



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

Empreendedorismo feminino: os incentivos e desafios da mulher que empreende

Lizandra da Silva Barros

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

Graduação em Administração de Empresas

Rio de Janeiro, novembro de 2022.



Lizandra da Silva Barros

Empreendedorismo feminino: os incentivos e desafios da mulher que
empreende

Trabalho de Conclusão de Curso

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientadora: Andrea Bittencourt

Rio de Janeiro, novembro de 2022.

Resumo

Barros, Lizandra. **Empreendedorismo feminino: os incentivos e desafios da mulher que empreende**. Rio de Janeiro, 2022. 43 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O trabalho aborda o empreendedorismo feminino, que tem tido importante relevância nas conquistas das mulheres no mundo dos negócios e tornou-se um impulsionador da economia brasileira. Entretanto, nota-se ainda a permanência do preconceito e discriminação acerca dos gêneros, seja no mercado de trabalho formal ou no próprio empreendedorismo, como por exemplo a concessão de oportunidades iguais para homens e mulheres. Neste contexto, o estudo identifica desafios e dificuldades enfrentados por empreendedoras da cidade do Rio de Janeiro para iniciar e manter seus empreendimentos e conclui que a remuneração ofertada pelo mercado está abaixo da remuneração alcançada ao empreender, constatando que o empreendedorismo feminino possibilita o alcance a uma renda maior.

Palavras-chave:

Mulheres; Mercado de trabalho; Desigualdade salarial; Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino

Abstract

Barros, Lizandra. **Female entrepreneurship: the incentives and challenges of the woman who undertakes**. Rio de Janeiro, 2022. 43 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The work talks about female entrepreneurship, which has had an important relevance in the achievements of women in the business world and became a driver of the Brazilian economy. However, there is still the persistence of prejudice and discrimination about genders, whether in the formal job market or in entrepreneurship itself, such as the granting of equal opportunities for men and women. In this context, the study identifies challenges and difficulties faced by female entrepreneurs in the city of Rio de Janeiro to start and maintain their ventures and concludes that the remuneration offered by the market is below the remuneration achieved when undertaking, noting that female entrepreneurship makes it possible to reach a higher income.

Key-words: Women; Labor Market; Wage inequality; Entrepreneurship; Female entrepreneurship

Sumário

1 O tema e o problema de estudo	1
1.1. Introdução ao tema e ao problema do estudo	1
1.2. Objetivo do estudo	2
1.3. Objetivos intermediários do estudo	2
1.4. Delimitação e foco do estudo	2
1.5. Justificativa e relevância do estudo	3
2 Revisão de literatura	4
2.1. Empreendedorismo	4
2.1.1. Empreendedorismo no Brasil	4
2.2. Empreendedorismo feminino	7
2.2.1. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	9
2.3. Desigualdade salarial entre homens e mulheres no mercado de trabalho brasileiro	10
2.3.1. Plano de cargos e salários	12
3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo	15
3.1. Tipo de pesquisa e fontes de informação selecionadas para coleta de dados	15
3.2. Etapas de coleta de dados	16
3.3. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo	17
3.4. Limitações do Estudo	17
4 Apresentação e análise dos resultados	18
4.1. Apresentação dos resultados	18
4.1.1. Perfil da empreendedora	18
4.1.2. Panorama do empreendimento	19
4.1.3. Percepções da empreendedora	22
5 Conclusões e recomendações para novos estudos	26

5.1. Sugestões e recomendações para novos estudos	28
6 Referências Bibliográficas	29
Anexo 1	32

Lista de figuras

Figura 1: Percentual dos empreendedores segundo as motivações para começar um novo negócio	6
Figura 2: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo o setor de atividade econômica – Brasil – 2019	6
Figura 3: Esquema com as etapas de uma estrutura de cargos e salários.....	14

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Faixa etária	18
Gráfico 2: Tempo em que o empreendimento está ativo	20
Gráfico 3: Possui 1 ou mais empregados	21
Gráfico 4: Rendimento médio mensal empreendedora.....	21
Gráfico 5: Orçamento doméstico	22
Gráfico 6: Apoio para abertura do negócio	23
Gráfico 7: Quantidade de empreendedoras que conhecem o Sebrae	24
Gráfico 8: Participação em algum programa do Sebrae	24
Gráfico 9: Principais características necessárias para empreender.....	25

Lista de Tabelas

Tabela 1: Empreendimento das entrevistadas.....	20
---	----

1 O tema e o problema de estudo

1.1. Introdução ao tema e ao problema do estudo

O empreendedorismo é a força do crescimento econômico por permitir a introdução de inovações no mercado tornando obsoletos os produtos e tecnologias existentes (Schumpeter, 1911). Mundialmente, mensura-se o empreendedorismo através da realização de atividade dos trabalhadores por conta-própria. O empreendedorismo contribui para a geração de empregos, o crescimento econômico e a redução de desigualdades sociais, aumentando o número de indivíduos ocupados, que segundo o IBGE são “aquelas pessoas que, num determinado período de referência, trabalharam ou tinham trabalho, mas não trabalharam naquele período (por exemplo, pessoas em férias)”.

O Brasil tem o empreendedorismo muito presente em seu cotidiano, apresentando uma taxa total, somatório do empreendedorismo inicial e o estabelecido, de 38,7%, ou seja, uma estimativa de 53,5 milhões de brasileiros à frente de algum negócio, segundo o GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2019. Outro ponto importante é a tendência do crescimento dessas taxas, tendo em vista que, de cada 10 brasileiros, três deles gostariam de abrir um novo negócio em até 3 anos, podendo alcançar em média 8 milhões de novos empreendedores a cada ano, nacionalmente (GEM, 2019).

Este conceito de empreendedorismo, se abrange também ao empreendedorismo feminino, que tem se tornado um grande aliado à luta das mulheres por igualdade social e mais espaço no mercado de trabalho, sendo mais um complemento aos grandes avanços e conquistas das mulheres até os dias atuais. Em 2018, o Brasil ocupava o 7º lugar no *ranking* de proporção de mulheres à frente de negócios iniciais, aqueles com até 42 meses de existência (GEM, 2019). Focando a análise para o estado do Rio de Janeiro, 61,8% equivalem a homens donos de negócios e 38,2% são mulheres (SEBRAE, 2021).

A desigualdade salarial entre gêneros está presente em diversas ocupações de trabalho convencional no Brasil, onde a mulher chega a receber, em média, 20,5% a menos do que os homens. O rendimento da mulher, em 2018, representava 79,5% do rendimento médio dos homens, diferença essa que envolve diversos aspectos estruturais do mercado de trabalho, como idade, cor ou raça, horas trabalhadas e nível de instrução.

Neste contexto, nota-se que o empreendedorismo feminino é enriquecedor para o crescimento da economia e criação de empregos e, ainda, influencia de maneira positiva as relações sociais. As mulheres empreendedoras alcançam sua autonomia financeira e consequentemente deixam de depender de terceiros para se sustentar, incentivando outras mulheres a tomarem essa iniciativa. Em pesquisa realizada pelo Sebrae, há a informação de que pequenos negócios geram uma renda mensal de R\$35 milhões, representando R\$420 bilhões anuais.

Logo, o presente trabalho pretende responder se: os motivos que levam a mulher ao empreendedorismo estão relacionados a superação das dificuldades encontradas por estas no mercado de trabalho, mais especificamente as diferenças salariais percebidas em relação ao homem?

1.2. Objetivo do estudo

A partir do histórico mencionado acima, o objetivo da pesquisa é analisar se o empreendedorismo feminino na cidade do Rio de Janeiro se apresenta como uma maneira das mulheres conquistarem uma renda melhor em relação às injustiças salariais que ocorrem no mercado de trabalho formal quanto à diferença de gêneros.

1.3. Objetivos intermediários do estudo

Dentre os objetivos intermediários, destacam-se:

- Identificar a evolução das mulheres no mercado de trabalho;
- Averiguar se há desigualdade no tratamento dado às mulheres no mercado formal, se há diferença salarial entre as mulheres e os homens;
- Observar se as mulheres empreendedoras participantes da amostra da pesquisa percebem o fator salarial como um dos maiores responsáveis pela decisão de empreender;

1.4. Delimitação e foco do estudo

O foco do estudo está direcionado para a cidade do Rio de Janeiro e, voltado ao empreendedorismo feminino e suas principais motivações, salientando se a demanda por uma renda melhor é um dos fatores preponderantes para

impulsionar o ingresso no empreendedorismo. Os incentivos motivacionais serão baseados nos fatores já mencionados no relatório da GEM e por esse motivo não serão abordados detalhadamente no estudo.

1.5. Justificativa e relevância do estudo

O estudo é importante para que o **Estado** incentive mais assertivamente o empreendedorismo através da implementação de políticas públicas, à **academia** de maneira a impulsionar a realização de pesquisas de campos para sugerir mudanças, **às mulheres** para que estas se empoderem e não aceite subordinação aos homens, e por fim, **às organizações** que devem implementar medidas que identifique os desafios para as mulheres dentro do ambiente de trabalho e os solucione.

2 Revisão de literatura

O referencial teórico foi construído a partir dos seguintes temas: empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, empreendedorismo feminino, mulheres no Sebrae e desigualdade salarial entre gêneros

2.1. Empreendedorismo

O empreendedorismo advém da tradução do termo inglês *entrepreneurship*, originado do verbo francês *entrepreneur* que segundo Dornelas (2015) denomina aquele que assume riscos e inicia algo novo. Desde o século XIX, os empreendedores são confundidos com gerentes de empresas, mas Fillion (2000) compara ambos os perfis e aponta que suas principais diferenças são:

- Os gerentes se preocupam em realizar o trabalho para atingir as metas, enquanto os empreendedores criam as metas e as formas de alcançá-las;
- Enquanto os gerentes se adaptam às mudanças, os empreendedores são os responsáveis por criar as mudanças;
- Os empreendedores costumam desenvolver mais soluções criativas.

A transformação de ideias em oportunidades através do envolvimento de pessoas e processos que gera a criação de negócios de sucesso denomina-se empreendedorismo (DORNELAS, 2005). Segundo Dolabela, “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DOLABELA, 2008). O tema tornou-se tão relevante que vem sendo discutido nas instituições de ensino superior e Meneghatti (2020) investigou, junto aos estudantes, quais eram as maiores dificuldades encontradas para se tornar um empreendedor e foram citadas: saber como ter ideias, entender como promover o negócio, falta de experiência, medo de fracassar, dentre outras. Os desafios para ensinar o tema estimulam competências empreendedoras nos discentes, e ambos em sala de aula saem com aprendizado enriquecedor.

2.1.1. Empreendedorismo no Brasil

O empreendedorismo surgiu no Brasil nos anos 90, e entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram responsáveis por iniciar o processo de mudança da situação empreendedora do país.

À época, em outubro de 1999, em busca de apoiar o empreendedorismo no país, o governo federal comandado por Fernando Henrique Cardoso, criou o Programa Brasil Empreendedor, de abrangência nacional, que destinava recursos financeiros para o financiamento de crédito, capacitação de empreendedores e renegociações de dívidas fiscais e previdenciárias (FOLHA DE S. PAULO). De acordo com o Comex Responde, serviço de solução de dúvidas sobre comércio exterior (GOV.BR), em dois anos em vigor, foram liberados R\$20 milhões concedidos pelos agentes financeiros oficiais do programa: Banco do Brasil (BB), Banco da Amazônia (BASA), Banco do Nordeste e Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), mas em 2002 o mesmo foi encerrado. Desde então, o governo federal segue lançando programas com o intuito de impulsionar o empreendedorismo no país, sendo o mais recente o Programa Crédito Brasil Empreendedor, que visa facilitar o acesso ao crédito, que foi lançado em abril/2022 (GOV.BR).

Desde a criação do GEM, considerava-se dois tipos de motivações para empreender: criar um negócio por necessidade ou por oportunidade, ou seja, o primeiro consiste em abrir um negócio devido à falta de melhores alternativas profissionais, já o segundo é quando ainda que se possua outras alternativas, opta-se em começar o seu negócio próprio. Porém, na pesquisa realizada em 2019, o GEM passou a não mais se restringir apenas a essas duas categorias por acreditar que não reflete completamente as nuances das motivações para a criação dos negócios e na nova abordagem apresenta-se aos entrevistados quatro afirmações sobre as razões para iniciar o negócio: “para ganhar a vida porque os empregos são escassos”, “para fazer diferença no mundo”, “para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta” e “para continuar uma tradição familiar” (GEM, 2019). Segundo a pesquisa mencionada, dentre os empreendedores brasileiros, a construção de uma grande riqueza ou uma renda muito alta está entre os principais motivadores para começar o novo negócio, sendo 36,9% de empreendedores iniciais, 32,4% novos e 45,6% nascentes (Figura 1).

Típos de motivação ¹	Nascentes	Novos	Iniciais
Para continuar uma tradição familiar	30,4	25,2	26,6
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	45,6	32,4	36,9
Para fazer diferença no mundo	65,3	44,7	51,4
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	88,7	88,4	88,4

Figura 1: Percentual dos empreendedores segundo as motivações para começar um novo negócio

Fonte: GEM Brasil 2019

No Brasil, a maior parte dos negócios empreendedores estão no setor de serviços para o consumidor, quando liderados por empreendedores em estágio inicial correspondem a 68,7% e entre os estabelecidos são 56,4%, e em seguida estão os negócios no setor de transformação, com 22,9% e 35,8% respectivamente (**Figura 2**).

Os serviços orientados para o consumidor são basicamente serviços de baixo custo e poucas barreiras de entradas, porém com baixa margem de lucro e rotatividade considerável, são exemplos destes serviços: cafeterias, serviços domésticos, restaurantes, serviços de táxi, cabeleireiros, alfaiatarias etc. Os empreendedores masculinos estão mais presentes nas atividades de serviços especializados para construção, restaurantes e manutenção e reparação de veículos, enquanto as mulheres têm maior participação nas atividades de serviços domésticos, cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza e, comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (GEM, 2019).

Setor	% das atividades dos empreendedores	
	Iniciais	Estabelecidos
Extrativo	0,8	2,8
Transformação	22,9	35,8
Serviços orientados para negócios	7,6	5,0
Serviços orientados para o consumidor	68,7	56,4
Total	100,0	100,0

Figura 2: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) e estabelecidos (TEE) segundo o setor de atividade econômica – Brasil – 2019

Fonte: GEM Brasil 2019

Em pesquisa realizada pelo GEM, em 2019, ter um negócio próprio ocupou o 4º lugar no ranking de sonhos dos brasileiros, sendo citado por 36,7% da população, apresentando um aumento de 4 pontos percentuais em relação ao ano

anterior, demonstrando que o empreendedorismo no Brasil se destaca positivamente devido a tendência de aumento nas iniciativas empreendedoras da população.

2.2. Empreendedorismo feminino

Nos dias atuais, a sociedade tem maior aceitação à figura da mulher empreendedora, tendo em vista que em configurações sociais anteriores havia um paradigma de que este papel era apenas referenciado a homens. As pesquisas recentes mostram que há muitas mulheres iniciando seu próprio negócio (GEM, 2019) e a tendência é que a presença feminina à frente dos negócios cresça e a relação entre homens e mulheres empreendedores se iguale. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas é o 5º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030 e o incentivo ao empreendedorismo feminino pode ser um dos meios para atingir esse objetivo.

Apesar da evolução nos números, estudos em relação ao tema ainda mostram que as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras são muito maiores do que as dos homens que empreendem. Martins et al. (2010) ao investigar a trajetória feminina no empreendedorismo encontrou os seguintes resultados:

- Durante a trajetória empreendedora, aparecem inúmeros obstáculos;
- As entrevistadas possuem muita determinação para superação de obstáculos e alcance de objetivos;
- A necessidade econômica é importante muitas vezes para motivar a abertura do próprio negócio;
- Empreender traz muitos aprendizados;
- Limitações existentes no país para empreender;
- Dificuldade de conciliação entre trabalho e vida familiar.

A resiliência é uma forte característica feminina e é uma principal ferramenta para se alcançar o sucesso de um empreendimento, tendo em vista os diversos desafios a serem enfrentados (SEBRAE). A estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil, em 2019, foi de 25,8 milhões (GEM), movimentando a economia e gerando empregos. Em pesquisa realizada por Silveira e Gouvêa, em

2008, com mulheres empreendedoras na faixa etária de 33 a 54 anos, constatou-se o seguinte:

- Em relação às características necessárias para ser uma empreendedora de sucesso, elas consideram o conhecimento, a dedicação, a determinação e o constante aperfeiçoamento como elementos fundamentais para ser uma empreendedora de sucesso.
- As características entendidas como necessárias para o ato de empreender são: motivação, sonho, criatividade, ousadia, foco, competência, coragem, habilidade, persistência, dinamismo, versatilidade, conhecimento, preparo, aperfeiçoamento constante e muita perseverança (SILVEIRA & GOUVÊA, 2008, p. 134)

O cenário de crescimento da participação de mulheres no empreendedorismo é muito positivo, mas ainda é necessário que haja muitos avanços neste aspecto. Os principais desafios para as mulheres empreendedoras são:

- Preconceito: discriminação e diferença de oportunidades ainda é muito presente
- Dupla jornada: é necessário conciliar todas as responsabilidades da vida pessoal com a profissional
- Autoconfiança: o medo de falhar pode ser um paralisador

Os desafios existem, mas não são impossíveis de enfrentá-los e a gestão eficiente do tempo, divisão de responsabilidade entre os membros familiares, realização de cursos para desenvolvimento de habilidades técnicas e pessoas são algumas das maneiras de reduzir ou acabar com essas dificuldades existentes (SEBRAE).

O rendimento médio mensal dos empreendedores no Brasil além da barreira de gênero, ainda se tem a barreira raça-cor, de acordo com estudo do Sebrae em 2021, em que destaca que a mulher negra tem um rendimento de R\$1.539 enquanto o homem negro recebe R\$1.798 e, a mulher branca recebe R\$2.305 enquanto o homem branco recebe R\$2.749 (SEBRAE). Os valores apontam uma diferença de rendimento mensal da mulher para o homem de 14,4% e 16,1%, respectivamente. Sendo que o homem branco ganha 44% acima do salário da mulher negra.

Em relatório elaborado pelo Sebrae, em março de 2022, a região sudeste do Brasil registrou 44% de mulheres donas de negócio, no último trimestre de 2021, enquanto os homens tinham 42% no mesmo período de análise, desta forma a participação feminina demonstra crescimento. Ao analisar mulheres por conta própria e mulheres empregadoras, a região sudeste registra 92% e 8%, respectivamente, ou seja, as mulheres empreendedoras, em maioria, tendem a cuidar do seu negócio sozinhas e não possuem empregados.

2.2.1. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)

O Sebrae se define como “uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequenas empresas – aqueles com faturamento bruto anual de até R\$4,8 milhões”. A instituição atua em território nacional, possui a sede em Brasília e pontos de atendimento nas 27 unidades da Federação, com ofertas de cursos, seminários, consultorias e assistência técnica para os pequenos negócios de setores de atuação diversos.

As soluções desenvolvidas pelo Sebrae englobam parcerias com setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e a inovação, incentivo a educação empreendedora e outros. A instituição não empresta dinheiro, mas articula juntos a bancos e/ou cooperativas de créditos maneiras de disponibilizar produtos financeiros de acordo com a necessidade de cada segmento e, ainda orienta os empreendedores de maneira a utilizar o crédito como instrumento de melhoria do negócio (SEBRAE).

A educação empreendedora Sebrae está presente em 5 mil municípios, atendendo a mais de 9 milhões de estudantes e capacitando quase 500 mil professores. O intuito é desenvolver competências integradas a construção de projetos de vida, colaborar para o desenvolvimento integral de estudantes de forma a impulsionar seu protagonismo em diversas faixas etárias e, oferecer soluções de afeiçoamento e valorização profissional de professores e gestores escolares (SEBRAE).

O Programa Sebrae Dela é um programa de aceleração que tem o intuito de criar e profissionalizar práticas empresariais e políticas públicas para valorizar as competências, comportamentos e habilidades das mulheres empreendedoras. A

base do programa é unir os saberes e a força feminina e direcioná-las aos negócios. O programa oferece cursos, palestras e oficinas para desenvolvimento de competências, eventos que conectam pessoas e negócios divulgando produtos e serviços, e conteúdo sobre aspectos macroeconômicos, mercado, setor de atuação e outros temas relevantes sobre o empreendedorismo.

O Sebrae se compromete a dar apoio para as empreendedoras inovar e ampliar seu faturamento, superarem obstáculos e crescer seus negócios e, desenvolva seus negócios em qualquer setor (SEBRAE). A liderança feminina no mercado e nos negócios é uma aposta do Sebrae e por este motivo a instituição participa assiduamente para ajudá-las.

O Prêmio Mulher de Negócios, criado em 2004, é também uma ação realizada pelo Sebrae que tem como foco principal reconhecer a força do empreendedorismo feminino na transformação de realidades e ao todo, já foram mais de 80 mil empreendedoras inscritas. As categorias do concurso são: pequenos negócios, produtora rural e microempreendedora individual (MEI) e são realizadas as etapas estadual, regional e nacional. As ganhadoras nacionais recebem como premiação uma viagem para participação de uma missão técnica, mentoria, aparelho eletrônico (celular ou tablete) e o troféu (SEBRAE).

O Sebrae em parceria com a Caixa Econômica criou o Programa Caixa pra Elas – Empreendedora que foi desenvolvido para atender as mulheres do Brasil que buscam por uma vida melhor. O programa ajuda mulheres empreendedoras na formalização do negócio, sendo o primeiro passo tornar-se MEI, o segundo passo é a capacitação através dos cursos ofertados pelo Sebrae de forma a organizar o negócio e em terceiro as condições exclusivas de crédito para as mulheres que se formalizaram e capacitaram (SEBRAE).

2.3. Desigualdade salarial entre homens e mulheres no mercado de trabalho brasileiro

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) levantou em pesquisas realizadas no ano de 2019, dados que mostram a desigualdade de gênero no mercado de trabalho, o estudo mostra que há ainda muitos obstáculos que precisam ser enfrentados pelas mulheres para que se tenha condições igualitárias dentro do mercado de trabalho. As pesquisas constataam que a força de trabalho no país é composta por 54,5% de mulheres e 73,7% de homens, em idades de 15

anos ou mais para ambos os gêneros. Entende-se como força de trabalho, homens e mulheres empregados ou que procuram por emprego.

Segundo o estudo, ao analisar a diferença de salários e rendimentos, constata-se que as mulheres recebem, em média, 77,7% do montante auferido pelos homens e, quando a análise é voltada especificamente a cargos de maiores ganhos, a desigualdade atinge proporções ainda maiores, como por exemplo na análise entre diretores e gerentes, em que as mulheres recebem 61,9% do rendimento dos homens. A disparidade é justificada por dois fatores: as mulheres trabalham menos horas em comparação aos homens, 37h54min e 42h42min, respectivamente e, os valores pagos por hora são de R\$13 às mulheres e R\$14,20 aos homens (IBGE, 2018).

A pesquisa do IBGE, realizou também um levantamento voltado à educação, e apurou que esta desigualdade salarial não está relacionada apenas ao nível de instrução educacional das mulheres, tendo em vista que este, em média, é maior do que o dos homens. Outro aspecto observado é que a medida que a idade da mulher aumenta, essa diferença salarial também aumenta, como mostrado no estudo realizado em 2018 que apontava que mulheres de 25 a 29 anos ganhavam 87% do rendimento médio do homem, e na faixa etária de 40 a 49 anos, recebiam 75% do rendimento médio do homem.

A ONU Mulheres, criada em 2010, tem o intuito de unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em defesa dos direitos humanos das mulheres. No Brasil, o escritório opera em Brasília e como áreas de atuação se destacam a liderança e participação política, governança e normas globais; empoderamento econômico; prevenção e eliminação da violência contra mulheres e meninas, paz e segurança e ação humanitária. A ONU Mulheres tem o compromisso com o Objetivo 5 - Igualdade de Gênero dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, que consiste na realização das metas a seguir dentre outras mais:

- Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas em toda parte
- Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública

- Adotar e fortalecer políticas sólidas e legislação aplicável para a promoção da igualdade de gênero e o empoderamento de todas as mulheres e meninas em todos os níveis

Nessa luta feminina, as mulheres são asseguradas pela Lei de Igualdade de Direitos e Deveres entre homens e mulheres, presente na Constituição Federal de 1988, no artigo 5º, inciso 1. É proibida a diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil (ARTIGO 7 - inciso XXX, CONSTITUIÇÃO FEDERAL).

O relatório global desenvolvido pela Equal Measures 2030 aponta o Índice de Gênero dos ODS 2022 e o Brasil está em 78º no *ranking* que mede a igualdade de gênero em 144 países. O Brasil teve a pontuação de 66,4 ficando atrás do Uruguai, Argentina, Chile e Paraguai que ocuparam respectivamente as posições 31º, 44º, 49º e 74º (AGÊNCIA BRASIL, 2022)

Apesar do problema de desigualdade salarial ainda estar presente nos dias atuais, dados do “Great Place to Work” apresentados no relatório “A jornada das mulheres no mercado de trabalho” aponta que em 40 empresas analisadas, em 2019, o quadro de colaboradores tem em média 56% representados por mulheres, onde 45% desempenham funções de média liderança e 26% em funções de alta liderança (ONU MULHERES). Este cenário reforça a ascensão das mulheres em cargos de médio a alta gerência nas organizações e a relevância da equidade de gênero.

2.3.1.Plano de cargos e salários

De acordo com Franco (2008), é importante que se defina claramente os principais objetivos de uma estrutura de cargos e salários, a partir da preocupação por parte das organizações de que o trabalho, a dedicação e aumento de capacidade de seu funcionário precisa ser recompensado, tendo em vista o papel importante que este exerce para o andamento da organização.

Os conceitos de cargos, funções e tarefas são definidos por Pontes (2000) da seguinte forma: o primeiro é o “conjunto de funções substancialmente idênticas quanto à natureza das tarefas executadas e às especificações exigidas dos ocupantes”, o segundo são “o agregado de tarefas atribuídas a cada indivíduo na organização” e, o último são “as atividades executadas por um indivíduo na organização. A empresa que não possui um tipo de instrumento que defina qual

será o próximo passo de um certo empregado em relação ao seu cargo, seu salário e sua carreira na organização tende ao fracasso, tendo em vista que todo e qualquer ser humano deseja ter uma perspectiva de onde ele pode chegar, como ele pode contribuir e o que é necessário para chegar lá (FRANCO, 2008).

A partir dos conceitos mencionados acima, é necessário definir as etapas da construção de um plano de cargos e salários, composta da seguinte ordem: Planejamento, Divulgação, Análise de cargos, Descrição dos cargos, Avaliação e classificação dos cargos, Pesquisa salarial, Estrutura salarial, Política salarial e Implantação (FRANCO, 2008). A fim de explicar detalhadamente cada etapa, Franco (2008) apresenta o esquema com as etapas de uma estrutura de cargos e salários (figura 3):

- Planejamento é a elaboração do plano, etapa em que se discute e aprova o mesmo;
- Divulgação é como o plano será comunicado aos empregados, informar qual é a pretensão que se deseja atingir de forma clara e objetiva;
- Análise e Descrição de cargos são as etapas em que se coleta os dados dentro da empresa, descreve os cargos e a titulação;
- Avaliação e classificação dos cargos é realizada pelo comitê de avaliação, que seleciona o método escolhido que melhor se enquadre a área de atuação;
- Pesquisa salarial é a etapa em que se escolhe os cargos e empresas para coleta de dados dos salários praticados externamente, de forma a entender a importância desse cargo no mercado;
- Estrutura salarial é o momento em que se realiza o cálculo da curva salarial, graus, amplitude da faixa, ou seja, utilização de métodos estatístico por um profissional que já detém conhecimento sobre o assunto.
- Política salarial é a etapa de definição do salário, admissão, promoções, reajustes
- Implantação é a etapa de divulgação, operacionalização e possíveis manutenções do plano.

A implantação de um Plano de cargos e salários permite que a organização encontre semelhanças entre o valor relativo que está relacionado com a percepção do peso que aquele cargo tem para a organização e, o valor absoluto que é o valor pago efetivamente pela execução do cargo, além disso permite visualizar os salários praticados no mercado e manter-se competitiva nesse

aspecto (FRANCO, 2008). Outra contribuição importante do Plano é transmitir claramente aos seus funcionários as funções exercidas por cada um, possibilitando a redução de diferenças salariais entre pares de gêneros diferentes que exercem as mesmas atividades.

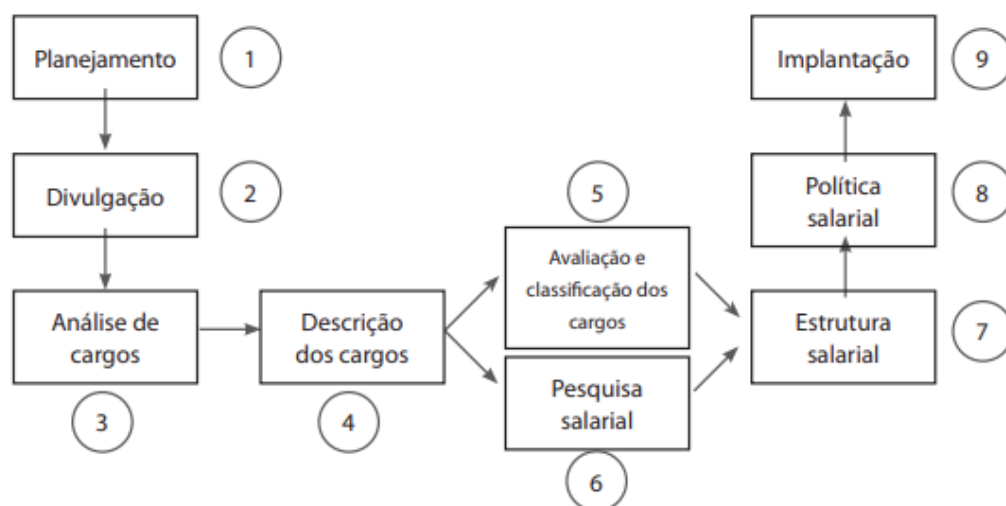


Figura 3: Esquema com as etapas de uma estrutura de cargos e salários

Fonte: Franco, 2008, p. 38.

3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo

Este capítulo visa informar sobre as diversas decisões que foram tomadas acerca da forma como este estudo foi realizado. A metodologia é o estudo dos caminhos que serão percorridos para realizar uma pesquisa e é onde se define o modo ou método que levará aos dados e técnicas que serão utilizadas para possibilitar uma análise bem detalhada dos dados coletados e por fim, adquirir um aprendizado acerca do tema.

O capítulo está dividido em quatro partes, que são: Tipo de pesquisa e fontes de informações selecionadas para a coleta de dados, Etapas de coleta de dados, Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo e, limitações do estudo.

3.1. Tipo de pesquisa e fontes de informação selecionadas para coleta de dados

A pesquisa pode ser dividida em dois critérios básicos: quanto aos fins, pode ser exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada e/ou intervencionista; quanto aos meios, pode ser pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, *ex post facto*, participante, pesquisa-ação e/ou estudo de caso (VERGARA, 2016). Desta maneira, a pesquisa realizada é exploratória descritiva quanto aos fins e quanto aos meios, é uma pesquisa bibliográfica, documental e de campo.

Segundo Vergara (2016), a pesquisa exploratória é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, já a pesquisa descritiva expõe características de certa população ou fenômeno e pode ainda estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Ainda de acordo com o mesmo autor, a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado que se desenvolve através do embasamento em material publicado em livros, revistas ou jornais, já a pesquisa documental é realizada por meio de documentos conservados dentro de órgãos públicos e privados ou com pessoas, como por exemplo registros, regulamentos, ofícios e outros e, por fim a pesquisa de campo que é caracterizada pela investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo.

Os critérios escolhidos para esta pesquisa são utilizados da seguinte maneira:

- Investigação exploratória com pesquisa descritiva – proximidade com o tema no intuito de fornecer informações mais precisas e descrever as características da empreendedora;
- Pesquisa bibliográfica – usa a fundamentação teórica de livros e artigos sobre o empreendedorismo e desigualdade salarial;
- Pesquisa documental – acesso aos relatórios concedidos por órgãos públicos e privados, como o GEM, SEBRAE e o próprio site do Governo Federal (GOV)
- Pesquisa de campo – busca identificar e descrever as percepções, expectativas e sugestões das empreendedoras entrevistadas, através do questionário

Além disso, o critério para seleção dos respondentes foi mulheres que residem na cidade do Rio de Janeiro e possuam seus próprios empreendimentos.

3.2. Etapas de coleta de dados

Segundo o autor Antônio Carlos Gil (1946), a etapa de coleta de dados é caracterizada pela descrição das técnicas necessárias para coleta das informações que serão analisadas, como modelos de questionários, testes ou escalas.

A coleta de dados para a pesquisa foi realizada em outubro de 2022 com a finalidade de analisar o perfil das empreendedoras, os desafios enfrentados e as motivações que tiveram para empreender, através de um questionário no Google Forms, enviado por WhatsApp e Instagram para as mulheres empreendedoras da cidade do Rio de Janeiro.

O questionário possui perguntas gerais sobre o empreendimento, sobre o perfil da empreendedora, se já sofreu algum tipo de preconceito (gênero, cor-raça ou por ser mãe) e perguntas acerca das motivações e os desafios de empreender.

3.3. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo

A fase de análise de dados envolve determinar os procedimentos a serem realizados tanto para a parte quantitativa, envolvendo testes de hipótese e testes de correlação, quanto para a parte qualitativa com a análise de conteúdos e de discurso (GIL, 1946).

A coleta de dados utilizados no estudo foi exclusivamente realizada pelo Google Forms, que consiste em um questionário (Anexo 1) criado dentro deste formulário *online* e a partir disso foi encaminhado através de *link* no WhatsApp e Instagram, como mencionado anteriormente. Este meio foi escolhido devido a facilidade de acesso e a maneira pela qual os resultados são disponibilizados ao criador da pesquisa, que é feito através de levantamentos por gráficos que facilitam a visualização das respostas.

3.4. Limitações do Estudo

O método escolhido contém um questionário anônimo, com o intuito de transmitir confiabilidade para que o respondente se sinta à vontade para responder de maneira honesta, tornando as respostas mais próximas da realidade vivida. Entretanto, esse mesmo anonimato pode ocasionar mentiras e/ou omissões de informações. Em caso de dúvidas acerca das perguntas realizadas, foi disponibilizado ao respondente o *e-mail* de contato da criadora das perguntas (a aluna) para que as dúvidas fossem sanadas e ainda, as opções de respostas foram projetadas de maneira objetiva e clara para que não houvesse ambiguidade e o melhor resultado da pesquisa não fosse comprometido, entretanto em algumas questões foi disponibilizada a alternativa “outras” e um campo para livre manifestação das participantes.

4 Apresentação e análise dos resultados

Mediante a coleta dos dados, a partir do questionário enviado as entrevistadas, nessa seção serão apresentados os resultados obtidos. O capítulo apresenta e analisa os principais resultados alcançados de acordo com o tema de estudo.

4.1. Apresentação dos resultados

A apresentação dos resultados será estruturada da seguinte maneira: a primeira parte apresenta o perfil das empreendedoras, em seguida o panorama do empreendimento e finaliza com a percepção da entrevistada em relação à apoios, desafios, motivações e características para empreender.

4.1.1. Perfil da empreendedora

O questionário foi respondido por 30 empreendedoras da cidade do Rio de Janeiro, alcançadas a partir de indicações de empreendedores já conhecidos e colegas. As respondentes são mulheres empreendedoras com idade a partir de 21 anos, não havendo respondentes de 16 a 20 anos e a maior participação esteve na faixa etária de 26 a 30 anos, com 11 respondentes (36,7%).

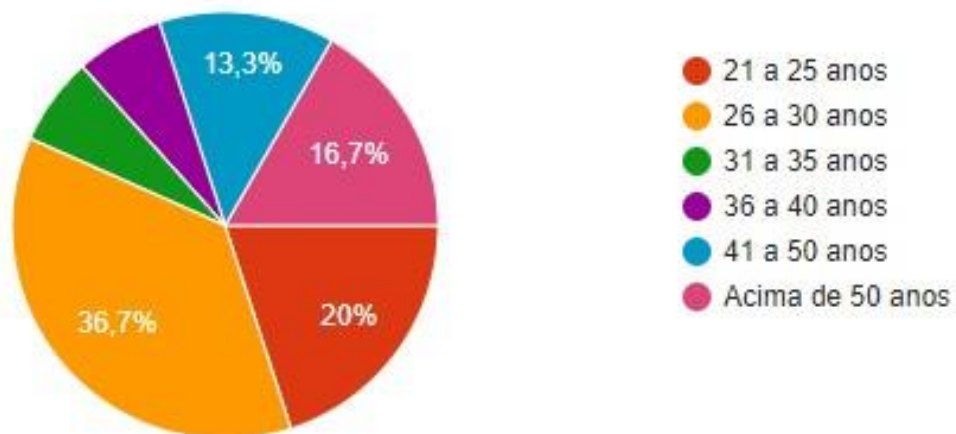


Gráfico 1: Faixa etária
Fonte: Dados da pesquisa

Acima de 50% das mulheres são casadas atualmente, entretanto 46,7% do total de respondentes não possuem nenhum filho ou enteado sob sua responsabilidade. Das 16 entrevistadas que possuem filhos ou enteados, apenas 6 delas perceberam preconceito no mercado de trabalho quanto a isso.

A pesquisa aponta que 86,7% das mulheres já trabalharam no mercado de trabalho formal antes de empreender e 53,3% afirma ter sofrido algum preconceito seja no próprio emprego e/ou processo seletivo. Quanto ao aspecto raça-cor, das 30 empreendedoras respondentes, se tem 33,3% que se identificam brancas, 23,3% pretas e 43,3% pardas e, nesse contexto mais de 36% das “não brancas” afirmam ter percebido preconceito devido a sua cor de pele.

4.1.2. Panorama do empreendimento

A pesquisa teve citação de 14 tipos de empreendimentos (**Tabela 1**) e os mais citados foram beleza e estética (23,3%), confeitaria (23,3%) e moda feminina (6,7%). Este resultado reforça o cenário apontado pelo GEM, em 2019, de que os negócios empreendedores no Brasil são em maior parte no setor de serviços orientados para o consumidor e, ainda que as mulheres empreendedoras estão mais presentes nas atividades voltadas a tratamentos de beleza e comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios. A pesquisa realizada aponta que 40% das mulheres entrevistadas estão com os empreendimentos ativos a 5 anos ou mais (**Gráfico 2**), contrapondo nesta amostra o apresentado no relatório GEM 2019, que afirma que os negócios femininos tendem a durar menos. Apenas 10 das empreendedoras participantes dessa amostra, que corresponde a 33,3% das participantes da pesquisa, possuem 1 empregado ou mais em seus negócios (**Gráfico 3**), reforçando o que já havia sido citado em relatório elaborado pelo Sebrae, em março de 2022, de que o número de mulheres por conta própria é bem maior do que mulheres empregadoras.

Empreendimento	Quantidade de entrevistadas
Artesanato (crochê)	1
Associação de pesquisa científica	1
Consultoria ao empreendedor	1
Beleza e estética	7
Calçados	1
Cestas Gourmet e Coffee break	1
Confeitaria	7
Consultório de psicologia	4
Empreendedorismo de negócio	1
Empresa de tecnologia	1
Moda feminina	2
Papelaria e acessórios	1
Agência de turismo	1
Consultório odontológico	1

Tabela 1: Empreendimento das entrevistadas

Fonte: Dados da pesquisa

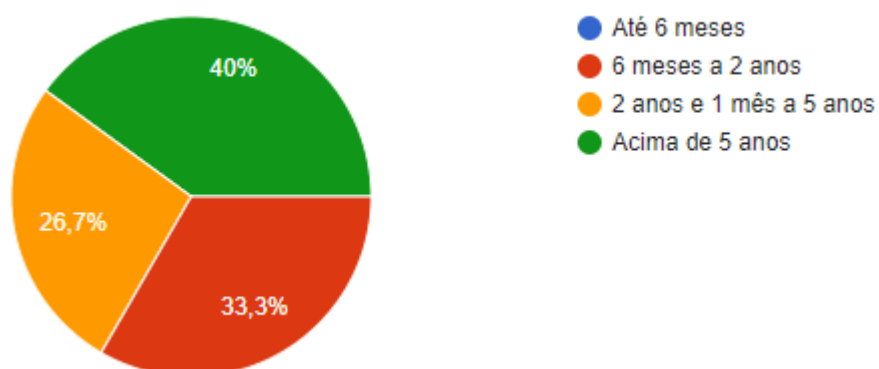


Gráfico 2: Tempo em que o empreendimento está ativo

Fonte: Dados da pesquisa

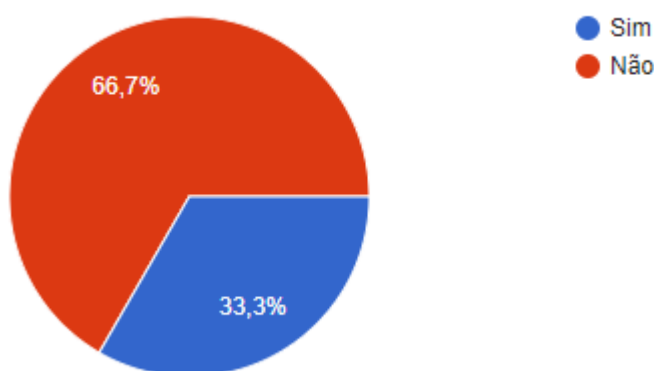


Gráfico 3: Possui 1 ou mais empregados
Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao rendimento médio mensal, 50% das empreendedoras recebem de 2 a 3 salários mínimos, seguido por 20% que recebem de 3 a 4 salários e outros 20% que recebem acima de 5 salários, e as que recebem até 1 salário mínimo são 10% (**Gráfico 4**). No comparativo quanto ao rendimento mensal do mercado de trabalho formal, 16 ganhavam até 1 salário mínimo, 3 recebiam de 2 a 3 salários, 2 recebiam de 3 a 4 salários e 5 recebiam 5 salários ou mais, o que demonstra como o empreendedorismo possibilita uma melhora na realidade financeira das mulheres. Em relação ao orçamento doméstico das empreendedoras respondentes, 25 delas afirmam morar com familiares e os custos da casa são divididos, 1 mora com familiares e é a responsável por pagar as contas sozinha e 4 moram sozinhas e são as responsáveis pelas contas (**Gráfico 5**)

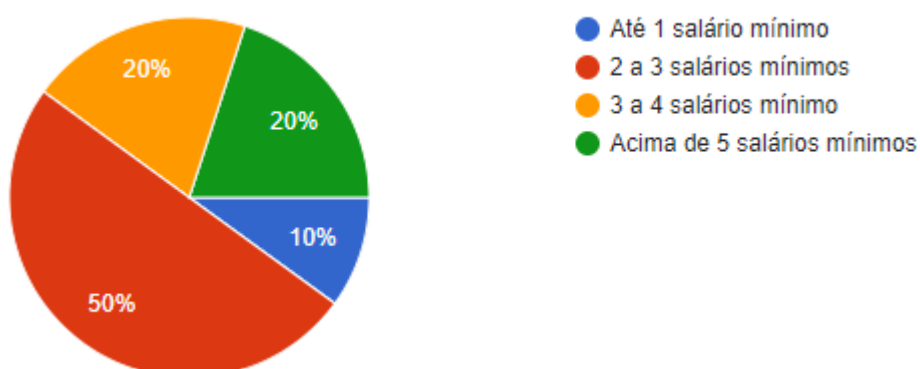


Gráfico 4: Rendimento médio mensal empreendedora
Fonte: Dados da pesquisa

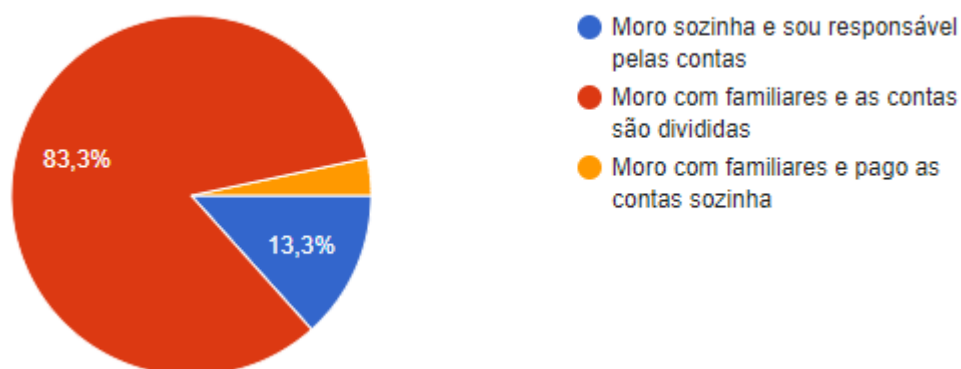


Gráfico 5: Orçamento doméstico
Fonte: Dados da pesquisa

4.1.3. Percepções da empreendedora

Dentre as 26 entrevistadas, 86,6% da amostra, que já trabalharam no mercado de trabalho formal, 15 (57,7%) destas afirmam que teve o mesmo salário que os homens que desempenhavam as mesmas funções que ela, enquanto 11 (42,3%) afirmam ter tido diferença salarial em relação aos homens. O questionamento acerca do desempenho feminino em comparação aos homens no mercado de trabalho formal, aponta que as mulheres consideram o seu desempenho igual ou maior ao dos homens, representando 83,4% das respostas, ou seja, mesmo que haja um desempenho eficaz, o salário da mulher ainda sofre diferença em comparação ao do homem.

Os fatores mencionados como motivo para que as mulheres abrissem seu próprio negócio são: falta de emprego, saída do mercado de trabalho formal, obter uma renda melhor, flexibilidade de tempo para conciliar com a vida pessoal, atuar na área de formação, gravidez e pandemia. Dentre essas opções, os motivos principais apontados, correspondendo 26,7% da amostra para ambos, são o de obter uma renda melhor e a flexibilidade de tempo para conciliar com a vida pessoal, motivos estes que reforçam quão forte é o desejo das mulheres por serem remuneradas de forma mais justa e, ainda a necessidade de conciliar vida pessoal e profissional, em comparativo ao mercado de trabalho formal.

As principais dificuldades mencionadas pelas participantes para abrir seu empreendimento são: questões financeiras, ser mulher, críticas e falta de apoio, gestão e controle do negócio e questões burocráticas, como documentação. As

participantes da amostra, em grande parte (83,3%), não consideram que essas dificuldades tenham relação com o seu gênero e/ou cor-raça.

Em relação aos desafios/obstáculos que se enfrenta atualmente na gestão do próprio negócio, as mulheres apontam, em uma pergunta aberta a sua manifestação, como principais os seguintes: concorrência, tempo, espaço físico, falta de capital para melhorias e assumir múltiplos papéis na gestão do negócio.

Em relação a dificuldade em conciliar o trabalho e a vida pessoal, também em pergunta aberta a sua manifestação, as mulheres destacam que é difícil separar as duas realidades, dar atenção aos filhos/enteados, as tarefas de casa e os conflitos de horários.

De acordo com a pesquisa, as 30 entrevistadas não receberam nenhum apoio de órgão governamental ou instituição/entidade para a abertura do negócio (**Gráfico 6**). Quando questionadas sobre conhecer o Sebrae, apenas 20% responderam que não o conhecem (**Gráfico 7**), entretanto mais de 86,7% nunca participou de nenhum programa oferecido pela entidade (**Gráfico 8**). Nesse contexto, é possível notar que a divulgação dos programas não está sendo expansiva, ou os conteúdos dos programas não são interessantes às participantes, tendo em vista que apenas 4 das 30 entrevistadas, já realizou alguns cursos gratuitos ofertados pelo Sebrae.

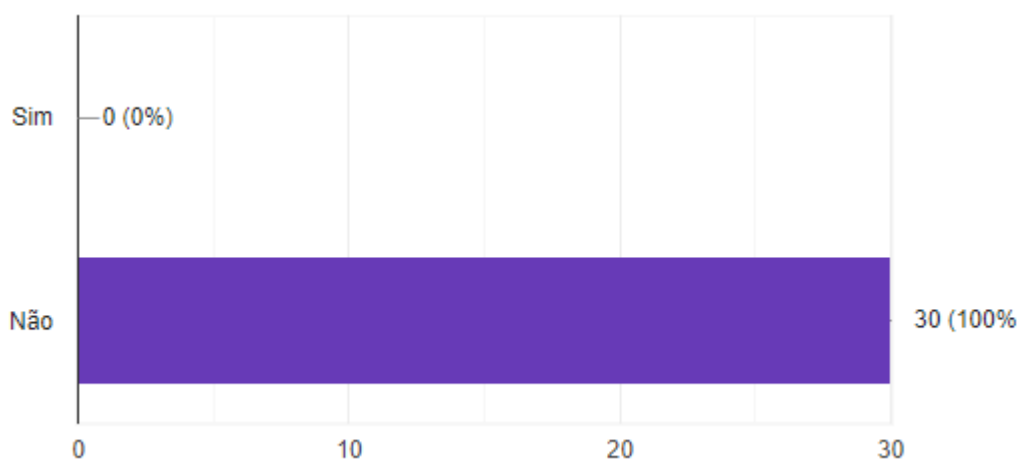


Gráfico 6: Apoio para abertura do negócio
Fonte: Dados da pesquisa

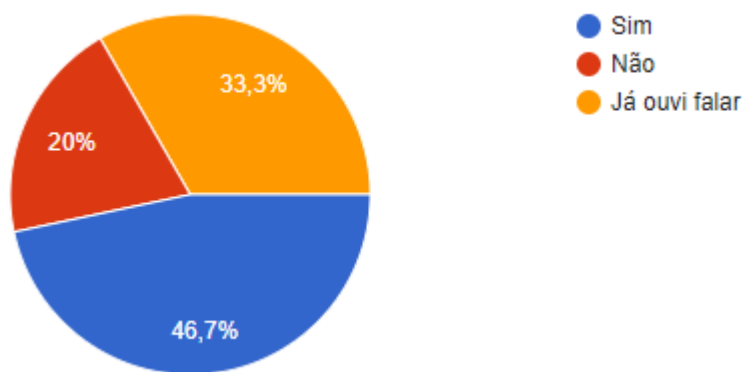


Gráfico 7: Quantidade de empreendedoras que conhecem o Sebrae
Fonte: Dados da pesquisa

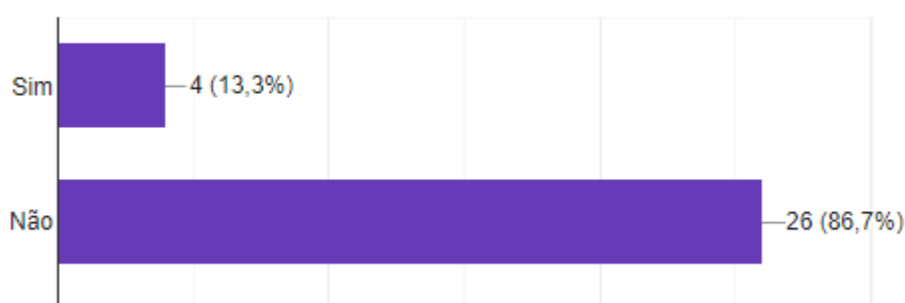


Gráfico 8: Participação em algum programa do Sebrae
Fonte: Dados da pesquisa

Em uma breve análise quanto a classificação dos programas ofertados pelo Sebrae, a pesquisa aponta que das 4 empreendedoras que participaram, todas os julgaram como “Muito bom”.

Ainda na pesquisa, as empreendedoras foram orientadas a indicar quais são as três principais características que consideram necessárias para empreender (**Gráfico 9**), e as mais citadas foram conhecimento, aperfeiçoamento constante e perseverança com 66,7% do total de respostas, seguido por coragem, habilidade e persistência referente a 26,7%.

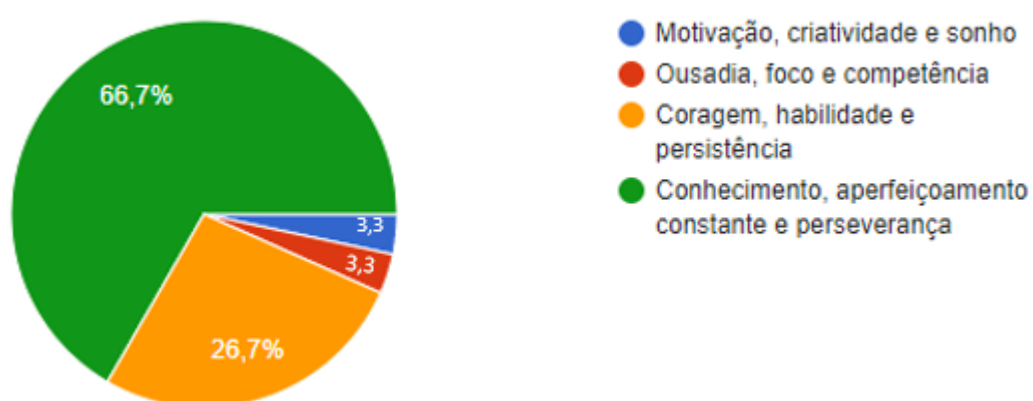


Gráfico 9: Principais características necessárias para empreender
Fonte: Dados da pesquisa

5 Conclusões e recomendações para novos estudos

O empreendedorismo feminino tem se tornado um grande destaque nos estudos de empreendedorismo no Brasil devido a sua relevância para o tema. Apesar da maior participação das mulheres no mercado de trabalho e sua atuação como empreendedoras (GEM, 2019), ainda existe um desequilíbrio nas oportunidades dadas a elas em comparativo aos homens, pois ainda se tem uma visão, de forma geral, de que as mulheres são gestoras do lar apenas. Desta forma, a administração dos dois lados da vida, profissional e pessoal, tem sido difícil para elas (Teixeira & Bomfim, 2016)

O objetivo deste trabalho foi investigar ou entender as motivações para o empreendedorismo feminino na cidade do Rio de Janeiro e os desafios enfrentados para abertura e permanência do empreendimento, do ponto de vista das empreendedoras, com o intuito de identificar a relevância da desigualdade salarial no mercado de trabalho formal na decisão de empreender. A pesquisa evidenciou tais motivações e desafios permitindo o alcance do objetivo do estudo, através de um questionário composto por 29 perguntas realizadas a 30 empreendedoras.

Os resultados obtidos a partir da coleta de dados vão ao encontro com os estudos realizados anteriormente por outros autores, em grande parte. Em 2019, o relatório do GEM, apontou que construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta estava entre os principais motivos para empreender e na pesquisa realizada por este trabalho a opção foi a mais escolhida pelas empreendedoras entrevistadas.

O estudo ainda identificou que grande parte das empreendedoras já passaram pelo mercado de trabalho formal e não eram bem remuneradas de acordo com o seu desempenho igual ou superior aos homens da empresa e, constata-se que a inserção no empreendedorismo feminino permitiu que as mulheres alcançassem uma renda maior.

Esperava-se que o estudo apresentasse que há uma grande desigualdade salarial entre homens e mulheres no mercado de trabalho formal, entretanto o resultado nesta amostra não foi determinante para confirmação da nossa hipótese de que a busca pelo empreendedorismo seja uma maneira para se enfrentar essa questão de desigualdade, tendo em vista que a pesquisa teve mais mulheres que tiveram o mesmo salário que os homens, quando trabalharam no mercado de trabalho formal, embora 11 destas, 36,7% da amostra, tenham recebido um salário

menor que o dos homens, demonstrando um forte indício que este fator seja incentivo para empreenderem. Essa diferença salarial entre homens e mulheres ainda é presente em nossa sociedade, mas vem sofrendo redução a partir de algumas mudanças implementadas por gestores mais informados quanto a importância de se igualar os salários, até mesmo como forma de motivar os seus funcionários.

Outra possibilidade é que a desigualdade esteja mais perceptível em cargos de média a alta gerência dentro de empresas, e conclui-se que a amostra analisada não foi suficiente para identificação desse problema de forma abrangente. Desta forma, é necessário que uma amostra maior seja analisada com mais variações de cargos exercidos antes de empreender e com diversidade de cor-raça para alcançar uma melhor conclusão sobre a permanência ou não, em grande escala, da desigualdade salarial.

O presente estudo conclui que os desafios enfrentados pelas empreendedoras são norteados exclusivamente pelo fato de serem mulheres, como por exemplo a dupla jornada que dificulta a conciliação da vida pessoal e profissional e, ainda o preconceito através da discriminação e a falta de oportunidades e incentivos.

Nota-se que há muitos incentivos governamentais e de outras instituições/entidades em nosso país, entretanto o resultado desses incentivos não refletem nas empreendedoras entrevistadas, tendo em vista que todas elas informaram não ter tido esse suporte em seus empreendimentos. A falta de divulgação desses programas pode ser um fator para o baixo número de participação, de acordo com o grupo entrevistado, bem como o conteúdo dos programas não falam as suas reais necessidades de empreender já que as mais citadas foram conhecimento, aperfeiçoamento constante e perseverança com 66,7% do total de respostas (**Gráfico 9**).

Por fim, embora a desigualdade salarial entre homens e mulheres não tenha sido apontada pela maioria das entrevistadas, 11 destas afirmam ter percebido essa diferença, o que equivale a 42,3% da amostra, possibilitando identificar que a busca por uma renda melhor do que a aplicada pelo mercado, é relevante para a decisão das mulheres empreenderem.

5.1. Sugestões e recomendações para novos estudos

Diante do estudo realizado, as sugestões e/ou recomendações para os próximos estudos acerca do tema é que considere identificar quais as formas de divulgação utilizadas pelo governo e/ou entidades que realizam programas de incentivos a empreendedores, com o intuito de entender se os meios utilizados são suficientes para atingir o maior número de beneficiários possível, bem como avaliar se os conteúdos dos programas atendem as reais necessidades das empreendedoras, já que 66,7% entendem que conhecimento, aperfeiçoamento constante e perseverança são características necessárias para empreender. Além disso, sugere-se realizações de novas pesquisas com grupos de estudo maiores, de forma a identificar se os desafios para empreender são recorrentes em diferentes estudos, com o objetivo de buscar soluções a serem implementadas posteriormente.

Recomenda-se ainda, que as instituições de ensino fomentem o desejo de empreender em seus alunos, porém não esquecendo de passar conhecimentos básicos, como por exemplo a gestão e controle do negócio, conhecimento financeiro e planejamento, tendo em vista que o presente estudo aponta que estas são as principais dificuldades citadas pelas empreendedoras.

Por fim, é recomendado a continuidade de estudos voltados ao empreendedorismo feminino que tem grande relevância para a economia brasileira e também para a sociedade, onde mulheres vencedoras inspiram outras mulheres a empreender e não dependerem de terceiros.

6 Referências Bibliográficas

ARAUJO, A. L. Desigualdade salarial entre gêneros ainda é um problema no Brasil. *Correio Braziliense*. 23 maio, 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/euestudante/trabalho-e-formacao/2021/05/4926384-desigualdade-salarial-entre-generos-ainda-e-um-problema-no-brasil.html>; Acesso em: 30 de agosto. 2022.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: [Constituição \(planalto.gov.br\)](http://planalto.gov.br); Acesso em: 01 de julho de 2022.

CRISTALDO, H. Brasil registra 78ª posição em ranking sobre igualdade de gênero. Agência Brasil. 08 de março, 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-03/brasil-registra-78a-posicao-em-ranking-sobre-igualdade-de-genero>; Acesso em: 03 de outubro, 2022.

Data Sebrae. Empreendedorismo feminino no RJ. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/empreendedorismo-feminino-no-rj/>; Acesso em: 11 de outubro, 2022.

DOLABELA, Fernando. Oficina do Empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 9788575424032 _____. O Segredo de Luísa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. ISBN 97885754233873

DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando idéias em negócios. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 9ª reimpresão. ISBN 853521500X

FRANCO, Jose oliveira. Cargos, Salários e Remuneração. Curitiba: IESDE

GIL, Antônio Carlos, 1946. Como elaborar projetos de pesquisa/Antônio Carlos Gil. – 4ª Ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2019/Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2020. 200 p.: il.

Great Place to Work. A Jornada das Mulheres no Mercado de Trabalho. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/2705/1560259698Relatrio_Ranking_Mulher_2019_v2.pdf; Acesso em 10 de setembro, 2022.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil - 2ª edição. Rio de Janeiro. 2018.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Divulgação Especial Mulheres no Mercado de Trabalho. 08 de março, 2019. Disponível em: https://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra

_de_Domicilios_continua/Estudos_especiais/Mulheres_no_Mercado_de_Trabalho_2018.pdf; Acesso em: 08 de outubro, 2022.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: Posição na Ocupação e Sexo. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <https://brasilensintese.ibge.gov.br/trabalho/posicao-na-ocupacao-e-sexo.html>; Acesso em: 24 de agosto, 2021.

LESKINEN, M.: “Educación una clave hacia la igualdad”, Revista Observatorio Social, núm. 5, 2004.

LINHARES, B. H. Divergência de Gênero: Um estudo sobre a participação feminino nos cargos de liderança das organizações. Rio de Janeiro, 2019. 38 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Departamento de Administração: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Ministério da Economia. Governo lança o Programa Crédito Brasil Empreendedor. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/principais-acoes-na-area-economica/acoes-2022/governo-lanca-o-programa-credito-brasil-empreendedor>; Acesso em: 24 de outubro, 2022.

Nações Unidas Brasil. Objetivo de Desenvolvimento Sustentável: 5- Igualdade de gênero. 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/5>; Acesso em: 24 de agosto, 2022.

Nações Unidas Brasil. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>; Acesso em: 24 de agosto, 2022.

OLIVEIRA, B. Empreendedorismo Feminino: desafios, adaptações e motivações no período de pandemia no Brasil, na cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2021. 28 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Departamento de Administração: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

OLIVEIRA, N. Pesquisa do IBGE mostra que mulher ganha menos em todas as ocupações. Agência Brasil. 08 de março, 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-03/pesquisa-do-ibge-mostra-que-mulher-ganha-menos-em-todas-ocupacoes>; Acesso em: 07 de outubro, 2022.

ONU Mulheres. Empoderamento Econômico. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/areas-tematicas/empoderamento-economico/>; Acesso em: 24 de agosto, 2022.

ONU Mulheres. Sobre a ONU Mulheres. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.onumulheres.org.br/onu-mulheres/sobre-a-onu-mulheres/>; Acesso em: 24 de agosto, 2022.

PONTES, Benedito R. Administração de Cargos e Salários. São Paulo: LTR, 2000

PORFÍRIO, Francisco. "Desigualdade de gênero"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/desigualdade-de-genero.htm>; Acesso em: 03 de julho de 2022.

PROBST, Elisiana Renata. A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho. Revista de Ciências Humanas, Viçosa, v. 16, n. 1, p. 42-56, jan./jun. 2016.

Sebrae. Caixa pra elas Empreendedoras. 2022. Disponível em: <https://cloud.cliente.sebrae.com.br/caixapraelas>; Acesso em: 25 de outubro, 2022.
Sebrae. Empreendedorismo e sua missão: criar vagas e gerar renda. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreendedorismo-e-sua-missao-criar-vagas-e-gerar-renda,19866a1e2e483810VgnVCM100000d701210aRCRD>; Acesso em: 11 de outubro, 2022.

Sebrae. Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade? 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>; Acesso em: 24 de outubro, 2022.

Sebrae. Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>; Acesso em: 24 de outubro, 2022.

SIMAS, I. S. C. Comportamento Empreendedor Feminino entre Jovens Estudantes do Ensino Superior: Estudo Exploratório na Cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017. 63 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Departamento de Administração: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Teixeira, R. M, & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 10(1), 44-64.

VERGARA, Sylvia C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2016.

Anexo 1

Este anexo, contém o formulário da pesquisa realizada com as empreendedoras.

1 - Qual é o tipo do seu empreendimento?*

2 - Há quanto tempo o empreendimento está ativo? *

-Até 6 meses

-6 meses a 2 anos

-2 anos e um mês a 5 anos

-Acima de 5 anos

3 - Possui 1 ou mais empregados em seu negócio? *

-Sim

-Não

4 - Qual é o seu rendimento médio mensal atualmente? *

-Até 1 salário mínimo

-2 a 3 salários mínimos

-3 a 4 Salários mínimos

-Acima de 5 salários mínimos

5 - Já trabalhou no mercado de trabalho formal (Carteira assinada)? *

-Sim

-Não

6 - Já sofreu algum preconceito no mercado de trabalho por ser mulher? (no emprego e/ou em processo seletivo) *

-Sim

-Não

7 - Como você identifica a cor da sua pele? *

-Branca

-Preta

-Parda

-Outra: _____

8 - Caso não se considere da cor branca, já percebeu preconceito pela cor da sua pele? *

-Sim

-Não

-Me considero branca

9 - Qual é a sua faixa etária? *

- 16 a 20 anos
- 21 a 25 anos
- 26 a 30 anos
- 31 a 35 anos
- 36 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- Acima de 50 anos

10 - Qual é o seu estado civil? *

- Solteira
- Casada
- Outros: _____

11 - Possui filhos ou enteados que estão sob sua responsabilidade? *

- Nenhum
- Um
- Dois
- Três
- Quatro
- Cinco ou mais

12 - Como é o sustento da casa? *

- Moro sozinha e sou responsável pelas contas
- Moro com familiares e as contas são divididas
- Moro com familiares e pago as contas sozinha

13 - Caso tenha filhos ou enteados sob sua responsabilidade, já percebeu preconceito no mercado de trabalho por isso? *

- Sim
- Não
- Não tenho filhos ou enteados

14 - Caso já tenha trabalhado no mercado de trabalho formal, seu salário era o mesmo dos homens que desempenhavam as mesmas funções que você?*

- Sim
- Não
- Não trabalhei

15 - Caso já tenha trabalhado no mercado de trabalho formal, seu desempenho em comparação com o dos homens que desempenhavam as mesmas funções que você, era: *

- Menor
- Maior

-Igual

-Não trabalhei

16 - Caso já tenha trabalhado no mercado de trabalho formal e considerou seu desempenho MENOR em comparação aos homens em VIRTUDE DE: *

-Os afazeres domésticos impossibilitaram meu desempenho no trabalho

-Sofria preconceito por parte dos homens da equipe

-Sofria preconceito por parte da chefia

-Não se aplica

-OUTROS _____

17 - Você contou com o apoio de alguma instituição/entidade ou órgão governamental para abrir seu negócio? Se "Sim", qual (is)? *

-Sim: _____

-Não

18 - Ao trabalhar no mercado formal, qual era a sua renda média mensal? *

-Até 1 salário mínimo

-2 a 3 salários mínimos

-3 a 4 salários mínimos

-5 salários mínimos ou mais

-Não trabalhei formalmente antes de empreender

19 - Quais fatores lhe fizeram abrir seu próprio negócio? * *(neste caso, pode marcar mais de uma)*

Falta de emprego

Saída do mercado formal

Vocação (desejo de empreender)

Obter uma renda melhor

Flexibilidade de tempo para conciliar com minha vida pessoal

Outro: _____

20 - Dentre as opções acima, qual foi o motivo principal da sua ida ao empreendedorismo? *

-Falta de emprego

-Saída do mercado formal

-Vocação (desejo de empreender)

-Obter uma renda melhor

-Flexibilidade de tempo para conciliar com minha vida pessoal

-Outro: _____

21 - Quais foram as principais dificuldades enfrentadas para abertura do seu empreendimento? *

22 - Você acredita que essas dificuldades possam ter alguma relação com seu gênero e/ou cor-raça? *

-Sim: Quais? _____

-Não

23 - Quais os principais desafios/obstáculos que você enfrenta hoje na gestão do seu negócio?*

24 - Você percebe dificuldade em conciliar o trabalho e a vida familiar? Se "Sim", qual(is)? *

-Sim: Quais? _____

-Não

25 - Do seu ponto de vista, quais são as 3 principais características necessárias para empreender? *

-Motivação, criatividade e sonho

-Ousadia, foco e competência

-Coragem, habilidade e persistência

-Conhecimento, aperfeiçoamento constante e perseverança

-Outras: _____

26 - Você conhece o SEBRAE, entidade que oferece capacitação, acesso ao crédito e educação empreendedora? *

-Sim

-Não

-Já ouvi falar

27 - Já participou de algum dos programas do SEBRAE voltados para as mulheres empreendedoras? Se "Sim", qual(is)? *

-Sim: Quais? _____

-Não

28 - Caso já tenha participado dos programas do SEBRAE como o classifica?*

-Muito bom

-Bom

-Regular

-Deficiente

-Muito deficiente

-Não participei

29 - Caso tenha algo mais a falar que não tenha sido abordado nesta pesquisa, por favor descreva abaixo:
