais CMEC.

**b) Abrangência Geográfica:**

A pesquisa foi aplicada em 901 municípios brasileiros, com respostas de 6.445 mulheres empresárias e empreendedoras, proporcionando uma representação abrangente da diversidade regional do país.

A escolha dessas localidades estratégicas permitiu uma análise detalhada das particularidades e peculiaridades do empreendedorismo feminino em diferentes contextos, contribuindo para a construção de estratégias eficazes e personalizadas.

### **7.2.1 Considerações relevantes em relação à Pesquisa “Perfil da Mulher Empreendedora”**

Os resultados da pesquisa realizada apontam um grupo majoritário de mulheres responsáveis pela maior parte da renda familiar. Claramente reforçando a força que o empreendedorismo traz para suas vidas econômicas, o que ilustra o exposto anteriormente neste documento.

Destaca-se que 69,4% dessas mulheres empresárias e empreendedoras são casadas ou estão em união estável, 78% possuem filhos, quase 30% são chefes de família e 38,5% estão em chefia compartilhada.

Em relação às tarefas de cuidados com a casa, a grande maioria das mulheres indicaram ser responsáveis pelos cuidados com a casa e com toda a família, apenas 34,2% contam com o apoio do cônjuge, e 16% com o apoio dos filhos/as ou enteados/as. Os resultados apresentados apontam a carga de responsabilidades e atividades dessas mulheres dentro de seus lares, demonstrando que há múltiplas jornadas na atividade feminina, o que vem corroborar com os desafios que já foram abordados anteriormente neste documento.

Ao observar as informações sobre o empreendedorismo feminino, são relatados os desafios dessas mulheres empresárias e empreendedora, os quais são atribuídos ao fato de serem mulheres e à falta de apoio por parte de suas famílias, inclusive com episódios de brigas familiares.

Essas mulheres sentem-se sobrecarregadas com a múltipla jornada e as tarefas de cuidados no lar, além de sentirem que estão sendo insuficientes nos cuidados com a casa e a família.

Vale destacar que essas mulheres que contribuem para a manutenção financeira da família são as mesmas que se sentem empoderadas quando seus negócios obtêm sucesso e, mesmo contribuindo financeiramente, expressaram que não conseguem fazer dinheiro suficiente. Como principal queixa relatam que não têm

tempo para se dedicar o quanto gostariam para a empresa e que não conseguem fazer mais do que já fazem. Essas informações reafirmam itens que citamos anteriormente nesse estudo, onde ressaltamos que as mulheres se dedicam menos tempo aos negócios, não por trabalharem menos, mas sim por terem que dividir o seu tempo do dia entre casa, família e negócio.

Os resultados chamam à reflexão sobre as formas de combate ao preconceito quanto ao empreendedorismo feminino, sobre quem dá o suporte para a mulher brasileira empreender, os papéis de gênero e atribuições de tarefas dentro dos domicílios, a sobrecarga física e emocional feminina, a jornada múltipla e uma reflexão crítica entre crenças e fatos: o dia dura 24h para todos, e a mulher insiste em dizer que não tem tempo. É notório, são muitas as responsabilidades, tarefas e compromissos familiares, onde ainda é a mulher a responsável pelo cuidado. Onde está o espaço para se dedicarem aos seus negócios e empreender?!

Um gatilho para empreender é a maternidade. Os números evidenciam essa informação. A busca por empreender quando nascem os filhos, não é por trabalhar menos, e sim pela flexibilidade nos horários e por estar mais presente na vida e na educação dos filhos. No início da maternidade, devido à atenção requerida, a mulher empreende em negócios que estão em sua área de conhecimento e alcance e, muitas vezes, dentro da própria casa ou no ambiente digital e mídias sociais. Com o crescimento dos filhos, ela consegue dedicar mais tempo para identificar oportunidades de mercado e impulsionar seu negócio. Mas é importante ressaltar que não são somente os motivos acima que fazem a mulher empreender após a maternidade. Vale afirmar que os ambientes corporativos são, muitas vezes, hostis e acabam por impulsionar a mulher para empreender – ser dona do seu próprio negócio.

Entretanto, apesar de lhes sobrar pouco tempo livre, ao empreenderem as mulheres realizam grandes sonhos: encontrar no trabalho uma fonte de prazer, na medida em que fazem o que gostam, de movimentar um propósito de vida, flexibilidade de horários e geração de renda.

Quanto à capacitação, as mulheres demonstraram muito interesse em buscar novos conhecimentos. O conteúdo de empreendedorismo, na formação básica e acadêmica das instituições de ensino, foi citado como tema relevante para a maioria delas. Além disso elas enxergam com muita importância a união dos conhecimentos

técnicos gerenciais com os conhecimentos socioemocionais, alinhando gestão de negócios, destacando tecnologia e inovação, e quando citam habilidades comportamentais, o destaque fica para inteligência emocional e liderança.

Essas informações vêm ao encontro do que foi exposto nesse documento em relação ao comportamento da mulher ao empreender. Ela, de fato, busca bastante por muito conhecimento e qualificação. O desenvolvimento e o aprimoramento das competências socioemocionais e técnicas potencializam a mentalidade da empresária e a gestão do seu negócio.

Porém, mesmo com muito conhecimento do que fazem elas citaram com muita veemência que precisam de apoio, e nem sempre esse apoio é encontrado. A falta de apoio vem principalmente de suas próprias famílias. Inclusive, também encontram dificuldade de aceitação entre os amigos, que não confiam no potencial de seus negócios.

Uma consequência perigosa disso é a fragilidade na autoconfiança. O que é uma questão profunda e pessoal, que pode trazer grandes prejuízos para o negócio. Por exemplo, a insegurança pode dificultar a tomada de decisão gerencial por parte da empresária.

Esses dados acima também podemos encontrar nesse documento onde ressaltamos sobre o quão desafiador para as mulheres lidarem com a falta de apoio das pessoas mais próximas e a falta de autoconfiança em começar ou expandir o próprio negócio.

A pesquisa também tratou de dados em relação à liderança feminina, O reconhecimento de lideranças femininas em seus territórios apareceu em quase 70% das entrevistas, bem como o reconhecimento de oportunidades de formação de líderes femininas e da existência de líderes preparados para se destacarem. Entre as dificuldades indicadas para uma liderança ativa, foram indicadas, novamente, a falta de autoconfiança e de incentivo dentro e fora de casa, a falta de oportunidades para mulheres e muitos compromissos familiares, que estão alinhados com os relatos de sobrecarga e jornadas múltiplas.

Dividir tarefas domésticas e cuidados com os entes queridos e combater o preconceito fazem-se necessário, tanto no empreendedorismo quanto fora de seus lares.

Elas destacaram que gostariam de acessar redes de apoio e rede de fomento a negócios e parcerias, com participação principalmente em grupos e associações. A identificação com mulheres próximas e com as mesmas vivências pode criar uma rede potente com maior empatia, identificação e conectividade. O compartilhamento gera conexão. E a vulnerabilidade aproxima.

Vale ressaltar que esse documento mencionou no item “Formação de grupos de mulheres empresárias” os benefícios da formação de grupos e redes, destacando: compartilhamento de experiências, desenvolvimento de rede de contatos, fortalecimento da resiliência, aumento de taxa de sucesso e empoderamento.

Em suas respostas à pesquisa, pode-se perceber que as participações das mulheres em grupos e associações são, na maioria das vezes, como ouvintes em plenárias. Elas não compõem corpo diretivo, e acessam essas redes por indicação de amigos ou familiares. Mesmo assim, a avaliação sobre a atuação desses grupos é bastante positiva. Elas se sentem bem acolhidas no ambiente e contaram que se inspiram bastante em outras mulheres próximas e absorvem muito conhecimento ao participar dos grupos e das reuniões, apesar de reconhecerem que o ambiente de associativismo ainda é bastante masculino. Tornar mais efetiva a presença de mulheres na representação empresarial é importante.

Essas respostas demonstram que é válido repensar a composição atual de diretorias nas associações comerciais, com predominância masculina. A diversidade de composição, incluindo mais mulheres em cargos de direção e tomada de decisão, pode criar um ambiente mais inovador, inclusivo e com uma importante representatividade feminina, gerando um movimento de atração natural de empreendedoras às associações e conseqüentemente no consumo de produtos e benefícios locais.

É importante mencionarmos que um pouco mais da metade das entrevistadas não tinham conhecimento sobre a associação comercial do seu território. Com isso, podemos perceber a necessidade de aprimorar os meios de divulgação atuais sobre as associações e os grupos de empreendedorismo nos territórios e até mesmo estabelecer melhores e mais potentes parcerias.

Em face à sobrecarga de atividades e responsabilidades, vimos que elas possuem dificuldade em participar dos encontros em grupos de empreendedorismo

feminino por falta de tempo. Diante disso, reuniões *online*, em formato remoto, poderão ampliar a participação das mulheres empreendedoras em cursos, treinamentos e reuniões, sendo uma estratégia para fazer caber essas atividades na rotina.

Um outro ponto observado na pesquisa, e que é de fato um dos maiores desafios encontrados no empreendedorismo feminino na prática: as mulheres se capacitam e se especializam mais do que a maioria dos homens, mas ao mesmo tempo não se sentem autoconfiantes. Essa informação ficou evidente diante dos números. A grande maioria das entrevistas informou que falta autoconfiança no dia a dia, mesmo tendo muito conhecimento sobre o que fazem.

Cabe ressaltar que os meninos, na construção social, são educados acreditando que são inteligentes e fortes, que podem fazer tudo e que devem proteger os mais frágeis, dentre elas as mulheres. As meninas são criadas para serem delicadas, bonitas, simpáticas, cuidadosas e para servir quem precisa. Essas construções são fortes e não podemos negar que refletem em todos os aspectos de vida, minando a autoconfiança das mulheres.

Nesse documento, também discorreremos sobre o assunto acima quando abordamos o tema “aspectos culturais e vieses inconscientes”, reconhecendo a existência de vícios de percepção na sociedade e como eles impactam diretamente a jornada empreendedora e como a empresária é vista e tratada no ambiente empreendedor.

As mulheres mesmo que se preparando mais, quase sempre não se sentem prontas para assumir grandes desafios, seja um cargo de maior responsabilidade ou um negócio próprio. Elas respondem que tem muito medo de não atender as expectativas dos outros e do ambiente.

Um possível caminho é fortalecer essa mulher e mostrar que ela é verdadeiramente capaz, por meio de uma liderança participativa, com muito aprendizado em habilidades socioemocionais, no exercício da comunicação assertiva, negociação, *network* e posicionamento.

Acrescentando a tudo isso, vale ainda a constante indicação de mulheres referenciais nos territórios, acompanhando os grupos, auxiliando e promovendo o desenvolvimento das ações e dos negócios junto às mulheres empreendedoras.

Mulheres se espelham em outras mulheres e os estímulos positivos precisam ser frequentes.

A maioria valoriza a formalização. Nota-se que a maioria das entrevistadas são MEIs (Microempreendedoras individuais), visto que é um modelo de formalização de transição, muitas vezes ideal para iniciar a jornada empreendedora.

Como geralmente empreendem por necessidade - e não por oportunidade – optam por começar com um porte de empresa pequeno e em um setor/segmento que seja diretamente relacionado a áreas que dominam e gostam.

A maior parte das entrevistadas estão empreendendo no segmento de: beleza, vestuário, educação, lazer/eventos e saúde. Isso demonstra também que elas têm preferência por negócios que não dependem de grandes investimentos em estoque, infraestrutura, instalações físicas ou tecnologia.

Esses números, corroboram com os gráficos e textos citados nesse estudo, onde demonstramos que as mulheres realmente ainda empreendem mais na área de serviços e especificamente beleza e moda.

Além de geralmente iniciarem seus negócios sem muito planejamento e sem dispor de crédito para investimento, quando suas empresas crescem, as empreendedoras se deparam com um cenário que, muitas vezes, as assusta: precisam se organizar, ainda mais, para cumprir todas as suas tarefas do dia e compreendem que precisam dedicar ainda mais tempo ao negócio do que já dedicam. Além da busca por crédito e inovação.

Diante do apresentado, é possível afirmar que empreendedorismo feminino tem força de transformação e impacto na vida da mulher. Esse assunto também discutiremos nesse documento no item “empreendedorismo feminino”.

O conjunto dos resultados encontrados pela pesquisa, revela que a empreendedora/ empresária brasileira busca, principalmente, por capacitação orientada, acesso a benefícios e participação ativa em redes.

A maioria demonstrou, em suas respostas, estar disposta a gerir o seu próprio negócio para adquirir liberdade emocional e financeira. Com isso, sentem-se aptas a impactar sua família com a renda vinda da própria empresa, chefiar o seu lar e desenvolver o seu entorno, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social local.

Quando uma mulher atua com seu próprio negócio ela se preocupa com o entorno, meio ambiente, geração de empregos e transborda a atitude do empreendedorismo e seus desdobramentos para a sociedade.

Ao abrir sua empresa, e precisar de equipe, a mulher mostra-se mais disposta a contratar mulheres para a equipe e isso cria um ambiente virtuoso onde mulheres geram empregos a mulheres.

Os dados acima correspondem às mesmas informações que citamos nesse documento, principalmente no item “empreendedorismo feminino como medida de desenvolvimento”. O empreendedorismo feminino tem impacto na economia local e global, trazendo benefícios à empresária, em âmbito pessoal e profissional, como também para toda a sociedade.

Por fim, vale mencionar que não foram encontrados dados suficientes na referida pesquisa que revelassem informações pulsantes quanto ao impacto do empreendedorismo feminino no desenvolvimento econômico local ou global. O questionário desenvolvido não abordou indicadores econômicos.

Recomenda-se a investigação de dados secundários de governo e instituições, que podem subsidiar o direcionamento de ações, políticas e programas a favor mulheres empreendedoras em suas iniciativas, tornando-as cada vez mais confiantes de seu potencial de realização, gestão e geração de emprego e renda.

Os desafios que as empreendedoras enfrentam são reais, e, como abordado nos itens anteriores deste estudo, as soluções também existem e estão cada vez mais próximo das mulheres, mas não depende de somente uma ação, as soluções estão emaranhadas em um conjunto de ações que envolve a sociedade, o poder público e as instituições.

Temos muito o que evoluir e são pesquisas como essa que permitem que possamos conhecer cada vez mais o cenário e o perfil das empreendedoras e assim, juntos, possamos apoiar e desenvolver soluções cada vez mais eficazes.

## **8. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

**O empreendedorismo feminino tem desempenhado um papel crucial na transformação do cenário empresarial global. À medida que as mulheres**

**continuam a quebrar barreiras, criam seus próprios negócios e alcançam novos patamares, as conquistas são notáveis e inspiradoras.**

O mercado nacional é carente de iniciativas capazes de produzir riquezas, gerando frentes de trabalho, valorizando a sociedade e a si próprio enquanto cidadão. E o empreendedorismo feminino caminha nessa direção favorecendo a sociedade de forma geral, pois o modelo de gestão feminino trata as pessoas como possuidoras de caráter, culturas e necessidades individuais diferenciadas.

Quanto a isso se pode dizer que a necessidade obriga a criação e a insatisfação conduz à inovação. Essa é a ligação da razão e motivação ao empreendedorismo feminino. Seja qual for sua razão, motivação ou necessidade o empreendedorismo tem dado à sociedade e à mulher caminhos de sucesso.

**Como contribuição à sociedade o empreendedorismo feminino atua na geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando a realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro.**

Mulheres empreendedoras têm demonstrado muita habilidade em identificar oportunidades de negócios e inovar em diversos setores. Seja nas áreas de tecnologia, saúde, moda ou serviços, elas estão deixando sua marca com ideias inovadoras e uma abordagem única para os desafios empresariais.

Além disso, podemos perceber que o impacto socioeconômico das mulheres empreendedoras é cada vez mais evidente. Elas não apenas contribuem para o crescimento econômico, mas também desempenham um papel vital na criação de empregos e no fortalecimento das comunidades locais. Essas líderes empresariais não apenas buscam o sucesso financeiro, mas também buscam promover a igualdade de gênero e criar ambientes de trabalho inclusivos.

Um grande avanço foi na área de tecnologia, pois este setor tem sido um campo particularmente empolgante para as mulheres empreendedoras, com muitas delas liderando *startups* inovadoras e disruptivas.

Desde o desenvolvimento de aplicativos até a liderança em empresas de inteligência artificial, as mulheres estão demonstrando sua capacidade de competir e liderar no setor tecnológico, tradicionalmente dominado por homens.

Outro aspecto notável é a crescente presença de mulheres empreendedoras em países em desenvolvimento, onde superam desafios adicionais para criar e manter seus próprios negócios. Essas mulheres não apenas enfrentam barreiras econômicas, mas também desafiam normas culturais e sociais, tornando-se modelos para futuras gerações.

Apesar das conquistas incríveis, as mulheres empreendedoras continuam a enfrentar desafios, desde a obtenção de financiamento até a superação de estereótipos de gênero. A promoção da igualdade de oportunidades e o apoio contínuo são fundamentais para garantir que mais mulheres possam alcançar seu pleno potencial no mundo dos negócios.

Sem heroísmo, a imagem da mulher maravilha está cada vez mais distante da realidade cotidiana da empreendedora real. As mulheres realmente não querem dar conta de tudo. Elas estão em busca de satisfação pessoal, realização do propósito e aquisição da liberdade financeira e emocional.

Para tanto, é necessário contar com uma rede de apoio presente, companheiras e companheiros que dividam tarefas domésticas e cuidados com a família, políticas públicas voltadas à equidade de gênero e possibilidades cada vez maiores de acesso a crédito facilitado, mercado, digitalização e internacionalização.

Em resumo, as conquistas das mulheres com seus próprios negócios e na liderança são impressionantes e inspiradoras.

À medida que mais mulheres entram no mundo do empreendedorismo e do protagonismo, elas não apenas moldam o futuro dos negócios, mas também pavimentam o caminho para uma sociedade mais igualitária, diversa e inclusiva.

Pesquisas citadas aqui mostram que as mulheres direcionam uma parte significativa de sua renda para a educação de seus filhos, bem-estar familiar e apoio à comunidade, contribuindo para um ciclo positivo de desenvolvimento local.

Além disso, negócios liderados por mulheres tendem a empregar mais mulheres, promovendo a inclusão e a igualdade de gênero no mercado de trabalho.

**À medida que celebramos as conquistas do empreendedorismo feminino, é imperativo reconhecer os desafios e apoiar as mulheres que estão moldando positivamente o futuro dos negócios e contribuindo para o crescimento sustentável do PIB.**

O empreendedorismo feminino deve ser utilizado como medida de desenvolvimento socioeconômico, pois mulheres à frente de seus próprios negócios é muito mais do que uma narrativa de gênero; é um impulsionador econômico fundamental.

O empreendedorismo feminino é um motor de desenvolvimento e necessita de investimento e apoio de governantes, grupos de interesse e organizações.

## **9. REFERÊNCIAS**

BOSERUP, Ester. **Women's role in economic development**. New York: St. Martin Press, 1970

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **O conceito histórico de desenvolvimento econômico**. Textos para Discussão, n.157. Escola de Economia de São Paulo. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **Notas de Disciplina “Desenvolvimento Econômico”**. Escola de Economia. Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. 2008

BRINDLEY, Clare. Women and new business creation: Breaking down the risk barriers. In: **Female Entrepreneurship**. Routledge, 2006. p. 137-150

BURDA, Michael C.; WYPLOSZ, Charles. **Macroeconomia: uma abordagem europeia**. 3.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2001

BUTTLE, Rhett. **The Economic Impact of Woman-Owned Businesses**. Forbes. 2023. Disponível em <https://www.forbes.com/sites/rhettbuttle/2023/10/30/the-economic-impact-of-women-owned-businesses>

CARTER, Sara; MARLOW, Susan. Female entrepreneurship: theoretical perspectives and empirical evidence. In: **Female Entrepreneurship**. Routledge, 2006. p. 11-36

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

CUBERES, David; TEIGNIER-BAQUÉ, Marc. **Gender Inequality and Economic Growth**. Background paper. World Development Report, 2012

DA COSTA, Achyles Barcelos. O desenvolvimento econômico na visão de Joseph Schumpeter. **Cadernos IHU ideias**. v.4, n.47, 1-16, 2006

DISTRITO. **Female Founders Report**. 2021

ELIASON, Carol. **Entrepreneurship for Women: An Unfulfilled Agenda**. Information Series No. 221. 1981

ESTEVE-VOLART, Berta. **Gender discrimination and growth: Theory and evidence from India**. LSE STICERD Research Paper No. DEDPS42, 2004

EUROPEAN COMMISSION. **The Entrepreneurialism 2020 action plan**. Brussels. 2013

EUROPEAN PARLIAMENT. **Women's entrepreneurship and self-employment, including aspects of gendered Corporate Social Responsibility**. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies. Brussels, 2021

FAZALBHOY, Sabiha. Women Entrepreneurship as the Way for Economic Development. **Annual Research Journal of Symbiosis Centre for Management Studies**. v.2, n.1, 2014

GANDERSON, Joseph. **The Entrepreneurialism 2020 action plan: practical steps for renewal**. Policy Report, 89 initiative. 2019

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **GEM – Adapting to a “New Normal”**. Babson College. 2022-2023

HASSAN, Kamal; VARADAN, Monisha; ZEISBERGER, Claudia. How the VC Pitch Process Is Failing Female Entrepreneurs. **Harvard Business Review**. January. 2020

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PIB**. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9300-contas-nacionais-trimestrais.htm>

LOURENÇO, Gilmar Mendes; ROMERO, Mario. **Indicadores econômicos**. FAE Business School. Economia empresarial. Curitiba, 2002, p.27-41

MANKIW, Gregory. **Macroeconomia**. Rio de Janeiro: LTC, 2011

MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. **The Power of Parity**: how advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth. Relatório. Setembro, 2015

MINNITI, Maria. Female entrepreneurship and economic activity. **The European Journal of Development Research**, v. 22, p. 294-312, 2010

MOHIUDDIN, Asghari. Entrepreneurship Development Among Women: retrospects and prospects. **Small Enterprises Development, Management & Extension Journal**, v. 10, n. 1, p. 1-8, 1983

NAWBO - National Foundation for Women Business Owners. **Issues Affecting Women Business Owners in Argentina and Other Latin- and Iber-American Countries**. Executive Report. Mar Del Plata, Argentina, 2008

OECD. **OECD Economic Surveys: Brazil**. Relatório. 2018

OECD. **Social Institutions & Gender Index**. Synthesis Report, OECD Publishing. 2014

RAMADANI, Veland; HISRICH, Robert D.; GËRGURI-RASHITI, Shqipe. Female entrepreneurs in transition economies: insights from Albania, Macedonia and Kosovo.

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

**World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**, v. 11, n. 4, p. 391-413, 2015

SHABANA, Asma; VASHISTHA, Neha; SIDDIQUE, R.A. Women empowerment through entrepreneurship for their holistic development. **Asian Journal of Research in Business Economics and Management**, v. 7, n. 2, p. 1-17, 2017.

TIWARI, Sanjay; TIWARI, Anshuja. **Women entrepreneurship and economic development**. Delhi: Sarup & Sons, 2007

WEEKS, Julie; SEILER, Danielle. **Women's entrepreneurship in Latin America: an exploration of current knowledge**. Technical Papers Series. Inter-American Development Bank. 2001

WELTER, Friederik, SMALLBONE, D.; ACULAI, Elena; ISAKOVA, Nina; SCHAKIROVA, Natalja. Female entrepreneurship in post-Soviet countries. **New perspectives on women entrepreneurs**, p. 223-239, 2003

WORLD BANK, The. **World Development Report – Gender Equality and Development**. Washington D.C., 2012

WORLD ECONOMIC FORUM. **Global Gender Gap Report**. 2018

OLIVEIRA, Malu. **Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI**. São Paulo: Editora Ática, 1997

AMORIM, Rosane Oliveira. **EMPREENDEDORISMO FEMININO: RAZÃO DO EMPREENDIMENTO**. 2017. Curso de Administração do Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI) - Disponível em: [https://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf). Acesso em 30 dez. 2023

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

CASTRO, Isis Gabriela. **Movimento Sufragista: o que foi e qual o impacto no Brasil**. Politize, 2023. Disponível em: <https://www.politize.com.br/movimento-sufragista-o-que-foi-e-qual-o-impacto-no-brasil/#:~:text=O%20que%20foi%20o%20movimento,votarem%20e%20de%20sere m%20votadas>. Acesso em 30 dez. 2023

BATISTA, Juneia. **30 anos de Política de Gênero: a história de luta das mulheres no movimento sindical**. CUT- Central Única dos Trabalhadores, 2016. Disponível em: <https://www.cut.org.br/artigos/30-anos-de-politica-de-genero-a-historia-de-luta-das-mulheres-no-movimento-sindi-c55e>. Acesso em 30 dez. 2023

Pará, Sebrae. **BOLETIM DE MERCADO - EMPREENDEDORISMO FEMININO | SEBRAE-PA 2023**. DataSebrae, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/data/docs/datasebrae-para/Boletins-de-mercado-2023/Empreendedorismo-Feminino-2023-SEBRAE-PA.pdf>. Acesso em 30 dez. 2023

REDAÇÃO, Da. **Infográfico – N° de donas de negócios chega ao recorde de 10,3 milhões**. Agência Sebrae de Notícias, 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/infografico-n-de-donas-de-negocios-chega-ao-recorde-de-103-milhoes/>. Acesso em 30 dez. 2023

TORRES, Vitor. **Empreendedorismo Feminino: Importância e desafios**. Contabilizei.blog, 2022. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/empreendedorismo-feminino/>. Acesso em 30 dez. 2023

Sebrae. **Infográfico Mulheres Empreendedoras**, 2023. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Infografico-Mulheres-Empreendedoras\\_V2.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Infografico-Mulheres-Empreendedoras_V2.pdf). Acesso em 30 dez. 2023

Sebrae. **Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2022**. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Empreendedorismo-Feminino-ate-III-trim\\_2022\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/03/Empreendedorismo-Feminino-ate-III-trim_2022_v5.pdf). Acesso em 30 dez. 2023

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

Sebrae e Movimento Aladas. **Pesquisa Voo Delas em 2021**. Disponível em: Aladas\_VooDelas-\_VF-compressed.1.pdf

OLIVAN, Fernando. **Quase 50% das empresas fecham em até três anos**. FENACON, 2021. Disponível em: <https://fenacon.org.br/noticias/quase-50-das-empresas-fecham-em-ate-tres>

anos/#:~:text=Brasil%20ocupa%20a%20138%C2%AA%20posi%C3%A7%C3%A3o,a%20falta%20de%20gest%C3%A3o%20eficiente. Acesso em 30 dez. 2023

Sebrae. **Crédito para mulheres empreendedoras**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/credito-para-mulheres-empendedoras,4304919911d36810VgnVCM1000001b00320aRCRD> Acesso em: 30 dez. 2023

DataSebrae. **Pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor)**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/pesquisa-gem/> Acesso em: 30 dez. 2023

GOMES, Gisele. **Mulheres Líderes- Vieses inconscientes**. Revista aldeia, 2020. Disponível em: [https://revistaaldeia.com.br/coluna\\_post/mulhereslideres/1490/vieses-inconscientes](https://revistaaldeia.com.br/coluna_post/mulhereslideres/1490/vieses-inconscientes) Acesso em 30 dez. 2023

REDAÇÃO. **Mulheres avançam nas pequenas e médias empresas**. Sejarelevante, 2023. Disponível em: <https://sejarelevante.fdc.org.br/mulheres-trabalho-empendedorismo/>. Acesso em 30 dez. 2023

ALVARENGA, Darlan. **Mulheres ganham em média 20,5% menos que homens no Brasil**. g1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/dia-das-mulheres/noticia/2022/03/08/mulheres-ganham-em-media-205percent-menos-que-homens-no-brasil.ghtml>. Acesso em 30 dez. 2023

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

TREGLOWN, Luke. **Mulheres nos negócios: América Latina**. Thomas, 2021. Disponível em: [https://www.thomas.co/sites/default/files/thomas-files/2022-09/Mulheres\\_nos\\_neg%C3%B3cios\\_LATAM-PTBR.pdf](https://www.thomas.co/sites/default/files/thomas-files/2022-09/Mulheres_nos_neg%C3%B3cios_LATAM-PTBR.pdf). Acesso em 30 dez. 2023

ERNANDES, Michele. **Como promover a liderança feminina nas empresas**. Caju, 2022. Disponível em: <https://blog.caju.com.br/cultura-organizacional/lideranca-feminina-nas-empresas/>. Acesso em 30 dez. 2023

GPTW. **Liderança feminina: por que ter mais mulheres líderes na empresa**. Great Place To Work, 2022. Disponível em: <https://gptw.com.br/conteudo/artigos/lideranca-feminina/>. Acesso em 30 dez. 2023

REDAÇÃO. **Mulheres representam 15% dos conselhos e diretorias, aponta IBGC**. IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, 2023. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br/blog/terceira-edicao-analise-mulheres-em-conselhos-ibgc>. Acesso em 30 dez. 2023

VERGUEIRO, Marina. **Mulheres são 15% dos membros de conselhos e diretorias no Brasil**. Meio & mensagem, 2023. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/mulheres-sao-15-dos-membros-de-conselhos-e-diretorias-no-brasil>. Acesso em 30 dez. 2023

HUNT, Dame. **A diversidade como alavanca de performance**. McKinsey & Company, 2018. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/delivering-through-diversity/pt-BR>. Acesso em 30 dez. 2023

**ONU Mulheres**. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/tag/organizacao-internacional-do-trabalho-oit>. Acesso em 30 dez. 2023

Sebrae. **A força do empreendedorismo feminino**, 2021. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Empreendedorismo%20Feminino/Infografico\\_Sebrae\\_Delas.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Empreendedorismo%20Feminino/Infografico_Sebrae_Delas.pdf). Acesso em 30 dez. 2023

**Projeto Desenvolve Mulher Empreendedora – WP1 - Instituição de elementos de inteligência relacionados ao empreendedorismo feminino no Brasil**

**TR 007.2 Estudo Empreendedorismo Feminino e Medidas de Desenvolvimento**

---

CAPITANI, Lidia. **Empreendedorismo feminino: impacto para além dos negócios.**

Meio & mensagem, 2023. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/empreendedorismo-feminino-impacto-para-alem-dos-negocios>. Acesso em 30 dez. 2023

**A importância do empreendedorismo feminino no desenvolvimento econômico.**

Banco do Empreendedor, 2022. Disponível em:

<https://www.bancodoempreendedor.org.br/conteudo/a-importancia-do-empreendedorismo-feminino-no-desenvolvimento-economico.html>. Acesso em 30 dez. 2023

AGUIAR, Thiago. **Empreendedorismo e Crescimento econômico: Uma análise para países selecionados.** 2021. Economia- UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE - FEAAC PROGRAMA DE ECONOMIA PROFISSIONAL - PEP.

FABRIS, Carol. **Tempo de Heróis.** Editora Pimenta Cultural, 2023. Acesso em 15 jan. 2024

BERNARDO HAHN, Noli; STRÜCKER, Bianca. **LUGAR DE MULHER É... ONDE ELA QUISER! PAPÉIS SOCIAIS PAUTADOS NO GÊNERO E BREVES APONTAMENTOS SOBRE O FEMINICÍDIO - WOMAN'S PLACE IS ... WHEREVER SHE WANTS! GENDER ROLES AND BRIEF NOTES ABOUT FEMINICITY,** 2020.

PRETTE, Zilda; **Competência social e habilidades sociais.** Manual teórico-prático. Editora Vozes. Acesso em Jan. 2024