



Diciembre 2017 - ISSN: 1988-7833

A ATIVIDADE EMPREENDEDORA COMO FERRAMENTA DE EMPODERAMENTO FEMININO: DESAFIOS E POSSIBILIDADES NA CONTEMPORANEIDADE

Adriana de Oliveira Vasconcellos Dandolini¹
Fábio Lopes Alves²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Adriana de Oliveira Vasconcellos Dandolini y Fábio Lopes Alves (2017): "A atividade empreendedora como ferramenta de empoderamento feminino: desafios e possibilidades na contemporaneidade", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (octubre-diciembre 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/ccss/2017/04/empoderamento-feminino.html>

RESUMO

O presente artigo problematiza as relações de gênero contemporâneas na perspectiva da mulher empreendedora, buscando a compreensão do empreendedorismo como ferramenta de empoderamento feminino. Trata das dimensões do empoderamento feminino, do empreendedorismo e da relação mulher na atividade empreendedora. O objetivo principal centra-se na identificação e compreensão do empreendedorismo como ferramenta de empoderamento feminino na atualidade. A metodologia utilizada no presente artigo foi levantamento bibliográfico a partir da perspectiva de gênero.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; empoderamento; gênero; mulher; mercado de trabalho.

ABSTRACT

This article discusses contemporary gender relations from the perspective of the entrepreneurial woman, seeking the understanding of entrepreneurship as a tool for female empowerment. It addresses the dimensions of women's empowerment, entrepreneurship, and the relationship of women to entrepreneurship. The main objective is to identify and understand entrepreneurship as a tool for women's empowerment today. The methodology used in this article was a bibliographical survey from a gender perspective.

Key words: female entrepreneurship; empowerment; gender; woman; job market.

INTRODUÇÃO

O aumento da participação feminina junto ao cenário do empreendedorismo chegou ao seu ápice nas últimas décadas. No estado do Paraná, em 1993, 20% (vinte por cento) das micro e pequenas empresas eram dirigidas por mulheres (MACHADO, 2002). Atualmente, das 500 (quinhentas) mil micros e pequenas empresas em funcionamento, 30% (trinta por cento) delas está sendo gerida por mulheres (SEBRAE/PR, 2015).

Neste sentido, em atenção ao referido fenômeno social, o presente artigo tem como objetivo geral realizar uma análise sobre o empreendedorismo feminino contemporâneo, elencando diversas

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação "Strictu Sensu", nível de Mestrado, em Sociedade, Cultura e Fronteira pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), 2016 - 2018. E-mail: adv.adriana.vasconcellos@gmail.com

² Doutor em Ciências Sociais, orientador do trabalho.

pesquisas acadêmicas e referenciais teóricos sobre o tema, analisando, numa perspectiva de gênero, a problemática do empoderamento feminino na sociedade.

Os objetivos específicos tratam da abordagem dos conceitos de empoderamento, empoderamento feminino e suas dimensões, elencando-se a hipótese do empreendedorismo ser uma ferramenta de empoderamento na atualidade conforme amplamente debatido por alguns autores (KLEBA e WENDAUSEN, 2009; MOREIRA et. al, 2012; LÉON, 2013). Aborda-se, ainda, o conceito empreendedorismo e autores da referida área (DORNELAS, 2008; DOLABELA, 1999; DEGEN, 1989; FILLION, 1998), no intuito de compreender bem a atividade empreendedora e sua importância, a fim de contextualizar o empreendedorismo feminino brasileiro na atualidade.

Os principais referenciais teóricos são, na área de gênero, Beauvoir (1970); Touraine (2007), Lipovetsky (2000) e Goldenberg e Toscano (1992); na área de empreendedorismo, Dornelas (2008), Dolabela (1999), Degen (1989) e Fillion (1998) e na questão de empoderamento Kleba e Wendausen (2009), Moreira et al (2012) e Léon (2013).

O tema do texto é a análise do empreendedorismo como ferramenta de empoderamento feminino na sociedade contemporânea. A metodologia utilizada no presente artigo foi estudo bibliográfico.

1) O empoderamento feminino e suas dimensões

Segundo o dicionário (FERREIRA, 2010), o verbo “empoderar” significa dar ou adquirir poder sendo que o empoderamento seria o “ato” ou o “efeito” de dar o poder a outrem. Já a Organização Mundial de Saúde define o termo “empoderamento” como “um processo social, cultural, psicológico ou político através do qual indivíduos e grupos sociais tornam-se capazes de expressar suas necessidades, explicitar suas preocupações, perceber estratégias de envolvimento na tomada de decisões e atuar política, social e culturalmente para satisfazer suas necessidades” (MOREIRA et. al, 2012, p. 407).

Nesse sentido, Martins (2003) ressalta que a palavra empoderamento vem do termo da língua inglesa “empowerment”, traduzido e ampliado para a língua espanhola e portuguesa (empoderamiento):

Pelo seu prefixo, empoderar denota ação, sendo que na acepção atual, o empoderamento implica na conversão de um sujeito em agente ativo, em meio a processos que variam de acordo com situações específicas concretas. (2003: 169)

Costa conceitua empoderamento como um “mecanismo pelo qual as pessoas, as organizações, as comunidades tomam controle de seus próprios assuntos, de sua própria vida, de seu destino, tomam consciência da sua habilidade e competência para produzir e criar e gerir” (2000, p. 42).

Kleba e Wendausen (2009), por sua vez, apontam para o cuidado que se faz necessário para clarificar o termo no sentido de identificar os limites e possibilidades atrelados ao seu emprego, muito além do conceito simples elencado no dicionário, como o ato ou efeito de dar poder a outrem.

Assim, o termo “empoderamento” pode ser traduzido no contexto de “fortalecimento”, sendo que no Brasil pode ser empregado em dois sentidos, sendo o primeiro que se refere às ações de promoção de integração dos excluídos, por meio de programas assistencialistas, através do serviço público, onde o empoderamento é fornecido a grupos ou pessoas por uma entidade e/ou instituição externa (como o conceito literal simples trazido pelo dicionário) e o segundo, em sentido muito mais amplo e significativo que “se refere ao processo de mobilizações e práticas que objetivam promover e impulsionar grupos e comunidades na melhoria de suas condições de vida, aumentando sua autonomia”, promovidos pelos próprios integrantes deste meio, onde eles se empoderam a si mesmos (KLEBA e WENDAUSEN, 2009, p. 735).

Neste artigo, o termo empoderamento será analisado a partir da segunda perspectiva trazida por Kleba e Wendausen (2009), ou seja, onde o termo é designado para traduzir o conceito de um processo de melhorias reivindicado pelos próprios indivíduos.

As relações de poder podem ser identificadas em três níveis, interdependentes, em diferentes dimensões da vida social: o empoderamento pessoal ou psicológico; o empoderamento grupal ou organizacional e o empoderamento estrutural ou político (KLEBA E WENDAUSEN, 2009).

O empoderamento pessoal se trata de um processo individual que possibilita a autoconfiança do indivíduo, onde se torna senhor do próprio destino, independente, influente no próprio meio, onde o ser humano muda sua mentalidade “a partir da percepção do sujeito das próprias forças”:

A experiência do empoderamento psicológico ocorre quando a pessoa vivencia seu poder em situações de carência ou de ruptura. Através dessa vivência, ela reconhece não apenas recursos e possibilidades pessoais ou coletivas, mas também sua capacidade em sair de uma posição de impotência e resignação, muitas vezes pré-determinada por um script social, convertendo esse conhecimento em ação social e na conformação de seu entorno. Além de fortalecer suas competências, a pessoa desenvolve novas habilidades para enfrentar em seu cotidiano incertezas, adversidades e situações de risco. (KLEBA e WENDAUSEN, 2009: 739)

Martins (2003, p. 170) traduz o empoderamento individual como sendo o potencial que cada pessoa tem de cuidar de si mesma, sendo sujeito do seu próprio desenvolvimento.

Já o empoderamento grupal ou organizacional desencadeia ações coletivas, apoio mútuo entre seus membros (emocional; material; cognitivo), práticas solidárias e de reciprocidade, promovendo um sentimento de pertencimento aos seus membros:

Quatro características básicas são encontradas nas organizações empoderadoras: crer em seus membros, proporcionando um clima de crescimento e confiança; propiciar um sistema de liderança compartilhada que beneficie tanto as pessoas como a organização; oferecer oportunidade de exercício de múltiplos papéis e oferecer apoio social. Uma organização empoderada é aquela que trabalha em rede, influencia políticas, alcança suas metas, desenvolve formas para aumentar sua efetividade etc. (Silva e Martínez, 2004). (KLEBA e WENDAUSEN, 2009: 740)

Sobre o empoderamento estrutural ou político, Kleba e Wendausen (2009) defendem que referido empoderamento seria uma redistribuição do poder político, onde pessoas ou grupos renunciam a posição de dominação para participar democraticamente do poder político de decisão, favorecendo a participação social desses indivíduos:

A prática do empoderamento político prevê a saída das pessoas de uma situação de resignação e impotência e sua reapropriação de poder; o ganho de força em prol de projetos coletivos de auto-organização; o desenvolvimento de instrumentos eficazes para o engajamento de cidadãos. (2009: 740)

A construção do empoderamento em seus diversos sentidos e dimensões advém de diversas origens, na luta pela conquista de direitos civis, destacando-se aqui a luta do movimento feminista, que buscou uma participação real da mulher dentro da democracia, promovida pelas próprias mulheres (KLEBA E WENDAUSEN, 2009).

Ainda, León (2013) também adere ao posicionamento trazido por Kleba e Wendausen (2009) onde trata do conceito de empoderamento como um processo de mobilização e prática articulada pelo esforço do próprio indivíduo:

El empoderamiento no es un bien que se pueda donar, es un proceso dinámico del que la propia gente es protagonista mediante sus esfuerzos individuales y colectivos. No hay una fórmula mágica o receta para el empoderamiento, y no es un proceso lineal con un inicio y un fin definidos de manera igual para las diferentes mujeres o grupos de mujeres. El proceso puede estar lleno de altibajos, rodeos y barreras. Es diferente para cada individuo o grupo según su contexto e historia, y según la localización de la subordinación en lo personal, familiar, comunitario, nacional, regional y global. (2013: 07)

Costa esclarece que o termo “empoderamento” passou a ser usado pelo movimento de mulheres ainda na década de 1970, onde compreendia “a alteração radical dos processos e estruturas que reduzem a posição de subordinada das mulheres como gênero” (2000, p. 42).

Sobre o empoderamento feminino, se destaca o entendimento de León (2013) sobre a visão feminista do empoderamento como sendo um processo de emancipação feminina, sendo uma ferramenta de transformação de estruturas:

La visión feminista vio el empoderamiento como la vía para satisfacer necesidades estratégicas de género, o sea, aquellas que se relacionan con la abolición de la división sexual del trabajo y remoción de formas institucionalizadas de discriminación. Es decir, el empoderamiento como transformación de estructuras de subordinación. O sea, como un proceso de emancipación. (2013: 03)

Sardenberg (2009) complementa a visão de León (2013), afirmando que empoderamento é, respectivamente, “processo” e “resultado”, sendo que os objetivos, no caso das mulheres, seriam:

1) questionar a ideologia patriarcal; (2) transformar as estruturas e instituições que reforçam e perpetuam a discriminação de gênero as desigualdades sociais; e (3) criar as condições para

que as mulheres pobres possam ter acesso – e controle sobre – recursos materiais e informacionais. (2009: 06)

Assim, o empoderamento das mulheres representa uma importante ameaça às relações patriarcais, uma vez que garante às mulheres a autonomia e controle das próprias decisões:

O empoderamento feminino está, então, relacionado ao fortalecimento dos atores sociais, considerando-se que a questão das desigualdades de gênero não se resume a carência ou precariedade de recursos, mas na falta de oportunidades sociais, políticas e econômicas, e exige uma expansão das capacidades humanas e das liberdades reais. Ou seja, o empoderamento das mulheres representa um desafio às relações patriarcais garantindo a elas autonomia para controlar o próprio corpo, a sua sexualidade, o seu direito de ir e vir, bem como um repúdio à violência, ao abandono e às decisões unilaterais masculinas que afetam a toda a família. (MAGESTE et al, 2008: 02)

Para Léon (2013), essa questão do empoderamento feminino frente aos homens, se alinha com os pensamentos de Sardenberg (2009) e Mageste et al (2008), no sentido de um “desempoderamento” do poder dominante masculino, que limita a capacidade sexual, corpos, bens materiais e participação feminina no mundo público.

Porém, Léon (2013) também assegura que o empoderamento feminino pode ser visto como empoderamento solidário aos homens, uma vez que divide o encargo atribuído ao gênero masculino como sendo o único provedor de alimento e responsável pelo sustento da família. Desta forma, para a autora, o empoderamento feminino também traz benefícios aos homens, garantindo, assim, a equidade entre os gêneros.

Melo e Lopes (2012) ressaltam, ainda, que as mulheres contemporâneas pretendem competir em situação de igualdade com os homens e não se assemelham com eles, fator este já demonstrado quando dissertado sobre a “pós-mulher”.

No contexto contemporâneo, a Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (ONU MULHERES, 2017) e o Pacto Global das Nações Unidas criaram os “Princípios de Empoderamento das Mulheres”, cuja ideia é orientar sobre a delegação de poder às mulheres no ambiente de trabalho, mercado de trabalho e comunidade. Atualmente, os sete princípios são:

1. Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível;
2. Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação;
3. Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa;
4. Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres;
5. Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing;
6. Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social.
7. Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero. (ONU MULHERES, 2017)

Lisboa (2008) salienta que o empoderamento se traduziria em um acréscimo de poder que permite o aumento da eficácia do exercício de cidadania, apontando três tipos de empoderamento: o social, o político e o psicológico:

O social refere-se ao acesso a certas “bases” de produção doméstica, tais como informação, conhecimento e técnicas, e recursos financeiros. Prevê o acesso à instituições e serviços e capacidade de influência à nível público. O político diz respeito ao processo pelo qual são tomadas as decisões; não é apenas o poder de votar, mas, principalmente, o poder da voz e da ação coletiva que importa; significa maior participação no âmbito político inclusive o acesso a ocupar cargos de representação e direção. O psicológico ou pessoal inicia com o despertar da consciência em relação à sua autonomia e desenvolvimento pessoal; envolve autoestima e auto-confiança; ter controle sobre a sua própria sexualidade, sobre a reprodução e sobre a sua segurança pessoal; decorre da consciência individual de força. (LISBOA, 2008: 03)

Portanto, após uma ampla análise dos conceitos, dimensões e tipos de empoderamento feminino dentro do contexto social contemporâneo, foi possível assimilar com mais profundidade sua importância e contexto. Assim, se passará, agora, a análise do empreendedorismo como ferramenta no auxílio do empoderamento da mulher no mercado de trabalho e sociedade.

2) A relação da mulher com o empreendedorismo

Com o aumento da participação feminina no mercado de trabalho brasileiro no final da década de 1970 e com a mudança do perfil destas trabalhadoras, que começaram a ter acesso à educação igualitária, houve uma significativa alteração no perfil econômico nacional, sendo que houve também uma mudança na configuração do próprio mercado de trabalho em si.

Bruschini e Puppini (2004) solidificam este panorama relatando a situação das mulheres executivas brasileiras, salientando, ainda, a ausência de equidade no que se refere às remunerações percebidas pelas mesmas:

Em suma, os dados revelam que, no Brasil, cerca de 24% dos cargos de diretoria são ocupados por mulheres, percentual mais elevado do que o esperado, à luz dos estudos sobre o trabalho feminino que enfatizam os obstáculos encontrados pelas trabalhadoras para ter acesso a cargos de chefia. Entretanto, os dados mostram também que esses cargos se concentram em áreas tradicionais femininas, como a social, a cultural e a da saúde. Ou seja, mesmo nos níveis mais elevados da carreira, as executivas brasileiras marcam presença sobretudo em tradicionais guetos femininos. Elas são mais jovens do que os diretores, estão há menos tempo do que eles na diretoria e predominam em empresas de maior porte. Tem nível superior de escolaridade, porém, apesar do alto cargo ocupado, recebem rendimentos inferiores aos de seus colegas diretores. (2004: 106-107)

Schiavani et al (2017) observam que as dificuldades econômicas e desemprego oportunizaram às pessoas outras chances de sair da crise, sendo que neste cenário muitas mulheres decidiram criar seus próprios negócios, aumentando assim, a participação de mulheres na posição de liderança.

Neste contexto também surge a figura do empreendedor, que segundo Dolabela (1999) é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito, sendo um sujeito que busca dedicar-se intensamente ao seu ofício para o sucesso de seu empreendimento.

O termo “empreendedor” vem da livre tradução da palavra francesa “entrepreneur” que significa “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Ainda, Joseph Schumpeter define o empreendedor como “aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”, se tratando de uma “destruição criativa” para a formação de riqueza do país, acionando e mantendo o motor capitalista (DORNELAS, 2008; DOLABELA, 1999; DEGEN, 1989).

Sobre a flexão de gênero no substantivo “empreendedor” para masculino ou feminino, Schiavani et al (2017) afirma que ela não existe, mas sim a sua conotação de gênero referente ao empreendedor: homem empreendedor e mulher empreendedora. Assim, as características empreendedoras seriam independentes do gênero em si, uma vez que podem pertencer a homens e mulheres.

Dornelas (2008), em um breve relato histórico sobre o empreendedorismo no tempo, traz o exemplo de Marco Polo como a primeira definição de empreendedorismo, quando tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente.

Na Idade Média, o termo “empreendedor” era atribuído ao gerenciador dos projetos de produção. Já no século XVII, o escritor e economista Richard Cantillon, foi um dos primeiros a diferenciar o empreendedor (que assumia riscos) do capitalista (que possuía o dinheiro). No século XVIII, a figura do capitalista e do empreendedor foi totalmente diferenciada, por conta da industrialização. Por fim, nos séculos XIX e XX os empreendedores foram frequentemente confundidos com gerentes e administradores, sendo que autores como Henry Fayol reformularam e complementaram o referido conceito, distinguindo o empreendedor por suas características e atitudes diferenciadas dos administradores. O destaque na produção científica da área também fica para David MacClelland, na década de 1960, onde define o empreendedor com um gerente das grandes organizações, diferentemente da definição atual (DORNELAS, 2008; DOLABELA, 1999; FILLION, 1998).

Fillion (1998), por sua vez, também traz a definição do empreendedor como sendo uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, que tem aptidão para detectar oportunidades de negócios e assume decisões moderadamente arriscadas, sendo, portanto, “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (1998, p. 19). O autor ainda conclui que “o campo do empreendedorismo pode ser definido como aquele que estuda os empreendedores”, examinando suas atividades, características e métodos usados para facilitar a expressão da atividade empreendedora (FILLION, 1998, p. 21).

Dornelas (2008, p. 23-24) também destaca características de empreendedores que vão além dos atributos do administrador, dentre elas: são visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e

constroem o próprio destino; são líderes e formadores de equipes; são organizados; são bem relacionados; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados e, por fim, criam valor para a sociedade.

Para Dornelas, a globalização, o avanço tecnológico e as novas invenções do século XX foram cruciais para a disseminação de empreendedores no mundo:

[...] Então, por que o ensino do empreendedorismo está se intensificando agora? O que é diferente do passado? Ora, o que é diferente é que o avanço tecnológico tem sido de tal ordem, que requer um número muito maior de empreendedores. A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, de forma que hoje existe a necessidade de se formalizarem conhecimentos, que eram apenas obtidos empiricamente no passado. Portanto, a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não é apenas um modismo. A competição na economia também força novos empresários a adotar paradigmas diferentes. (2008: 06)

Neste contexto, também surge o projeto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), no ano de 1997, sendo uma ferramenta criada por iniciativa do Babson College, nos Estados Unidos e da London Business School da Inglaterra com o objetivo de organização de pesquisas para medir a atividade empreendedora dos países e seu relacionamento com o desenvolvimento econômico. (DORNELAS, 2008, p. 13)

O Brasil participa deste projeto desde o ano de 2000 e a pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) que conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

No Brasil, o empreendedorismo começou a se desenvolver a partir da década de 1990, juntamente com entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) (DORNELAS, 2008; TANURE, 2014; SCHIAVANI et al, 2017; DOLABELA, 1999).

Dornelas (2008) destaca, ainda, a disseminação de empreendedorismo no Brasil nos anos de 1999 e 2000, após a explosão de criação de empresas virtuais, com o advento da Internet, o que estimulou o crescimento de pequenas empresas entre jovens empreendedores e também a evolução da legislação brasileira em prol das micro e pequenas empresas (Lei da Inovação, instituição do Simples, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, o Programa Empreendedor Individual).

A pesquisa realizada pelo GEM no ano de 2015, no Brasil, revela que entre os empreendedores iniciais a proporção de homens e mulheres é praticamente a mesma, 51% (cinquenta e um por cento) e 49% (quarenta e nove por cento) respectivamente. Já entre os empreendedores estabelecidos, os homens são em maior número do que as mulheres, sendo na proporção de 56% (cinquenta e seis por cento) e 44% (quarenta e quatro por cento), respectivamente (GEM, 2015)³.

Sobre a importância da atividade empreendedora, Degen (1989, p. 09), inspirado em Schumpeter, destaca que se trata do melhor recurso para solucionar os problemas socioeconômicos do país, através da livre iniciativa, para a produção criativa de bens e serviços.

3) O empreendedorismo como ferramenta de empoderamento

Alguns países como Estados Unidos, Canadá, Finlândia e Noruega são pioneiros no incentivo à participação feminina nas micros e pequenas empresas, seguidos por Japão e Alemanha. Na Austrália também existem programas especiais para ajudar jovens a se tornarem empreendedoras, exemplo este seguido pela Coreia, Espanha e Rússia, inclusive com o fomento de crédito e leasing para aquisição de equipamentos (MACHADO, 2002, p. 58-59).

Na América Latina, segundo o estudo realizado por Bruneau e Machado (2006) que analisou os indicadores de empreendedorismo do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) nos períodos 2000 a 2005, com os países da América Latina (participantes do GEM) que foram comparados com o grupo de países mais industrializados (G-7), pertencentes à União Européia (G-7U), é possível verificar que “as taxas de empreendedorismo por necessidade são maiores do que as taxas de empreendedorismo por oportunidade, quando comparadas com países com maior desenvolvimento econômico”. Para este fato, as autoras ressaltam que as diferenças encontradas são em grande parte devidas à ausência de políticas públicas nos países da América Latina, visando

³ A referida pesquisa classifica os empreendedores novos como aqueles que administram e são proprietários de um novo negócio que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três e menos de 42 meses. Já os empreendedores estabelecidos seriam os que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, gerou pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses (3,5 anos).

incentivar o empreendedorismo (2006, p. 22), inclusive o empreendedorismo feminino, diferentemente do que ocorre nos países mais desenvolvidos citados anteriormente.

No que se refere às mulheres empreendedoras da América Latina, Jonathan (2003) afirma que:

[...] as mulheres empreendedoras da América Latina e do Caribe compartilham muitas características com outras empreendedoras, independentemente da nacionalidade. Além da semelhança quanto aos tipos de negócio mantidos, há semelhanças em relação aos desafios e questões enfrentados pelas empreendedoras para fazer seus negócios crescerem, tais como o acesso à informação, à tecnologia, ao crédito/capital e às redes sociais. (JONATHAN, 2003: 373-374)

Alperstedt et al (2013, p. 223) esclarece que a atividade empreendedora por si só já possui diversos obstáculos, mas que os mesmos se tornam ainda maiores quando se trata de empreendedorismo feminino, devido a construção histórica atrelada ao gênero, como por exemplo, a dificuldade de inserção em alguns setores de atuação tidos como carreiras masculinas, o conflito “trabalho-família” e a influência da família (ou cônjuge) na decisão de empreender.

A multiplicidade de papéis assumidos pelas mulheres torna o sucesso do empreendimento muito mais desafiador do que para os homens (FERNANDES, CAMPOS e SILVA, 2013; JONATHAN, 2003).

Cramer, Cappele e Silva (2014) destacam, ainda, que além destas dificuldades, também existe um sentimento de “culpa” que permeia as relações das mulheres entre a família e o trabalho:

[...] Percebe-se, com isto, que a mulher vivencia um processo ambíguo, porque precisa desenvolver habilidades que, às vezes, são opostas, como sensibilidade e frieza, por exemplo. Além disso, as mulheres elaboram um sentimento de culpa alimentado pela família e por elas próprias, em função da necessidade de abrirem mão do tempo destinado à convivência com a família e de suas tarefas de “mãe” e “esposa” para se dedicarem aos negócios. (2014: 02)

Alperstedt et al (2013) revelam outra dificuldade encontrada por meio relatório do GEM que no ano de 2010 constatou que 25% (vinte e cinco por cento) das mulheres acreditam que eram tratadas de forma diferente pelas instituições financeiras, pois necessitavam da aprovação do cônjuge para viabilizar o financiamento.

Sob uma ótica mais otimista, em que pese as dificuldades das mulheres atreladas a questão de gênero, Jonathan (2003) revela que no contexto brasileiro, no setor de tecnologia, as mulheres têm desconstruído os estereótipos e preconceitos, uma vez que recentes estudos demonstram que é crescente o número de mulheres brasileiras que têm alcançado altos níveis de gerência. Entretanto, a autora também observa que o mesmo não ocorre com a porcentagem de mulheres donas de empresas de alta tecnologia.

No estado do Paraná, segundo dados fornecidos pelo SEBRAE, existem, atualmente, 500 (quinhentas) mil micros e pequenas empresas, sendo que as mulheres estão à frente de 30% (trinta por cento) delas (SEBRAE/PR, 2015).

Interessante aqui apontar duas citações já abordadas feitas, a primeira realizada por Costa (2000, p. 42) quando afirma que o empoderamento é um mecanismo no qual “as pessoas [...] tomam consciência da sua habilidade e competência para produzir e criar e gerir” e a segunda feita por Fillion (1998, p. 19) para descrever o empreendedor como “uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Assim, traçando um paralelo entre os dois conceitos formulados por dois autores diferentes para definir coisas diversas (empoderamento e empreendedorismo) é possível perceber que ambos perpassam entre si, principalmente no que se refere à “produção/criação/gestão” e “imaginação/desenvolvimento/realização”.

Jonathan destaca que as empreendedoras parecem encontrar um caminho para sustentar seu equilíbrio pessoal e obter satisfação, uma vez que conciliando afeto e trabalho, produção e reprodução, alcançam o bem-estar subjetivo:

[...] sentir bem-estar subjetivo significa experimentar a vida de forma positiva, julgando que há satisfação com diferentes domínios da experiência vivida tais como o self, o trabalho, a vida familiar, a saúde, o contato social, entre outros. Em jogo, portanto, a forma de lidar com a tensão ou o estresse associados aos diversos contextos da experiência vivida. (2003: 374)

A autora revela, ainda, que a maior satisfação dessas mulheres se deve a capacidade de ter seu próprio negócio, que, conseqüentemente, lhes atribui reconhecimento e poder de decisão, sendo possível, ainda o desenvolvimento de novas ideias. Assim, essas mulheres possuem autonomia, o que lhes proporciona um sentimento de auto-realização:

[...] Julgamos, então, que o trabalho realizado pelas empreendedoras constitui um espaço que favorece seu crescimento pessoal, na medida em que os desafios que enfrentam as induzem a desenvolver competências adequadas para lidar com eles. Por outro lado, quando os desafios começam a requerer pouco envolvimento e atenção é hora de ir em busca de novos desafios. Satisfação com a vida é resultante do processo dinâmico de adequação entre desafios e competências, entre forças externas e internas: quanto melhor a adequação, maior a satisfação. (JONATHAN, 2003: 375)

O fortalecimento dos movimentos feministas e empoderamento de mulheres a partir da década de 1970 entrou em sintonia com o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil e avanços científicos na área, sendo que expansão dos empreendedores chegou a atingir níveis simétricos no ano de 2015, entre homens e mulheres donos da própria empresa, como já exposto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste sentido, temos que as mulheres empreendedoras contemporâneas estão provocando uma verdadeira “revolução” no segmento empreendedor, assim como provocou o movimento feminista uma verdadeira “revolução das mulheres” que não tinham acesso aos seus direitos nos séculos e décadas passadas (GOLDENBERG E TOSCANO, 1992). Homens e mulheres foram afetados diretamente pela nova estruturação movida pelas mulheres em atividade empreendedora, impondo uma nova realidade social no mundo das micro e pequenas empresas, onde cerca de metade delas já está sendo gerida por mulheres, consoante apontado nas pesquisas já apresentadas.

Portanto, tendo em vista que o empoderamento se trata de um processo que possui diversas dimensões, tanto pessoal quanto organizacional e política, no intuito de fortalecer uma classe (KLEBA e WENDAUSEN, 2009), temos que a atividade empreendedora trazida no conceito de Degen (1989, p. 03) como sendo uma inovação de métodos, produtos e mercados, pode ser sim, traduzida como ferramenta para o empoderamento feminino na atualidade.

Assim, se conclui, a princípio e com base na literatura aqui exposta, que a emancipação feminina por meio do empoderamento tem como uma de suas ferramentas de expansão a atividade empreendedora feminina, trazendo às mulheres o controle de suas próprias decisões e destinos.

Na perspectiva atrelada ao gênero feminino, percebe-se que a liberdade exercida no poder de gestão pelas mulheres empreendedoras, donas de seu próprio negócio, acaba por garantir a independência e autonomia financeira destas mulheres, que são protagonistas de suas próprias profissões, culminando, assim, em seu empoderamento pessoal e revolução simbólica frente ao novo mercado de trabalho que se amolda.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D. et al. (2013) Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*. v. 16, n. 40, pp. 221-234.

BEAUVOIR, S. (1970) *O Segundo Sexo*. Difel, São Paulo.

BRUNEAU, J. e MACHADO, H. V. (2006) *Empreendedorismo nos países baseado nos indicadores do da América Latina Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. *Revista Panorama Socioeconômico*. Ano 24, nº 33, p. 18-25. Disponível em: < <http://panorama.utalca.cl/dentro/2006-dic/articulo2.pdf>> Acesso em 08 maio 2017 às 13:45.

BRUSCHINI, C; PUPPIN, A. C. (2004) Trabalho de mulheres executivas no Brasil no final do século XX. *Cadernos de Pesquisa*, v. 34, n. 121, jan./abr. 2004. pp. 105-138.

COSTA, A. A. (2000) Gênero, Poder e Empoderamento das Mulheres. Disponível em: <<http://www.neim.ufba.br/wp/wp-content/uploads/2013/11/textosapoio1.pdf>> Acesso em 09 maio 2017 às 14:50

CRAMER, L; CAPPELE, M. C. A.; SILVA, A. L. (2014) A inserção da mulher no mundo dos negócios: construindo uma identidade. Disponível em: <http://tupi.fisica.ufmg.br/michel/docs/Artigos_e_textos/A_mulher-e-o-mercado_de_trabalho/017%20-

%20A%20inser%E7%E3o%20da%20mulher%20no%20mundo%20dos%20neg%F3cios.doc> Acesso em 9 de maio 2017 às 13:45.

DEGEN, R. J. (1989) O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. McGraw-Hill, São Paulo.

DOLABELA, F. (1999) Oficina do Empreendedor. Editora, São Paulo.

DORNELAS, J. C. de A. (2008) Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Elsevier, Rio de Janeiro.

FERNANDES, J. A. T; **CAMPOS**, F. de; **SILVA**, M. O. da. (2013) Mulheres empreendedoras: o desafio de empreender. Disponível em: www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html. Acesso em 13 de março de 2017 às 20:35.

FERREIRA, A. B. de H. (2010) Dicionário da língua portuguesa. Positivo, Curitiba.

FILLION, L. J. (1998) Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, São Paulo. V. 35, n. 2, p. 05-08, abril/junho,.

GEM - BRASIL. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil*. Relatório Executivo 2015. Curitiba: IBQP.

GOLDENBERG, M; **TOSCANO**, M. (1992) A revolução das mulheres. Revan, Rio de Janeiro.

JONATHAN, E. G. (2003): "Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências." In: EGEPE – Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 2003, Brasília, UEM/UEL/UnB, pp. 41-53.

KLEBA, M. E.; **WENDAUSEN**, A. (2009) Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/sausoc/article/viewFile/29498/31358>>. Acesso em 08 maio 2017 às 17:56

LÉÓN, M. (2013) Poder y empoderamiento de las mujeres. Disponível em: <<https://mujeresforjadorasdedesarrollo.files.wordpress.com/2013/11/m-lec3b3n-versic3b3n-final-nov-10-2013.pdf>> Acesso em 08 maio 2017 às 10:20

LIPOVESTKY, G. (2000) A terceira mulher: permanência e revolução do feminino. Companhia das Letras, São Paulo.

LISBOA, T. K. (2008) O Empoderamento como estratégia de inclusão das mulheres nas políticas sociais Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: https://xa.yimg.com/kq/groups/23144148/190265816/name/LISBOA_O+empoderamento+como+estrat%C3%A9gia+de+inclus%C3%A3o.pdf. Acesso em 22 de nov de 2017 às 17:59

MACHADO, H. V. (2002) Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. Tese (doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. UFSC, Florianópolis.

MAGESTE, G. de S. et al. (2008) Empoderamento de mulheres: uma proposta de análise para as organizações. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EnEO548.pdf>> Acesso em: Acesso em 22 nov 2017 às 18:00.

MARTINS, C. H. B. (2003) Trabalhadores na reciclagem do lixo: dinâmicas econômicas, socioambientais e políticas na perspectiva de empoderamento. Tese (doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. UFRGS, Porto Alegre.

MELO, M. C. de O. L.; **LOPES**, A. L. M. (2012) Empoderamento de mulheres gerentes: a construção de um modelo teórico de análise. *Revista Gestão e Planejamento*, Salvador, v. 12, n. 3, p. 648-667.

Disponível em: < <http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/2346>>. Acesso em: 29 abril 2017 às 18:02

MOREIRA, N. C. et al. (2012) Empoderamento das mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família na percepção dos agentes dos Centros de Referência de Assistência Social. Disponível em: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.944.3748&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 13 de mar de 2017 às 14:05

ONU MULHERES. (2017) Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres>>. Acesso em 27 abril 2017 às 15:05

SARDENBERG, C. M. B. (2009) *Conceituando "Empoderamento" na Perspectiva Feminista*. NEIM/UFBA. (2009) Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20Perspectiva%20Feminista.pdf>>. Acesso em 08 maio 2017 às 13:45.

SCHIAVANI, C. V. et al. (2017) Elas no comando: a percepção de colaboradores sobre a liderança exercida por mulheres. *Revista Conbrad Maringá*, v.2, n.1, pp. 141-160.

SEBRAE-PR (2015). Disponível em: <<http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/artigos/Pequenos-Neg%C3%B3cios-no-Paran%C3%A1>> Acesso em 09 maio 2017 às 13:40.

TOURAINÉ, A. (2007) O mundo das mulheres. Vozes, Petrópolis/RJ.