



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

CAMILA MARIA CAVERSAN MAGRINELLI

**O EMPREENDEDORISMO E A EVOLUÇÃO DA MULHER NO
MERCADO DE TRABALHO**

Assis
2014

CAMILA MARIA CAVERSAN MAGRINELLI

O EMPREENDEDORISMO E A EVOLUÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Administração do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial a obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientanda: Camila Maria Caversan Magrinelli

Orientadora: Daniele Camargo Vêncio

Assis

2014

FICHA CATALOGRÁFICA

MAGRINELLI Camila Maria Caversan.
O empreendedorismo e a evolução da mulher no mercado de trabalho.
Camila Maria Caversan Magrinelli
FEMA – Fundação Educacional do Município de Assis – Assis, 2014
48 p.

Orientadora: Daniele Camargo Vêncio
Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis.

1. Mulher. 2. Sociedade. 3. Empreendedorismo

CDD: 658

Biblioteca da FEMA.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais que nunca me deixaram desistir, amigos que sempre me apoiaram, meu namorado que esteve presente durante esses quatro anos me dando forças, minha orientadora Prof.^a Daniele Camargo, que acreditou em mim e tanto se dedicou a esse trabalho e em especial à memória da minha avó, Antônia Romero Caversan, sei que está orgulhosa e torcendo por sua neta caçula.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado a vida e ter me guiado até aqui, agradeço também minha Prof.^a Dani e a todos que contribuíram para a minha tão sonhada formação e aos meus queridos amigos de sala, Leonardo Siqueira, Alexandre Chiconello e Jamille Zanetti que sempre estiveram presentes nesses quatro anos, um apoiando o outro.

Em especial agradeço também meus pais pela força, por acreditarem em mim e não me deixarem desistir, sem vocês não teria chegado até aqui e ao meu namorado que foi meu companheiro de sala, de vida. Obrigada pelo apoio e carinho que tem por mim.

Enfim, agradeço a todos que me ajudaram de maneira formal ou informal, eu consegui, estou formada.

“Os nossos pais amam-nos porque somos seus filhos, é um fato inalterável. Nos momentos de sucesso, isso pode parecer irrelevante, mas nas ocasiões de fracasso, oferecem um consolo e uma segurança que não se encontram em qualquer outro lugar.”

Bertrand Russell (1872)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo tratar sobre a evolução da mulher no mercado de trabalho. Durante muito tempo as mulheres eram consideradas apenas como donas de casa, limitavam-se a cuidar dos filhos e do marido, era esse o papel da mulher.

O tempo passou e mesmo com todas as dificuldades que ainda encontram, a mulher conseguiu um lugar na sociedade, trabalha, é independente, começaram a abrir seus próprios negócios e atualmente temos as mulheres empreendedoras fortes no mercado.

Atualmente nos deparamos com mulheres que conseguem dividir o tempo entre casa, marido, filhos e trabalho. Há as que optam por trabalhar em casa, montando para estarem presentes na educação dos filhos, podendo administrar seus horários de trabalho. Um estudo de caso mostra a garra de uma mulher que começou a trabalhar em casa e hoje é reconhecida por todos, tendo duas lojas abertas e bem próxima de fazer com que seu negócio vire uma rede de franquias.

Palavras – chaves: 1.Mulher, 2.Sociedade, 3.Empreendedorismo.

ABSTRACT

This work aims to address on the evolution of women in the labor market. For a long time women were considered only as housewives, were limited to caring for children and husband, it was the role of women.

Time passed and even with all the difficulties that still face, the woman got a place in society, work is independent, began to open their own business and we currently have strong entrepreneurial women in the market.

Currently we come across women who can split time between home, husband, children and work. There are those who choose to work from home, riding to be present in childcare and can manage their work schedules. A case study shows the claw of a woman who began working at home and today is recognized by all, having two open and close as well to make your business turn a network of franchises.

Key – words: 1.Woman, 2.Society, 3.Entrepreneurial.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Quadro / Taxa de Empreendedorismo no Brasil 2000-2004

Figura 2: Gráfico / Setores preferidos pelas mulheres em 2013

Figura 3: Foto / Luiza Trajano Diretora Presidente do Magazine Luiza

Figura 4: Foto / Maria das Graças Foster Diretora de energia e gás da Petrobrás

Figura 5: Gráfico / Média salarial entre homens e mulheres 2010 – Regiões

Figura 6: Gráfico / Média salarial entre homens e mulheres 2010 – Grau de Instrução

Figura 7: Foto / Interior da loja Cecica Doces com a proprietária Josiane

Figura 8: Foto / Docês Cecica Doces

Figura 9: Foto / Proprietária da Cecica Doces, Josiane e aluna Camila

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. EMPREENDEDORISMO	11
2.1. A evolução histórica do empreendedorismo.....	11
2.2 Conceitos de Empreendedorismo	12
2.3 Empreendedorismo no mundo	14
2.4 Empreendedorismo no Brasil	15
2.5 Formações, características e necessidades do empreendedor	17
2.6 Os vários tipos de empreendedor	19
2.7 É possível ensinar o empreendedorismo	21
3. INSERÇÃO DA MULHER NA SOCIEDADE	22
3.1 A mulher no mundo colonial	22
3.2 A mulher e a prostituição.....	23
3.3 Os fatos históricos que marcaram as conquistas das mulheres.....	24
4. MULHER EMPREENDEDORA	26
4.1 Cresce a participação da mulher no mercado de trabalho	26
4.2 SEBRAE como ferramenta de apoio	27
4.3 A gestão feminina e a consequência para a sociedade	29
4.4 Grandes mulheres que fizeram história no Brasil.....	31
4.5 Diferenças salariais entre os gêneros femininos e masculinos	36
4.6 Direitos da mulher no mercado de trabalho	38
5. ESTUDO DE CASO: CECICA DOCES FINOS & BEM CASADOS	40
5.1 Histórico da empresa	40
5.2 Missão	41
5.3 Visão	42
6. ANEXOS	44
7. CONCLUSÃO	44
8. REFERÊNCIAS	45

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como finalidade analisar, por meio de pesquisas bibliográficas, reportagens e estudo de caso, a evolução da mulher no mercado de trabalho, as lutas pelas desigualdades salariais e como o empreendedorismo influência na vida das mulheres.

As mulheres nas sociedades antigas viviam de maneira limitada, onde o marido era o provedor do lar. A mulher não precisava e não deveria ganhar dinheiro. Elas encontravam dificuldades em tudo que realizavam, era difícil obter educação, respeito e conhecimento, já que suas vidas eram para servir. Eram diferenciadas apenas pelo aspecto de mulheres, pois, obter objetos que hoje as mulheres consideram essenciais em suas vidas, antes isso nem existia, e o pouco que existia eram destinados apenas a mulheres de famílias ricas.

Hoje em dia, o mundo aposta nos valores femininos e as mulheres ocupam cargos nos tribunais superiores, nos ministérios, no topo de grandes empresas, em organizações de pesquisa de tecnologia de ponta, pilotam jatos, comandam tropas e perfuram poços de petróleo.

Há ainda um longo caminho a percorrer pelas mulheres, como organizar as concepções perante a sociedade, diferenciar o preconceito da desvalorização e provar que a mulher pode conquistar seu lugar no mercado de trabalho, revelando que a busca pela igualdade profissional que as mulheres almejam não é invadir o espaço masculino ou provar uma superioridade em relação aos homens, e sim o que elas desejam é poder escolher o melhor caminho para serem felizes e completas, serem bem remuneradas de igual para igual, ter sua capacidade vista como um bem e não uma rivalidade ou um abuso. Exemplos de mulheres de sucesso serão citados, atualmente tivemos um grande avanço das mulheres, atuando em altos cargos, abrindo seus próprios negócios, conscientizando de que o crescimento das tecnologias e dos meios de negócios invoca oportunidades para diferentes os sexos. Assim sendo o trabalho está estruturado em cinco partes, onde consta depoimentos de mulheres vitoriosas e conhecidas e até um estudo de caso realizado com uma mulher de sucesso em nossa região.

2. Empreendedorismo

2.1 A evolução histórica do empreendedorismo

A palavra empreender (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Segundo Dornelas (2001) é importante fazermos uma análise histórica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo. O Primeiro uso do termo empreendedorismo, em um primeiro exemplo de definição pode-se citar Marco Pólo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco Pólo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (o capitalista) para vender as mercadorias dele. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo. Correndo todos os riscos físicos e emocionais.

Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país.

Já no século XVII, foi onde ocorreram os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo, o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Richard Cantillon, importante escritor e economista no século XVII, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos – o do capitalista – aquele que fornecia o capital.

No século XVIII, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados.

E com o final do século XIX e início do XX, os empreendedores foram freqüentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Com o passar dos anos o empreendedorismo vêm se destacando cada vez mais, e um grande exemplo contemporâneo da força empreendedora é a criação de

milhares de novas empresas e milhares de novos empregos, sendo o empreendedorismo o principal fator promotor do desenvolvimento econômico de um país.

2.2 Conceitos de empreendedorismo

Empreendedor é aquele que está constantemente buscando algo novo, que sai em busca de concretizar um sonho, um desejo. Ser empreendedor significa, acima de tudo, ser um realizador de novas idéias através da criatividade e imaginação. Para se tornar um empreendedor de sucesso, é preciso reunir criatividade, imaginação, determinação e liderança.

O economista austríaco Joseph A. Schumpeter (1942) associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico. Segundo ele, o sistema capitalista tem como característica inerente, uma força que ele denomina de processo de destruição criativa, fundamentando-se no princípio que reside no desenvolvimento de novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados; em síntese, trata-se de destruir o velho para se criar o novo. Schumpeter (1947, p.149) afirma que “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”.

De acordo com Schumpeter, o empreendedor é mais conhecido como alguém que cria novos negócios, mas pode também ser um inovador de algo que já exista, ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já existentes.

Seguindo este raciocínio, Hisrich e Peters (2004, p.29) afirmam que 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 conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica pessoal.

No que corresponde a empreendedorismo, Dolabela afirma que:

“O empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra

entrepreneurship e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de conduzir ao desenvolvimento econômico, gerando e distribuindo riquezas e benefícios para a sociedade. Por estar constantemente diante do novo, o empreendedor evolui através de um processo interativo de tentativa e erro; avança em virtude das descobertas que faz, as quais podem se referir a uma infinidade de elementos, como novas oportunidades, novas formas de comercialização, vendas, tecnologia, gestão.” (DOLABELA, 1999, p.43)

Segundo Dolabela (2001), o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, três aspectos muito importantes com relação ao empreendedor que são tomar iniciativa para criar um novo negócio, utilizar os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive e aceitar assumir riscos e a possibilidade de fracassar.

2.3 Empreendedorismo no mundo

O crescimento do empreendedorismo no mundo na década de 1990 pode ser observado através das ações desenvolvidas relacionadas ao tema. Um estudo do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 1999) mostra alguns exemplos nesse sentido.

No final de 1998, o Reino Unido publicou um relatório a respeito do seu futuro competitivo, o qual enfatizava a necessidade de se desenvolver uma série de iniciativas para intensificar o empreendedorismo na região.

A Alemanha tem implementado um número crescente de programas que destinam recursos financeiros e apoio na criação de novas empresas.

Em 1995, o decênio do empreendedorismo foi lançado na Finlândia. Coordenado pelo Ministério de Comércio e Indústria, o objetivo era dar suporte às iniciativas de criação de novas empresas, com ações em três grandes áreas: criar uma sociedade empreendedora, promover o empreendedorismo como uma fonte de geração de emprego e incentivar a criação de novas empresas.

Em Israel, como resposta ao desafio de assimilar um número crescente de imigrantes, uma gama de iniciativas tem sido implementada por meio do Programa de Incubadoras Tecnológicas.

Já na França existem várias iniciativas para promover o ensino de empreendedorismo nas universidades, particularmente para engajar os estudantes. Estão sendo criadas incubadoras dentro das universidades, foi lançada uma competição nacional para novas empresas de tecnologia e foi estabelecida uma Fundação de Ensino do empreendedorismo.

No cenário global, alguns países merecem comentários adicionais por caracterizarem tipicidades entre os participantes da pesquisa GEM 2004: países latino-americanos de baixa renda per capita e altas taxas de empreendedorismo; países ricos com TEA elevada; e países ricos que apresentam reduzida atividade empreendedora.

A estrutura empresarial do Japão, concentrada em grandes grupos empresariais, combinada com reduzidas diferenças de renda entre a população, impele o país a ter taxas de empreendedorismo.

No Peru e Equador, as indústrias tradicionais fecharam e diminuíram os empregos formais. Restou às suas populações buscar alternativas em ocupações informais, em atividades ao setor de serviços orientados ao consumidor. Como turismo, artesanato, alimentação, transporte de passageiros, entre outros. A alta proporção de empreendedores motivados por necessidades na composição da TEA confirma isto.

Dois países que refletem a situação do empreendedorismo mais afluyente e com melhor funcionamento das políticas sociais da Europa são Itália e Alemanha.

Embora reduzida, a TEA é composta por maior proporção de negócios inovadores e com expansão de mercado e empreendedores motivados principalmente pela oportunidade.

Na Argentina os resultados são muito similares aos do Brasil, refletindo a semelhança que ambos representam do ponto de vista econômico, sobretudo após o processo de acomodação macroeconômica em anos recentes, a saber: razoáveis níveis de atividade industrial diversificada e de dinamismo em seu setor de serviços.

Com relação são sociedades de fronteira estão a Austrália e a Nova Zelândia, que ainda em construção e de recente colonização, sobretudo anglo-saxônica, de forte espírito empreendedor. Tais fatores auxiliam a compreensão das altas TEAs registradas nesses países, as quais se compõem em grande proporção, de negócios motivados por oportunidades.

E o Estados Unidos, que apresenta um perfil semelhante aos dos demais países desenvolvidos de cultura anglo-saxônica, com alta TEA. A seguridade social não é tão abrangentes como países europeus, levando os indivíduos a buscar maior renda na atividade empresarial. Ademais, neste país, a cultura empreendedora, somada a uma maior tolerância ao fracasso, permeia toda a sociedade. Ainda, o arcabouço institucional facilita a abertura de novos negócios, na medida em que as barreiras burocráticas são reduzidas.

Contudo, os países citados têm usado de várias formas para introduzir e investir no empreendedorismo, gerando empregos e inovação. Sem inovação, esses países perdem a capacidade de riqueza. O empreendedorismo está cada vez mais forte, a cada dia que passa aumenta mais o número de empreendedores, as pessoas simplesmente se “descobrem” empreendedoras, a partir disso trabalham muito para realizarem seus sonhos e torná-los realidade.

2.4 Empreendedorismo no Brasil

O surgimento dos primeiros empreendedores no Brasil foi devido a uma abertura maior da economia na década de 90. Porém esses novos empreendedores não detinham conhecimentos suficientes para administrar seus negócios. Foi a partir desse surgimento do pequeno empreendedor que o SEBRAE começou a dar um suporte técnico para esses novos empreendimentos.

“O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas.” (DORNELAS, 2005, p.26).

Além do SEBRAE, existe outro programa que auxilia o empreendedor, o GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço) que foi criado para apoiar as empresas de informática que exportavam software. Com isso, o plano de negócios (business plan) começou a se popularizar no Brasil.

Segundo o estudo do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que é uma pesquisa que mede a evolução do empreendedorismo no Brasil em relação a outros países. Existem dois tipos de empreendedorismo no Brasil. A primeira seria:

“O empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas.” (DORNELAS, 2005, p.28).

E a segunda definição seria:

“O empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho.” (DORNELAS, 2005, p.28)

Em 2002, apenas 42% das pessoas abriam uma empresa por acreditar na demanda de mercado, enquanto os demais viam o empreendedorismo como necessidade, principalmente por não encontrar emprego. Já em 2013, esse índice que mede o empreendedorismo por oportunidade subiu para 71%, o maior em 12 anos. (<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,avanca-empreendedorismo-no-brasil,177427,0.htm> – acesso em 01 de maio de 2014).

A alta taxa de empreendedorismo no Brasil mostra que o fenômeno não é expressivo apenas em termos percentuais, e sim em termos absolutos, o que traz conseqüências importantes.

Segundo pesquisa GEM 2004, estima-se que o Brasil comporte um contingente de 15 milhões de empreendedores, um dos maiores entre os países pesquisados, perdendo apenas para os EUA. Desses empreendedores, em torno de 35% estão à frente dos negócios em estágio nascente, ou seja, com menos de 3 meses de vida,

e aproximadamente 65% administraram negócios com tempo de vida entre 3 e 42 meses.

Constata-se uma estabilização nas taxas de empreendedorismo na casa dos 12% após o país ter registrado cifras muito elevadas nos primeiros anos em que participou da investigação efetuada pela GEM – Global Entrepreneurship Monitor.

Segundo a GEM, desde que passou a integrar a pesquisa, o Brasil vem se mantendo entre os sete países com taxas (TEA – Taxa de Atividade Empreendedora Total) mais altas. Em 2000, ficou com a primeira colocação, com taxa de 21,4%, caindo para a quinta, em 2001 (14,2%) e para a sétima, em 2004 (13,5%). (Tabela2)

Anos	2000	2001	2002	2003	2004
%	21,4	14,2	13,5	12,9	13,5

Figura 1 – Taxa de Empreendedorismo no Brasil 2000-2004 (Fonte: Pesquisa GEM 2003 – Curitiba/PR.)

É notável a inspiração do brasileiro pelo empreendedorismo, onde podemos constatar isso em dados, conforme o texto nos mostra. Em última análise, vemos que o Brasil tornou-se um país de grande oportunidade de negócios, em todos os setores. O Brasil é apontado como um dos países mais empreendedores do mundo, mas há muito a melhorar no que se relaciona às condições de consolidação das milhares de iniciativas de novas empresas. O Brasil hoje e nas próximas décadas, continuará sendo um campo fértil para investimentos, sendo eles para empreendedores de pequeno, médio ou grande porte.

2.5 Formações, características e necessidades do empreendedor

Existe a concepção do empreendedor nato, aquele que nasce com as características necessárias para empreender com sucesso. No entanto, como se trata de um ser social, influenciado pelo meio que em que vive, a formação empreendedora pode acontecer por influência familiar, estudo, formação e prática.

Segundo Dolabela,

“Para se aprender a empreender, faz-se necessário um comportamento pró-ativo do indivíduo, o qual deve desejar aprender a pensar e agir por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção.” (DOLABELA, 1999, p.12)

O empreendedor tem como característica básica o espírito criativo. Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades.

A partir disso, temos algumas necessidades empreendedoras, sendo a primeira delas a aprovação, o empreendedor oferece um determinado produto ou serviço no mercado de trabalho e analisa sua aprovação, obtendo reconhecimento no mercado como exemplo de profissional bem sucedido.

Com relação à independência, o empreendedor tem a expectativa de liberdade e flexibilidade de normas e de horários, tomando para si a responsabilidade pelos resultados da instituição, que serão favoráveis ou não baseados no nível de comprometimento e qualificação de cada empreendedor.

No desenvolvimento pessoal o empreendedor desenvolve habilidades que por muitas vezes foram desprezados em corporações que não deram oportunidades de multiplicação de conhecimento entre os colaboradores.

O empreendedor deve sempre buscar novos conhecimentos para inovar, estar sempre acompanhando os processos e estar sempre à frente das mudanças exigidas pelo mercado. Mesmo tendo conhecimento técnico sobre o negócio, ele terá que gerenciar recursos humanos, financeiros, suprimentos e comerciais.

Já na segurança financeira, que é sem dúvida uma das maiores necessidades do empreendedor, os riscos elevados em abrir um negócio sem um planejamento financeiro adequado e um estudo da necessidade do mercado em relação ao produto a ser oferecido, aumenta mais o risco dos empreendimentos fracassarem, para que isso não aconteça é primordial que os empreendedores atentem para o planejamento financeiro.

E por último a realização profissional, onde existe a necessidade de romper barreiras, atribuir novos desafios, de superar dificuldades, de triunfar sobre os obstáculos apresentados. O empreendedor sente-se realizado ao conseguir

trabalhar com o que lhe dá prazer, com o que lhe faz pensar que ele não acorda para trabalhar e sim para realizar uma atividade prazerosa que lhe proporciona sustentabilidade e realizações pessoais, oferecendo o melhor de si por gostar do que faz.

É importante salientar que o desenvolvimento de algumas necessidades são fundamentais para o sucesso ou insucesso, sendo possível afirmar que essas necessidades influenciam muito no empreendimento que é buscado com persistência e comprometimento, dependendo o sucesso de seu comportamento, podendo-se perceber que descobrir o que impulsiona o empreendedor permite compreender o seu comportamento e também como isto repercute em sua atividade empresarial. (<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/algumas-necessidades-do-empendedor/72147/> - acesso em 07 de maio de 2014).

Como dito anteriormente, o desejo de empreender pode nascer de uma hora para outra e não necessariamente nascer com o dom. Hoje em dia, encontramos pessoas empreendendo de todas as maneiras possíveis, sendo elas para aumentar a renda ou concretizando um sonho, lembrando, que para ser bem-sucedido, o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também sabe gerir o próprio negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos.

2.6 Os vários tipos de empreendedor

Como cada um tem seus motivos para empreender, as variações são grandes. Diversos estudos classificam os empreendedores de formas distintas, e isso é necessário para categorizar e conhecer melhor as motivações, os comportamentos, as práticas de gestão e o contexto socioeconômico no qual eles se inserem e atuam.

Existem dois grandes grupos de empreendedores, os empreendedores por necessidade, que só empreendem para sobreviver, e os empreendedores por oportunidade, que identificam um nicho com um potencial de crescimento. Para nos

explicar melhor os tipos de empreendedor, Dornelas propôs uma lista com os principais deles.

O informal, o empreendedor informal ganha dinheiro porque precisa sobreviver. O empreendedor deste perfil trabalha para garantir o suficiente para viver, tem um risco relativamente baixo e não tem muitos planos para o futuro. Esse tipo tem diminuído bastante com iniciativas como o Microempreendedor Individual (MEI).

O cooperado, este tipo de empreendedor costuma empreender ligado a cooperativas, como artesãos. Por isso, trabalho em equipe é primordial. Sua meta é crescer até poder ser independente. Empreende de maneira muito intuitiva. Geralmente, estes empreendedores dispõem de poucos recursos e tem um baixo risco.

O individual, este é o empreendedor informal que se formalizou através do MEI e começa a estruturar de fato uma empresa. Por mais que esteja formalizado, ele não está pensando em crescer muito. Este perfil ainda está muito ligado à necessidade de sobrevivência e geralmente trabalha sozinho ou com mais um funcionário apenas.

O franqueado e o franqueador, o franqueado ainda é desconsiderado como empreendedor, mas a iniciativa de comandar o negócio, mesmo que uma franquia deve ser levada em conta. Geralmente, procuram uma renda mensal média e o retorno do investimento. Do outro lado, está o franqueador, responsável por construir uma rede através de sua marca. Costumam ser exemplos de empreendedorismo.

O social, a vontade de fazer algo bom pelo mundo e ganhar dinheiro move este empreendedor. Este tipo tem crescido muito, principalmente entre os jovens que, ainda na faculdade, têm aberto o próprio negócio para resolver problemas que a área pública não consegue. Nesta categoria, trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.

O corporativo é o intra-empendedor, ou seja, o funcionário que empreende novos projetos na empresa que trabalha. O dilema das empresas hoje é aumentar a quantidade de pessoas com esse perfil. Seu principal objetivo é crescer na carreira, com promoções e bônus.

O público, o empreendedor público é uma variação do corporativo para o setor governamental. Para Dornelas, ainda existem muitos funcionários

públicos preocupados em utilizar melhor recursos e inovar nos serviços básicos. Sua motivação está ligada ao fato de conseguir provar que seu trabalho é nobre e tem valor para a sociedade.

O do conhecimento, o empreendedor do conhecimento usa um profundo conhecimento em determinada área para conseguir faturar. É como um atleta que se prepara e ganha medalhas importantes. Eles sabem capitalizar para empreender e fazer acontecer, como escritores e artistas. Eles buscam realização profissional e reconhecimento com isso.

O do negócio próprio, este empreendedor é o mais comum e costuma abrir um negócio próprio por estilo de vida ou porque pensa grande. Dentro deste perfil, encontramos subtipos: o empreendedor nato, o serial e o “normal”.

O empreendedor nato costuma ser tido como genial, com trajetória de negócio exemplar, como Bill Gates. Já o serial é aquele que cria negócios em seqüência. Ele não se apaixona pela empresa em si, mas pelo ato de empreender. Por fim, o “normal” é o empreendedor que planeja para minimizar os riscos e segue o plano estabelecido.

No fundo, todos procuram satisfação pessoal, autonomia financeira e querem deixar um legado. Esses modelos não são estáticos, ele pode evoluir e mudar para outro tipo no decorrer da sua vida. (<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/os-9-tipos-de-empresarios-mais-comuns-no-brasil?page=1> – acesso em 06 de maio de 2014).

Pudemos constatar que não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo padrão que possa ser identificado, sendo difícil rotulá-los.

É muito comum as pessoas lembrarem-se daqueles empreendedores mais famosos, que tem exposição na mídia e lideram grandes empresas, mais nenhum deles podem ser usados como modelo, já que vimos anteriormente uma lista com os principais tipos de empreendedores.

2.7 É possível ensinar o empreendedorismo?

Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedorismo era inato, que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender.

Dornelas discorda:

“O fato do empreendedorismo não poder ser ensinado é mito. Hoje, cada vez mais acredita-se que o processo de empreendedorismo poder ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia de seu empreendimento.” (DORNELAS, 2008, p.23)

Os empreendedores inatos ainda continuam existindo, e continuam sendo referências de sucesso, mais muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras. Isso não garante que apenas pelo ensino do empreendedorismo serão gerados novos mitos como Bill Gates e Sílvio Santos, por exemplo. Porém, com certeza o ensino de empreendedorismo ajudará na formação de melhores empresários e melhores empresas.

3. INSERÇÃO DA MULHER NA SOCIEDADE

3.1 A mulher no mundo colonial

A mulher brasileira no mundo colonial tinha tarefas difíceis, realizava trabalhos pesados, muitas enquanto escravas eram incumbidas a realizar árduos trabalhos, como cuidar do transporte de cargas e cortar lenha.

Se pensarmos nas mulheres como força de trabalho no Brasil Colônia, poderemos vê-las como mão de obra escrava, dividindo o espaço com os homens na colheita da cana de açúcar. Ao mesmo tempo trabalhando na casa grande, nos serviços domésticos, cuidando de crianças ou como mucamas das senhoras. Nesse período colonial a mulher era vista como um ser inferior de propriedade do homem, ou seja, a ela cabia apenas os afazeres domésticos. As mulheres para a sociedade masculina não tinha a necessidade de saber ler ou fazer conta, pois tinham apenas a função de limpar, cozinhar e lavar. As que tinham oportunidade de aprender é porque prestavam serviços de interesse dos homens, aprendiam a trabalhar no comércio e a ler para ensinar os filhos dos senhorzinhos.

A mulher escrava tinha uma vida muito sofrida. Ainda crianças, as meninas eram defloradas pelos filhos dos Senhores de Engenho, povoando a casa grande de crianças e aquecendo o ciúme das senhoras que mandavam castigá-las, furando-lhes olhos, cortando os mamilos, arrancando unhas, cortando as orelhas, deformando-as, muitas vezes chegavam mesmo a lhes tirar a vida.

As mulheres escravas não tinham a vida fácil, eram separadas de suas famílias, viam maridos, filhos e pais sendo vendidos para os Senhores de Engenho. Mas, aos poucos esse cenário desumano foi melhorando, com algumas leis que foram surgindo à sociedade da época foi se tornando mais justa e solidária. (<http://cafehistoria.ning.com/group/amulherescrava> - acesso em 14 de junho de 2014)

3.2 A mulher e a prostituição

A prostituição nem sempre foi desprezada e criticada como em nossos tempos, antigamente mulheres respeitáveis faziam sexo com sacerdotes ou com passantes desconhecidos, realizando assim, um ato de adoração a um deus ou deusa.

A prostituição acontecia de várias formas, muitas vezes a própria família guiava suas meninas para o caminho da prostituição, oferecendo uma vida de preconceitos de todos os gêneros. Estas mulheres, conhecidas como raparigas, trabalhavam durante a semana em fazendas no trabalho braçal, tendo ainda que exercer o papel de mãe. Seus filhos, quando mais velhos, arrumavam clientes para as mães, a fim de aumentar a renda familiar.

Muitas mulheres eram agredidas na prostituição, mais não prestavam queixa com medo do que isso podia repercutir, já que muitas vezes os programas eram realizados com homens casados.

A prostituição pode ser considerada um dos trabalhos mais cruéis, mas, nos dias de hoje as mulheres não são mais obrigadas a se prostituir. Muitas continuam fazendo programa por escolha própria, por prazer ou até para sustentar vício, sendo um grande exemplo disso a Cracolândia em São Paulo, que agrega grande quantidade de usuários, homens, crianças, mulheres, pessoas sem expectativa de vida que se deixaram levar pela droga.

(http://www.rotadoagito.com.br/colunistas/breno_rostolato/colunas/historia_da_prostitricao.htm - acesso em 14 de junho de 2014)

3.3 Os fatos históricos que marcaram as conquistas das mulheres

Dia Internacional da Mulher

O dia 8 de março é um marco na luta pelos direitos das mulheres ao redor do mundo. Se possível retroceder no tempo e contar para um cidadão do começo do século 20 que as mulheres hoje votam, tem média de escolaridade maior que a dos homens, governam países e estão inseridas amplamente no mercado de trabalho, talvez não acreditassem em tal relato.

O Dia Internacional da Mulher se deve ao dia 8 de março de 1857, operárias de uma fábrica de tecidos, situada na cidade norte americana de Nova York, fizeram uma grande greve. Ocuparam a fábrica e começaram a reivindicar melhores condições de trabalho, tais como, redução na carga diária de trabalho para dez horas (as fábricas exigiam 16 horas de trabalho diário), equiparação de salários com os homens (as mulheres chegavam a receber até um terço do salário de um homem, para executar o mesmo tipo de trabalho) e tratamento digno dentro do ambiente de trabalho.

A manifestação foi reprimida com total violência. As mulheres foram trancadas dentro da fábrica, que foi incendiada. Aproximadamente 130 tecelãs morreram carbonizadas em um ato totalmente desumano.

Porém, somente no ano de 1970, durante uma conferência na Dinamarca, ficou decidido que o dia 8 de março passaria a ser o Dia Internacional da Mulher, em homenagem as mulheres que morreram na fábrica em 1857. Mas somente no ano de 1975, através de um decreto, a data foi oficializada pela ONU (Organização das Nações Unidas), sendo reconhecida mundialmente não apenas para se comemorar, pois em alguns países realizam-se conferências, debates e reuniões cujo objetivo é discutir o papel da mulher na sociedade atual. O esforço é para tentar diminuir e, quem sabe um dia terminar com o preconceito e a desvalorização da mulher.

Mesmo com todos os avanços, elas ainda sofrem em muitos locais. Muito foi conquistado, mais muito ainda há para ser modificado nesta história.

Berta Lutz e o voto feminino no Brasil

Berta Maria Júlia Lutz nasceu na cidade de São Paulo, filha do cientista Adolfo Lutz. Formou-se em ciências naturais na Universidade de Paris, a Sorbonne. Em 1919 começou a se destacar na busca de igualdade de direitos jurídicos entre os sexos, ao se tornar a segunda mulher a ingressar no serviço público brasileiro, após ser aprovada em concurso do Museu Nacional, no Rio de Janeiro – a primeira é Maria José Rabelo Castro Mendes, admitida em 1918 no Itamaraty. No mesmo ano fundou a Liga para a Emancipação Intelectual da Mulher.

Em 1922 representou as brasileiras na assembléia-geral da Liga das Mulheres Eleitoras, nos Estados Unidos, onde foi eleita vice-presidente da Sociedade Pan-Americana. Ao regressar, criou a Federação Brasileira para o Progresso Feminino, que substituiu a liga criada em 1919, para encaminhar a luta pela extensão de direito de voto às mulheres. O direito de voto feminino é estabelecido por decreto-lei do presidente Getúlio Vargas apenas dez anos depois, em 1932. Em 1936 assumiu uma cadeira de deputada na Câmara Federal. Durante seu mandato, defendeu a mudança da legislação referente ao trabalho da mulher e dos menores de idade, propondo a igualdade salarial, a licença de quatro meses para a gestante e a redução da jornada de trabalho, então de 13 horas.

Mesmo as lutas sendo árduas, as mulheres foram aos poucos conquistando seu espaço no cenário mundial, afinal segundo Calil, (2007, p. 50)

“A proteção ao mercado de trabalho da mulher está prevista na Constituição Federal e visa garantir que mulheres tenham o mesmo acesso e igual oportunidade de trabalho que homens, buscando afastar toda e qualquer forma de discriminação em relação à mulher.”

Os direitos da mulher estão previstos perante a lei, e isso garante sua inserção no mercado de trabalho.

Pílula anticoncepcional e a revolução sexual

A revolução sexual aconteceu em 1960, com o surgimento da pílula anticoncepcional, criada por dois médicos americanos Gregory Pincus e Carl Djarassi, com incentivo da feminista e ativista social Margaret Sanger e financiamento de Katharine McCormick, uma rica herdeira industrial. Com o tal comprimidinho acessível, a mulher passou ter oportunidade de adiar a maternidade e priorizar a carreira profissional. Além disso, poder optar por quando ter filhos abriu para as mulheres portas de universos profissionais antes restritos aos homens, a chamada emancipação feminina.

Dilma é eleita presidente

A Constituição de 1932 garantiu os primeiros votos de mulheres no Brasil e 78 anos depois Dilma Rousseff é eleita a primeira presidente do Brasil. Isso é um marco na história democrática do país e na da luta feminina por igualdade social. A eleição presidencial de 2010 contou também com outro fato significativo no que se refere à participação feminina na política, o índice de aprovação de Marina Silva.

A presença das mulheres nos postos de liderança é fruto principalmente do esforço pessoal, pois elas estão estudando mais e se preparando para alcançarem os cargos gerenciais e as diretorias das empresas.

As mulheres ocupam o cargo executivo mais alto em redes varejistas, laboratórios, companhias aéreas, redes de hotéis, hospitais e em multinacionais de logística, onde podemos citar algumas das mulheres mais poderosas do mundo, Maria das Graças Foster (Presidente da Petrobras); Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues (Presidente do Magazine Luiza) entre outras.

Estas profissionais já conquistaram seu espaço e com certeza, serão inspiração e mentoras para o desenvolvimento de novas executivas de sucesso.

(<http://revistaescola.abril.com.br/fundamental-2/fatos-historicos-conquistas-dia-da-mulher-735607.shtml#ad-image-1> – acesso em 1 de maio de 2014).

4. A MULHER EMPREENDEDORA

4.1 Cresce a participação da mulher no mercado de trabalho

Atualmente o Brasil possui 8,7 milhões de empreendedores, onde 2,6 milhões são mulheres. Aproximadamente, 900 mil mulheres montaram seu próprio negócio em casa, um número bem maior do que os homens, 366 mil. Esses dados são de uma pesquisa do SEBRAE, que mostrou ainda que quase 40% das mulheres que decidirão abrir uma micro ou pequena empresa são chefes de família que estão deixando seus empregos fora de casa e montando seu próprio negócio para ficar mais ao lado dos filhos e fugir do trânsito.

Mais de 50% das novas empreendedoras são mulheres e um dos fatores determinantes a esse aumento expressivo é a flexibilidade de horários e o local de trabalho.

No empreendedorismo disciplina e persistência é fundamental, pois obstáculos aparecem quase que diariamente, você não pode desistir. (<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2014/05/quatro-em-cada-dez-mulheres-sao-empreendedoras-no-brasil.html> - acesso em 14 de maio de 2014).

Apesar dos avanços, ainda é necessário o estabelecimento de políticas públicas que facilitem a inserção da mulher no mercado, vindo acompanhado de uma mudança cultural, onde os homens exerçam cada vez mais os papéis de cuidado que hoje em dia são quase exclusivamente associados às mulheres.

4.2 SEBRAE como ferramenta de apoio

O SEBRAE (Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas) é uma entidade civil sem fins lucrativos e opera como um serviço social autônomo. É uma instituição técnica voltada para o fomento e difusão de programas que têm como objetivos o fortalecimento e a promoção de micro e pequenas empresa. No SEBRAE o governo e a iniciativa privada atuam em parceria.

O sistema SEBRAE é composto por uma unidade central coordenadora e por 27 unidades e o distrito federal, que têm autonomia administrativa, desde que as diretrizes traçadas pelo Conselho Deliberativo Nacional, sejam respeitadas. Todas as pessoas que fazem parte do sistema SEBRAE comprometem-se em suas

posturas ações a observar, de acordo com os princípios da ética e da moralidade, os mandamentos legais e constitucionais com seriedade, transparência, eficácia e universalidade de acesso.

Com o suporte do SEBRAE, as mulheres já são maioria entre os empreendedores iniciais do país e estão chegando perto da participação masculina também nas franquias.

No empreendedorismo em geral, as mulheres também se destacam em negócios ligados à saúde e à beleza. De acordo com estudo divulgado pelo SEBRAE no último mês, elas se concentram principalmente nos setores de comércio (38%) e serviços (33%). Apenas 20% estão na indústria e envolvidas no ramo de vestuário, na maioria das vezes. Os empreendedores homens se dividem de maneira equilibrada. As atividades mais procuradas pelas mulheres ao abrir uma empresa são as de cabeleireiro e manicure, seguidas por bares e lanchonetes. No comércio, elas estão presentes nas vendas ambulantes, de acessórios de vestuário, alimentos e bebidas.

O superintendente do SEBRAE no DF, Valdir Oliveira, acredita que o aumento da presença da mulher no empreendedorismo é reflexo do crescimento natural da participação delas no mercado de trabalho e lembra que 40% sustentam as famílias com a renda dos negócios. “Houve um crescimento forte no número de empreendedoras individuais, como donas de salões de beleza e vendedoras ambulantes de produtos femininos, diz. No entanto, ele alerta para a importância de se capacitar e de se planejar antes de transformar uma atividade informal em negócio. Entre as sugestões estão, procurar cursos, separar o dinheiro da família e o da empresa, definir um local para o trabalho — caso atue em casa — e preocupar-se em fidelizar o cliente, por menor que seja o empreendimento.

Em uma pesquisa elaborada pela empresa Rizzo Franchisem, podemos observar a participação da mulher nos setores franquizados, conforme segue imagem:

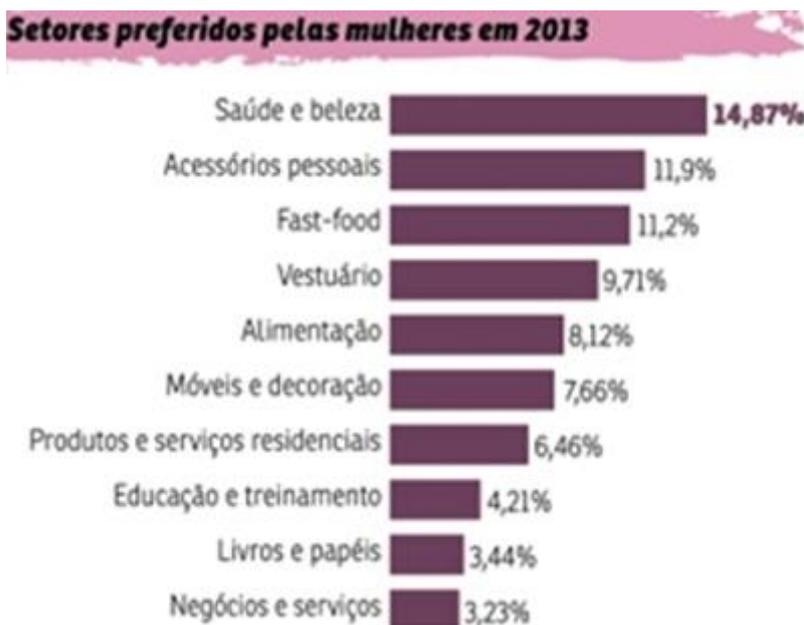


Figura 2 – Setores preferidos pelas mulheres em 2013 – (Fonte: Pesquisa elaborada pela Rizzo Franchissem

(http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/euestudante/tf_carreira/2014/03/10/tf_carreira_interna,416644/elas-dominam.shtml - acesso em 14 de maio de 2014.)

No ano de 2013, os setores preferidos das mulheres para se montar um negócio foram o de saúde e beleza, não por existir um setor mais apropriado para as mulheres empreenderem, mais por estarem assumindo aquilo que sempre fizeram na informalidade. Quando se fala em beleza, é fácil associarmos a mulher, já que nos lembra de toda delicadeza e feminilidade. O simples fato de pentear os cabelos, se maquiar, cuidar das crianças, torna mais fácil o papel da mulher quando for desempenhar o papel profissional ligado a beleza, esse instinto faz parte do sexo feminino, mais devemos considerar que existem vários talentos masculinos também nessa área.

4.3 A gestão feminina e a consequência para a sociedade

Embora ainda se note desigualdade entre o gênero feminino e o masculino, a mulher vem conquistando seu espaço de forma eficaz. Como mencionado anteriormente, mulheres e homens possuem habilidades diferentes.

As mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso na área de serviços por exemplo. Nesse setor essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades, etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador.

Quando a mulher parte de algo que lhe é comum e fácil, sua possibilidade de acerto aumenta. Assim empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor. Quando a atividade escolhida é um hobby, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de sucesso.

Segundo Dogen (1998, p.28), são raros os hobbies que não apresentam oportunidades. É sem dúvida, a forma mais agradável de desenvolver um negócio próprio.

Entretanto não basta gostar do que faz é preciso estudar o mercado, ler sobre o assunto, pôr no papel todos os riscos e analisar se está disposto a corrê-los. É necessário ainda saber administrar o hobby como negócio sem perder o prazer em executá-lo.

“Conhecer profundamente o ambiente em que irá empreender é um ponto crucial da viagem e implica as características e necessidades de público-alvo; os concorrentes e as experiências de terceiros; o ciclo de vida do setor; as praticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, financeiros, demográficos, legais.” (DOLABELA, 2010, p.111).

As mulheres são capazes de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades (lar, marido, filhos, trabalho).

“Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa.” (VILLAS BOAS, 2010, p.51)

Essa capacidade dá às mulheres um ponto positivo rumo ao sucesso do empreendimento. Elas demonstram esse estilo peculiar de administrar, utilizando diferentes formas para conquista da sintonia entre a vida pessoal e profissional.

A mulher tem assumido características antes comuns ao universo masculino, como a competitividade, liderança, ambição, capacidade de assumir riscos, aceitação de mudanças, possuindo um pensamento analítico e objetivo, independência e autoconfiança.

Preservando os valores humanos demonstrando eficiência, e igualdade social, a maneira pessoal da mulher administrar dá aos colaboradores uma sensação de acolhimento, respeito, melhorando o ambiente interno, se refletindo no atendimento e satisfação dos consumidores.

“Nenhuma empresa consegue funcionar sem as pessoas. Mais do que isso: são as pessoas que proporcionam a excelência, a qualidade, a produtividade e a competitividade da empresa. Daí a sua importância vital para o sucesso do negócio. Além disso, convém não esquecer que o cliente avalia a sua empresa e o seu produto pelas pessoas que o servem e o atendem.”
(CHIAVENATO, 2007, p.161).

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgado improvável e desnecessário.

4.4 Grandes Mulheres que fizeram história no Brasil

Cada vez mais a mulher vem se destacando e a quantidade de mulheres trabalhando em bons cargos em grandes empresas crescem significativamente.

A verdade é que existem competências masculinas e femininas, que juntas fazem empresas melhores, foi assim que começaram a acreditar no potencial das mulheres, mesmo havendo ainda uma discrepância salarial, as mulheres estão lutando cada vez mais por seus direitos, estudando, se especializando e garantindo seu lugar no mercado de trabalho.

Atualmente temos vários exemplos de mulheres que fizeram história no Brasil, que cresceram devagar, vieram de famílias simples mais hoje ocupam grandes lugares em grandes empresas.

Exemplos de mulheres na direção de grandes empresas:

Diretora Presidente do Magazine Luiza – Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues:

Uma empresa familiar que leva o nome da dona. Foi assim que o Magazine Luiza consolidou um posicionamento de destaque no mercado nacional.

A história do Magazine Luiza começou na cidade de Franca, interior de São Paulo. Em 16 de novembro de 1957, Pelegrino José Donato e sua esposa, Luiza Trajano Donato, adquiriram uma pequena loja de presentes chamada “A Cristaleira”. Com o passar do tempo, eles decidiram convidar outros parentes para o negócio e, com o caixa alto, abriram filiais. O tempo passou, o sucesso foi aumentando e ao final de duas décadas, a loja de presentes, já batizada como Magazine Luiza contava com 30 lojas. A empresa só crescia, foi ganhando a credibilidade dos clientes, e hoje nos deparamos com 743 lojas em 16 Estados, nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste.

Durante os seus 50 anos, a rede já festejou muitas conquistas até se tornar a terceira maior do varejo brasileiro.

Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues, sobrinha da fundadora, ganhou lugar de destaque. Ela começou na empresa aos 12 anos como balconista e passou a gerente geral. Em 1991, ela assumiu o cargo de superintendente do Magazine Luiza. A primeira loja virtual foi inaugurada em Igarapava (SP), bem antes de os brasileiros se familiarizarem com compras on-line, a empresa criou as tais lojas, com os computadores conectados a um centro de dados da companhia.

Em 1999, foi à vez de revolucionar o e-commerce com a criação do site magazineluiza.com. Entre as redes de varejo, o Magazine Luiza foi o que mais aproveitou o potencial da internet. As lojas virtuais contavam com um site totalmente seguro, com mais de cinco mil produtos, fácil de navegar e com banco de imagens próprio. O magazineluiza.com é o único site de varejo on-line que conta com uma vendedora virtual, a Tia Luiza, que facilita a compra através do atendimento on-line e conteúdos prontos, facilitando as compras.

As ações de marketing também são fortes diferenciais que Luiza utilizou para construir uma marca sólida e inovadora por meio de liquidações conhecidas nacionalmente, como a maior e mais conhecida liquidação do Brasil: A Liquidação Fantástica. Parte do prestígio alcançado pelo Magazine Luiza é fruto de ações mercadológicas diferenciadas, como: o Cliente Ouro, o Dia da Melhor Idade, o Dia da Mulher, doação de parte das vendas de dezembro para a Unicef, política de contratação de pessoas com deficiência física e da terceira idade. Para que seus funcionários tenha uma visão de mundo mais ampla, e rede varejista realiza uma série de programas, capacitação técnica e evolução pessoal.

A inovadora forma de administrar fez com que o Magazine Luiza ganhasse fama internacional. Uma pesquisa feita por um pesquisador de Harvard Business School (EUA) acompanhou as principais rotinas da empresa e verificou que o segredo do sucesso está em atingir as classes C, D e E.

Atualmente o Magazine Luiza é conhecido como um dos gigantes do varejo Nacional. Seu foco atual é conquistar maior liderança de mercado junto à rival Casas Bahias. Para isto vem buscando novas regiões para melhorar sua atuação. (<http://www.casodesucesso.com/?cid=41> – acesso em 23 de maio de 2014)

É importante ressaltar que uma empresa familiar que obteve grande sucesso no mercado foi liderada por uma mulher da família. Com todas as técnicas, Luiza conseguiu com que a empresa crescesse cada vez mais e continuar no mercado com força total, sendo umas das empresas de varejo mais conceituadas atualmente, valorizando o trabalho da mulher.

Para Luiza,

“Acredito que hoje em dia o mercado valoriza muito mais o trabalho das mulheres que provam sua capacidade por meio de muito esforço e dedicação. É claro que ainda há muitas barreiras a serem transpostas, mas já evoluímos muito. Para ter sucesso uma empresa precisa ter velocidade, rentabilidade e qualidade. Neste aspecto algumas qualidades femininas passaram a ser indispensáveis, como a flexibilidade, intuição, processo educativo e interação. Devido a todos esses aspectos as mulheres estão tendo um espaço muito maior porque a elas foi permitido desenvolver essas habilidades.” (<http://empreendedorismorosa.com.br/mulheres->

[poderosas-luiza-helena-trajano/](#) - acesso em 23 de maio de 2014)

Afinal, o Magazine Luiza tem como um dos seus valores a crença de que as pessoas são a força e a vitalidade da organização. Valorizar pessoas também significa valorizar a diversidade, independente de idade, sexo ou origem social, e o Magazine Luiza possui programas específicos para incluir e respeitar as diferenças entre as pessoas, como o programa de inclusão de pessoas com deficiência, o programa de contratação de jovens aprendizes e trainees e o atendimento diferenciado para mulheres que querem crescer na empresa. Atualmente, Luiza Trajano é um grande exemplo de mulher para todas as outras mulheres que ainda não se encontraram profissionalmente.



Figura 3 – Luiza Trajano Diretora Presidente do Magazine Luiza (Foto <http://mcmv.caixa.gov.br/> - acesso em 23 de maio de 2014).

Diretora de energia e gás da Petrobras – Maria das Graças Foster

De catadora de papel e lata, a Presidente da Petrobrás. Graça Foster não teve uma vida fácil, com o dinheiro dos materiais que vendia custeava seus estudos. Com muito esforço se formou em Engenharia química onde entrou na Petrobrás com 24 anos como estagiária, e em 2012 foi indicada a presidência da companhia pela presidente Dilma Rousseff.

“Para mim, é importante, como profissional, ocupar um cargo na Diretoria da Petrobras. Ainda mais porque eu fui estagiária na Petrobras e entrei no primeiro nível da Engenharia, como o que seria, hoje, profissional júnior. Vinte e oito anos se passaram e fui empossada diretora, mas não valorizei o fato de que era a primeira mulher a ocupar o cargo. As pessoas chamaram minha atenção para isso. Para as mulheres, tal fato foi uma quebra de paradigma. Não chamo, de jeito nenhum, de preconceito, a questão não é essa. A questão é que eu olhei e vi, “nossa, eu sou diretora da Petrobras” e as pessoas disseram, “e você é uma mulher”. Então, eu disse, “é, então, eu sou diretora da Petrobras e a primeira mulher a ocupar o cargo”. (Foster - <http://www.brasil247.com/pt/247/rio247/37364/Quem-%C3%A9-e-o-que-pensa-a-futura-n%C2%BA-1-da-Petrobras.htm> – acesso em 09 de junho de 2014).



Figura 4 – Maria das Graças Foster Diretora de energia e gás da Petrobrás (Foto <http://www.mulheresn poder.com.br> – acesso em 09 de junho de 2014)

4.5 Diferenças salariais entre os gêneros femininos e masculinos

Uma das maiores evoluções que o Brasil pode presenciar foi o aumento das mulheres no mercado de trabalho, mais ainda e notável a desigualdade salarial entre homens e mulheres.

Em muitos casos as mulheres são discriminadas no mercado de trabalho quando, apesar de igualmente qualificadas, recebem pagamento inferior no desempenho da mesma função ou recebem salários menores porque têm acesso às ocupações pior remuneradas.

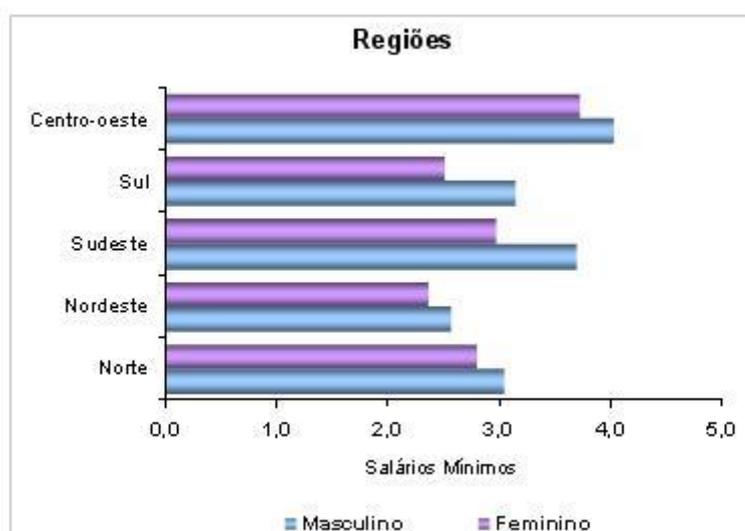
Em geral, a média dos rendimentos das mulheres é inferior a dos homens. No caso do Estado de São Paulo, o salário médio recebido pelas mulheres formalmente empregadas, em 2002, era de R\$ 1.033, enquanto o dos homens, na mesma condição, era de R\$ 1.294. Parte dessa diferença reflete o que se poderia chamar

de “discriminação salarial”, isto é mulheres e homens exercendo a mesma ocupação, mas recebendo salários diferentes. Outros elementos igualmente contribuem para explicar tal discrepância, como a extensão da jornada de trabalho (em geral mais extensa entre os homens) e a qualidade das ocupações exercidas por homens e mulheres, o que poderia ser denominada “discriminação ocupacional”. (<http://produtos.seade.gov.br> – acesso em 14 de maio de 2014).

Os efeitos da educação da mulher também se manifestam e interferem de formas variadas e abrangentes na vida pessoal, familiar e da sociedade. Mulheres com mais acesso à educação promovem aumento do potencial de geração de renda e têm autonomia nas decisões pessoais e controlam a própria fertilidade. Também têm maior participação na vida pública, tendo assim mais capacidade de melhorar a própria qualidade de vida e a de suas famílias.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do IBGE, de 2009, o rendimento médio mensal das mulheres com baixa escolaridade - as que estão entre o Ensino Fundamental incompleto e o Ensino Médio incompleto - é de 1,5 salário mínimo, próxima à dos homens, que é em média dois salários, não ultrapassando dois salários e meio. Este valor é muito próximo para todas as regiões do país

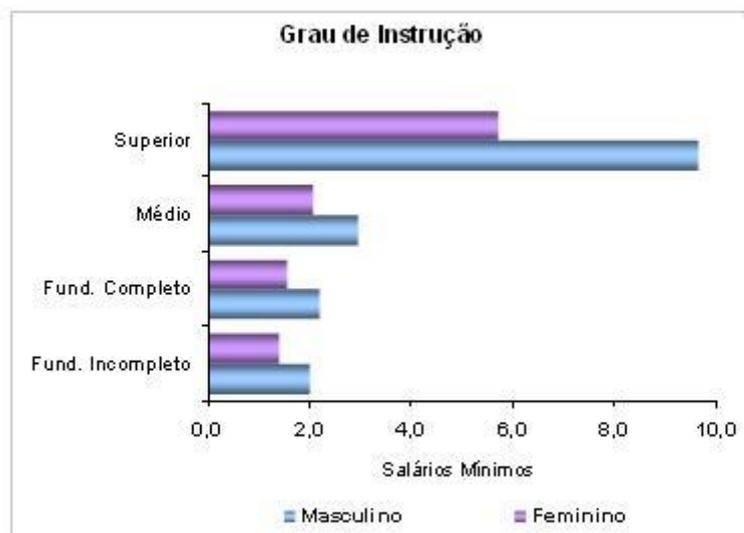
GRÁFICO I – MÉDIA SALARIAL ENTRE HOMENS E MULHERES – 2010



Fonte: IBGE / Censo Demográfico 2010

Figura 5 – Média salarial entre homens e mulheres – 2010 (Fonte: IBGE / Censo Demográfico 2010)

GRÁFICO 2 – MÉDIA SALARIAL ENTRE HOMENS E MULHERES – 2010



Fonte: IBGE / Censo Demográfico 2010

Figura 6 - Média salarial entre homens e mulheres – 2010 (Fonte: IBGE / Censo Demográfico 2010)

(<http://www.orbis.org.br> – acesso em 14 de junho de 2014)

Esse paradigma ainda terá que ser conquistado por milhares de mulheres, pois a discrepância é notória com relação aos salários. Elas já lutaram por muitos direitos e conquistaram, agora a luta continua para que elas vivam em um mundo sem desigualdade.

4.6 Direitos da mulher no mercado de trabalho

O direito existe para promover o ato de defender um indivíduo de um fato, assim, foram criadas as leis para que, diante a tanta discriminação e falta de igualdade sobre o ser mulher fossem diminuídas, fazendo com que gestantes e mães amamentando façam parte da corporação remunerada, fazendo firmar o Capítulo II, do Artigo 7, Parágrafos XVIII. Licença Gestante.

Garantidos pelas leis trabalhistas – CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas)

Sempre que você for as consultas de pré-natal ou fizer algum exame necessário ao acompanhamento de sua gravidez, solicite ao serviço de saúde uma Declaração de Comparecimento. Apresentando esta declaração à sua chefia você terá sua falta justificada no trabalho.

Você tem o direito de mudar de função ou de setor no seu trabalho, caso o mesmo possa provocar problemas para a sua saúde ou a do bebê. Para isso, apresente a gerência um atestado médico comprovando que você precisa mudar de função.

Enquanto tiver grávida, e até cinco meses após o parto, você tem estabilidade no emprego e não pode ser demitida, a não ser por “justa causa”, isto é, nos casos previstos pela legislação trabalhista se cometer algum crime, como roubo ou homicídio, por exemplo.

Você tem direito a uma licença maternidade de 120 dias – recebendo salário integral e benefícios legais - partir do oitavo mês de gestação.

Até o bebê completar seis meses, você tem direito de ser dispensada do seu trabalho todos os dias, por dois períodos de trinta minutos, para amamentar.

O seu companheiro tem direito a uma licença paternidade de cinco dias, logo após o nascimento do bebê.

Claramente, que diante a tantas leis a ser seguida nem sempre são respectivamente respeitadas da mesma forma, porém a lei mais severa conhecida é a Lei 11.340/2006 conhecida como Letícia Rabelo Maia Fernandes, “Ela foi agredida pelo marido durante seis anos. Em 1983, por duas vezes, ele tentou assassiná-la. Na primeira com arma de fogo, deixando-a paraplégica, e na segunda por eletrocução e afogamento. O marido de Maria da Penha só foi punido depois de 19 anos de julgamento e ficou apenas dois anos em regime fechado.

“Conhecida como Lei Maria da Penha a lei número 11.340 decretada pelo Congresso Nacional e sancionada pelo presidente do Brasil Luiz Inácio Lula da Silva em 7 de agosto de 2006; dentre as várias mudanças promovidas pela lei está o aumento no rigor das punições das agressões contra a mulher quando ocorridas no âmbito doméstico ou familiar. A lei entrou em vigor no dia 22 de setembro de 2006, e já no dia seguinte o primeiro agressor foi preso, no Rio de Janeiro, após tentar estrangular a ex-esposa.”

A proteção ao mercado de trabalho da mulher está prevista na Constituição Federal e visa garantir que as mulheres tenham o mesmo acesso e igual oportunidade de trabalho que homens, buscando afastar toda e qualquer forma de discriminação em relação à mulher, considerando o direito mais importante, sendo a Lei Maria da Penha a mais usada atualmente. A violência contra a mulher infelizmente é muito alta, podendo ser física, sexual, psicológica e econômica.

Para Ban Ki-Moon Secretário-Geral das Nações Unidas, existe apenas uma verdade universal, aplicável a todos os países, culturas e comunidades: a violência contra as mulheres nunca é aceitável, nunca é perdoável, nunca é tolerável. (<http://www.onu.org.br/unase/sobre/situacao/> - acesso em 23 de maio de 2014).

5. ESTUDO DE CASO: CECICA DOCES FINOS & BEM CASADOS

5.1 Histórico da empresa

Cada vez mais a mulher tem mostrado sua capacidade para atuar em diversas funções, e como empreendedora não tem sido diferente, ela está cada dia mais presente na atuação de pequenas e grandes empresas.

Josiane Ruhmann Andreotti, moradora de Cândido Mota, conseguiu realizar seu sonho de montar o próprio negócio, e em 2008 surgiu à idéia. Logo depois de se casar, com vinte e cinco anos, ficou grávida e parou de trabalhar, um dia em casa assistindo televisão com sua filha de quatro meses, Josiane estava vendo uma reportagem sobre camafeus, ela se interessou e disse que ia começar a fazer doces para ajudar seu marido que era agricultor, já que nos próximos cinco anos seria um mercado promissor no ramo de seguimento alimentício.

Josiane ficou entusiasmada e fez a primeira remessa de doces, levando para pessoas conhecidas provarem, “de imediato, fiz os doces e levei para as pessoas que fizeram meu casamento, não tinha feito pra ninguém ainda, foi à primeira propaganda”, essa foi à estratégia usada para ser direcionada ao mercado, conta.

Firme em levar o negócio à diante, Josiane também encontrou dificuldades, precisava se especializar e para isso foi atrás de cursos, mais a maior dificuldade foi mostrar para seus clientes que os produtos eram de qualidade, bem feitos, frescos,

e que não caiu ali de pára-quadras, já que era nova no mercado e precisava conquistar as pessoas.

O tempo passou, e depois de seis anos no mercado Josiane conta com mais de 65 variedades de doces, fora os macarons, um doce francês que só a Cecica faz na região, bolos, bem casados e cupcakes. Para Josiane, o reconhecimento veio logo, seus doces foram fazendo sucesso, e um fato inédito para sua carreira foi poder fazer doces para o casamento do João Bosco da dupla João Bosco & Vinicius, reportagem que saiu na revista Caras.

Atualmente Josiane emprega sete funcionários, incluindo ela e seu marido que atualmente é seu administrador, ela conta que no começo ele não deu apoio, disse que ela estava louca e que estava investindo muito em algo que não daria certo. Não ligando para o comentário do marido Josiane deu continuidade em seu sonho e hoje conta que seu marido tem orgulho dela e de tudo que conseguiu por não ter tido medo de arriscar.

Questionada sobre o preconceito contra as mulheres na sociedade, Josiane afirma: “Em minha opinião não existe mais, as mulheres estão prontas para arregaçarem as mangas e irem atrás do sucesso.” Josiane ainda acrescenta que as mulheres empreendedoras estão de parabéns, pois não é fácil ser uma empreendedora, acreditar todo dia que seu produto é reconhecido, falando dos doces em especial, que não é um produto que vem pronto, se não preparar todo dia você não tem produto pra vender.

A procura foi aumentando e hoje fazendo uma estimativa aproximada, já foram mais de 300 festas de casamentos, onde tiveram finais de semana com mais de 40 festas para montar.

5.2 Missão

A missão de Josiane para sua empresa era conseguir abrir franquias, explorar todo seu conhecimento em doces e agradar a maior quantidade de pessoas possíveis e seu sonho está prestes a se realizar, daqui dois anos a Cecica Doces virará franquia, com a ajuda do SEBRAE abrirá sua terceira loja em Ribeirão Preto, hoje conta com uma loja em Assis, sendo essa a filial e a segunda em Cândido Mota.

5.3 Visão

Josiane tem uma visão diferente em relação ao mercado, acredita que seus doces satisfazem tanto quanto doces de grandes nomes e que não está no mercado para competir com ninguém, dizendo que o sol brilha pra todos. Josiane afirma que doces são doces, mais o amor e carinho depositado naquela receita é que faz o sabor ser indescritível.

Finalizando, Josiane conta que toda renda familiar vem dos doces, e que o reconhecimento da família e amigos é seu grande retorno. Grávida de sete meses, ela pensou em um nome para combinar com a marca, sua filha Cecília hoje com seis anos contribuiu na escolha “Cecica” e Catarina, sua segunda filha também será lembrada.

“Ninguém nasce sabendo, eu não nasci sabendo fazer doces, o que importa é gostar do que faz, isso faz toda a diferença”, esse é o recado que a dona da Cecica Doces deixa para todas as mulheres.

O Estudo de caso teve por finalidade contar a história de uma mulher simples que com força de vontade conseguiu realizar seu sonho, e vem trabalhando por isso todos os dias. O seguimento de alimentos realmente não é fácil, você tem que conquistar e encantar seu cliente a cada dia, mais isso a Cecica faz muito bem.



Figura 7 - Interior da loja Cecica Doces com a proprietária Josiane (Foto: Cecica Doces)



Figura 8 - Doces Cecica Doces (Foto: Cecica Doces)



Figura 9 - Proprietária da Cecica Doces, Josiane e aluna Camila (Foto: Cecica Doces)

6. Anexos:

Questionário estudo de caso

1. Como surgiu a idéia de começar a fazer os doces?
2. De imediato, qual foi seu público alvo?
3. Quais dificuldades você encontrou?
4. Você recebeu apoio e incentivo de sua família, em especial do seu marido?
5. Você tinha algum outro tipo de renda fora os doces? Se sim, como você dividia seu tempo?
6. Seus doces são famosos na região e com o passar do tempo você foi criando uma grande clientela. Você esperava tamanho sucesso?
7. Há quanto tempo você está no mercado e qual a sua visão sobre a mulher empreendedora?
8. Você acha que ainda existe preconceito com relação à mulher na sociedade?

9. O que foi mais difícil, começar ou se manter no mercado?
10. Depois de todos esses anos você teria uma estimativa de quantas festas (aniversários, casamentos, bodas, entre outros) você ofereceu seus produtos?
11. O recado de motivação você deixaria para as mulheres que pensam em abrir seus próprios negócios?

7. Conclusão

Pode-se concluir que houve uma grande evolução da mulher perante a sociedade, com relação ao modo de agir e pensar.

As mulheres conseguiram demonstrar suas capacidades, e têm lutado por isso todos os dias. Elas foram deixando de lado o espaço privado e lutando pela ampliação de seus direitos. Hoje em dia a sociedade está respeitando a mulher e suas funções, fortalecendo cada vez mais a luta pela igualdade.

As mulheres deixaram de ser apenas donas de casa e se tornaram grandes profissionais, atualmente ocupam grandes cargos em grandes empresas, lugares esses que nunca seriam ocupados, comprovando que a mulher não aumentou somente em quantidade no mercado de trabalho, mais também em qualidade.

As dificuldades encontradas pelas mulheres estão sendo superadas, hoje conseguem trabalhar, ter tempo pra família, tudo ao mesmo tempo, principalmente as que optam por trabalharem em casa, essas mulheres empreendedoras dizem que conseguem dividir melhor o tempo, tendo tempo para os filhos, estando em casa.

Com relação ao salário, ainda nos deparamos com situações que homens ainda ganham mais que as mulheres, e mesmo assim as mulheres não desistiram, e mostram que sua capacidade para atuar seja qual for a função é exercida com tal habilidade.

Hoje em dia é vantajosa a inserção da mulher no mercado de trabalho, antigamente elas trabalhavam para ajudar na renda da casa, foi assim que muitas começaram, mais hoje, elas trabalham para se valorizar pessoalmente.

Após o estudo de caso com a Cecica Doces, pude comprovar que independente da situação a mulher pode e dever correr atrás dos seus sonhos e desempenhar qualquer função, sendo reconhecida por isso. A mulher não pode parar, a luta

continua, e a cada dia será conquistada mais uma vitória, até que a sociedade compreenda que ambos os sexos são iguais e que a desigualdade não deve ocorrer em relação a homens e mulheres.

8. REFERÊNCIAS

<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/algumas-necessidades-do-empendedor/72147/> - acesso em 07 de maio de 2014.

<http://www.ambitojuridico.com.br/> - acesso em 23 de maio de 2014.

<http://www.brasil247.com/pt/247/rio247/37364/Quem-%C3%A9-e-o-que-pensa-a-futura-n%C2%BA-1-da-Petrobras.htm> – acesso em 09 de junho de 2014

<http://cafehistoria.ning.com/group/amulherescrava> - acesso em 16 de junho de 2014.

<http://www.casodesucesso.com/?cid=41> – acesso em 23 de maio de 2014.

<http://www.cecicadoces.com.br/conteudo/conteudo.asp?id=90> – acesso em 23 de maio de 2014.

http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/tf_carreira/2014/03/10/tf_carreira_interna,416644/elas-dominam.shtml - acesso em 14 de maio de 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

DOGEN, Ronald Jean. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando ideias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,avanca-empendedorismo-no-brasil,177427,0.htm> – acesso em 01 de maio de 2014

<http://empreendedorismorosa.com.br/mulheres-poderosas-luiza-helena-trajano/> -
acesso em 23 de maio de 2014

<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/os-9-tipos-de-empreendedores-mais-comuns-no-brasil?page=1> – acesso em 06 de maio de 2014

<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2014/05/quatro-em-cada-dez-mulheres-sao-empendedoras-no-brasil.html> - acesso em 14 de maio de 2014

<http://www.meionorte.com/noticias/geral/maria-da-penha-da-dor-a-lei-veja-a-historia-da-mulher-cuja-vida-mudou-mudou-vidas-202771.html> - acesso em 23 de maio de 2014.

<http://www.mulheresnopoder.com.br> – acesso em 09 de junho de 2014

<http://www.mundoeducacao.com/historiadobrasil/a-mulher-no-mundo-colonial.htm> -
acesso em 16 de junho de 2014.

<http://mcmv.caixa.gov.br/> - acesso em 23 de maio de 2014

<http://www.onu.org.br/unase/sobre/situacao/> - acesso em 23 de maio de 2014.

<http://www.orbis.org.br> – acesso em 14 de junho de 2014.

<http://produtos.seade.gov.br> – acesso em 14 de maio de 2014.

<http://revistaescola.abril.com.br/fundamental-2/fatos-historicos-conquistas-dia-da-mulher-735607.shtml#ad-image-6> – acesso em 01 de maio de 2014.

http://www.rotadoagito.com.br/colunistas/breno_rostolato/colunas/historia_da_prostituido.htm - acesso em 14 de junho de 2014.

<http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comece-por-voce/empreendedorismo/#> - acesso em 23 de maio de 2014.

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/empreendedorismo?codTema=2>

SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 22. Ed. São Paulo: Cortez, 2002.

http://www.suapesquisa.com/dia_internacional_da_mulher.htm - acesso em 01 de maio de 2014.

VILLAS BOAS, Andréa. Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.