
EMPREENDEDORISMO, GÊNERO E POLÍTICAS PÚBLICAS

Hilka Pelizza Vier Machado (UEM)

Resumo:

Na sociedade contemporânea a participação da mulher nas atividades econômicas está sendo cada vez mais ativa. No que diz respeito à abertura de empresas os estudos e pesquisas têm demonstrado que existem dificuldades que impedem a expansão de pequenos negócios iniciados por mulheres, como por exemplo barreiras culturais, dificuldades em conciliar trabalho e família e até mesmo restrições em termos de concessão de crédito. Este estudo pretende ilustrar qual a atitude de poderes públicos visando a inserção de mulheres nos pequenos negócios, contribuindo assim para o debate que visa a superação das barreiras enfrentadas por mulheres na condição empreendedora.

Introdução

O Empreendedorismo apresenta dimensões sócio-econômicas e políticas. Desta maneira, planos de desenvolvimento de diversas localidades priorizam a expansão das micro e pequenas empresas, pois a sua existência implica na geração de empregos, no desenvolvimento pessoal dos empreendedores, dentre outros fatores. De acordo com dados da OECD (in Verstraete, 2000), nos últimos 10 anos a criação de empregos foi mais forte nas empresas com menos de 20 empregados e a maioria das empresas com 500 empregados reduziu o seu quadro efetivo de pessoal.

Nessa perspectiva diversos países têm adotado medidas para estimular a criação e o desenvolvimento de micro e pequenas empresas. Os países escandinavos consideram que o empreendedorismo pode contribuir para flexibilidade e inovação, atuar como fonte de criação de empregos, contribuir para o desenvolvimento pessoal, encorajar a integração e a emancipação de mulheres e minorias étnicas, promover o bem estar e a responsabilidade social (Ministry of Economic Affairs, 2001). A Europa considera que as políticas voltadas para os pequenos negócios são importantes para criar empregos, favorecer o crescimento econômico, melhorar a competitividade e contribuir para o desenvolvimento regional e estrutural (De in Sexton, 2000). Meyer (2000) salienta que o empreendedorismo tem perspectivas futuras, pois pode colaborar para uma economia baseada no conhecimento e na tecnologia, assim como adaptar-se ao aumento no setor de serviços e às novas formas organizacionais e alianças.

Para Aldrich (in Sexton, 2000) os países europeus fornecem suporte maior a pesquisa sobre o empreendedorismo do que os Estados Unidos. Para este autor, no caso europeu, há maior estímulo em razão dos institutos independentes e das iniciativas de pesquisa e, embora os Estados Unidos tenha desenvolvido uma base de dados extensa (Small Business Data Bases), esta foi abandonada. Entretanto a combinação de esforços entre Universidades e políticas governamentais obteve êxito no desenvolvimento de pequenos negócios nos Estados Unidos e no Canadá. A Suécia é outro exemplo de país que tem privilegiado recursos para a pesquisa em empreendedorismo

Os pequenos negócios têm demonstrado seu potencial de transformação sócio-econômico, como por exemplo o caso que Pierre-André Julien (in Verstraete, 2000) relata sobre o crescimento de regiões do Quebec a partir da constituição de pólos de micro e pequenas empresas. Outro exemplo é o da região de Emília, na Itália.

A abertura de pequenas empresas por parte de mulheres tem atingido taxas muitas vezes maiores que a por parte dos homens. A inserção delas na atividade empreendedora e gerencial é abordada em estudos (Moore, 1997; Adler & Izraeli, 1994; Allen & Truman, 1993; Richard & Burke, 2000) que salientam, dentre outros aspectos, as diferenças culturais e os problemas enfrentados no exercício do papel de pequenas empresárias. Como a participação feminina nos pequenos negócios atinge até o momento, percentuais relativos a 30 ou 40% das micro e pequenas empresas em países como Estados Unidos, Canadá, Finlândia e Austrália, a atenção com esse segmento se justifica pela sua proporção sócio-econômica. No caso brasileiro esse percentual situa-se aproximadamente em 25%.

O presente texto tem por objetivo conhecer a inserção da mulher na atividade empreendedora em diferentes localidades, verificando as políticas públicas adotadas para fortalecer os pequenos negócios geridos por mulheres. O texto foi classificado em duas seções: uma que discorre sobre a mulher empreendedora e outra sobre as políticas adotadas em outros países. Por fim apresenta-se uma reflexão sobre as possibilidades de planejamento e estabelecimento de políticas no contexto brasileiro.

1. MULHER EMPREENDEDORA

As razões que levam mulheres a iniciar empresas são variadas. Algumas abrem empresas por realização pessoal, por dificuldade de ascensão na carreira nas empresas onde trabalhavam, para Ter mais tempo livre para a família, preocupação com o futuro dos filhos e necessidade de complementar a renda familiar (Moore, 1997; Vokins apud Allen & Truman, 1993; Hisrich, 1989; Still, 1998 e Machado, 1999),

Pastel (apud Das, 1999) classifica 3 categorias de mulheres empreendedoras: a) empreendedoras por acaso: as que iniciam os negócios sem ter claro os objetivos ou planos, pois provavelmente derivaram de algum hobby que praticavam; b) empreendedoras forçadas: foram compelidas a iniciar os negócios por alguma circunstância, como por exemplo a morte do marido ou dificuldades financeiras; e c) empreendedoras criadoras: as que criaram as empresas a partir da própria motivação e coragem.

De acordo com a OECD (2000) as empreendedoras podem ser classificadas em: a) aquelas que não tem outra profissão e o empreendedorismo é a única solução para elas. Suas empresas são geralmente individuais e pequenas, pois elas tem pouca experiência nos

negócios; b) aquelas que se originam no meio familiar, engajando-se nos negócios familiares ou que desejam conciliar emprego e família, criam as empresas com o intuito de preservar flexibilidade e exercem diferentes papéis; e c) as que criam empresas como estratégias de conquista por razões positivas, tais como independência e autonomia, e que tem um grande potencial de desenvolvimento.

Estudos sobre a atuação de empreendedoras apontaram dificuldades que elas encontram para o exercício deste papel, tais como:

a) Dificuldades de auto conceito e aceitação: estas estão geralmente relacionadas com a cultura e com o pouco tempo de atuação da mulher como empresária. Por exemplo, Leon e Ho (apud Adler & Izraeli, 1994) mencionam as dificuldades da mulher empresária em Hong Kong: grande esforço para cumprir suas responsabilidades com cuidado da casa, dos filhos e dos negócios, enquanto que Singthai e Leelakulthaint (apud Adler & Izraeli, 1994) apontam como uma grande barreira para a mulher tailandesa o seu auto conceito: elas se acham dependentes, passivas e emotivas. A falta de experiência e de aceitação são problemas enfrentados por mulheres empreendedoras em Singapura (Maysami e Goby, 1999).

b) Falta de suporte: O suporte afetivo e social representa dificuldade para empreendedoras, pois a natureza da atividade e o pouco suporte encontrado transformam a atividade empreendedora num ambiente solitário (Linehan, 2000). A falta de suporte por parte dos maridos é uma dificuldade enfrentada pelas mulheres na Finlândia, como comentam Salmelin e Petrajamieni (apud Adler & Izraeli, 1994). Para aquelas que estão há menos de 5 anos no mercado foram apontadas também as seguintes dificuldades: poucos contatos sociais e poucos canais de informações nos negócios. Still (2000) e Loscocco(1991) mencionam a dificuldade encontrada por mulheres australianas e norte americanas que tiveram sucesso, com a inveja dos maridos, causando-lhes, conseqüentemente, problemas de relacionamento na esfera doméstica e nos negócios.

c) Dificuldade para atuar no mercado internacional: Orser e Riding (2000) apresentam casos de empresárias canadenses que exportam para diferentes localidades e que enfrentaram situações nas quais homens recusaram-se a fazer negócios com elas pelo fato de serem mulheres, principalmente em transações realizadas com a Ásia, Oriente Médio, África do Sul, Índia e América do Sul.

d) Dificuldade de financiamento para as empresas: Vokins (apud Allen & Truman, 1993), Moore (1997) e Hirisch et alii (1997) mencionam a dificuldade da mulher empreendedora em obter empréstimos bancários. Dentre as razões apontadas pelas instituições financeiras para a não concessão de crédito à mulheres empreendedoras está a de atender o maior número de pessoas possível, pois ao conceder crédito a uma mulher, a instituição corre o risco de beneficiar duplamente um casal cujo marido também busque acesso a linha de crédito. No encontro promovido pela OECD (2000) todas as Associações de mulheres empreendedoras declararam que as mulheres encontram dificuldades de acesso ao financiamento nos seus países, entretanto apenas um pequeno número atribuiu o fato à discriminação. Quando ocorre discriminação ligada ao sexo ela está frequentemente relacionada a (Koreen, in OECD,2000): a) modos de pensar e métodos de trabalho não convencionais apresentados pelas mulheres, aos quais os intermediários financeiros não estão preparados para analisar; b) valores sociais e culturais que são inculcados pela família e pelo sistema educativo e que podem contribuir para a falta de auto confiança quando precisam

lidar com autoridades e estabelecimentos financeiros; c) responsabilidades familiares, muitas vezes essa dupla responsabilidade pode contribuir para uma forte aversão ao risco.

e) A dificuldade de acesso a redes e a falta de mentores são barreiras para empreendedoras (Still, 2000; Linehan, 2000). Um mentor fornece informações, treinamento, conselho, direcionamento, favorece a integração social e profissional, além do suporte psicológico numa relação que se estende ao longo do tempo (Linehan, 2000), o que pode representar um importante apoio na execução da atividade empreendedora.

f) Tamanho das empresas: as empresas iniciadas e geridas por mulheres são sempre menores que as da média (Mukhtar, 1998 e Still, 1998) e apresentam dificuldade de crescimento. Há evidências (Still, 1998; Loscocco, 1991) que uma das razões para essa falta de crescimento seja a multiplicidade de papéis exercidos pelas mulheres e, sendo assim, elas preferem manter suas empresas menores, a fim de equilibrar o trabalho e a família ou a vida pessoal. Para Carter & Allen (1997) duas explanações são plausíveis para explicar porque os negócios conduzidos por mulheres tendem a ser pequenos: a) as mulheres empreendedoras tem um estilo de vida que privilegia a integração trabalho, família e comunidade; b) barreiras estruturais, sociais e culturais dificultam o desenvolvimento dos negócios.

g) Falta de tempo: A falta de tempo para si mesma é uma das dificuldades enfrentadas por empreendedoras (Gimenez, 1998; Moore, 1997; Still, 2000). As mulheres são atraídas a iniciar pequenos negócios para conciliar trabalho e família, mas essa flexibilidade não restringe as responsabilidades familiares e em muitos casos ela é proprietária única, precisando dedicar-se intensamente à empresa (Still, 2000).

h) Dificuldade em conciliar trabalho e família. Muitas mulheres abrem empresas para conciliar suas necessidades familiares com o trabalho (Grenhaus & Parasuraman, 1999; Davies-Netzley, 2000; Still, 2000). Os estudos de perfil de empreendedoras demonstram que elas são na maioria casadas e têm filhos e também que a dificuldade em conciliar trabalho e família prossegue mesmo depois da nova ocupação profissional. Carter & Allen (1997), numa pesquisa com 1100 mulheres filiadas à Associação das mulheres de negócios (NAWBO) verificaram que as empreendedoras que puseram menos ênfase na integração família e trabalho atingiram um crescimento maior dos negócios. Dois fatores são delicados nessa relação para a empreendedora: se os filhos são pequenos e se a empresa encontra-se em fase de crescimento, pois como salientam Richardsen & Burke (2000) o tempo de envolvimento por si só não é representativo no conflito trabalho e família, mas a identidade derivada do trabalho e da família constitui um componente importante no conflito trabalho e família e as mulheres que estão em uma daquelas condições têm geralmente dificuldade em integrar trabalho e família na sua identidade.

A ausência de modelos de referência de empreendedoras que pudessem contribuir para o desenvolvimento cognitivo de mulheres no papel empreendedor é também uma dificuldade que empreendedoras encontram (Linehan, 2000; Still, 2000), pois em geral os modelos de empreendedor ainda estão pautados sobre a figura masculina.

Para melhor compreensão das dificuldades contingenciais apresenta-se a seguir resultados de pesquisas sobre empreendedoras desenvolvidos em diferentes localidades.

1.1 BREVE PANORAMA DA MULHER EMPREENDEDORA NO CONTEXTO MUNDIAL

Conforme já mencionado anteriormente, a abertura de empresas por parte das mulheres é cada vez mais crescente e trata-se de um acontecimento em todos os continentes. Inicialmente aqui será abordada uma visão da atuação de empreendedoras na Europa. A começar pela França, um estudo realizado na região de Paris com 100 empresárias constatou que a maioria são pequenas empresárias, 60% pertenciam ao setor de serviços, 17% ao setor industrial e 23% ao comercial. Quanto ao perfil a maioria tem escolaridade a nível superior, são casadas e tem filhos. Lucratividade (65%) e autonomia pessoal e profissional (57%) foram os principais motivos para iniciarem seus negócios, embora a metade delas trabalhem na empresa com uma ou diversas pessoas da família, usualmente seus maridos. É verdade que barreiras culturais estão presentes em países da Europa, como por exemplo (Linehan, 2000):

a) Na Alemanha não é muito comum a carreira do marido assumir uma posição secundária na família;

b) Na Suíça há uma norma cultural que a mulher que trabalha fora de casa o faz porque o homem não é capaz de prover adequadamente o sustento dela e o da família, por isso os homens não encorajam suas mulheres à seguirem suas carreiras;

c) Na Itália o casamento é a principal causa de abandono do mercado de trabalho por parte de mulheres;

d) A principal expectativa em torno das mulheres em Portugal é que elas casem e exerçam o papel de mães.

Em 1998 Portugal contava com 380.000 mulheres empreendedoras (OECD), contudo seu perfil é pouco conhecido. Na Hungria Soltesz (2000) pesquisou 800 empresas geridas por mulheres empreendedoras e homens e ressaltou, dentre outros aspectos, o nível educacional acima da média e maior que o de homens empresários, e o predomínio das empresas no setor de comércio e serviços. Constatou também um percentual maior de divórcio entre as mulheres empreendedoras do que entre os homens. Na Polónia 44% da força de trabalho é constituída por mulheres (Bochmary, 2000) e o número de empreendedoras é de aproximadamente 632.500, com uma taxa de crescimento de 3% ao ano. Também na Polónia, tal como na Hungria, o nível educacional é mais elevado que o dos homens. Os dados de pesquisas realizadas (Bochmary, 2000 e Zapalska, 1997) traçam o seguinte perfil da empreendedora naquele país: predomínio de pequenos negócios: 50% empregam menos que 50 trabalhadores; elas se concentram nos setores produtivo (40%), comercial (30%) e serviços (30%); idade média de 45 anos; a maioria tinha alguma experiência de negócios antes de iniciar a empresa. Dentre as razões para iniciar os negócios mencionaram: desejo de realização, desejo de ser independente, de satisfação no trabalho e necessidade econômica. Entretanto também entre os homens essas razões são mencionadas. Em contraste com os homens, muitas mulheres iniciaram suas empresas porque não gostavam dos chefes anteriores e acreditavam que poderiam fazer o trabalho melhor do que eles. Outras abriram empresas porque suas ocupações no regime político anterior foram fechadas ou privatizadas.

No auto conceito delas Zapalska (1997) encontrou elementos diferentes do comportamento de mulheres em outras localidades: baixa necessidade de suporte e falta de emocionalidade.

Na Bosnia, um dos países do leste europeu em reconstituição, em 1998 foi criado o projeto “Desenvolvimento da mulher empreendedora”, numa iniciativa da AIDDA (Italian Business Owners and Managers Association), a fim de inserir as mulheres no processo de reconstrução da economia do país. Segundo Alexander (2000) o projeto tem tido sucesso na formação de empreendedoras, as quais têm se organizado através de associações, tais como a UNA (Associação das mulheres de negócios) e a BIHTEX (Associação textil nacional criada pelas mulheres empreendedoras).

Com relação a situação na Rússia, em 1996 haviam 12 milhões de pessoas engajadas em pequenos negócios, tanto no setor formal como no informal, sendo aproximadamente 35% destes dirigidos por mulheres. Em 1998 elas representavam 64,6% da força de trabalho do país. Em um estudo realizado com empreendedoras (Izyumov e Razumnova, 2000) foi constatado o seguinte perfil: a) Idade média de 43 anos; b) São casadas e têm filhos; c) Alto nível de escolaridade, sendo 15% delas com PhD; d) Nível de instrução mais elevado que os homens (47% com curso superior para 34% dos homens); e) Motivos para iniciarem as empresas: mudança de regime econômico e falta de empregos; f) Dificuldades nos negócios: ligadas à desorganização da economia, afetando os pequenos negócios em geral, tais como: política de impostos, ausência de bases legais para negócios, falta de acesso ao crédito, instabilidade do sistema bancário e corrupção no governo. Os donos de pequenos negócios na Rússia têm sido frequentemente alvo de roubos, extorsão e outros crimes.

A condição de empresária nos países nórdicos é diferente da russa, entretanto, segundo Kirö (2000) é impossível definir a população de mulheres empreendedoras, pois existem poucas bases de dados orientadas por gênero e as bases de dados oficiais existentes tem registro da população que constitui a força de trabalho e da população de empresas, mas não da população de mulheres empreendedoras. Todavia esses países apresentam uma grande participação das mulheres nos pequenos negócios, tal como Estados Unidos e Canadá. Na Finlândia 1/3 das empresas são geridas por mulheres (OIT, 1997). Na Noruega o percentual de mulheres empresárias é de 26%. O perfil das empresas é de pequenas, com 1 ou 2 funcionários, concentradas no setor comercial e em serviços sociais. Os motivos pelos quais as mulheres tem iniciado empresas na Noruega são (Richard & Burke, 2000): maior controle sobre o seu tempo para equilibrar trabalho e família; necessidade de desenvolver seu potencial; necessidade de servir de suporte econômico para família ou amigos e o desejo de ter o próprio negócio. São obstáculos enfrentados por empreendedoras na Noruega (Sanner, 2000; Richard & Burke, 2000): a) aversão ao risco; b) ausência de modelos de referência empreendedora femininos; c) o status da mulher empreendedora que tende a ser baixo; d) falta de disponibilidade de suporte financeiro, serviço de ajuda técnica difícil conforme a comunidade; e e) atitudes negativas de amigos, colegas e clientes.

Uma das maiores participações das mulheres na economia nacional ocorre nos Estados Unidos, onde a taxa de atividade econômica delas é de 58,2% (OECD, 2000). Em 1990 uma em cada 10 mulheres acima de 35 anos estava envolvida com a criação de empresas naquele país. As mulheres representam 30% das empresas e a National Association of Women Business Owners (NAWBO) conta com um dos bancos de dados de maior abrangência sobre empreendedoras que constantemente tem sido utilizado para estudos e pesquisas. Brush (OECD, 1998) cita como fatores de crescimento das empresas geridas pelas norte americanas: a experiência anterior em uma empresa, aliada à boa competência financeira e ao nível de estudos superiores.

Com relação ao Canadá, as mulheres participam com 59,6% na atividade econômica (OECD 2000) e o crescimento do número de empreendedoras no país tem sido bastante acelerado. As empresas geridas por mulheres são de pequeno porte, atuando geralmente no setor de serviços, comércio, restaurante, hotelaria e mais recentemente multimídia. Os principais motivos para iniciar os negócios foram: independência e controle sobre suas próprias vidas e aumento da auto estima. As empresas são geralmente pequenas, com poucos empregados e com baixo investimento inicial. Os maiores problemas estão ligados às dificuldades de conciliar trabalho e família e diferenças na concessão de créditos por parte dos bancos (Richard & Burke, 2000; Ministère de l'Industrie et Commerce 2000). A falta de experiência gerencial quando iniciaram os negócios foi constatada em 55% das 200 empresas pesquisadas por Belcourt (apud Groupe Conseil Femmes, 1998) e as necessidades constatadas foram: melhorar noções de contabilidade, finanças e gestão; relacionamento mais sólido com instituições financeiras e não hesitar em negociar com diversas instituições financeiras.

Também no Oriente a participação das mulheres nos pequenos negócios começa a ser evidenciada. Na Índia o percentual de empresas geridas por mulheres é de 20% (OECD, 2000). A grande maioria atua no setor de serviços. Das (1999) constatou junto a 35 empreendedoras que o papel da mulher tem sido tradicionalmente o de esposa e de mãe. Tal como em outras localidades, os pequenos negócios são predominantes e, especialmente naquele país, as empresas fundadas por mulheres tendem a permanecer pequenas pelas seguintes razões: falta de habilidades, falta de capital, falta de aprovação social e falta de suficiente auto confiança (Das,1999). Aliado a esses fatores o medo do sucesso inibe o crescimento, pois sucesso significa uma empresa maior e, portanto, demanda mais tempo nos negócios e menos atenção para a família que é prioridade social. Além disso, de acordo com a autora, conforme a constituição do sistema cultural, o sucesso da mulher pode constituir uma ameaça ao ego do seu marido. Entre as barreiras que foram encontradas constam: ausência de modelos de empreendedoras femininos; dificuldades em obter confiança de clientes e fornecedores; falta de treinamento adequado; falta de relatos de experiências que passam a servir como parâmetro.

Na Ásia uma pesquisa realizada junto a 455 empresas pelo Instituto Asiático de Gestão e a Agência Canadense Internacional (Indonésia, Malásia, Filipinas, Singapura e Tailândia) constatou o nível educacional mais elevado e o predomínio de pequenas empresas por parte de mulheres. Essas empreendedoras se auto conceituam como pessoas ativas, que “não choram facilmente”. O sucesso, segundo elas, traz recompensas, tais como: Prazer da conquista (61%); Possibilidade de ganhos financeiros mais elevados (43%); Reconhecimento pela sociedade (42%); Felicidade para a família (32%); Melhor oportunidade para os filhos(27%); Respeito dos amigos e dos colegas (27%).

Como fatores que contribuíram para o sucesso estão: trabalho árduo, perseverança e determinação (85%); mercado favorável para os produtos ou serviços (70%); apoio por parte dos pais ou do marido (55%); disponibilidade de recursos financeiros (49%) e boa sorte (43%) (Lineaman, 1992).

No Senegal Sarr (1998) realizou uma pesquisa com 259 empreendedoras e verificou que as representações sociais dessas mulheres passaram de negativa à positivas. Vivendo numa sociedade onde algumas mulheres abandonam suas atividades por oposição do marido, as empreendedoras têm uma auto representação de si que enfatiza a conquista. Entretanto elas não gostam de falar da conquista, pois trata-se de um tabu. A conquista, na sua concepção, é atribuída a Deus, embora acreditem na força do trabalho e do esforço e valorizem a

experiência. A coragem, a abnegação, a honestidade e o respeito são valores que ressaltam, como também o rigor na gestão. A tradição e o islamismo constituem referências fortes na sua atuação empreendedora. As referências culturais as reenviam constantemente ao papel de esposas e de mãe. O casamento é a primeira forma de reconhecimento social para uma mulher e sem ele ela não é bem considerada. Uma mulher que não segue as regras do marido é qualificada como indócil e considerada inapta para encontrar outro marido. Sem marido ela torna-se uma mulher livre e mal vista. Assim, como a sociedade dá todos os direitos aos maridos, as empreendedoras pesquisadas apontaram como maior dificuldade a atitude dos maridos. Outras dificuldades incluem: incapacidade de prevenir roubos, dificuldades em encontrar pessoas de confiança para delegar as atividades, limitando assim o seu crescimento. As empreendedoras que fizeram parte do estudo desenvolveram instrumentos gerenciais que contribuem para o seu sucesso, tais como: formas de distinguir sua renda do faturamento das empresas; recorreram à ajuda de profissionais quando necessitam; construíram uma rede de distribuição própria; excluídas do sistema bancário, criaram um sistema de crédito autônomo, construíram redes nos sistemas político e religioso e sabem como ter acesso aos decisores.

Ainda no Oriente, especificamente na Coreia as empreendedoras respondem por 30% das micro e pequenas empresas. De acordo com Kim (2000) as maiores dificuldades para o desempenho delas estão ligadas a: a) necessidade de disseminar o uso de internet entre elas; b) necessidade de treinamento e serviços educacionais; e c) necessidade de disponibilizar serviços nas áreas de recursos humanos e contabilidade.

Atualmente elas contam com o suporte de políticas governamentais que tem buscado o incremento do empreendedorismo feminino, mas as barreiras culturais ainda estão muito presentes.

Na Nova Zelândia, país com 3,6 milhões de habitantes, as mulheres constituem 51,2% da força de trabalho do país e entre os jovens há mais empresárias do sexo feminino do que do masculino: 19,6% das mulheres com menos de 34 anos e 10,7% dos homens com menos de 34 anos (McGregor & Tweed, 2000). Um total de 40% dos novos negócios são iniciados por mulheres. Em 1992 a rede Women into self-employment (WISE) se expandiu no país e em 1998 contava com 36 ramificações e 12.000 membros. Dentre outras razões para iniciar as empresas estão: oportunidade de manifestar o potencial criativo, subsistência, desejo de independência, de flexibilidade e forma de rentabilidade nos negócios. As principais barreiras são: divisão doméstica do trabalho, falta de tempo e “exclusão cultural” para as vantagens oferecidas a empreendedores.

Na Austrália o percentual de empresas dirigidas em conjunto com o marido representa 58% dos pequenos negócios daquele país (Still, 2000). Como barreiras de gênero estão falta de acesso a networks e falta de mentores; falta de tempo para si, divisão desvantajosa de tarefas domésticas e problema cultural que afeta o seu desempenho. Elas ainda são “invisíveis” na cultura de negócios australiana pela sua pouca representatividade nos órgãos oficiais e associações, como também pela cultura que se manifesta através das seguintes atitudes: mulheres que não suportam outras mulheres; homens de mentalidade estreita; falta de respeito por causa do sexo e a dominação social dos homens na área de negócios (Still, 2000). As australianas iniciaram empresas por três razões principais: a) necessidade; b) falta de oferta de empregos; c) porque muitas se associaram a outras pessoas em pequenos negócios. Também para ajudar o marido ou a família e para melhorar a qualidade de vida foram motivos encontrados por Bennett e Dann (2000) entre 229 empreendedoras australianas estudadas.

No Brasil aproximadamente 25% das pequenas empresas são dirigidas por mulheres (OIT, 1997). Segundo Patai (apud Jones, 2000) os papéis da mulher no mercado de trabalho brasileiro estão em fase de transição. Se antes ela era economicamente dependente do marido até mesmo para definir sua identidade, hoje ela deseja mais do que casamento e família. Ela busca uma identidade pessoal que inclui estilo de vida, oportunidade para expressar sua criatividade e independência econômica. Dentro desse contexto é possível encontrar empreendedoras em diferentes faixas etárias, desde as mais jovens, que iniciam aos 18 anos (SEBRAE, 2000) como as que iniciam empresas após a aposentadoria (Machado, 1999). Elas apresentam predominantemente um nível de instrução superior. A identificação de uma oportunidade de negócios e o desejo de realização estão entre as razões encontradas por empreendedoras brasileiras para iniciarem empresas (Gimenez et ali, 1998; SEBRAE, 2000). Em geral elas iniciam negócios em setores nos quais tenham experiência anterior e utilizam financiamento bancário mais para obras e instalações, enquanto que os homens apresentam a maior tendência em utilizar recursos bancários para capital de giro (SEBRAE,2000).

No contexto global é possível traçar um perfil geral de empreendedoras (Baygan, 2000), que é constituído por: a) faixa etária entre 35 e 50 anos; b) são casadas e tem filhos; c) têm alto nível de educação formal; d) atuam em pequenos negócios; e) iniciam as empresas com baixo capital social; e f) encontram nas associações de mulheres empresárias uma fonte importante de informações e apoio às empresas.

Para complementar esse quadro, as informações oriundas de pesquisas em diferentes contextos evidenciam a dificuldade atrelada ao exercício do papel social de empreendedoras. Mesmo nas sociedades onde a sua representatividade é maior pode-se perceber que entrelaçar os domínio social e econômico representa uma dificuldade para as mulheres na condição de empreendedoras. Não obstante a esses fatores o seu desempenho têm se apresentado cada vez mais superior, muitas vezes em razão de políticas públicas de apoio, abordadas na seqüência.

2. POLÍTICAS DE INCENTIVO AO EMPREENDEDORISMO FEMININO

As políticas de promoção ao empreendedorismo feminino geralmente se enquadram nas ações a favor das micro e pequenas empresas. Os exemplos que serão descritos na seqüência foram divulgados no encontro promovido pela OECD em novembro de 2000, sob o título: "mulheres empreendedoras em micro e pequenas empresas: percebendo os benefícios da globalização e a Economia baseada no conhecimento".

Não são poucos os países que vem adotando políticas voltadas ao estímulo e desenvolvimento do empreendedorismo pelas mulheres. Dentre estes o Japão e a Alemanha trazem no contexto de suas políticas de estímulo aos pequenos negócios linhas especiais para a participação feminina. Outros casos podem ser citados como exemplo: o governo grego (Louloudi, 2000), que adotou políticas para promover os pequenos negócios, especialmente por mulheres, apoiando na forma de subsídios e treinamento. A mesma estratégia foi seguida pela República da Irlanda.

Na Europa, em 1991 foi fundada a NOW (New Opportunities for Women), a primeira iniciativa para a igualdade de emprego para as mulheres. Esse programa prioriza, dentre outras estratégias, a reconciliação trabalho e família, o acesso à educação e treinamento e às instâncias decisórias. Atualmente o programa tem como um de seus objetivos: "promover o

empreendedorismo e a criação de empregos por mulheres. Segundo o groupe-conseil sur l'entrepreneuriat féminin (2000) este programa europeu selecionou 21 projetos com a finalidade de determinar os desafios que as mulheres precisam superar, como também melhorar suas probabilidades de ter êxito nas fases de criação, de consolidação e de crescimento das empresas.

Outro exemplo é o da Nova Zelândia, país com 3,6 milhões de habitantes, onde o número de empreendedoras aumentou consideravelmente em razão das políticas governamentais adotadas a partir de 1996 pela Primeira Ministra, dando ênfase às perspectivas de gênero em todos os programas governamentais, destacando as necessidades do papel da mulher nos processos decisórios. Destaque também é o governo australiano, que tem programas especiais, em parceria com entidades privadas, para ajudar jovens a se tornarem empreendedoras.

Alguns países não têm se restringido à formulação de políticas, mas conjuntamente tem legislado sobre a matéria, como o caso da Coréia, que tem estimulado a criação de empregos por parte das mulheres, como forma de reforçar a competitividade, apesar dos obstáculos representados pelas barreiras culturais. Para fazer face as barreiras presentes o Parlamento deste país adotou em 1999 uma “Lei de ajuda às mulheres empreendedoras”, com o objetivo de favorecer a igualdade de oportunidades.

Retornando aos exemplos dos países europeus, menciona-se o caso da Espanha, que para incentivar o empreendedorismo por parte de mulheres, formalizou em seu Plano 1997-2000 os seguintes objetivos: a) favorecer assistência técnica às empreendedoras nas fases de criação e de desenvolvimento, compreendendo também o Comércio Exterior; b) encorajar a constituição de redes e de intercâmbio de informações entre mulheres empreendedoras; c) estimular as instituições financeiras à por em prática linhas de crédito e condições favoráveis às mulheres; e d) sensibilizar o público para a participação das mulheres no mundo dos negócios

Outra experiência foi desenvolvida na Rússia, na região de Volkov (Schmertz, 1999), com incubadoras e com foco nas mulheres de negócios, oferecendo programa de suporte e encorajamento para as mulheres iniciarem e gerirem seus negócios, oferecendo-lhes ainda crédito e leasing para equipamentos.

É importante ressaltar que em alguns países como a Finlândia e a Rússia o empreendedorismo feminino está sendo estimulado como uma alternativa ao desemprego feminino, encorajando-as assim a criarem seu próprio emprego.

No tocante à superação de barreiras ligadas a dificuldade de obtenção de recursos financeiros, foram mencionadas iniciativas que envolvem poderes públicos e privados a favor de mulheres empreendedoras, como por exemplo: o banco da Irlanda que criou um cargo de diretor encarregado de mulheres empreendedoras e que tem promovido estudos qualitativos e quantitativos sobre a satisfação delas com os serviços bancários e questões de crédito, a fim de melhorar seus serviços às mulheres; bancos da Itália, Portugal, Reino Unido, Países Baixos e Alemanha que se juntaram com apoio da União Européia e criaram o Projeto Mulher Empreendedora, para garantir linhas de financiamento para abertura e geração das empresas por parte de mulheres.

Quanto aos programas de financiamento destinados a mulheres empreendedoras foram destacados empréstimos de diferentes natureza, como os com a participação do Estado adotados pela Alemanha, Canadá, Coréia, Espanha, Estados Unidos, Finlândia, Itália, Japão, Noruega, Países Baixos, Polônia, Suécia e Turquia; ou os sem a participação do Estado adotados pela Espanha, Estados Unidos e Itália. No caso brasileiro não há uma política diretamente dirigida às mulheres, mas Koreen (OECD, 2000) salienta que o BNDES adotou uma estratégia global de financiamento de crédito às micro empresas e as mulheres representam 54% dos participantes do referido programa.

Esses casos constituem apenas alguns exemplos de possibilidades de políticas voltadas ao estímulo e fortalecimento das empresas geridas por mulheres. Em termos conclusivos, convém aqui ressaltar, dentre outras, as seguintes diretrizes no encontro da OECD (2000): a) desenvolver a cultura de empresa entre as mulheres: educação, formação e mudança de mentalidade; b) melhorar a participação das empreendedoras no mercado internacional e na economia global (tecnologias e parcerias); c) melhorar o conhecimento sobre mulheres empreendedoras (adequar as estatísticas para informações relativas ao gênero); e d) relacionadas ao financiamento de empresas dirigidas por mulheres. A partir dessas considerações acerca dessa temática em discussão desenvolveu-se algumas proposições de diretrizes e políticas para o contexto brasileiro, discutidas a seguir.

3. REFLEXÕES SOBRE POLÍTICAS PÚBLICAS E EMPREENDEDORISMO FEMININO NO CONTEXTO BRASILEIRO

O debate sobre o empreendedorismo feminino no Brasil ainda está limitado às associações das mulheres de negócios, não extrapolando, infelizmente, outras esferas sócio-políticas. Não significa que essas associações não sejam representativas, ao contrário, só para citar um exemplo, o da BPW's (business professional women) que possuía, em 1999 grupos de empreendedoras em 32 cidades diferentes. Muito comum também é a existência de conselhos ou comitês de empreendedoras vinculados às associações comerciais dos municípios.

Além disso, tal como ocorre em outros países, as estatísticas sobre empresas e negócios em geral não estão adequadas para permitir análises de gênero. Portanto pouca informação é tida sobre o perfil de empresas iniciadas e geridas por mulheres. O que se conhece são casos de sucesso isolados, os quais não são objeto de análises longitudinais ou técnicas.

Quando comparamos a população brasileira à de outros países desenvolvidos a população infantil e juvenil é proporcionalmente significativa na população total e, embora existam poucos estudos sobre o assunto, as perspectivas de emprego para os jovens apresentam-se cada vez mais reduzidas. A proporção é ainda mais significativa se considerarmos o número de mulheres sobre a população economicamente ativa. Outros países que mantém iguais proporções tem procurado estimular o empreendedorismo feminino para fazer face a ocupação profissional desse contingente de mulheres, que em muitos casos apresenta uma formação escolar e uma qualificação elevada. Para levar esse debate um pouco mais longe destaca-se ainda a proporção de mulheres que tem filhos e que são monoparentais, que de acordo com o resultado do último recenseamento do IBGE encontra-se em 27%.

Esses são alguns aspectos que exprimem a relevância do empreendedorismo feminino e que justificam a adoção de políticas públicas que visem reduzir obstáculos e criar oportunidades para o empreendedorismo feminino. Para um debate inicial em torno do assunto apresenta-se um conjunto de oito proposições para incremento e valorização de pequenos negócios por mulheres:

a) Estimular a adequação de estatísticas econômicas sobre empreendedoras, investigando, dentre outros, aspectos relativos aos setores de atuação, perfil empreendedor e perfil gerencial;

b) Estimular a criação de empresas por parte de jovens, criando programas de desenvolvimento de potencial gerencial e linhas especiais de concessão de crédito;

c) Difundir preceitos de empreendedorismo nos diversos níveis escolares;

d) Estimular programas de "apadrinhamento", nos quais empresárias mais experientes forneçam orientações para outras com menor experiência;

e) Estimular a produção de casos sobre empreendedoras de sucesso, enfatizando as formas de superação de problemas, como um instrumento de motivação e orientação as demais;

f) Estimular a participação da mulher como empreendedora em setores tradicionais, os quais sua presença ainda é de difícil acesso, como na área agrícola e agroindustrial;

g) Criar aconselhamento e suporte para exportação para empresas dirigidas por mulheres.

h) Estimular a criação de programas de pesquisa nas universidades visando o desenvolvimento de estudos de gênero que busquem produzir interfaces e eliminar marginalizações.

Para finalizar as reflexões aqui apresentadas, fica evidente que essa preocupação tem sido alvo de políticas em muitas localidades e que no contexto brasileiro, é preciso ao menos ampliar o debate em torno do tema. As oportunidades devem ser para muitos.

4. BIBLIOGRAFIA

ADLER, N. J. e IZRAELI, D. **Competitive Frontiers**. Women Managers in a Global Economy. Massachussets: Blackwell Publishers, 1994.

ALEXANDER, B.M. Development of Women Entrepreneurship in Bosnia, Herzegovina in **OECD Conference “Women entrepreneurs in SMEs”**, Paris: OECD, 2000.

ALLEN, S & TRUMAN, C (Editors) **Women in business** - perspectives on women entrepreneurs. London: Routledge, 1993.

ANNA, A. L.; CHANDLER, G.N, JONSEN, E. and MERO, N.P. Women Business Owners in traditional and non-traditional industries. **Journal of Business venturing** 15,: 279-303, 1999.

BAYGAN, G. Women Entrepreneurs in SMES: realising the benefits of globalisation and the knowledge-based Economy. **OECD: Workshop 4: Improving knowledge about women's entrepreneurship**. Paris: OECD, 2000..

BENNETH, R. and DANN S. The changing experience of australian female entrepreneurs. **Gender, Work and Organisation**, 7(2):75-83, 2000.

BOCHNIARZ, H. Theses to the discussion at the Conference Women Entrepreneurs in SMES, In **OECD Conference Women Entrepreneurs in SMEs**, Paris: OECD, 2000..

BOUITILLIER, S. & UZUNIDIS, D. Les dimensions socio-économiques et politiques de l'entrepreneur in Verstraete,T. **L'entrepreneuriat un phénomène aux multiples formes d'expression in Histoire d'entreprendre les réalités de l'entrepreneuriat**. Paris :Éditon EMS-Management & Societé, 2000.

BOWEN, D. & HISRICH, R. The female entrepreneur: a career development perspective. **Academy of Management Review**. Vol 11 (2): 393-407,1986.

CARTER, N. and ALLEM, K. Size determinants of women-owned businesses: choice or barriers to resources? In **Special Entrepreneurship and Regional Development Journal**, 9(3): 211-220, 1997.

CARTER, S. and ROSA,P. The financing of male and female owned businesses. **Entrepreneurship and Regional Development**. Vol 10(3): 223-241, 1998.

CARTER , S. CANNON. T. **Women as entrepreneurs**. London: Academic Press, 1992

DAS, M. Women entrepreneurs from southern India: an exploratory study. **The Journal of Entrepreneurship**, 8(2): 147-163, 1999.

DAVIES-NETZLEY,S. **Gendered Capital Entrepreneurial Women in American Society**. New York: Garland Publishing, 2000.

DUCHENEANT, B; ORHAN, M. **Les femmes entrepreneurs en France**. Paris : Sli Arlas, 2000.

GIMENEZ, F; MACHADO, H. e BIAZIN, C. (1998). A mulher empreendedora: um estudo de caso no setor de confecções, In: **1998 Balas Proceedings**. Texas, Vol.1, p.311-322, 1998..

GREENHAUS, J. & PARASURAMAN, S. Research on Work, Family and Gender. Current Status and Future Direction in Powel, G. **Handkbook Gender & Work**, London: Sage, 1999.

GROUPE CONSEIL FEMMES – Expertise. **Accès des femmes entrepreneurs au crédit: réalités et nouvelles stratégies de financement**. Canadá, 1998.

GROUPE CONSEIL SUR L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ. **Les défis des entrepreneurs**. Gouvernement du Québec, Montréal, 2000.

HISRICH, R. D. **Entrepreneurship**: starting, developing and managing a new enterprise. Boston, p.47-90, 1989.

HISRICH, R. e BOWEN, D. A The female entrepreneur: a career development perspective. **Academy of Management Review**.vol 11, n2.p.393-407, 1986.

HISRICH, R.; BRUSH, C. G.; GOOD, D. e D, GITA. Performance in entrepreneurial ventures: goes gender matter? **Frontiers of Entrepreneurship Research**. Babson College, 1997.

HOLMQUIST, C. Women's entrepreneurship – complement or alternative? **Special Issue Entrepreneurship and Regional Development Journal**, 9(3), 1997.

IZYUMOV, A. and RAZUMNOVA, J Women entrepreneurs in Russia: learning to survive in the market. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, vol 15(1):1-19, 2000.

JONES ,C. Psychodynamics, gender and reactionary entrepreneurship in metropolitan São Paulo, Brazil. **Women in Management Review**, 15(4): 207-217, 2000.

KIM, S. J. General Socio Economic Background of Asia and Korea in **OECD Conference Women entrepreneurs in SMEs**. Paris:OECD, 2000.

KYRÖ, P Women Entrepreneurship in the Nordic Countries in **OECD Conference Women Entrepreneurs in SMEs**. Paris : OECD, 2000.

LEE, J. The motivation of women entrepreneurs in Singapore. **Inte Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**. Vol 3, issue 2, 1997.

LERNER, M.; BRUSH, C. e HISRICH, R. Israeli women entrepreneurs: examination of factors affecting performance. **Journal of Business Venturing**, n12, p 315-339.Nova York: Elsevier, 1997.

LICUANAN, S. **Women entrepreneurs in southeast Asia**. Filipinas: Asian Institute of Management, 1992.

LINEHAN, M. **Senior Female International Managers**. Great Britain: Ashgate, 2000.

LOSCOCCO, K. & ROBINSON,J. Barriers to women's small-business success in the United States. **Gender & Society**, vol 5 (4):511-532, 1991.

LOULOUDI, A. Women's entrepreneurship in the technological sector in Greece in **OECD Conference Women Entrepreneurs in SMEs**. Paris: OECD, 2000.

MACHADO, H. V. Aposentadas e Empreendedoras. In: IV CONGRESSO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES. **Proceedings**. Viçosa, Universidade Federal de Minas Gerais, 1999.

MAYASAMI and GOBY. Female Business Owners in Singapore and Elsewhere: A Review of Studies. **Journal of Small Business Management**. Vol 37, n2. Apr., 1999.

MCGREGOR, J. and TWEED, D. Women Managers and Business Owners in New Zealand in Davidson, M. J. and Burke, R. **Women in Management Current Research** vol II, London: Sage, 2000.

MEYER, D. e HEPPARD, K.A. **Entrepreneurship as strategy**. London: Sage Publication, 2000.

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. **Portrait statistique des femmes entrepreneurs**. Québec, Montréal, 2000.

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. **La perception de l'accès au financement chez les femmes entrepreneurs**. Québec, Montréal, 2000.

MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS. **Entrepreneurship in the Netherlands**. De Haag, jan 2001.

MOORE, D. e BUTTNER, H. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success . **Journal of Small Business Management**, jan. p. 34-47, 1997.

MOORE, D. P. Women entrepreneurs approaching a new millennium in Power, G. N. **Handbook of Gender & Work**, London: Sage, 1999.

MOORE, D. P. e BUTTNER, E. H. **Women Entrepreneurs**. London : Sage Publications, 1997.

MUKHTAR, J. Business characteristics of male and female small and medium enterprises in the UK: implications for gender-based entrepreneurialism and business competence development. **British Journal of Management**. Vol 9: 41-51, 1998.

OECD. **Proceedings of Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises**. Paris:OECD, 1998.

OECD . **Les femmes entrepreneurs à la tête de PME: pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir**. 29-3- nov. Paris, 2000.

OIT- Organisation Internationale du Travail. Programme des activités sectorielles. **La promotion des femmes aux postes de direction**. Bureau International du Travail, Genève, 1997.

ORSER, B & RIDING, Al. An empirical study of gender challenges of exporting study of gender challenges of exporting for women-owned business. ASAC-IFSAM 2000 **Proceedings**. Montreal, 2000, 1CD.

PETTIT, S. Great oportunities exist for women entrepreneurs. **Babson Entrepreneurial Review** Feb, vol 13: issue 1, 1997.

RICHARDSEN, A. M and BURKE, R.. Women entrepreneurs and small business owners in Norway and Canada in Davidson, M.J. and Burke, R. **Women in Management Current Research**, vol II, London: Sage, 2000.

SANNER ,A. Norwegian Industrial and Regional Fund in **OECD Conference Women Entrepreneurs in SMES**, Paris: OECD, 2000.

SARR, F. **L’entrepreneuriat féminin au Sènegal**. Paris : L’Harmattan, 1998.

SCHMERTZ, I.F.S The Volkhov International business incubator. **Small Enterprise Development**, vol 10(2):41-48, 1999.

SEBRAE **Perfil do Empresário da Pequena Empresa do Paraná**. Curitiba: SEBRAE/ISAD/PUC-PR, 1993.

SEBRAE. Departamento Nacional do Comércio. **II Sondagem SEBRAE 2000**. A mulher empresária, pesquisa vol 9, nov 2000,

SEXTON, D. L. and LANDSTROM, H. **The Blackwell Handbook of Entrepreneurship**. Oxford: Blackwell, 2000.

SMALL ENTERPRISE DEVELOPMENT. SEBRAE- Support for small enterprise in north Brazil, vol 10(2):67-68, 1999.

SOLSTÉSZ, A. Women in the labour market: entrepreneurship as an alternative in **OECD Conference Women entrepreneurs in SMEs**. Paris:OECD, 2000.

STILL, L & TIMMS, W . Women in Small Business: Towards a new paradigm. ICSB Singapore Conference **Proceedings**. http://www.icsb.org/pubs/98_papers/index.html, 1998.

STILL, L. & TIMMS, W “I want to make a difference”Women small business owners: their business, dreams, lifestyles and measures of success. ICSB World Conference **Proceedings**. Brisbane, jun 2000. 1 CD.

STILL, L. e Timms, W. Women’s business: the flexible alternative workstyle for women. **Women in Management Review**, vol 15(5/6):272-283, 2000.

VERSTRAETE,T **L’Entrepreneuriat un phénomène aux multiples formes d’expression in Histoire d’entreprendre les réalités de l’entrepreneuriat**. Paris : Édition EMS-Management & Societé, 2000.

ZAPALSKA, A. A profile of woman entrepreneurs and enterprises in Poland. **Journal of Small Business Management**, 35(4):76-82, 1997.