

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO NO ESTADO DE MINAS GERAIS

Jeanete Carla de Assunção¹
Mayara Abadia Delfino dos Anjos²

RESUMO:

Compreende-se que o empreendedorismo é de suma importância para a economia como um todo, conforme (DORNELAS, 2005) as mudanças dos meios de produção e serviços deram ênfase para o surgimento do empreendedorismo em decorrência do avanço tecnológico e sua rapidez, no entanto a função do empreendedorismo envolve um processo de começar e instituir transformações no sistema organizacional e social, visto que as mulheres eram responsáveis por cuidar dos filhos e o marido, sendo ele quem trazia o sustento para casa. Contudo essa visão da mulher não se limita nesse aspecto, mas se dá em decorrência do fato de buscarem satisfação pessoal por meio da capacidade de saberem administrar com eficiência a sua casa e a empresa. Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), mostra que a mulher revela profissionalismo e identidade no meio empresarial, pois o Brasil aponta uma proporção de empreendedorismo feminino entre o total de empreendedores pesquisados de (49%), apresentando a quarta maior proporção, referente aos 54 países pesquisados (GEM, 2011). A revista Exame apresenta os dados em que mostram que a taxa de empreendedorismo feminino é a maioria nas quatro regiões brasileiras, só não ultrapassando a região Nordeste já que a participação dos homens ainda é maior, mas dos novos empreendedores as mulheres já estão com 49%. O empreendedorismo feminino se destaca devido ao seu crescimento, principalmente no estado de Minas Gerais. O presente trabalho tem como finalidade identificar o perfil das mulheres empreendedoras mineiras, analisando os desafios enfrentados por elas e o sucesso ao longo da trajetória do negócio.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Perfil Empreendedor, Mulheres do Estado de Minas Gerais.

ABSTRACT:

It is understood that entrepreneurship is of paramount importance to the economy as a whole, according to (DORNELAS, 2005) the changes in the means of production and services gave emphasis to the emergence of entrepreneurship as a result of the technological advance and its speed, The role of entrepreneurship involves a process of starting and instituting transformations in the organizational and social system, since women were responsible for taking care of the children and the husband, who was the one who brought the sustenance home. However, this view of women is not limited in this aspect, but is because they seek personal satisfaction through the ability to know how to effectively manage their home and company. According to SEBRAE (Brazilian Service for Support to Micro and Small Enterprises), it shows that women show professionalism and identity in the business environment, since Brazil points out a proportion of female entrepreneurship among the total number of entrepreneurs surveyed (49%). fourth largest proportion, referring to the 54 countries surveyed (GEM, 2011). The magazine Exams presents data showing that the rate of

¹ Graduanda em Administração pela FUCAMP. E-mail: jeanetecassuncao@gmail.com

² Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação pela UFU. Professora orientadora desse trabalho. E-mail: mayaradelfino@hotmail.com

female entrepreneurship is the majority in the four Brazilian regions, not only surpassing the Northeast region since men's participation is still higher, but the new entrepreneur's women are already with 49%. Female entrepreneurship stands out because of its growth, especially in the state of Minas Gerais. This paper aims to identify the profile of women entrepreneurs in Minas Gerais, analyzing the challenges faced by them and their success along the business trajectory.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Entrepreneurial Profile, Women of the State of Minas Gerais.

1- INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo abordar sobre o empreendedorismo feminino, identificando o perfil das mulheres e os desafios enfrentados por elas no decorrer da trajetória profissional em busca da inserção no mercado de trabalho, e o respectivo crescimento representativo na economia brasileira, principalmente no estado de Minas Gerais, sendo o propósito do trabalho exposto.

O empreendedor, de acordo com Amit (1993), é a pessoa que procura ir além, superando os desafios e as dificuldades, nos quais criam por meio das oportunidades de negócios produtivos e diante da primeira tentativa na qual não obteve sucesso, mesmo assim persiste até alcançar êxito.

Durante muitos anos as mulheres foram vistas como cuidadoras dos lares, onde tinham a responsabilidade de zelar pelos filhos e o marido. Com o passar do tempo esse cenário ganhou um novo perfil por meio do empreendedorismo, segundo a ONU (Organização das Nações Unidas) elas contribuem para a geração de renda do país, através da conquista de espaço na sociedade no ramo dos negócios.

Segundo as pesquisas, 98% das mulheres são responsáveis pela abertura de negócios correspondendo a 20% do PIB (Produto Interno Bruto) no Brasil, divulgados pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indica que 52% dos investimentos novos são exercidos por mulheres, referente à abertura de Micro e Pequena empresas.

Verifica-se, que o trabalho tem como objetivo específico analisar as razões que contribuem para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino no estado de Minas Gerais.

Desse modo, a justificativa da pesquisa é de suma importância para o contexto empresarial, por meio da consolidação do empreendedorismo feminino que através da dedicação, perseverança, habilidade e flexibilidade as mulheres empreendedoras se destacam

no mercado de trabalho, contribuindo para o crescimento econômico da própria cidade, na qual reside.

Contudo, o trabalho se divide da seguinte maneira: o segundo tópico apresenta a fundamentação teórica sobre: conceito de empreendedorismo; surgimento do empreendedorismo no Brasil; empreendedorismo feminino e sua importância na sociedade; empreendedorismo por necessidade ou oportunidade e os desafios enfrentados pelas mulheres no processo de empreender, o terceiro tópico trata da metodologia abordada para realização do trabalho, o quarto tópico apresenta os resultados da pesquisa e por último as considerações finais.

2 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Na realização de um trabalho científico o observador aprende a organizar as informações, de forma que obtenha resultados sistematizados, conforme Eco (1977). A metodologia utilizada é baseada em pesquisas bibliográficas, referente á livros que abordam sobre o assunto, tendo como exemplar Dornelas (2005), Mayer (2014), artigos científicos encontrados na rede de Internet, reportagens mencionadas nos jornais e revistas do SEBRAE.

A pesquisa exploratória visa transformar o problema de forma nítida, permitindo proximidade com o mesmo, Gil (2008).

Já a pesquisa descritiva, segundo o mesmo autor, tem como propósito a descrição das particularidades de determinada população. Quanto á pesquisa bibliográfica, conforme Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa de campo é utilizada com o objetivo de conseguir informações acerca de um problema, para o qual se procura uma solução, ou de uma hipótese, que se queira justificar, por meio das pesquisas realizadas pelo SEBRAE.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 O CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Segundo Dornelas (2005) “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”, (p.39).

Percebe-se que empreendedorismo é o comprometimento de indivíduos que identificam oportunidades e transformam em um negócio de sucesso e lucrativo visando atender às necessidades de seus clientes.

Conforme a pesquisa GEM, a principal pesquisadora sobre empreendedorismo do mundo (2012, p.19):

Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

De acordo com Alfredo (2009) a palavra empreendedorismo tem origem francesa (*entrepreneurship*), que foi no século XVII que o escritor e economista Richard Cantillon escolheu para diferenciar empreendedor aquele que assume riscos, e o capitalista quem fornecia capital.

Sabe-se que o termo empreendedorismo foi utilizado inicialmente por Marco Polo, que estipulou um trajeto que proporcionava a circulação de mercadorias destinada para venda, no qual este por sua vez se arriscava mediante as incertezas, conforme Dornelas (2005).

Para Mariano *et al.* (2014) empreender é quando se aplica toda a capacidade em função de agregar valor para a sociedade.

Na visão de Drucker (1998), não se observa o empreendedor simplesmente como um criador de transformação, mas sim em um transformador de ideias que possui uma visão de futuro.

O empreendedorismo é de suma importância para a economia como todo, conforme (DORNELAS, p.22, 2005) as mudanças dos meios de produção e serviços deram ênfase para o surgimento do empreendedorismo em decorrência do avanço tecnológico e sua rapidez, no entanto a função do empreendedorismo envolve um processo de começar e instituir transformações no sistema organizacional e social, conforme Hisrich et al, (2014, p.33).

Como se pode perceber o empreendedorismo se refere à prática de modificar bens e serviços já existentes, segundo Shumpter (1998), em produtos e serviços inovadores. Portanto é fundamental abordar sobre o tema empreendedorismo no Brasil para adquirir um conhecimento maior.

3.2 O SURGIMENTO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Com relação ao empreendedorismo no Brasil, cabe ressaltar o seu destaque nos anos de 1990, com o surgimento do SEBRAE (Serviço Brasileiro de apoio as Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) entidades que tem como finalidade de auxiliar, dando suporte ao empreendedor na sua atividade empresarial

e tecnológica (Dornelas, 2005), complementando essa mesma linha de pensamento MAXIMIANO (2006) destaca o SEBRAE como uma entidade que propõe incentivar a ação empreendedora no país.

Segundo Medeiros (2012), o SEBRAE é um campo amplo de conhecimento para muitos executivos entre estes os pequenos empresários.

Foi com os programas criados no âmbito da SOFTEX em todo país, junto às incubadoras de empresas e a universidades, cursos de ciências da computação, informática, que o tema empreendedorismo começou a despertar na sociedade brasileira. (DORNELAS, 2005).

Os dados obtidos por meio de uma pesquisa realizada pela (GEM, 2000), Global Entrepreneurship Monitor, apresenta o Brasil como referencial no ramo de abertura de um novo negócio, afirma Dornelas (2005), com uma proporção de um a cada oito adultos, no ano de 2003, correspondente a 13,2% que representam 14 milhões de pessoas da população brasileira que fazem parte do processo de criação de novas atividades comerciais. Nesse sentido, (ANPROTEC, 1998) que é a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores, enfatiza a importância das incubadoras de empresas, nas quais são designadas para apoiar as organizações na fase que estão iniciando, ou seja, no momento do desenvolvimento de um novo projeto.

Diante disso pode-se dizer que as incubadoras de empresas são de grande importância, pois oferecem suporte para organizações durante o sistema inicial, de forma que faça uma ligação entre o empreendedor e sua atividade empresarial. (Lichtenstein & Lyons, 1996).

3.3 O EMPREENDEDORISMO FEMININO E SUA IMPORTÂNCIA NA SOCIEDADE.

O Brasil passou por um processo de transformação no contexto econômico, seguido por uma diminuição social referente à desigualdade de gêneros entre homens e mulheres, um marco histórico, devido ao advento do empreendedorismo, sendo uma ferramenta estratégica, possibilitando o processo de inserção das mulheres no mercado de trabalho, afirma BARRETO (2014).

Conforme Hobsbawn (2004) observa que a Revolução Francesa trouxe uma nova perspectiva do papel da mulher na sociedade. Tendo em vista que as mulheres passaram a lutar por seus direitos em busca de melhores condições de vida e por equiparação de gêneros, primando pelo princípio de isonomia bem como a luta por algo que lhe é justo. Com o avanço

tecnológico a mão de obra feminina e das crianças tinha uma suma importância, pois executavam as tarefas por um preço menor, além de terem seu tempo suprimido pelo trabalho exaustivo, afirma (CALIL, 2017).

Logo em 1988, com o surgimento da Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), assegura-se o direito da mulher, por meio do Princípio da Igualdade inserido nos artigos 5 e 7, proporcionando proteção à maternidade com afastamento de 120 dias, estabilidade da gestante presente na Súmula 244 do TST e podendo carregar de forma contínua 20 quilos e ocasionais 25 quilos. Considerando, que o processo da inserção da mulher no mercado de trabalho foi marcado por diversas fases de dificuldade, onde eram vistas com uma visão totalmente diferenciada, na qual ficavam muitas das vezes escondidas por trás dos preconceitos, medos e insegurança que a sociedade impunha sobre elas, cuidando do lar e se dedicando exclusivamente aos seus maridos e filhos, com seus direitos dominados por uma sociedade machista. (CALIL, 2017).

Com isso, durante alguns anos a sociedade utilizava a diferença de gêneros como uma forma de explicar essa desigualdade existente entre ambos, conforme (OLIVEIRA, 1997, p.21) diz que:

“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.

Compreende-se que a inserção da mulher no campo empresarial ocorre no século XX com as primeiras guerras mundiais, nos quais a falta dos maridos que estavam nas guerras levaram as mulheres a cumprir com os deveres que até então eram exercidos somente pelos maridos, dando-lhe a oportunidade de se ingressarem no mercado de trabalho através do advento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora” (CUT).

Atualmente dentre os novos empreendedores, as mulheres se destacam como donas do próprio empreendimento, representando 52% dos pequenos negócios com três anos e meio de atividade, sendo um fato interessante que 66% delas empreendem por oportunidade, enquanto 34% executam a atividade empresarial por necessidade. Com isso, uma grande maioria delas avalia o empreendedorismo não somente como fonte de trabalho, mas algo que vai além de uma profissão, ou seja, primam pela satisfação, diz BARRETO (2014).

Sobre a inserção da mulher no mercado RAPOSO e ASTONI (2007) acentuam que:

“Em 1940, quase metade, (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era

concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina”. (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

De acordo com o presidente do SEBRAE, destaca sobre a importância em atender e estimular o empreendedorismo feminino através de cursos de capacitação, consultorias e premiação para melhores empreendedoras como o Prêmio Mulher de Negócio, que mostra a vida de mulheres que acreditaram no seu sonho e venceram, nas quais estão inseridas nos pequenos negócios sendo 8 (oito) milhões de micro e pequenas empresas equivalente à 99% dos CNPJ do país.

A Atuação das mulheres nas atividades empresariais mostra um crescimento considerável em todos os segmentos do empreendedorismo como pode ser observado, de acordo com a pesquisa realizada pela Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2009) mostra o Brasil com 18,8 milhões de empreendedores iniciantes com 42 dias de existência, com total de 53% representadas pela classe feminina e 47% por homens. No entanto pode-se notar que o empreendedorismo feminino atua principalmente no comércio varejista (37%), artigos de vestuário (27%) e na fabricação de produtos alimentícios (14%), e na fabricação de malas e bolsas correspondem à (22%) segundo a pesquisa do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade IBQP apud GEM (2007).

Diante desse contexto atual o empreendedorismo feminino é enfatizado como uma fonte de geração de renda através do trabalho que desempenham, com isso organiza o tempo administrando as tarefas sociais, além de serem responsáveis pelos lares, conciliando lado profissional (CAMARGO *et al*, 2008).

Os fatores que ressaltam o desenvolvimento das mulheres nos negócios se dão em decorrência de possuírem um nível de escolaridade superior aos homens, uma quantidade menor de filhos e a sua valorização da inserção nos postos de trabalho, segundo SILVA (2013).

Para tanto, LAGES (2008) observa que há diferenças existentes entre ambos os gêneros com relação à desigualdade salarial, mesmo que elas tenham um nível mais amplo de escolaridade, ainda possuem uma remuneração menor que eles e são restringidas à determinados cargos empresariais.

Portanto essa visão da mulher não se limita nesse aspecto, mas se dá em decorrência do fato de buscar satisfação pessoal por meio da capacidade de administrar com eficiência a sua casa e a empresa. Conforme Jonathan (2011), as mulheres conseguem manter um

equilíbrio entre o lado profissional e familiar, para Greenhaus & Singh (2004), a mulher pode não conseguir desempenhar com sucesso a dupla jornada.

Em virtude do que foi apresentado é imprescindível notar que o homem faz do trabalho a sua atividade principal, enquanto as mulheres definem a profissão, assimilando da melhor maneira a vida profissional e familiar com o propósito de alcançar seus objetivos.

3.4 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE OU OPORTUNIDADE

De acordo com o Portal Brasil (2012), conceitua a diferença entre empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade, sendo que o primeiro citado se refere às pessoas que iniciam o próprio negócio por razão de estar desempregado e ter a necessidade de obter renda para garantir o sustento da família, enquanto o empreendedor por oportunidade desenvolve um novo empreendimento á fim de obter uma renda maior, ou pela vontade de ter independência no aprimoramento do seu projeto.

Com base na pesquisa divulgada pela GEM, o Brasil no empreendedorismo por oportunidade tem sido superior a 1,4 em relação ao empreendedorismo por necessidade desde 2007, menciona o Portal Brasil (2012).

Para o empreendedor é essencial que se tenha capacidade de planejamento acompanhado de metas, consiga resolver conflitos, tomar decisões, seja um bom vendedor, tenha espírito de equipe, seja visionário e exerça com eficiência a liderança, são fatores importantes para o sucesso do empreendimento, SILVA (2013).

Nesse sentido, o empreendedor precisa ter conhecimento sobre planejamento do seu projeto, elaborando um plano de negócio indispensável para o sucesso e alocação de recursos financeiros do investimento, conforme Dornelas (2005) sabe-se que é por meio dessa ferramenta de gestão que se pode compreender e estabelecer metas, através de alguns objetivos básicos como:

1. Avaliar a viabilidade do negócio.
2. Traçar metas para o desenvolvimento das operações e estratégias
3. Levantar capital
4. Ter credibilidade
5. Ter uma gestão eficiente.

Quando se trata sobre o empreendedorismo SALIM, NASAJON et al (2001) descreve que o empreendedor precisa ter em seu perfil algumas características básicas como:

- Ser uma pessoa de atitude, persistente, assumir riscos e não ter medo de fracassar, mesmo tendo que começar um novo projeto.
- Sempre estar conectado nas oportunidades e ideias que sejam relevantes para o empreendimento.
- Fazer um estudo e buscar conhecimento sobre o negócio a ser iniciado.
- Incentivar a equipe e trabalhar em benefício do objetivo comum.
- Ser otimista mesmo diante das dificuldades, sabendo lidar com os problemas por meio de uma tomada de decisão correta.

Para Kirzner (1979), empreendedor é aquele indivíduo que está centralizado nas oportunidades que surgem para fazer dela um negócio lucrativo.

Nesse aspecto, o sucesso dos empreendedores se dá em função da identificação das oportunidades, define Nixdorff & Solomon (2005), que o empreendedor sempre deve se atentar para as possibilidades de investimento que estejam ao seu redor.

Quando se fala de empreendedor por necessidade, refere sobre a falta de emprego como tem ocorrido no atual cenário econômico no qual muitas pessoas ficaram desempregadas e diante disso optaram por abrir seu próprio negócio, como forma de gerar uma renda.

Segundo o GEM (2008) os empreendedores são motivados pelo fato do mercado de trabalho estar oferecendo uma oportunidade, mas, contudo podem empreender por necessidade em razão da situação que se encontram como atualmente a falta de emprego.

Essa mesma pesquisa (2002) mostra que o empreendedorismo feminino por necessidade é superior ao empreendedorismo por oportunidade, pois a Taxa de Atividades Empreendedoras Total (TAE) aponta que 7,5% se refere a necessidade enquanto 5,8% por oportunidade.

Diante disso a ONU Mulheres (2010) que incentiva o desenvolvimento das mulheres, foi elaborado um projeto chamado “7 Princípios de Empoderamento das Mulheres” que tem como finalidade mostrar o poder que exercem de liderança, por meio de incentivos provenientes das empresas, conforme BRUNA (2014).

Nesse sentido, JORDÃO (2017) enfatiza sobre a importância de agregar valor em relação ao profissionalismo feminino, no qual foi realizado em Varginha (MG) o primeiro Fórum Estadual das Mulheres Empreendedoras (FEME) que reuniu 250 mulheres através do

apoio do SEBRAE Minas que compartilharam suas histórias e com isso contribui para impulsionar o empreendedorismo.

3.5 OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NO PROCESSO DE EMPREENDER.

Na esfera econômica brasileira são encontrados muitos desafios para constituir o próprio negócio, como os tributos cobrados que são muito altos e a necessidade de ter capital de giro são elementos que prejudica principalmente as pequenas atividades empresariais conforme ressaltado pelo SEBRAE (2000).

Segundo Wilkens (1989), são diversas as razões que as mulheres empreendem sendo motivadas de forma positiva e também de maneira negativa, havendo diferença na equiparação salarial, restrições em determinados cargos hierárquicos, falta de confiança em si mesma sobre a perspectiva de futuro, tendo em vista que os aspectos positivos se dão em função de oportunidades que surgem através de vitórias conquistadas no trabalho, flexibilidade de tempo, sabendo organizá-lo de forma eficiente entre o plano profissional e a vida familiar.

Demonstrado por SILVA (2007) as razões essenciais que induzem as mulheres a iniciar a própria atividade, são diretamente ligadas com a necessidade de autorrealização que se encontra no topo da pirâmide de Maslow, na qual todas essas necessidades devem ser supridas á fim de alcançar um resultado pertinente.

Contudo MARQUES (2016) aponta que as mulheres ainda enfrentam alguns desafios como o de superar os preconceitos que a sociedade ainda impõe sobre o trabalho feminino, falta de apoio até mesmo do marido e da família, ter flexibilidade em conciliar o ambiente familiar e empresarial, encontrar o empreendimento que realmente irá satisfazê-la, pois segundo a GEM a mulher não constitui network que é rede de contatos no qual possibilita estabelecer parcerias para desenvolver um negócio bem sucedido.

Conforme Hisrisch e Peters (2004) ressaltam que as empreendedoras são estimuladas pelo fato de almejarem a satisfação tanto pessoal quanto profissional, com isso pode-se observar que o gênero feminino desenvolve o seu projeto motivadas por uma paixão por empreender, em contrapartida se deparam com uma mínima experiência, sendo mais algo de satisfação pessoal do que profissional diferente dos homens mesmo tendo um emprego empreende para aumentar a renda salarial.

Sobre os referidos autores com relação ao fornecimento de linhas de crédito as mulheres encontram mais restrições e dificuldades, no entanto para eles é normal o acesso ao

crédito, com relação ao perfil empreendedor elas são mais pacientes e ágeis e no que se refere ao ramo de atuação as mulheres atuam na prestação de serviços.

Com base no que foi mencionado conforme Serasa Experien entende-se que apesar das dificuldades encontradas as mulheres empreendedoras totalizam mais de cinco milhões que estão inseridas nas atividades empresariais aponta MARQUES (2016).

DADOS DA PESQUISA

De acordo com o Relatório GEM (2010) registra que as mulheres iniciam seus empreendimentos á fim de adicionar maior remuneração, tendo em vista que muitas são chefes de família, apresentando um crescimento de 200 mil no ano de 1993 para 2, 2 milhões em 2006.

A pesquisa é embasada na análise de dados divulgados pelo SEBRAE, tratando sobre o número de MEI (Microempreendedor Individual) e o destaque do empreendedorismo feminino no estado de Minas Gerais, sendo os setores de maior atuação é no comércio varejista de vestuário e acessórios com 1989 mulheres enquanto os homens são 610, já no comércio varejista no ramo alimentício a participação das mulheres somam um total de 200 e os homens são 99.

O SEBRAE (2014) indica as razões que fizeram com que as mulheres se tornassem empreendedoras, acompanhadas de (62,1%) constataam que empreendem por oportunidade, (30,3%) por já terem uma prática e (13%) devido ao desemprego e insatisfação no trabalho que ocupava.

Nesse sentido o Presidente do SEBRAE, enfatiza o crescimento notório das mulheres no empreendedorismo, no qual em dez anos houve um aumento de 21,4%, sendo que das executivas 41,3% são jovens com a idade entre 18 e 39 anos, seguidas de 52% entre 40 á 64 anos, apresentando em seu perfil características importantes como habilidades para comunicar, são flexíveis com relação aos horários, ousadas e determinadas, segundo OLIVEIRA (2014).

Com base nos dados divulgados pela Associação Comercial de Minas (ACM) e CDL na cidade de Patrocínio divulgados na RÁDIO HOJE (2017), foi realizado um evento com foco nas mulheres empreendedoras de Minas Gerais, premiando a “Mulher Empreendedora” sendo Maria Heleno Otaviano conhecida por Baya uma das vencedoras responsável por desenvolver o Projeto Oficinas Culturais do Mobral no qual se tratava de um Movimento de

Alfabetização em meados de 70 e 80, sendo este um grupo que reunia mulheres que produzia doces e ao mesmo tempo eram alfabetizadas totalizando 600 participantes. Dentre as mulheres premiadas esta Luzia Souza se destacando como chefe da Administração Fazendária, na qual juntamente da sua equipe desenvolveu mudanças referente ao ICMS além de ser palestrante do Programa Estadual Fiscal no estado de Minas Gerais atendo toda a região do Triângulo Mineiro.

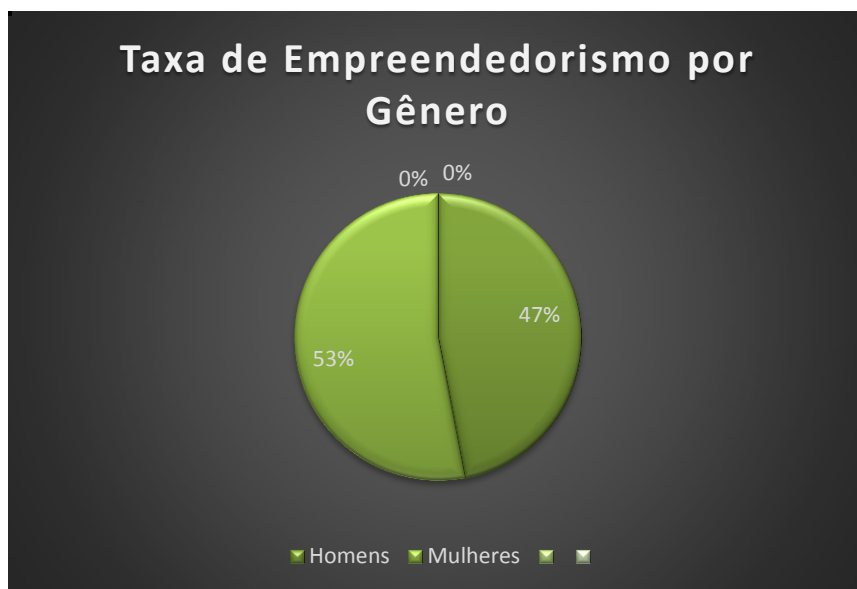
Tomando como exemplo de empreendedoras citadas no site dicas de mulher escrita por (AZEVEDO) Ana Fontes criadora da Rede Mulher Empreendedora relata que em meio às dificuldades que passou no setor de negócio resolver participar de treino que visava à capacitação destinada as mulheres que tinham como objetivo investir no empreendedorismo, foi a partir dessa iniciativa que se criou o projeto com a finalidade de incentivar outras mulheres que tem a mesma visão, com isso Ana Fontes ressalta que: “O mais importante de tudo isto é ver cada empreendedora que conseguimos ajudar e, através do nosso apoio, conquistou um degrau a mais na sua jornada”.

Um grande exemplo de empreendedora mostrado pela Revista Época redigido por PIRES (2013) mostra a história de uma mulher que acreditou no seu sonho no qual e premissa básica para qualquer empreendedor, mesmo diante das dificuldades, consegui superá-las, vendo que não encontrava alternativas para seu cabelo descobriu a oportunidade na qual desenvolveu o Instituto de Beleza Natural uma linha de produtos especializados para cabelos crespos e cacheados podendo contribui para ajudar a vida de muitas mulheres.

Como destaque na cidade de Monte Carmelo (MG), foi realizado o primeiro encontro de Mulheres do Agronegócio ressaltando a força que elas exercem no campo, dentre elas esta Helena Ricci de grande importância para Monte Carmelo e o agronegócio em geral empreendendo no setor do café, sendo a primeira propriedade a ser adquirida foi no Cerrado Mineiro em que relata que: “O café sempre foi minha vida, amo o que eu faço e não sei fazer outra coisa. Apesar das dificuldades enfrentadas, eu acreditei no café e hoje eu exporto toda a minha colheita” mostrada no jornal Expresso do Cerrado.

Os resultados dos dados são discutidos a seguir por meio da análise dos gráficos abaixo, analisando o perfil das mulheres empreendedoras de Minas Gerais, referente ao estado civil, grau de escolaridade, faixa etária, qual o tempo de existência das organizações.

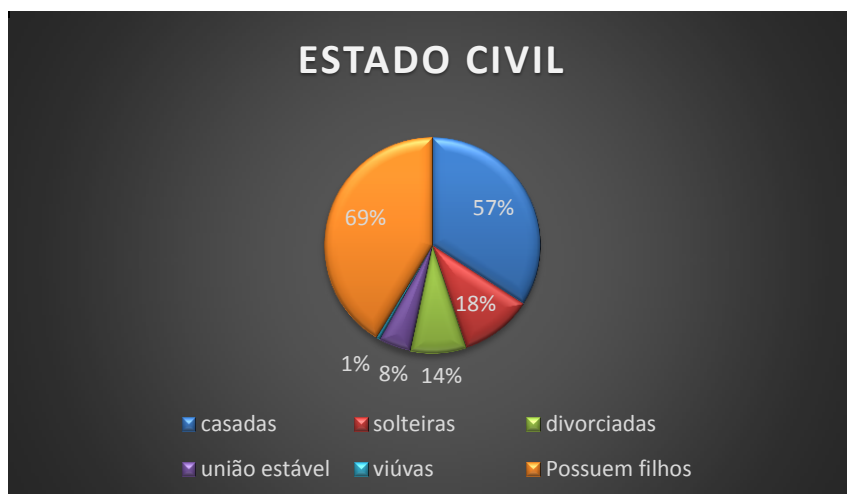
Gráfico 1



Fonte: Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2009)

A pesquisa registra que o Brasil apresenta 18,8 milhões de empreendedores iniciantes com 42 dias de existência, com total de 53% representadas pela classe feminina e 47% por homens.

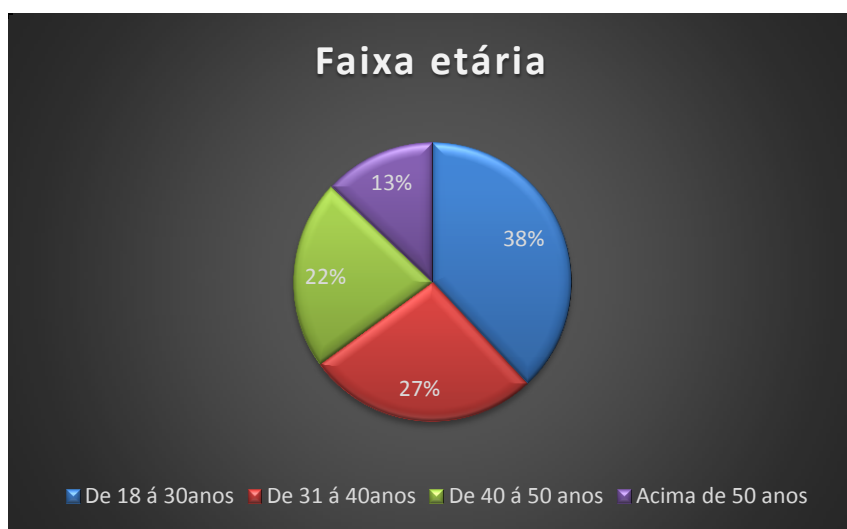
Gráfico 2



Fonte: SEBRAE 2013.

O perfil das empreendedoras mineiras com relação ao estado civil mostra que 57% das mulheres são casadas, seguidas de 18% solteiras, 14% divorciadas, 8% possuem união estável e 1% são viúvas e a maioria sendo 69% têm filhos, no qual enfatiza que uma grande parte das empreendedoras se responsabiliza por saber conciliar a família e a empresa de forma eficiente, proporcionando satisfação de si própria.

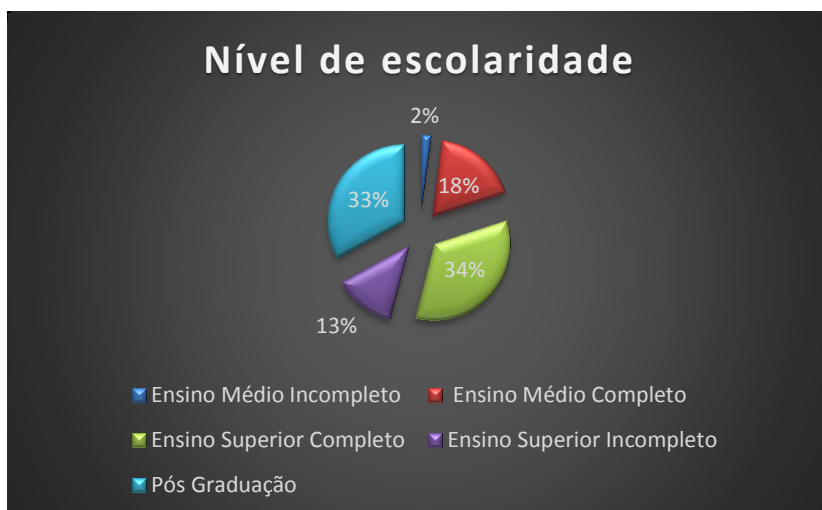
Gráfico 3



Fonte: SEBRAE 2013

O segundo gráfico mostra que o maior número de empreendedoras está entre os 31 a 40 anos totalizando 38%, seguidos de jovens com 27% e 13% acima dos 50 anos.

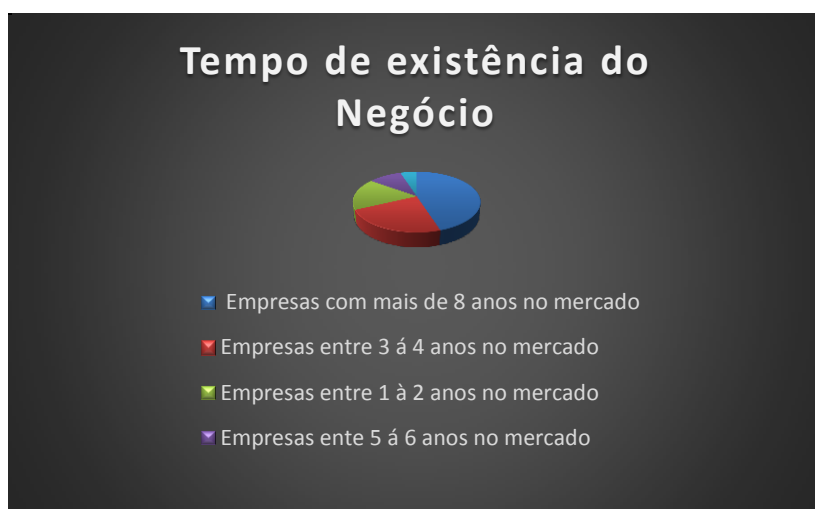
Gráfico 4



Fonte: SEBRAE 2013

Os resultados obtidos mostram o quanto as mulheres buscam o conhecimento para iniciar seus empreendimentos com 34% já concluíram o Ensino Superior, seguido de 34% que já fizeram Pós Graduação, seguidos de 18% que concluíram o Ensino Médio e somente 2% que tem o Ensino Médio Incompleto.

Gráfico 5



Fonte: SEBRAE 2013

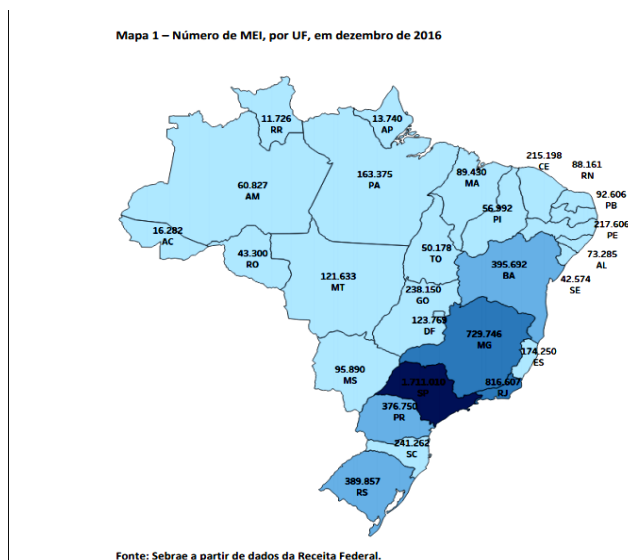
Os resultados divulgados mostram que 45% das organizações já estão alicerçadas no mercado, seguidas de 23% que está entre 3 á 4 anos, seguidas de 17% com 1 á 2 anos, seguidas de 10% entre 5 á 6 anos e por ultimo 5% entre 7 à 8 anos no mercado.

Nesse sentido segundo a pesquisa feita pelo IBGE (2006) mostra que as empresas com 1 a 2 anos no mercado era de 73%,1% referente ao número de empresas que abriram no ano

de 2006 e alguns dos fatores que influenciam para o fechamento das mesmas são a falta de planejamento e a dificuldade que as empreendedoras encontram no acesso ao crédito.

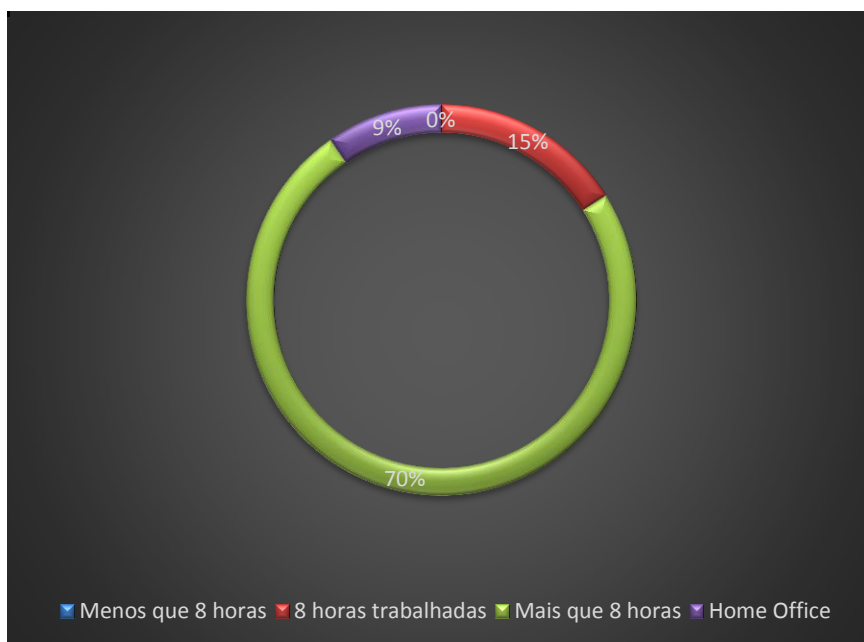
Mapa 1

Número de microempreendedor no ano de 2016.



O mapa mostra os estados que mais se concentram os Microempreendedores sendo o maior número registrado em São Paulo com (523.743) sendo 7,9%; Rio de Janeiro com (339.102) sendo 5,1%; em terceiro lugar vem Salvador com (132.723) representando 2% e em quarto lugar como sendo o referencial do presente trabalho está Belo Horizonte com (130.532) sendo 1,9% e Brasília com (123.723) sendo 1

Gráfico 6. Horas trabalhadas por dia

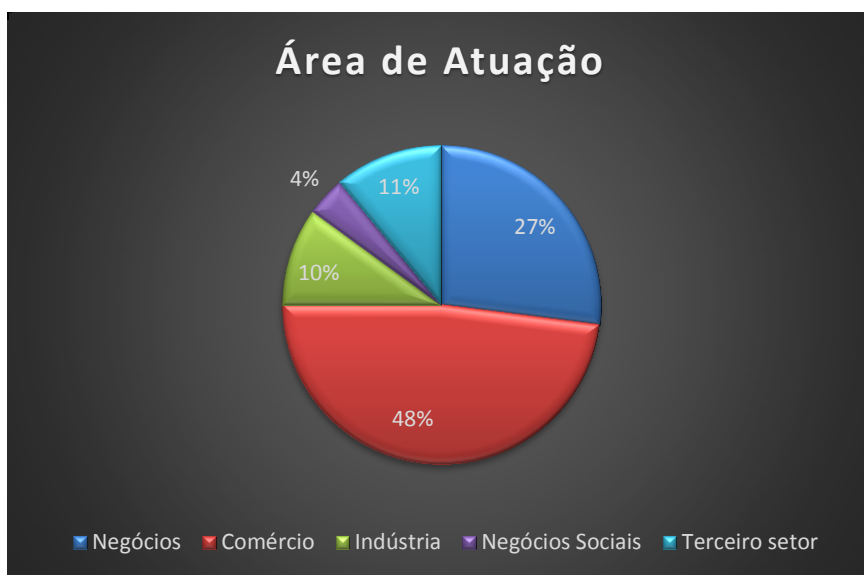


Fonte SEBRAE 2013

Analisando o gráfico pode notar que 70% das mulheres trabalham mais que 8 horas por dia, seguidos de 15% delas trabalham exatamente as 8 horas por dia, seguidos de 6% trabalham um período menor que 8 horas e 9% trabalham em Home Office são aquelas que trabalham na própria casa.

Esses dados mostram que as mulheres possuem maior flexibilidade com relação ao horário, como foi mostrada a maioria delas tem uma carga horária maior que 8 horas diárias, devido à dupla jornada que assumem.

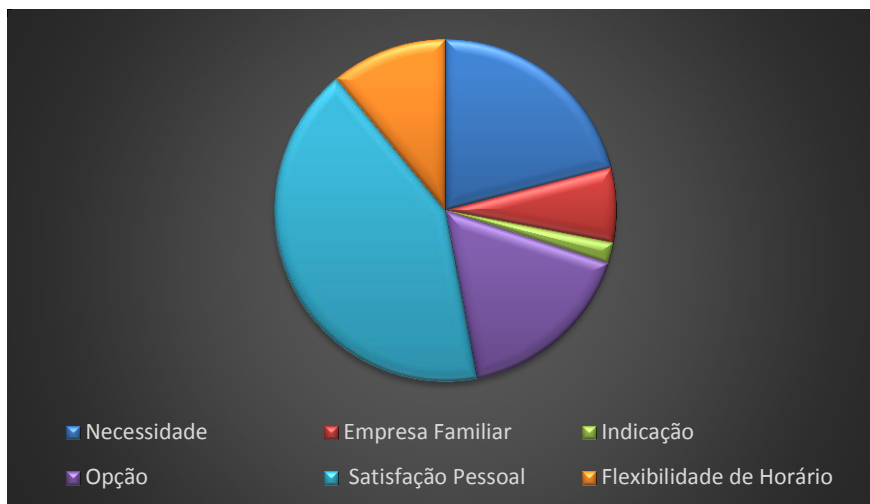
Gráfico 7. Área de Atuação



Fonte: SEBRAE 2013

O gráfico acima mostra os setores de negócios que as empreendedoras então inseridas sendo que a maioria está no comércio com 48%, seguido de 27% no ramo dos negócios, seguidos de 11% no terceiro setor e 4% nos negócios sociais.

Gráfico 8

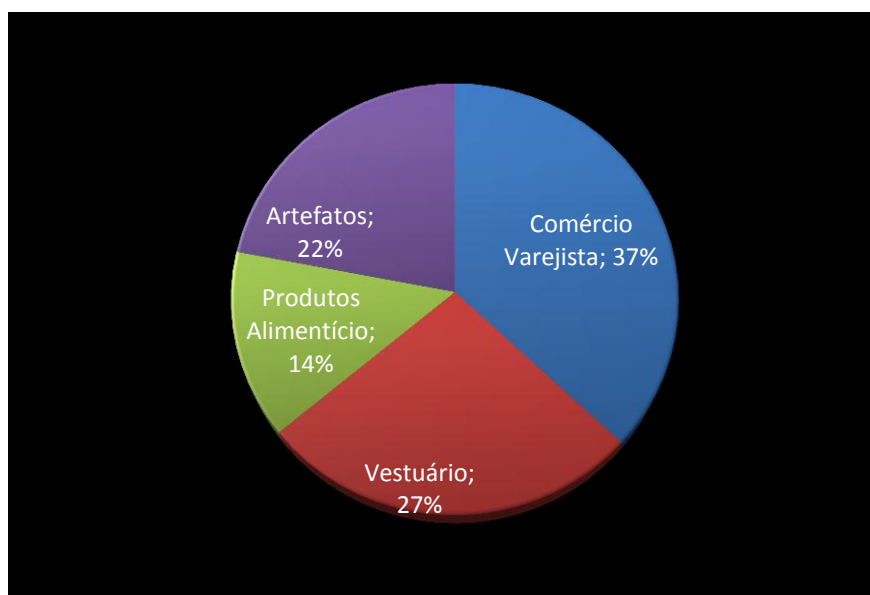


Fonte: SEBRAE 2013

De acordo com o gráfico 6 os resultados apontam que a maior parcela das empreendedoras empreendem por motivadas na satisfação pessoal com percentual de 42%, seguidos de 21% por necessidade, 17% simplesmente por opção, 11% devido a flexibilidade de horários, 7% empresa familiar e somente 2 % por indicação.

Segundo Chiavenato (2007), a motivação está ligada diretamente com as necessidades pessoais, então pode se afirmar que a motivação esta relacionada com as atitudes de cada individuo.

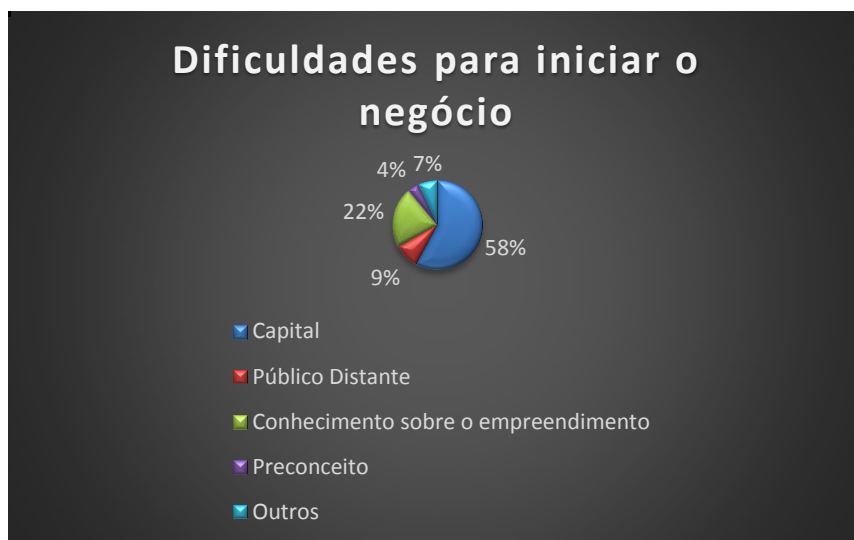
Gráfico 9. Área de Atuação no Empreendedorismo Feminino.



Fonte: GEM (2007).

No entanto pode-se notar que o empreendedorismo feminino atua principalmente no comércio varejista (37%) maior índice percentual, artigos de vestuário (27%) e na fabricação de produtos alimentícios, fabricação de malas, bolsas, e outros artefatos para viagem de qualquer material, e na atividade de alojamento e alimentação (14%).

Gráfico 10



Fonte SEBRAE: 2013

Segundo os resultados mencionados, pode se constatar que uma das maiores dificuldades enfrentadas pelas mulheres se refere a falta de capital para investir no projeto com índice 58%, acompanhados da falta de conhecimento em 22%, seguidos de um público distante de 9% e 7% outras razões que pode estar vinculado com os filhos, e mudança de mercado e 4% se refere ao preconceito.

Sobre os dados obtidos pode se perceber de forma notória o crescente desenvolvimento do empreendedorismo feminino no Brasil e no estado de Minas Gerais com o percentual de 65% relacionado com a conquista da independência financeira das mulheres e somente 3% devido a taxa de desemprego, 15% por inovação, 8% por mais condições favoráveis e 9% outros, tendo que o relatório da GEM (2010), constatou que as mulheres abrem seu próprio negócio pelos mesmos motivos que os homens a fim de ter independência financeira, contribuir para o aumento da renda familiar e como de alcançar um nível econômico favorável.

No Brasil, 52,4% dos microempreendedores segundo o SEBRAE são do sexo masculino e 47,6% do sexo feminino, tendo uma diferença de apenas 4,8% isso mostra que as mulheres estão cada vez mais ativas no mercado de trabalho.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos fatos mencionados, as mulheres se destacam no empreendedorismo feminino de forma sistematizada, conseguindo superar seus desafios, medos e incertezas com o objetivo de fazer a diferença dentro das organizações.

Segundo Fillion (1999), o empreendedor é uma pessoa criativa, no qual analisa as oportunidades que estão ao seu redor e faz com que através das ideias, transforme em um projeto lucrativo.

Conclui que é imprescindível ressaltar a importância da empreendedora ter em seu perfil características que fazem com que alcance resultados lucrativos, acreditando no sonho e indo a busca de realizá-lo como foi mencionado por Zika, ser persistente, fazer um planejamento adequado, ser uma mulher visionária e inovadora e desse modo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas) é um órgão de suma relevância para o Microempreendedor Individual, sendo que através do apoio e incentivo faz com que muitas empreendedoras consigam alcançar sucesso nos seus empreendimentos, através de prêmios como Mulher Empreendedora, sendo fundamental enfatizar que em Minas Gerais como foi o alvo do presente trabalho apresenta um índice de que 42% delas empreendem por satisfação pessoal e pelo fato de terem facilidade para comunicar com o cliente e devido à flexibilidade de horário.

Nesse sentido o Presidente do SEBRAE, enfatiza o crescimento notório das mulheres no empreendedorismo, no qual em dez anos houve um aumento de 21,4%, sendo que das executivas 41,3% são jovens com a idade entre 18 e 39 anos, seguidas de 52% entre 40 e 64 anos, apresentando em seu perfil características importantes como: habilidade para se comunicar, flexibilidade com relação aos horários, ousadia e determinação, segundo OLIVEIRA (2014).

Pode-se concluir através desse trabalho a grande importância das mulheres no empreendedorismo brasileiro, tanto pela satisfação com que as mesmas se dedicam aos seus negócios, como pela necessidade cada vez maior que o país tem de crescer, dependendo assim da capacidade empreendedora de suas mulheres.

REFERÊNCIAS

ALFREDO. L, H.P. **Empreendedorismo-origem e desafios para o Brasil do século XXI**.Disponível em:<[http\\ www.administradores.com.br/.../empreendedorismo-origem-e-desafios-para.../33075/](http://www.administradores.com.br/.../empreendedorismo-origem-e-desafios-para.../33075/)>.Acesso em: 09\09\2017

AZEVEDO. **10 mulheres empreendedoras para te inspirar**
<https://www.dicasdemulher.com.br/mulheres-empreendedoras/>.Acesso em:17\10\2017

BARRETO, L. Mulheres comandam os novos negócios no Brasil.Disponível em:<[HTTP:\\ <www.novonoticias.com/.../mulheres-comandam-quase-a-metade-dos-novos-negocios>](HTTP://www.novonoticias.com/.../mulheres-comandam-quase-a-metade-dos-novos-negocios)>.Acesso em:17\10\2017.

BRUNA. **Empreendedorismo Feminino na atualidade**. Disponível em:<[http www.administradores.com.br/.../empreendedorismo-feminino-na-atualidade/76811/](http://www.administradores.com.br/.../empreendedorismo-feminino-na-atualidade/76811/)>.Acesso em: 06\10\2017.

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

JORDÃO, M. **Primeiro fórum Estadual das Mulheres Empreendedoras**. Disponível em:<[HTTP:\\ saivip.com.br/1o-forum-estadual-das-mulheres-empreendedoras-recebe-250-pessoas](HTTP://saivip.com.br/1o-forum-estadual-das-mulheres-empreendedoras-recebe-250-pessoas)>.Acesso em 03\10\2017.

MARQUES, J,R.**Quais os principais desafios das mulheres empreendedoras**.Disponível em:< www.jrmcoaching.com.br > Blog > Coaching & Negócios.Acesso em: 07\10\2017.

MAYER, MARIANO. **Empreendedorismo fundamentos e técnicas para criatividade**. Rio de Janeiro, 2014.

OLIVEIRA, M.F. **Metodologia Científica: um manual para realização de pesquisas em administração.** Disponível em:<
<https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/785>>.Acesso em 28\09\2017.

PIRES. **Zika: a empreendedora que quase ficou careca para fundar uma rede de cabeleireiros.** Disponível em:<
<http://epocanegocios.globo.com/Inspiracao/Carreira/noticia/2013/08/heloisa-assis-empreendedora-que-quase-ficou-careca-para-fundar-um-salao-de-cabeleireiros.html>>.Acesso em: 19\10\2017.

PORTAL BRASIL. **Oportunidade e necessidade.** Disponível em:<
[www.brasil.gov.br > Economia e Emprego > 2012 > 02](http://www.brasil.gov.br/Economia_e_Emprego/2012/02)>.Acesso em:15\10\2017.

U98vg