

Empreendedorismo feminino: oportunidade ou necessidade?

RESUMO

O presente estudo teve o propósito de investigar os fatores que estimulam as mulheres da Região Administrativa de Ceilândia – Distrito Federal a empreender. Foi realizada uma pesquisa descritiva, de natureza quantitativa, utilizando-se de procedimentos estatísticos para análise. Os métodos adotados foram a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a pesquisa de campo. A amostra foi constituída por 40 empreendedoras que atendiam aos critérios definidos pelo pesquisador. Os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado. As empreendedoras pesquisadas atuam predominantemente nos setores de comércio e serviços e desenvolvem atividades diversificadas. Constatou-se que o principal motivo para a criação da empresa foi o desejo de ter o próprio negócio, seguido da identificação de oportunidade no mercado. Conclui-se que as empreendedoras pesquisadas empreendem predominantemente por oportunidade e não por necessidade, o que não confirma, no caso, dados da pesquisa GEM 2007.

Palavras - chave: Empreendedorismo feminino. Oportunidade. Necessidade.

1. INTRODUÇÃO

A integração mundial e a globalização têm gerado um crescimento significativo do trabalho feminino no Brasil. Muitas mulheres usam sua criatividade e características empreendedoras para criarem e conduzirem seu próprio empreendimento, construindo alternativa de inclusão ou permanência no mercado de trabalho. Neste sentido, é relevante que se conheça os reais fatores que estimulam as mulheres a assumirem os desafios e os riscos de constituírem o seu próprio negócio.

De acordo com a pesquisa realizada pela *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2007), as mulheres são mais de 50% da população brasileira e chefiam 1/3 das famílias. Representam 52% dos empreendedores do país, atuando em diversos setores e atividades.

O presente trabalho contribuiu para identificar se o empreendedorismo feminino existente na Região Administrativa de Ceilândia, no Distrito Federal, é motivado por oportunidade ou por necessidade.

A pesquisa buscou investigar os fatores que estimulam as mulheres a empreenderem, e teve como objetivos específicos, caracterizar empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade; identificar características do perfil das mulheres empreendedoras da Região Administrativa de Ceilândia, no Distrito Federal; analisar os fatores que as estimulam a criarem seu próprio negócio e identificar os desafios e dificuldades que encontram ao desenvolver as atividades em seus empreendimentos.

Ceilândia é uma região administrativa do Distrito Federal, situada a 26 quilômetros de Brasília. Possui mais de 600 mil habitantes, o que constitui aproximadamente 24 % da população do DF, do qual é o maior colégio eleitoral. Dessa população da região administrativa, 52% são de mulheres e 83% possuem renda até 10 salários mínimos. Ceilândia possui mais de 5 mil estabelecimentos comerciais e de 1,5 mil indústrias, além de 7 feiras permanentes, onde atuam mais de 3 mil feirantes. É também a região administrativa com maior número de entidades comunitárias (mais de 150), demonstrando um elevado índice de mobilização popular. Esta região administrativa surgiu a partir da Campanha de Erradicação de Invasões - CEI (daí o nome da cidade - Ceilândia), promovida pelo Governo

do Distrito Federal, a partir de 1971, em razão do grande número de favelados que surgia em torno da nova capital. (WIKIPÉDIA; GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, 2009)

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A definição de empreendedor evoluiu com o passar dos anos, à medida que a base econômica mundial mudava e tornava-se mais complexa. Desde sua origem, na Idade Média, quando era usada para se referir a ocupações específicas, a idéia de empreender foi reformulada e ampliada, incluindo conceitos atrelados com a pessoa e não com sua ocupação. A inovação, os riscos e a criação de riqueza são exemplos dos critérios que foram aprimorados na proporção que evoluía o estudo da criação de novos empreendimentos (HISRICH; PETERS, 2004).

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

Segundo esses autores, é constatado que milhões de empreendimentos são iniciados apesar da recessão, inflação, taxas de juros elevados, falta de infraestrutura, instabilidade econômica e a alta probabilidade de fracasso. Eles asseguram que “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudança na estrutura do negócio e da sociedade” (HISRICH; PETERS, 2004, p. 33).

O Global Entrepreneurship Monitor – GEM é o maior estudo já realizado sobre a atividade empreendedora, abrange mais de quarenta países e os dados levantados representam aproximadamente 95% do Produto Interno Bruto (PIB) e 2/3 da população mundial.

O Brasil ocupou o 13º lugar no ranking mundial de empreendedorismo realizado pelo GEM 2008, apresentando uma Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) de 12,02, ou seja, a cada 100 brasileiros, 12 realizavam alguma atividade empreendedora até o momento da pesquisa.

Na Pesquisa GEM 2008, o Brasil, pela primeira vez, ficou fora do grupo dos dez países com maiores taxas de empreendedorismo, situação gerada por causa da inserção de países que não participaram em edições anteriores e, que ocuparam posições entre os dez primeiros colocados no ranking por apresentarem taxas de empreendedorismo mais elevadas.

Segundo a Pesquisa GEM 2007, a taxa de empreendedorismo do brasileiro sempre foi superior a 10, sendo considerada uma das mais dinâmicas do mundo.

A TEA de 12,02 continua superior a 10, portanto, ter ficado fora do grupo dos dez países com maior taxa de empreendedorismo não significa que o Brasil tenha piorado na última pesquisa.

2.1. O MERCADO DE TRABALHO ATUALMENTE

De forma global nota-se que o mercado de trabalho tem sofrido grandes transformações nas últimas décadas, refletindo-se na forma de organização das empresas.

O mundo do trabalho encontra-se acometido de transformações profundas que abrem e fecham campos de perspectivas. Nas últimas décadas, o mundo industrial se encontra entre o processo de tecnologização e o de globalização das empresas. O crescimento da automação devido às tecnologias de informática, o downsizing das empresas, as megafusões a custos bilionários, a redução da intervenção do Estado, o enxugamento no setor público, levaram a um desemprego em massa e a

reconfigurações da estrutura do emprego (KAUFMANN, 2002 apud LAGES, 2008, p. 1).

O aumento do índice do desemprego deve-se, principalmente, a razões de natureza estrutural no mercado de trabalho. Uma delas é o baixo nível de escolaridade da força de trabalho, dificultando sua absorção num contexto de rápido avanço tecnológico, em que empresas necessitam de trabalhadores cada vez mais treinados e versáteis. Existe um descompasso entre o perfil do trabalhador requerido pelo setor produtivo e o conjunto de requisitos existentes na oferta de trabalho, o que acaba se transformando em desemprego de longa duração.

No Anuário do Trabalho (DIEESE; SEBRAE, 2008) a escolaridade dos empregados do Distrito Federal apresenta-se conforme descrito abaixo.

Tabela 1. Distribuição dos ocupados por porte da empresa, segundo escolaridade - Distrito Federal – 2007 (%)

Escolaridade	Micro e Pequena	Média	Grande	Total
Analfabeto	2,2	-	-	1,8
Fundamental incompleto	28,4	16,1	15,9	25,1
Fundamental completo + médio incompleto	21,3	17,1	17,0	20,2
Médio completo + superior incompleto	38,1	50,0	50,6	41,4
Superior completo	10,0	-	15,7	11,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,00

Fonte: DIEESE; SEBRAE (2008)

A Tabela 1 mostra que as micro e pequenas empresas acolhem um percentual maior de profissionais com menor nível de escolaridade e poucos com nível superior.

2.2. EMPREENDEDORISMO COMO FONTE DE RENDA PARA OS BRASILEIROS

O empreendedorismo caracteriza-se por uma capacidade de identificar oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo riscos. Para Dolabela (2002), o empreendedor é uma força positiva na economia e um agente de mudanças.

O Brasil apresenta um índice elevado de desigualdade social, que, embora tenha melhorado nos últimos anos, ainda é uma das mais acentuadas do mundo. Após o choque abrupto em 2001 sobre a economia mundial, inclusive a brasileira, cresceu acentuadamente a atividade empreendedora por necessidade em proporção à atividade empreendedora total. A partir de 2003, o empreendedorismo por oportunidade retoma o crescimento, até atingir em 2007 o valor de 57% da população de empreendedores iniciais¹ no Brasil (GEM, 2007).

São inúmeros os motivos que estimulam um indivíduo a constituir o próprio negócio, mas, independente do motivo, é necessário o mínimo de conhecimento do segmento escolhido.

Tabela 2 . Orientação do empreendedor - Brasil 2007

¹ **Empreendedores iniciais:** são aqueles cujos empreendimentos têm até 42 meses de vida (três anos e meio), período que a literatura considera capital para a sobrevivência de um empreendimento (GEM, 2007).

Teve ou espera receber orientação	Estágio				Motivação	
	TEA	² Nascentes	³ Novos	⁴ Estabelecidos	Oportunidade	Necessidade
	Proporção (%)					
Sim	42,2	44,4	41,1	26,3	45,3	37,5
Não	57,8	55,6	58,9	73,7	54,7	62,5

Fonte. GEM (2007)

Os dados apresentados na Tabela 2 indicam que a maioria dos empreendedores inicia seus empreendimentos sem ter o conhecimento necessário para abrir e desenvolver as atividades que serão realizadas dentro da empresa. Essa situação é mais grave nos empreendimentos motivados por necessidade.

A criação do próprio negócio surge como uma das alternativas ao emprego incerto. Não só por uma conjuntura socioeconômica, que faz com que o desenvolvimento de novos negócios seja uma necessidade ou alternativa ao desemprego, mas, também, pelo sonho de ter o próprio negócio (BARBOSA; SANTOS, 2008, p. 2).

Para Hisrich e Peters (2004), as principais habilidades exigidas dos empreendedores são: a) habilidades técnicas que abrangem redação, atenção, apresentações orais, organização, treinamento, trabalho em equipe e know-how técnico; b) habilidades administrativas de empresas que incluem as áreas envolvidas no início, o desenvolvimento e a administração de qualquer empresa; c) habilidades empreendedoras pessoais como controle interno (disciplina), capacidade de arriscar-se, espírito de inovação, persistência, liderança visionária e orientação para mudanças.

É relevante frisar que os empreendedores que possuem as habilidades destacadas têm mais chances de obterem sucesso em seus empreendimentos.

2.3. EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE X EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE

Empreendedorismo por oportunidade ocorre quando o indivíduo identifica uma oportunidade de negócio, ou seja, escolhe o empreendimento dentre as diversas e possíveis opções existentes no mercado.

Segundo Greco (apud IBQP, 2009), “o empreendedorismo por oportunidade, em geral é caracterizado pela criação de empresas de maior complexidade organizacional, maior nível de tecnologia e maior conhecimento de mercado por parte do empreendedor.”

Empreendedorismo por necessidade ocorre quando o indivíduo sente-se forçado a iniciar o próprio negócio por não haver outras opções de trabalho ou por estar insatisfeito com as condições do trabalho existentes. E, em geral, demanda menos recursos e um nível menor de serviços devido a sua baixa sofisticação operacional e tecnológica.

² **Empreendedores nascentes:** são aqueles à frente de negócios em implantação (busca de espaço, escolha de setor, estudo de mercado, etc) que, se chegaram a gerar remuneração, o fizeram por menos de três meses (GEM, 2008).

³ **Empreendedores novos:** cujos negócios estejam em funcionamento e geraram remuneração por pelo menos três meses (GEM, 2008).

⁴ **Empreendedores estabelecidos:** aqueles à frente de empreendimentos com mais de 42 meses de vida (GEM, 2007).

Segundo a Pesquisa GEM (2007), o empreendedorismo motivado por necessidade é constituído por indivíduos excluídos do mercado formal de trabalho (como empregados sem registro em carteira, os desempregados, donas de casa) que buscam alternativas de sobrevivência (geração de renda) ou complementação da renda familiar.

“A ação empreendedora motivada pela necessidade apresenta condições precárias de atuação; essa parcela da população empreendedora necessita ser estimulada por políticas públicas de qualificação, acesso ao crédito, etc.” (GEM, 2007, p. 69).

A tabela abaixo apresenta a evolução do empreendedorismo por motivação, no Brasil, no período de 2001 a 2008:

Tabela 3. Evolução das proporções de empreendedores por motivação – Brasil 2001 a 2008

Ano	Empreendedorismo por oportunidade	Empreendedorismo por necessidade
Proporção (%)		
2001	59,97	39,90
2002	42,75	55,40
2003	52,74	42,66
2004	52,24	46,15
2005	53,10	46,46
2006	51,42	47,64
2007	56,84	41,56
2008	66,80	32,90

Fonte. IBQP (2009)

Observa-se que, apenas no ano de 2002, o empreendedorismo por necessidade superou o índice de empreendedorismo por oportunidade. Nos outros anos, o empreendedorismo motivado por oportunidade teve crescimento significativo em relação ao empreendedorismo motivado por necessidade. Isso demonstra que o mercado brasileiro está possibilitando a implementação de novos empreendimentos e o empreendedor brasileiro está identificando essa oportunidade e investindo em novos segmentos.

De acordo com Greco (apud IBQP, 2009):

É impossível saltar, de um dia para o outro, do empreendedorismo por necessidade para o empreendedorismo por oportunidade. Para que isso ocorra, são necessárias medidas de caráter estrutural e, portanto, de longo prazo, relacionadas à educação, à capacitação gerencial, ao desenvolvimento tecnológico, econômico e inovativo.

Especialistas consultados pelo GEM acreditam que a desoneração fiscal e trabalhista, linhas adequadas de crédito, capacitação e apoio institucional e de infraestrutura são fundamentais para o fortalecimento do empreendedorismo no país, em particular para as atividades associadas a processos de inovação, que normalmente envolvem maior risco e requerem mais recursos.

2.4. EMPREENDEDORISMO FEMININO

Analisando a questão da independência da mulher, Raposo e Astoni (2007) ressaltam que foi importante a iniciativa das mulheres em reivindicar seus direitos, mas que através dessa atitude, vieram muitas responsabilidades:

As condições de independência adquiridas pela mulher vão além da Revolução Feminista de 1969, quando várias mulheres protestantes queimaram peças íntimas em praça pública. A atual conjuntura econômica empurra a mulher a auxiliar nas questões financeiras da família, tornando-se, muitas vezes, a chefe da casa, como aponta a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36).

De acordo com esses autores, as mulheres avançaram no que se refere à conquista de espaço no mercado de trabalho, crescendo em diversos setores e, hoje em dia, conciliando as atividades profissionais com papéis familiares.

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina. (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nas últimas décadas e dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e classes empresariais, apesar de ainda existir desigualdades de oportunidades no mundo do trabalho, diferenciais de rendimentos entre os dois sexos, obstáculos aos planos de ascensão a cargos de chefia etc.

Vê-se, ainda, na Tabela 5, que as atividades ocupacionais femininas estão concentradas no setor de serviços. E, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios -PNAD, essas atividades vinculam-se principalmente ao emprego doméstico, na prestação de serviços pessoais, no trabalho como vendedoras ambulantes, entre outras.

No II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, há o princípio da igualdade à diversidade que estabelece:

Mulheres e homens são iguais em seus direitos e sobre este princípio se apóiam as políticas de Estado que se propõem a superar as desigualdades de gênero. A promoção da igualdade requer o respeito e atenção à diversidade cultural, étnica, racial, inserção social, de situação econômica e regional, assim como aos diferentes momentos da vida (BRASIL, 2008, p. 7).

Nota-se que as transformações nas últimas décadas afetam a composição familiar e possibilitam abertura no mercado para a população feminina.

Dentre as transformações sociais de maior impacto na última década está o fim da família patriarcal, principalmente no Ocidente. O desdobramento econômico desse fato trouxe conseqüências também para a demografia empreendedora, pois houve um número significativo de mulheres que se tornaram financeiramente independentes e iniciaram empreendimentos próprios, ou ainda buscam brechas no mercado de trabalho como empreendedoras autônomas sem registro, buscando compatibilizar o trabalho no lar com uma atividade que gere renda (CASTELLS, 1999 apud GEM, 2007, p. 70).

O crescimento do desemprego dos chefes de família induz mais mulheres, em particular as casadas e com filhos, a ingressar na força de trabalho buscando complementar o orçamento familiar. O Relatório GEM de 2007 mostra que, entre 1996 e 2006, o número de mulheres indicadas como “chefe de família” aumentou 79%, quando essa variação em relação aos homens foi de apenas 25%.

Este mesmo relatório detecta também que:

A necessidade é fator de motivação para as mulheres iniciarem o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, esse percentual aumenta para 63% para as mulheres. A maioria dos empreendedores, independente de seu estágio e motivação, não teve orientação para a abertura de seus negócios. Contudo, é relevante frisar que os empreendedores por oportunidade demonstram mais interesse em buscar orientações (45,3%) que aqueles que empreendem por necessidade (37,5%) (GEM, 2007, p. 10).

Segundo Moore e Buttner (apud JONATHAN, 2005), o empreendedorismo feminino gera emprego, riqueza, promove inovação e contribui para o desenvolvimento socioeconômico dos países.

Diversos fatores justificam o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, como: maior nível de escolaridade em relação aos homens até as mudanças na estrutura familiar, com o menor número de filhos e novos valores relativos à inserção da mulher na sociedade brasileira (GEM, 2007). Por outro lado, são apontados limitantes à atuação feminina nesse mercado de trabalho.

Apesar de a escolaridade das mulheres ser comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e remuneração tendem a ser inferiores e ainda, podem ser consideradas limitadas as oportunidades de inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando estas mais restritas a alguns setores do mercado (LAGES, 2008, p. 3).

De acordo com Jonathan (2005) as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas e identificadas com seus empreendimentos.

A Pesquisa GEM de 2003 evidencia que havia em torno de 6,4 milhões de empreendedoras, o que representou 46% do total de empreendedores brasileiros. Em 2007, as mulheres representavam 52% dos empreendedores no Brasil, invertendo uma tendência histórica, quando considerado o período 2001-2007. Observa-se, com mais clareza, essa inversão quando se destaca o ano de 2001, em que os homens empreendedores representavam 71% contra 29% das mulheres.

Em 2008, o empreendedorismo feminino do Brasil foi o décimo mais atuante no mundo, com taxa de 9,61% das entrevistadas, o que representa cerca de 5,5 milhões de mulheres empreendedoras em estágio inicial (IBQP, 2009). Segundo Barboza (apud IBQP, 2009), esse crescimento ocorre devido ao aumento da participação do setor de comércio e serviços no total do PIB brasileiro, setor em que as mulheres respondem por dois terços dos novos negócios.

3. METODOLOGIA

O tema foi investigado por meio de uma pesquisa de natureza quantitativa que, segundo Bauer e Gaskell (2002), lida com números e usa modelos estatísticos para explicar os dados. Quanto aos fins, a pesquisa classificou-se como pesquisa descritiva (GIL, 1991).

Quanto aos métodos, foram realizadas pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e pesquisa de campo.

O tema teve como base documental as Pesquisas GEM 2007 e 2008, o Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa 2008, II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, pesquisas relacionadas ao assunto divulgadas em sites como: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, entre outros.

A população da pesquisa foi composta por mulheres empreendedoras da Região Administrativa de Ceilândia, Distrito Federal. O levantamento dos dados ocorreu utilizando-se uma amostra não probabilística por conveniência, que se baseia em critério selecionado pelo pesquisador, no caso a acessibilidade. A amostra constituiu-se de 40 empreendedoras, que atenderam aos seguintes critérios: ter o próprio negócio; a empresa ser formalizada e pertencer à Região Administrativa de Ceilândia.

A coleta de dados teve como base a técnica de inquirição e utilizou como instrumento para investigação um questionário estruturado, composto por vinte e três questões fechadas, referentes às características pessoais e do empreendimento do grupo selecionado.

No tratamento dos dados foi utilizado o procedimento estatístico básico de distribuição de frequência, verificando-se a frequência absoluta e relativa das características e fatos investigados.

4. PESQUISA

APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS DA PESQUISA

As empreendedoras pesquisadas atuam nos setores de comércio e serviços e desenvolvem atividades diversificadas. Não houve participação de empreendedoras que desenvolvessem atividades nos setores de construção e indústria.

Quanto ao tempo de existência das empresas, a maioria dos empreendimentos atende ao perfil de negócio estabelecido isto é, com mais de três anos e meio no mercado, tendo em média 9 anos de vida, com início das atividades entre 1990 e 2004. Houve uma empresa mais antiga, fundada em 1986. Os empreendimentos nascentes têm em média um mês e meio de vida. Em geral, os empreendimentos novos começaram a funcionar entre 2006 e 2008, gerando renda por um tempo médio de 2,3 anos.

Quanto à forma jurídica das empresas, a maioria das empreendedoras (52,5%) optou pela sociedade com outras pessoas. Em geral, são microempresas (92,5%), possuindo em média três funcionários.

A amostra envolveu mulheres que estão na faixa entre 35 e 44 anos (35% dos casos), seguida da faixa entre 25 a 34 anos (22,5%). Na faixa entre 55 e 64 anos estão 20% dos casos.

A maioria das empreendedoras é casada (67,5%). A moda do número de filhos ficou entre 1 e 2 e somente 2,5% dos casos têm 5 ou mais filhos. Essa informação confirma os dados divulgados na Pesquisa GEM (2007) que diz: “um dos fatores que justifica o crescimento da participação feminina no mercado de trabalho é a mudança na estrutura familiar, com menor número de filhos.”

Em relação à escolaridade, predomina o ensino médio completo (35%), seguido do ensino médio incompleto (17,5%). Apenas 27,5% das empreendedoras afirmaram ter alcançado o nível superior. Não houve casos de analfabetismo.

É importante destacar que 17,5% das empreendedoras montaram o próprio negócio na área de formação (nutrição, administração, medicina veterinária).

Os resultados indicaram que 45% das mulheres são responsáveis por todas as despesas domésticas e 50% contribuem parcialmente. De acordo com pesquisa realizada pelo IBGE, a situação econômica atual, praticamente, obriga a mulher a auxiliar nas questões financeiras. Esta situação confirma dados coletados pela Pesquisa GEM (2007), que indicam que no período de 1996 a 2006 houve um crescimento significativo (79%) de mulheres “chefes” de família, enquanto no mesmo período o índice de crescimento em relação aos homens foi de 25%.

A maioria das empreendedoras (82,5%) tem o negócio como única fonte de renda e somente 17,5% afirmaram ter outra fonte de renda como: aluguel de imóveis, consultoria, aposentadoria, funcionária pública ou ter outro empreendimento.

A pesquisa mostrou que 47,5% das empreendedoras citaram o desejo de ter o próprio negócio como principal motivo para a criação da empresa e 20% por ter identificado uma oportunidade no mercado (Gráfico 1). Vê-se, assim, caracterizado o empreendimento motivado por oportunidade. Somente 22,5% afirmaram que a motivação surgiu por causa do desemprego ou para aumentar a renda, o que caracteriza o empreendedorismo por

necessidade. Com índices reduzidos, compareceram como motivo para a abertura do negócio, experiência anterior no ramo (7,5%) e razões ligadas à família (2,5%).

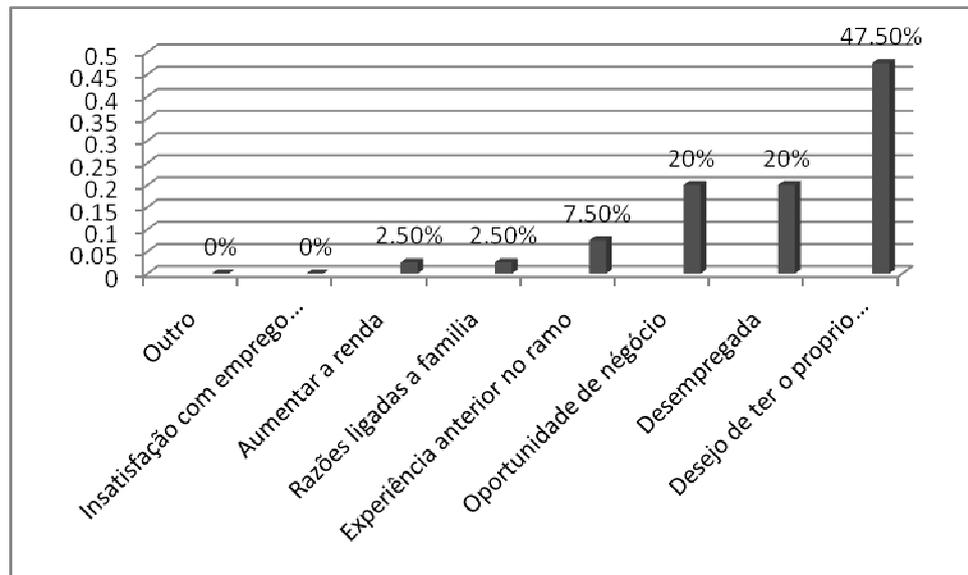


Gráfico 1. Motivo que estimulou a criação das empresas

Fonte. Dados coletados pelos autores

A motivação para empreender, no caso predominando a oportunidade, pode ser depreendida, ainda, pelo que mostra o gráfico 2, em que se observa que 67% das respondentes estavam inseridas no mercado de trabalho antes de abrir o próprio negócio.

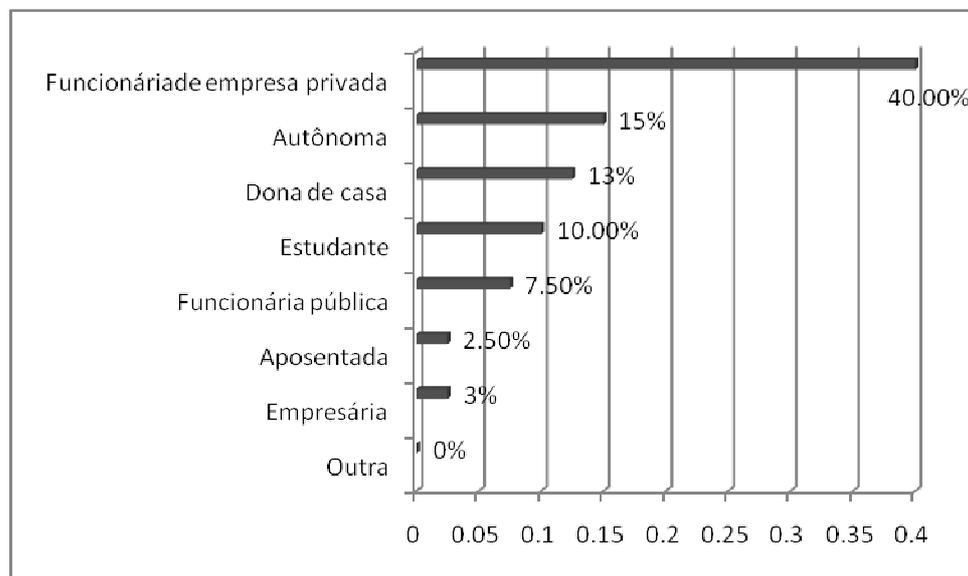


Gráfico 2. Atividade anterior ao empreendimento

Fonte. Dados coletados pelos autores

Foi constatado que 85% das mulheres não buscaram orientações antes da abertura do negócio, sobre o produto/serviço oferecido em sua empresa, conhecimento básico para administrar a própria empresa, clientela, fornecedores, etc. Aquelas que buscaram informações (15%) citaram as seguintes fontes: pesquisa de mercado, curso de especialização na área, o Sebrae e profissionais como contadores.

O capital inicial da maioria dos empreendimentos foi proveniente de economia pessoal (65%) e apenas 5% das mulheres disseram ter vendido imóveis ou outros bens para investir na abertura da empresa. Poucas recorreram a empréstimo bancário (7,5%) ou a empréstimo de amigos (7,5%). Entretanto, entre os principais desafios ou dificuldades citadas pelas respondentes, a que teve maior incidência foi a escassez de recursos financeiros (35%). Em relação a este item, um dos fatores mais freqüentes citados em pesquisas com empresários, que é impostos com taxas elevadas, neste estudo compareceu com apenas 17,5% das respostas.

Os resultados da pesquisa indicaram que a maioria das empreendedoras (67,5%) trabalha entre 10 e 12 horas por dia, durante 6 dias por semana (55%) e 57,5% delas não tiram férias porque não há outra pessoa que assuma a loja no período de ausência.

É possível que essa dedicação integral ao negócio seja um dos fatores importantes para a boa gestão e desenvolvimento do empreendimento, já que a maioria dos negócios (65%) caracteriza-se como estabelecido no mercado, com média de 9,8 anos de vida.

Conforme mostra o Gráfico 3, 32,5% das empreendedoras exerciam atividades no ramo do negócio, como funcionárias de outras empresas; 17,5% citaram que a família possuía negócio similar e 15% trabalhavam como autônoma no ramo. Desta forma, tem-se que a maioria das empreendedoras (65%) já detinha conhecimento anterior sobre o tipo de negócio em que decidiu empreender. Relacionado a isto, apenas 7,5% das entrevistadas citaram como maior dificuldade ou desafio a falta de conhecimento do mercado.

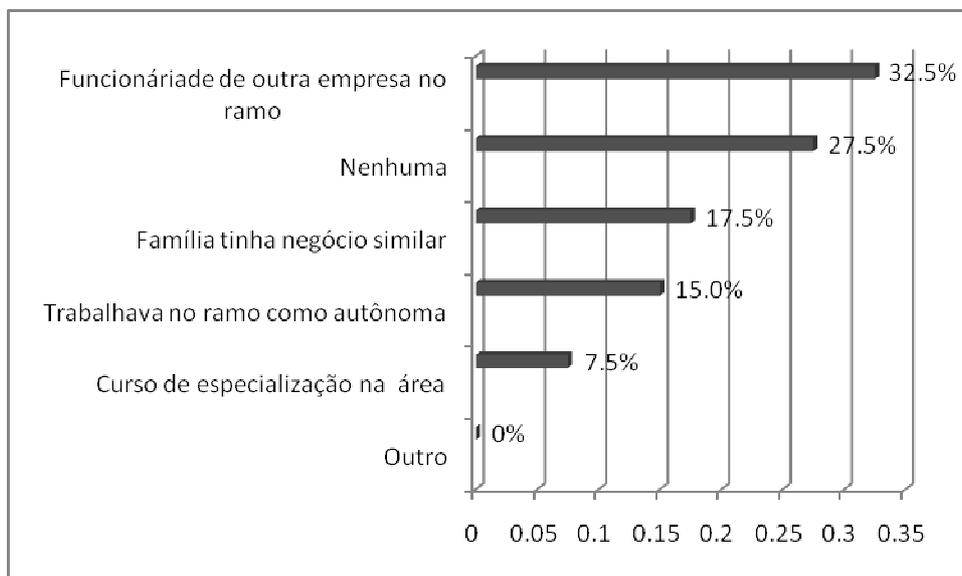


Gráfico 3– Experiência ou conhecimento anterior da empreendedora

Fonte. Dados coletados pelos autores

Segundo as mulheres pesquisadas, as atividades de empreendedora não interferem na administração da relação familiar (75%), mas em contrapartida 65% relataram que a administração da relação familiar interfere nas atividades de empreendedora.

No que diz respeito à vida como empreendedora, as mulheres afirmaram que o fator mais importante é a estabilidade financeira (35%), seguido da realização pessoal (30%).

5. CONCLUSÃO

A questão central da pesquisa, qual seja, identificar se os motivos que levam as mulheres a empreender vinculam-se predominantemente a oportunidade ou a necessidade, no caso da região administrativa de Ceilândia – Distrito Federal confirmou-se pela primeira hipótese. Tal situação mostra-se diferente do que é constatado pela pesquisa GEM 2007, que diz que, no Brasil, 63% das mulheres empreendem por necessidade, mas confirma o dado geral dos motivos para empreender identificado na referida pesquisa e na pesquisa de 2008, segundo as quais o brasileiro na maioria empreende por oportunidade.

Constatou-se que independente da motivação para empreender, a maioria das empreendedoras não buscou orientação antes de iniciar as atividades empresariais, o que comprova os dados mencionados na Pesquisa GEM 2007, segundo a qual a maioria dos empreendedores, independente de seu estágio e motivação, não procura orientação para a abertura de seus negócios. Por outro lado, a pesquisa mostrou que a maioria das empreendedoras (65%) já detinha conhecimento anterior sobre o tipo de negócio em que decidiu empreender e este conhecimento do setor é tido pelos autores como uma condição básica para a sobrevivência dos pequenos negócios.

A pesquisa indicou, ainda, que as empreendedoras envolvem-se intensamente com suas empresas, dedicando-lhes entre 10 e 12 horas por dia, sendo que a maioria não tira férias. Outro dado que pode ser relacionado a este, é que a maioria das respondentes considera que o empreendimento não interfere na administração familiar, mas que o inverso não é verdadeiro. Tal dedicação, somada ao conhecimento anterior do ramo do negócio, pode fazer parte das condições que têm levado os empreendimentos pesquisados à condição de empresas estabelecidas, isto é, com mais de 3,5 anos de existência, segundo classificação utilizada pelo GEM.

Em termos de desafios e dificuldades, as empreendedoras apontaram com ênfase as dificuldades financeiras, em detrimento de aspectos como dificuldade de acesso à tecnologia, inúmeros impostos com taxas elevadas, falta de conhecimento administrativo, falta de conhecimento do mercado e sacrifício da vida pessoal ou familiar.

Outro dado interessante é que as empreendedoras vêem seus empreendimentos como fonte de estabilidade financeira e de realização pessoal.

Os resultados indicaram que os empreendimentos das empresárias pesquisadas são predominantemente dos setores de comércio e serviços, atuando em ramos diversificados, situação que confirma os dados publicados no Anuário do Trabalho (DIEESE; SEBRAE, 2008).

O perfil apresentado pelas empreendedoras é formado basicamente por mulheres na faixa etária entre 25 e 44 anos, casadas, com média de 1 a 2 filhos, com nível médio de escolaridade e que são, na maioria, parcialmente ou totalmente responsáveis pelo orçamento doméstico. Este perfil corrobora várias conclusões de pesquisas no campo do empreendedorismo e em especial do empreendedorismo feminino.

6. REFERÊNCIAS

BARBOSA, Jenny Dantas; SANTOS, Rosinadja B. dos. **Ensino de empreendedorismo: uma alternativa para a formação do administrador.** Aracaju, 2008. Disponível em: <www.angrad.org.br/area_cientifica/artigos/ensino_de_empreendedorismo_uma_alternativa_para_a_formacao_do_administrador/708/>. Acesso em: 31 ago. 2008.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Ed.) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas Públicas para as Mulheres. **II Plano nacional de políticas públicas para as mulheres**. Brasília, 2008. Disponível em: <http://200.130.7.5/spmu/docs/Livreto_Mulher.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2009.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. Brasília, DF: DIEESE, 2008.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

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

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2002**. Curitiba: IBQP, 2003.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – 2007**. Curitiba: IBQP, 2008.

_____. **Empreendedorismo no Brasil – 2008**. Curitiba: IBQP, 2009.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL. **Tudo sobre o DF**. Disponível em: <http://WWW.gdf.df.gov.br/045/04501018.asp>>. Acesso em 10 jul. 2009

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. **Desafios do empreendedorismo**. Disponível em: <<http://ibqp.org.br/empreendedorismo/home/?pag=detalheDestaque&id=16>>. Acesso em: 6 mar. 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE. **Brasileiras ocupam o décimo lugar entre as mais empreendedoras do mundo**. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/portal/home/index.php?id=22&pag=artigoEntrevistaDetalhe>>. Acesso em: 24 abr. 2009.

HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set/dez, 2005. Disponível em: <www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2008.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, 2005. Disponível em: <www.jf.estacio.br/revista/artigos/Osonia_desafios.pdf>. Acesso em: 13 out. 2008.

RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade. Cadernos Camilliani. **Revista do Centro Universitário São Camilo**, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

WIKIPEDIA, a enciclopédia livre. **Ceilândia**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ceil5C3A2ndia> >. Acesso em 10 jul. 2009