

ÁREA TEMÁTICA: EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

**GÊNERO E EMPREENDEDORISMO: UM OLHAR SOBRE A PESQUISA DO
G.E.M – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**

AUTORES

DENILSON APARECIDA LEITE FREIRE

UNINOVE – Universidade Nove de Julho
denilson.freire@bol.com.br

ROSANY CORRÊA

Faculdade Piauiense - FAP
rosanycorrea@ig.com.br

HENRIQUE CÉSAR MELO RIBEIRO

UNINOVE – Universidade Nove de Julho
hcmribeiro@hotmail.com

RESUMO:

Esta é uma pesquisa bibliográfica, através da técnica de análise de conteúdo que demonstra as questões de gênero relacionadas ao empreendedorismo no Brasil. Tem como objetivo apresentar uma análise da pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010) sob a ótica das concepções de gênero, buscando elementos de reflexão de como mulheres e homens se inserem no contexto empreendedor. A busca foi realizada tendo como base a pesquisa GEM de 2002 a 2010 e pesquisas relacionadas ao assunto divulgadas em sites: instituto brasileiro da qualidade e produtividade – IBQP e do instituto brasileiro de geografia e estatística - IBGE, dentre outros. O artigo revela a posição da mulher no Brasil e nos países que participam do GEM, revelando sua participação na economia vem crescendo nos últimos, contudo ainda prevalece o gênero masculino nesse universo, apesar das mulheres possuírem maior escolaridade e serem em maior número populacional. O artigo aponta para a necessidade da mulher buscar o seu empoderamento e trazer, à sociedade, uma maior contribuição econômica e proporcionando um novo olhar e uma nova concepção sobre as relações de gênero no Brasil e no mundo.

Palavras-Chaves: Gênero. Relações de Trabalho. Empreendedorismo.

ABSTRACT

This is a literature search using the technique of content analysis shows that gender issues related to entrepreneurship in Brazil. Aims to present a research analysis of the Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2010) from the perspective of conceptions of gender, seeking elements of reflection on how women and men fall within the entrepreneurial context. The search was conducted based on the GEM study from 2002 to 2010 and surveys related to the subject matter disclosed on websites: Brazilian Institute of Quality and Productivity - IBQP and the Brazilian Institute of Geography and Statistics - IBGE, among others. The article reveals the position of women in Brazil and the countries participating in GEM, revealing his participation in the economy has been growing in recent years, however, still prevalent in males in this universe, despite having higher education and women are more numerous population. The article points to the need for women to seek empowerment and bring to the society, a greater economic contribution and providing a new look and a new conception of gender relations in Brazil and worldwide.

Key-Words: *Gender. Labor Relations. Entrepreneurship.*

1. INTRODUÇÃO

Estudos de gênero e empreendedorismo são dois campos temáticos que, dentro das ciências humanas, podem se unir em uma permanente fertilização recíproca, para demonstrar como as relações de gênero se inserem no contexto empreendedor. Pois, as formas de se empreender no mercado de trabalho, de viver as experiências ocupacionais, de desafiar o imaginário gerencial e sindical, e de articular a vida no trabalho, historicamente são diferentes para homens e mulheres. Segundo Jonathan e Silva (2007), na atualidade são várias as contingências que cercam a inserção das mulheres no espaço público do trabalho e, em todo mundo, cresce o interesse pelas análises das características e conseqüências do trabalho feminino.

Gênero é o conjunto de características sociais, culturais, políticas, psicológicas, jurídicas e econômicas atribuídas às pessoas de forma diferenciada de acordo com o sexo. As características de gênero são construções sócio-culturais que variam através da história e se referem aos papéis psicológicos e culturais que a sociedade atribui a cada um do que considera “masculino” ou “feminino” (SAFFIOTI, 2004).

A incorporação dos estudos de empreendedorismo sob a ótica das relações de gênero nas pesquisas continua sendo um desafio, porque envolve tratar das relações de poder que atravessam o mundo do trabalho, assim como de possíveis mudanças dessas relações. São relações sociais que se articulam com as relações de classe, de tal modo que são marcantes as diferenças entre o trabalho de uma mulher de classe popular e de uma mulher de classe média, assim como de uma mulher de um país do Norte e um país do Sul. Surge assim uma questão: de que forma o empreendedorismo se manifesta quanto ao gênero segundo a pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor?

Este artigo propõe analisar a inserção empreendedora de homens e mulheres através de uma revisão sistemática da pesquisa do G.E.M (Global Entrepreneurship Monitor) do ano de 2008 e publicada em 2010. A pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) foi estruturada como um instrumento de avaliação do papel do empreendedorismo como elemento propulsor do crescimento econômico. Utilizando-se de coletas anuais, o levantamento por dados relevantes para o empreendedorismo constitui o principal objetivo do GEM. A referida pesquisa traz informações de modo a possibilitar a realização comparações entre os países a respeito da atividade empreendedora nacional, determinar qual o papel da atividade empreendedora no crescimento econômico, além de facilitar políticas que possam ser eficazes no incremento dos negócios.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Definição de Gênero

Sobre gênero, Saffioti (2004), explica que se trata de um conceito aberto e este fato se constitui em um grande argumento para críticas, que estão baseadas na dominação e exploração das mulheres pelos homens. “Mas, embora cada feminista enfatize um determinado aspecto do gênero, “há um consenso, ainda que limitado” em entender gênero como construção social do masculino e do feminino” (Saffiotti, 2004:44).

Para Pena et al (2005) gênero é uma dada maneira de olhar a realidade da vida (das mulheres e dos homens) para compreender as relações sociais entre mulheres e homens e as relações de poder entre mulheres e homens, mulheres e mulheres, homens e homens. Para esse autor, gênero é uma categoria relacional, incluindo seus impactos sobre homens e

mulheres, referindo-se às diferentes experiências, preferências, necessidades, oportunidade e restrições, que confrontam a todos em virtude de seus papéis socialmente construídos e vivenciados.

Este conceito é utilizado em acordo com a definição proposta por Elizabeth Souza Lobo: "conjunto de representações sociais construídas a partir das condições biológicas das diferenças entre os sexos" (Lobo, 1987:22). Já para Hardy e Jiménez (2000), os estudos relevam, assim, que gênero e sexo não são sinônimos, e sim considerados dimensões distintas das experiências humanas. As características anatômicas determinam o sexo ao qual pertence o indivíduo, e gênero já é uma construção social que irá definir a sexualidade de cada um enquanto ser na sociedade.

Segundo Silva e Santos (2009) a forma como as relações sociais de gênero (articuladas a outras relações sociais e ao contexto econômico e político) se manifesta em determinado meio tem um papel importante na definição das características das tarefas designadas para as mulheres e para os homens. Uma vez que o conjunto das relações sociais pré-configura a sociedade. Entretanto, devemos também considerar que as tensões geradas no seio da própria sociedade podem desestabilizar essas regras e normas impostas dadas por ela.

Para esses autores, deve-se destacar também que a emergência do conceito e sua utilização estão fortemente impregnadas de uma dimensão política, tanto no que diz respeito a suas origens, como quanto aos seus propósitos. Ele ganha força a partir do movimento feminista, cujas principais propostas estão voltadas às mudanças nas relações de poder tanto no âmbito público como no privado, procurando abolir qualquer forma de dominação-exploração no conjunto das relações sociais.

Segundo Silva e Santos (2009) o movimento de mulheres tem situado o empoderamento no campo das relações de gênero e na luta contra a posição socialmente subordinada das mulheres em contextos específicos. O termo empoderamento chama a atenção para a palavra "poder" e o conceito de poder enquanto relação social.

Para eles, o poder na ciência política geralmente vinculada ao Estado pode ser fonte de opressão, autoritarismo, abuso e dominação, mas ao mesmo tempo pode ser uma fonte de emancipação (na proposta do feminismo), uma forma de resistência. Empoderamento na perspectiva feminista é um poder que afirma, reconhece e valoriza as mulheres. É pré-condição para obter a igualdade entre homens e mulheres. Representa, na visão desses autores, um desafio às relações patriarcais, em especial dentro da família, ao poder dominante do homem e a manutenção dos seus privilégios de gênero. Implica a alteração radical dos processos e das estruturas que reproduzem a posição subalterna da mulher como gênero.

Para Iorio (2002) isso significa uma mudança na dominação tradicional dos homens sobre as mulheres, garantindo-lhes a autonomia no que se refere ao controle dos seus corpos, da sua sexualidade, do seu direito de ir e vir, bem como um rechaço ao abuso físico e as violações. Os estudos feministas partem do pressuposto que o empoderamento das mulheres é condição para a equidade de gênero.

Os estudos de Wriqth, Silva e Spers (2010), Passos *et al* (2008), revelam que a atuação empreendedora do sexo feminino é proeminente no Brasil e o número de empresas criadas por mulheres é cada vez maior: segundo as brasileiras ocuparam o 7º. lugar, no ranking mundial como mais empreendedoras, com uma taxa de 12,71% (aproximadamente 8 milhões). Essas empresas ainda se destacam por apresentarem uma sobrevivência maior do que a média de vida dos novos empreendimentos.

O primeiro passo para o empoderamento deve ser o despertar da consciência por parte das mulheres em relação à discriminação de gênero: reconhecer que existe desigualdade entre homens e mulheres, indignar-se com esta situação e querer transformá-la. Para se empoderarem, as mulheres devem melhorar a auto-percepção que tem sobre si mesmas, acreditar que são capazes de mudar suas crenças em relação a submissão e despertar para os

seus direitos. As relações sociais de gênero legitimam as condições diferenciadas e nocivas para todos (homens e mulheres), porque produz a naturalização de certas características do trabalho feminino e masculino.

2.2 Gênero e Relações de Trabalho

Para Scott (1995), o núcleo essencial de sua definição de gênero repousa sobre a relação fundamental entre duas posições: “o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos e é um primeiro modo de dar significado às relações de poder” (Scott, 1995:14) principalmente observadas nas relações de trabalho.

No entendimento de que a opressão de classes interliga-se com a opressão de sexo, coincidindo historicamente e se desenvolvendo entrelaçadas no decorrer da história e na formulação do ponto de vista de que, ao surgir entrelaçado com a opressão de classes, este sistema irá impregnar os espaços sociais, as instâncias políticas, as formas culturais, entendendo, assim, que as relações desiguais de gênero se dão em todas as esferas da sociedade fundada nas relações desiguais de classe. Os autores Jonathan e Silva (2007) argumentam que,

a multiplicidade de papéis femininos não envolve demandas incompatíveis em sua natureza, sendo necessário reconhecer que os papéis de gênero são construídos socialmente e que os processos de socialização demarcam espaços, expectativas, e atividades a serem desempenhadas pelos membros da sociedade.

A incorporação das relações sociais de gênero nas pesquisas e ações sobre o trabalho continua sendo um desafio, porque envolve tratar das relações de poder que atravessam o mundo do trabalho, assim como de possíveis mudanças dessas relações. São relações sociais que se articulam com as relações de classe, de tal modo que são marcantes as diferenças entre o trabalho de uma mulher de classe popular e de uma mulher de classe média, assim como de uma mulher de um país do Norte e um país do Sul.

Para Pena et al (2005), quando se trata de Brasil, a crescente democratização que estimulou uma demanda por direitos e tratamentos iguais na família e no mercado de trabalho contribuiu também para maior igualdade entre os gêneros, podendo-se pontuar esses princípios igualitários em teorias constitucionais. Perante importantes avanços na reforma da estrutura jurídica e política, ligada à igualdade de gênero, o país pode voltar-se para a modificação dos papéis e expectativas sociais a respeito dos papéis femininos e masculinos, de modo que mulheres e homens usufruam das oportunidades a eles oferecidas por legislações e por políticas governamentais.

De acordo com Silva (2002) é importante refletir sobre como a divisão sexual do trabalho entrelaça-se a divisão social do trabalho e que mulheres e homens irão participar de modo desigual da produção e da reprodução.

2.3 Empreendedorismo

Definir o empreendedor é um desafio, dada a ampla variedade de pontos de vista usada para estudar o fenômeno. Segundo Fillion (1999), H el ene V erim estudou o desenvolvimento do termo “*entrepreneur*” através da história. No século XII, era usado para se referir àquele que incentivava brigas. No século XVII, descrevia uma pessoa que tomava responsabilidade e dirigia uma a o militar. Somente no final do século XVII e início do

século XVIII que o termo foi usado para se referir à pessoa que criava e conduzia projetos ou criava e conduzia empreendimentos.

Segundo Dolabela (1999), o significado da palavra empreendedor muda de acordo com o país e a época. No fim do século XVII, empreender era a firme resolução de fazer qualquer coisa. No final do século XIX e início do século XX, o termo designava os grandes capitães de indústria, tais como Ford nos Estados Unidos, Peugeot na França, Cadbury na Inglaterra, Toyota no Japão.

Do início da década de 1970 até aproximadamente meados dos anos dos 80, predominou a corrente dos comportamentalistas, onde a questão central consistia em saber “quem é o empreendedor?”. Nesta corrente a definição do empreendedor está vinculada aos aspectos das características e dos traços de personalidade, como criatividade, intuição, liderança, motivação, necessidade de realização e exercício do poder. Vale ressaltar que até os anos 90, várias pesquisas desta corrente foram realizadas.

A partir da década de 80 uma nova dimensão foi incorporada aos estudos sobre o empreendedorismo, a questão da capacidade de inovação torna-se preponderante. Alguns autores defendem que essa é a principal característica.

Schumpeter (1982) afirmou que o empreendedor é sinônimo de inovação. O autor destaca que, essa capacidade inovadora somada à promoção de mudanças do empreendedor, ao combinarem recursos numa maneira nova e original, serve para promover o desenvolvimento e o crescimento econômico.

Drucker (1985) corrobora com a visão de Schumpeter (1982) ao comentar que a inovação é o instrumento específico dos empreendedores. O autor defende que essa capacidade é o meio pelo qual eles exploram a mudança como oportunidade de negócio. Acrescenta, ainda que os empreendedores precisam buscar a inovação, conhecer seus princípios e colocá-los em prática.

Sohn, Lenzi e Kiesel (2004) demonstram que as observações de Schumpeter (1982) e Drucker (1985) levam a acreditar que o empreendedor não é aquela pessoa que apenas “faz as coisas acontecerem”, mas sim que faz novas coisas acontecerem, pois tem em sua essência a busca pela inovação.

A partir desse momento, percebe-se a relevância dos empreendedores no cenário empresarial e surge, então, a necessidade de desenvolver empreendedores que ajudem o país no seu crescimento e gere possibilidade de trabalho, renda e maiores investimentos (SILVEIRA et al., 2008).

A partir da segunda metade dos anos 80 até a atualidade, vários pesquisadores recolocaram em questão a importância de se continuar a desenvolver tantas pesquisas para se saber “quem é o empreendedor?”. Estes pesquisadores propuseram que a questão central da pesquisa fosse: “o que faz um empreendedor?”.

Segundo Filion (1999:42), “o final dos anos 80 marca uma virada, com a qual o empreendedorismo se torna tema de estudos em quase todas as áreas do conhecimento”. Nesta corrente a conceituação do empreendedor está ligada ao aspecto “visionário” ou da “visão”. Como exemplo pode-se destacar a definição de Filion (1999) que diz que o empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza uma visão, esta definição será alvo de detalhamento neste trabalho.

Finalmente, segundo Dolabela (1999:67), a palavra empreendedor “... atualmente, significa a atividade de toda pessoa que está na base de uma empresa, desde o franqueado, um dono de oficina mecânica, até aquele criou e desenvolveu uma multinacional”. Para Dolabela (1999:44), o empreendedor significa:

... a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis.

(...) alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Além de energia e perseverança, uma dose de paixão é necessária para construir algo a partir do nada e continuar em frente, apesar de obstáculos, armadilhas e solidão. O empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte ao seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro.

A partir do ano de 2000, novas há novas reformulações do conceito de empreendedorismo, somando-se a tendência de inovação dos anos 80 com a idéia visionária e sistêmica introduzida nos anos 90.

Henderson (2002) afirma que o empreendedor é aquele que descobre e desenvolve oportunidades de criar valor por meio da inovação.

Adaman e Devine (2002) vê o empreendedor participativo como o sujeito que promove ações inovadoras que trazem retornos não apenas financeiros, mas também de bem-estar social para a coletividade que envolve o indivíduo.

E, finalmente, Lounsbury e Crumley (2007) constroem a visão do empreendedor institucional como o indivíduo que introduz e promove a adoção e legitimação de novas práticas reconhecidas como melhores e mais eficientes que as anteriores nos seus empreendimentos.

Nesse artigo a concepção de empreendedorismo adotada é a do GEM 2010 que considera o empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma “atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas” (GEM 2010:134). Essa concepção está de acordo com os princípios da inovação, oportunidade e desenvolvimento trabalhados pelos autores anteriormente.

3. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de revisão bibliográfica, através da análise de conteúdo. Segundo Vergara (1990) é um estudo retrospectivo secundário que identifica, seleciona e avalia criticamente estudos primários, transformando a informação em conhecimento. A busca foi realizada em base documental, baseada nas Pesquisas GEM, no período de 2002 a 2010 e pesquisas relacionadas ao assunto divulgadas em sites como: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, dentre outros da mesma especificidade. O estudo revelou-se um tema recente, que traz como consequência resultados em aberto. Nas buscas, os seguintes descritores, em língua portuguesa, foram considerados: “gênero”, “empreendedorismo”, “relações de trabalho”, “gênero e trabalho”.

3. APRESENTAÇÃO e DISCUSSÃO DOS DADOS

3.1. Gênero e Empreendedorismo no Mundo

Os dados em relação ao gênero e empreendedorismo no mundo vem do relatório GEM (2008). Nele observa-se um maior percentual da participação dos homens em relação às

mulheres em quase todo o mundo, como pode ser observado na Tabela 1 – Participação de Homens e Mulheres no Empreendedorismo em alguns Países.

Tabela 1 – Participação de Homens e Mulheres no Empreendedorismo em Alguns Países.

Pais	Masculino	Feminino
África do Sul	68,00%	32,00%
Alemanha	55,00%	45,00%
Bolívia	53,00%	47,00%
Chile	60,00%	40,00%
Colômbia	61,00%	39,00%
Equador	54,00%	46,00%
Estados Unidos	59,00%	41,00%
França	71,00%	29,00%
Índia	69,00%	31,00%
Itália	70,00%	30,00%
Japão	76,00%	24,00%
México	55,00%	45,00%
Peru	54,00%	46,00%
Reino Unido	69,00%	31,00%
Rússia	64,00%	36,00%
Uruguai	64,00%	36,00%
Brasil	60,00%	40,00%

Fonte: GEM 2008

Percebe-se que parece existir uma tendência mundial apontando o empreendedorismo feminino para um percentual próximo de 40%, Esse contexto revela uma possível explicação histórica e de caráter de gênero: o mercado sempre favoreceu o ingresso do universo masculino acreditando que este possuía características predominantes como objetividade e racionalidade que tornavam os homens mais aptos aos empreendimentos que as mulheres.

Contudo, apesar de representar menos que os empreendimentos masculinos, o empreendedorismo feminino tem crescido em todo o mundo nos últimos 30 anos. Esse fenômeno está atrelado ao aumento do número de mulheres que buscam formação educacional de nível técnico e superior. No entanto, diferentemente do Canadá, onde 85% das mulheres são guiadas para pelo empreendedorismo de oportunidade, no Brasil e em outros países latinos, onde há uma economia ainda em crescimento os novos negócios são abertos em empreendedorismo de necessidade.

Na África do Sul, a taxa de atividade empreendedora masculina é de 9,6%, 1,6 vez maior que a feminina (5,9%). Dado o fato de que as mulheres negras formam o grupo com a taxa mais alta de desemprego (31% dos números oficiais gerais), acentuando a questão de gênero neste país. Já na Alemanha, a taxa de atividades empreendedoras para mulheres (3,4%) é mais baixa que a dos homens (4,1%), mas o quociente entre as duas taxas é o menor de todos os países ocidentais industrializados

A Bolívia possui uma população de aproximadamente 9.800.000 habitantes, dos quais 50,1% são mulheres e 49,9% homens, entretanto em relação ao gênero no empreendedorismo tem-se uma inversão dos valores: os homens têm uma taxa de participação de 31,8% em relação às mulheres que é de 27,9%.

Há diferenças entre os sexos na atividade empreendedora em estágio inicial nos Estados Unidos, sendo que 58,9% são homens e 41,1% mulheres. No México, os indicadores relativos aos aspectos demográficos mostram uma taxa de 11,9% para mulheres envolvidas em atividades empreendedoras, enquanto a taxa dos homens é de 14,4%. O empreendedorismo feminino em estágio inicial em 2008 foi de 3,7%, menos da metade da taxa masculina, de 8,1%.

Na Rússia, o empreendedorismo em estágio inicial continua mais forte entre os homens. Tendência constatada também na Índia, cuja taxa de empreendedorismo masculino aumentou na proporção de quase três quartos do total em relação a 2007. Segundo o relatório do GEM (2010, p. 46): a menor participação da mulher na atividade empreendedora neste ano deveu-se, provavelmente, ao fato de existir uma arraigada crença na sociedade indiana de que os homens estão mais predispostos a assumir riscos do que as mulheres. Fato semelhante ocorreu na Itália, os homens se envolveram mais de duas vezes mais que as mulheres com atividades de empreendedorismo em estágio inicial (um de cada 16 homens para uma de cada 36 mulheres)

No Japão, as iniciativas empreendedoras por parte do sexo masculino representaram 7,8% da população adulta, com 3% das mulheres iniciando empreendimentos. A atividade masculina saltou de 3,5% em 2007 para 7,8% em 2008, enquanto as iniciativas femininas caíram de 5,2% em 2007 para 3% em 2008. Na Colômbia, o empreendedorismo masculino registrou um aumento expressivo, de 26,9% em 2007 para 30,3% em 2008, enquanto houve apenas um pequeno aumento no sexo feminino, de 18,8% para 19,1%. Já no Uruguai, as proporções relativas entre homens e mulheres permanecem inalteradas desde 2007, com 15,3% de empreendedores homens e 8,6% mulheres.

No Equador, percebeu-se que a proporção entre os sexos masculino e feminino e sua participação no empreendedorismo é razoavelmente equilibrada, com 54% para o sexo masculino e 46% para o feminino.

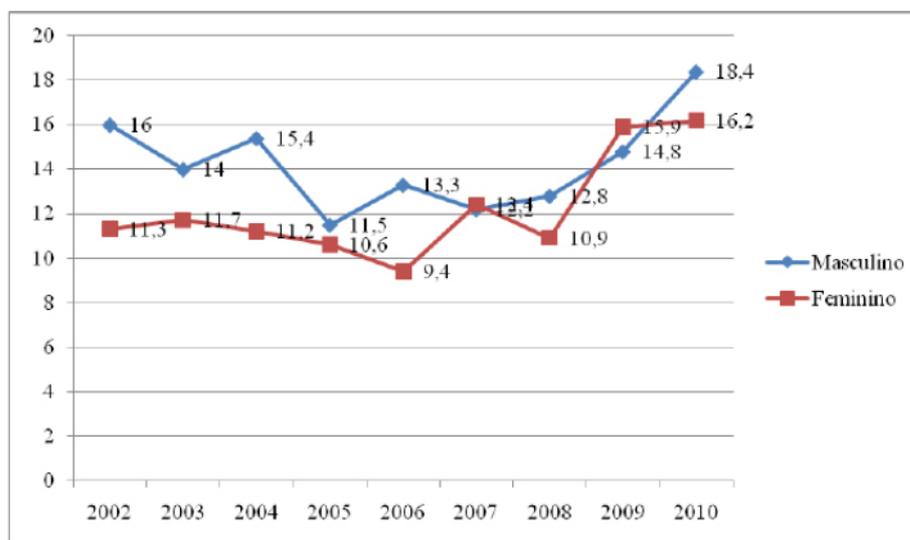
O nível da participação feminina na atividade empreendedora alcançou 23,6%, conferindo ao Peru uma das mais altas taxas de atividade empreendedora feminina. Contudo, deve-se notar que a taxa de participação feminina é menor que a masculina (27,5%). Segundo o relatório, a alta taxa de empreendedorismo se dá pelo fato de que neste país as mulheres possuem tanto quanto os homens do mesmo nível de conhecimento e treinamento para administrar uma empresa, ponto favorável para o desenvolvimento feminino nas atividades empreendedoras.

3.2. Gênero e Empreendedorismo no Brasil

Segundo o GEM 2010, o Brasil ocupou a 10ª posição no ranking mundial de empreendedorismo. A Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 17,5%, se for considerando a população adulta brasileira de 120 milhões de pessoas, essa taxa representaria cerca de 21,1 milhões de brasileiros empreendedores. Em números absolutos, apenas a China possui mais empreendedores que o Brasil, a TEA chinesa de 14,4% representa 131,7 milhões de adultos à frente de atividades empreendedoras no país.

Em relação ao empreendedorismo, conforme pode ser observado no Gráfico 1, as taxas de empreendedorismo feminino e masculino cresceram em 2010, em relação aos anos anteriores.

GRÁFICO 1 – Evolução do % Empreendedorismo no Brasil



Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

Em 2010, entre os empreendedores iniciais, 50,7% são homens e 49,3% mulheres, mantendo o equilíbrio entre gêneros no empreendedorismo nacional. A tabela 2 demonstra a evolução desta taxa de 2002 a 2010.

TABELA 2 – Evolução do % Empreendedores no Brasil por Gênero

Gênero	Empreendedores Iniciais – Brasil									
	Proporção (%)									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002:2010
Masculino	57,6	53,2	56,6	50,0	56,2	47,6	52,7	47,0	50,7	52,4
Feminino	42,4	46,8	43,4	50,0	43,8	52,4	47,3	53,0	49,3	47,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Pesquisa GEM Brasil 2002:2010

A pesquisa revela que a mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreende no mundo, perdendo apenas em Gana, país onde as mulheres atingiram TEAs mais altas que os homens, entre todos os 59 (cinquenta e nove) países participantes da pesquisa em 2010.

Mas quais razões levariam a mulher brasileira a ser uma das mais empreendedoras do mundo? Para resposta faz-se necessário analisar algumas questões sócio-econômicas brasileiras. Avaliando-se o mercado de trabalho, sem considerar a questão do

empreendedorismo, segundo dados do IBGE 2009, embora as mulheres sejam maioria na população de 10 anos ou mais de idade, elas são minoria na população ocupada, mas estão em maioria entre os desocupados.

Elas são maioria também na população não economicamente ativa. Em 2009, em média, eram 10,6 milhões de mulheres na força de trabalho, sendo 9,6 milhões ocupadas e 1,1 milhão desocupadas. O contingente de mulheres na inatividade foi estimado em 11,3 milhões.

Em relação ao trabalho formal, com contratos regidos pela C.L.T – Consolidação das Leis Trabalhistas, uma pela pesquisa do IBGE em 2009, relata que aproximadamente 35,5% das mulheres estavam inseridas no mercado de trabalho como empregadas com carteira de trabalho assinada, percentual inferior ao observado na distribuição masculina (43,9%). As mulheres empregadas sem carteira e trabalhando por conta própria correspondiam a 30,9%. Entre os homens este percentual era de 40%. O percentual de mulheres inseridas como empreendedoras era de 3,6% enquanto na distribuição masculina era 7,0%.

Contudo, apesar de estar em menor percentual no mercado de trabalho e no empreendedorismo não significa que elas estão aí alocado devido à escolaridade. A pesquisa do IBGE demonstrou que as mulheres possuem mais tempo que estudo que os homens: Enquanto 61,2% das trabalhadoras tinham 11 anos ou mais de estudo, ou seja, pelo menos o ensino médio completo, para os homens este percentual era de 53,2%. Destaca-se ainda que a parcela de mulheres ocupadas com curso de nível superior completo era de 19,6%, superior aos dos homens, 14,2%

Ressalta-se, ainda, no relatório, que o rendimento de trabalho das mulheres, estimado em R\$ 1.097,93, continua sendo inferior ao dos homens (R\$ 1.518,31). Em 2009, comparando a média anual dos rendimentos dos homens e das mulheres, verificou-se que, em média, as mulheres ganham em torno de 72,3% do rendimento recebido pelos homens.

A questão da participação dos gêneros na atividade empreendedora, abordada no relatório do GEM global, destaca a situação da mulher. Segundo o relatório, as mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando o sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira. Entretanto, apesar do fato que a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo, porém geralmente é inferior a masculina.

A aceitação da sociedade sobre deixar os cuidados com os filhos com outras pessoas enquanto desenvolvem uma carreira, adicionada ao custo e disponibilidade de serviços com esse fim, podem pesar significativamente no peso da mulher ao se lançar em novos empreendimentos. A mulher empreendedora também necessita da cooperação e apoio de investidores e financiadores, empregados, fornecedores e consumidores. Segundo o GEM BRASIL (2010), quando estes fatores agem como impedimento, a sociedade perde uma oportunidade de ganhar a energia empreendedora de metade de sua população.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme os dados já apresentados e discutidos, o estudo mostrou que o empreendedorismo, nos diferentes países e também no Brasil, os homens têm sido considerados maioria e nesse contexto as mulheres vêm buscando a sua posição.

Os indicadores de mercado mostraram as diferenças marcantes no que se refere às possibilidades de as mulheres conseguirem trabalho com vínculo mais formalizado, de se inserirem enquanto empreendedoras ou de receber maiores salários, apesar de serem mais escolarizadas do que os homens. Essas dificuldades acabam por determinar a forte presença de mulheres em funções mais vulneráveis e instáveis, além de lhes reservar salários menores, mesmo quando fazem a mesma coisa que os homens.

O estudo aponta para a necessidade de se pensar no empoderamento das mulheres, diminuindo, assim, as diferenças nas relações de gênero e contribuindo para que, cerca de 50% da parcela mundial da população (as mulheres) se lancem em alguma atividade empreendedora, contribuindo para o aumento das economias nacionais. Segundo o Fórum Econômico da Mulher (2005) que ocorreu em Genebra há uma necessidade das mulheres buscarem o seu empoderamento no campo das relações de gênero e na luta contra a posição socialmente subordinada em contextos específicos. O termo empoderamento chama a atenção para a palavra “poder” e o conceito de poder enquanto relação social.

O estudo também sugere novos estudos sobre a questão do empreendedorismo no mundo e no Brasil. Deve-se pensar em como a mulher é vista na sociedade como um todo. Analisando-se os diferentes papéis que ela exerce: mãe, mulher, filha, empresária, dentre outros, fica claro que o seu papel dentro da família exerce grandes reflexos na busca do seu empoderamento. Espera-se que a mulher vivencie sempre o papel de esposa e não de empreendedora. Aliado às estruturas de gêneros que valorizam as características ditas masculinas, as mulheres precisam repensar o seu espaço em uma sociedade paternalista e desigual

Através deste artigo novas pesquisas relacionando gênero e empreendedorismo podem ser aplicadas, contribuindo para o aprofundamento do tema. Ressalta-se que este estudo tem como limite focar-se apenas em referências bibliográficas, sugerindo a possibilidade de aplicações de pesquisas diretas, qualitativas e/ou quantitativas, tanto a nível nacional, quanto a nível regional, guardando assim as suas particularidades e singularidades.

REFERÊNCIAS

ADAMAN, F.; DEVINE, P. A reconsideration of the theory of entrepreneurship: a participatory approach. **Review of Political Economy**, v. 14, n. 3, 2002, p. 1-24.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura, 1999.

DRUCKER, P.F **Innovation and Entrepreneurship**. London: Heinemann, 1985.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração. São Paulo, v. 34, nº 2, p. 05-28, abril/junho, 1999.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL. **Empoderamento de mulheres**. Avaliação das disparidades globais de gênero. Genebra, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - 2008: **Empreendedorismo no Brasil 2008**. Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-pesquisas/empreendedorismo-no-brasil-pesquisa-gem/livro_gem_2008.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2010.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - 2008: Empreendedorismo no Brasil 2010. Curitiba: IBQP, 2010. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/estudos-pesquisas/empreendedorismo-no-brasil-pesquisa-gem/livro_gem_2010.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2011.

HARDY E. e JIMÉNEZ A. L. **Masculinidad y género**. Salud y género. Chile, 2000, p.349-359.

- HENDERSON, Jason. Building the Rural Economy With High-Growth Entrepreneurs. **Economic Review** - Federal Reserve Bank of Kansas City, 87, 3, 2002, p. 45-70.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Pesquisa Mensal de Empregos, 2009.
- IORIO, C. Algumas considerações sobre estratégias de empoderamento e de direitos. In: ROMANO, J. O.; ANTUNES, M. **Empoderamento e direitos no combate à pobreza**. Rio de Janeiro: Action Aid Brasil, 2002.
- JONATHAN, E.G.; SILVA, T.M.R. Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**; 77-84, jan/abril. 2007
- LOBO, E.S. Homem e mulher: imagens das ciências sociais. In: OLIVEIRA, E.M.de (org.). **Mulheres: da domesticidade à cidadania**. Águas de São Pedro, CNDM, 1987.
- LOUNSBURY, M.; CRUMLEY, E. T. New practice creation: an institutional perspective on innovation. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 993-1012, 2007
- PASSOS, C. A. K.; FELIX, J. C.; GRECO, S. M. de S. S.; BASTOS JUNIOR, P. A.; SILVESTRE, R. G. M.; MACHADO, J. P. **Empreendedorismo no Brasil: 2007**. Curitiba:IBQP, 2008.
- PENA, Maria Valéria Junho; CORREIA, Maria C.; BRONKHORST, Bernice Van; OLIVEIRA, Isabel Ribeiro. **A questão do gênero no Brasil**. Rio de Janeiro: CEPIA, 2005.
- SAFFIOTI, H.I.B. **Rearticulando gênero e classe social**. In: COSTA, A.O.; BRUSCHINI, C. (Orgs.) Uma Questão de gênero. São Paulo; Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2004.
- _____. **Violência de gênero**: lugar da práxis na construção da subjetividade. Revista Lutas Sociais, São Paulo, n. 2, 1997.
- SCOTT J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade** 1995. jul./dez.; 2(20). 71-99.
- SILVA, Gilberto Ferreira da; SANTOS, José Antônio dos (Orgs.). **RS negro** [recurso eletrônico] : cartografias sobre a produção do conhecimento. Dados eletrônicos. Porto Alegre: EDIPUCRS. 2009. 352 p.
- SILVA Regina C. S. Um estudo de gênero na educação brasileira. In: 25ª Reunião Anual. – Universidade Salgado de Oliveira. **Movimentos sociais e educação GT 3**. Caxambu set. 2002. Disponível em: <<http://www.anrg.br/25/excedentes25/reginacoelisilvat03.rtf>> acesso em: 04 Abr.2005.
- SILVEIRA, A.; GONÇALVES, G.; BONELI, J.; CASTRO, E.; BARBOSA, P.; VILLENA, D. **Empreendedorismo: a Necessidade de se Aprender a Empreender**. Disponível em http://www.novomilenio.br/foco/2/artigo/artigo_daniele.pdf>. Acesso em 03.jul.11.
- SUAREZ, M. **Gênero**: uma palavra para desconstruir idéias e um conceito empírico e analítico. In: ENCONTRO DE INTERCÂMBIO DE EXPERIÊNCIAS DO FUNDO DE GÊNERO NO BRASIL, 1, 2000. Gênero no mundo do trabalho. Brasília: [s.n.] 2000.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1999.
- WHRIGHT J. T. C. SILVA A. T. B. SPERS R. G. O Mercado de Trabalho no Futuro: uma discussão sobre Profissões Inovadoras, Empreendedorismo e Tendências para 2010. **Revista de Administração e Inovação**. 2010