



O fator da cultura no apoio para mulheres empreendedoras

por Dra. Anna-Katharina Lenz, Vinicius Alves e Thays Marques

As dificuldades do empreendedorismo no Brasil ocorrem para ambos os gêneros, porém para as mulheres estas dificuldades são acentuadas, pois enfrentam barreiras adicionais devido às normas culturais enraizadas na sociedade. Historicamente as mulheres no Brasil tinham até recentemente restrições legais ao ingresso no mercado de trabalho, com leis exigindo que tivessem a permissão do marido para trabalhar, que permaneceu em vigor até 1962, de acordo com a Lei nº 4.121 de 27 de agosto de 1962 sobre o Estatuto da Mulher Casada (Congresso Nacional, 1962). Esta herança cultural ainda influencia como as mulheres são percebidas no local de trabalho, o que se espera delas, e tem suas raízes na forma como crescem e são ensinadas.

Por exemplo, as crianças são ensinadas que existem profissões para meninos e profissões para meninas, brinquedos para meninos e brinquedos para meninas, assim como cores, e uma variedade de ensinamentos que criam crenças limitantes para ambos os gêneros. Tanto meninos quanto meninas são ensinados baseados em estereótipos de gênero, mas estes ensinamentos não estão ligados à profissão como para meninas, e sim na repreensão de como eles lidam com seus sentimentos, enquanto para as meninas há maior liberdade para sentir e demonstrá-los, embora muitas vezes sejam consideradas sensíveis e frágeis (Nascimento e Silva, 2014).

Estas lições culturais geram crenças limitantes que são difíceis de ignorar, uma vez que os primeiros anos de vida são críticos para a construção da capacidade intelectual, personalidade e comportamentos sociais, e são retratados no comportamento de ambos os sexos em padrões de comportamento baseados em estereótipos de gênero. Por exemplo, algumas dessas lições ditam que o homem deve ser o provedor do lar, a mulher deve cuidar do marido e dos filhos; se os papéis são invertidos, o homem é desaprovado, e se a mulher não desempenha seu papel, ela não é uma boa mãe ou esposa, e se ela não se encaixa em ser mãe ou esposa, ela não é uma mulher "real". Isto tem um amplo efeito sobre o empreendedorismo feminino no Brasil. De acordo com a autora Heleieth I. B. Saffioti

"Os medos que são suportados por homens e mulheres colaboram muito para que cada um observe a receita de como ser um homem e uma mulher. Os homens temem ser considerados menos machistas se forem flexíveis, pacíficos e generosos. As mulheres temem ser consideradas como não femininas, incapazes de reter o "amor" de seu parceiro se provarem ser empreendedoras, dinâmicas, bem-sucedidas (Saffioti, 1987, p. 39)".

Isto tem influência sobre a motivação por trás da entrada no empreendedorismo, as intenções de crescimento das mulheres empreendedoras, os obstáculos nas práticas operacionais, e o acesso ao financiamento. Segundo Renata Malheiros, coordenadora nacional do Sebrae Delas, a cultura afeta as mulheres, "podando o sonho das meninas e limitando o tempo das mulheres" (Malheiros, 2022).

Embora a porcentagem de mulheres empreendedoras entre a atividade empresarial total esteja entre as mais altas do mundo, as normas sociais em conjunto com recursos financeiros mais restritos e uma contínua sub-representação das mulheres como mentoras e capacitadoras técnicas que poderiam servir como modelos de conduta estão moldando como o empreendedorismo entre as mulheres no Brasil se desenvolve (Ayatakshi-Endow e Steele, 2021; Burrier e Sarfati, 2018). Apesar de quase 50% da população total serem mulheres empreendedoras, as mulheres ganham 22% menos dinheiro do que os homens, embora sejam 16% mais instruídas do que eles (SEBRAE, 2021). Isso é relacionado com o trabalho das mulheres em segmentos com menor valor agregado, como beleza e comida, setores que muitas vezes permitem uma melhor conciliação entre as responsabilidades empresariais e familiares.

As empresas de tecnologia geram o maior potencial de lucro e crescimento, no entanto, são em sua maioria empresas lideradas por homens (GEM, 2021).

Especialistas em empreendedorismo feminino no Brasil (ex. Fontes, 2022; Magalhães, 2022) e apoiados por pesquisas internacionais (ex. Ayatakshi-Endow e Steele, 2021) concordam que as mulheres empreendedoras têm menos tempo que os homens para seus negócios com impactos diretos nos resultados comerciais. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que as tarefas domésticas, o cuidado com as pessoas, o trabalho voluntário e a produção para seu próprio consumo ocupam 20 horas por semana das mulheres. Como resultado, as empreendedoras dedicam 17% menos tempo aos negócios do que os empreendedores do sexo masculino. As mulheres empreendedoras também acabam sendo afetadas pelo aumento do cansaço, estresse e tempo insuficiente para se dedicar ao negócio e a cursos de treinamento que oferecem ferramentas de gestão e conhecimento. Ana Fontes, fundadora e presidente da Rede de Mulheres Empreendedoras, destaca em uma entrevista com os autores a tensão constante sob a qual as mulheres empreendedoras operam: "A sociedade quer que as mulheres sejam mães, como se elas não trabalhassem. Ao mesmo tempo, quer que as mulheres trabalhem como se não fossem mães".

De acordo com o Fórum Econômico Mundial (FMI), levará 136 anos para que a igualdade de gênero seja alcançada globalmente (FMI, 2021). Os programas e políticas públicas que visam o avanço das mulheres têm apenas uma função: acelerar o processo de igualdade.

Lista de referências

Ana Fontes, 2022, Conversa com Anna-Katharina Lenz sobre Suporte de Empreendedorismo no Brasil. 19.04.2022

Ayatakshi-Endow, S., & Steele, J. (2021). Striving for balance: women entrepreneurs in Brazil, their multiple gendered roles and Covid-19. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.

Burrier, C., & Sarfati, G. (2018). Barriers for High-Growth Female Entrepreneurs in Brazil. *International Journal of Advances in Agriculture Sciences*, 50-61.

Congresso Nacional (1962). LEI Nº 4.121, DE 27 DE AGOSTO DE 1962. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4121-27-agosto-1962-353846-publicacaooriginal-1-pl.html>>. Acesso em: 01.02.2022.

Dias, Maria. No mundo, o Brasil tem as empreendedoras mais prejudicadas pela pandemia. Exame, 2021. Disponível em: <<https://exame.com/pme/brasil-tem-as-empreendedoras-mais-prejudicadas-pela-pandemia/>>. Acesso em: 15.02.2022.

Global Entrepreneurship Monitor Women's Entrepreneurship Report (GEM WE, 2021). Babson College. <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

Nascimento, J., & da Silva, S. F. (2014). Desconstrução de estereótipos na escola: Um bairro para além de um rótulo. *Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais*, 3(2), 262-279.

Renata Malheiros, 2022, Conversa com Anna-Katharina Lenz sobre Suporte de Empreendedorismo no Brasil, 28.02.2022

SAFFIOTI, Heleieth. O poder do macho. São Paulo: Moderna, 1987.

Sebrae (2021). A força do empreendedorismo feminino. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Empreendedorismo%20Feminino/Infografico_Sebrae_Delas.pdf>. Acesso em: 25.02.2022

Sebrae, Nem romantizar nem desistir - Mães empreendedoras. You Tube, 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/galeriavideo/nem-romantizar-nem-desistir-maes-empreendedoras,6eb64aaab94d7710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 29.01.2022

Os autores fazem parte do NUME (Núcleo de Estudos sobre Microempreendedorismo), um centro de pesquisa dedicado ao entendimento e capacitação do microempreendedorismo no Brasil. O objetivo do Centro é desenvolver pesquisas acadêmicas e aplicadas para a construção de conhecimento e tecnologia para microempreendedores. O empreendedorismo feminino é um dos principais tópicos de pesquisa do núcleo. Mais informações sobre o NUME podem ser encontradas aqui:

<https://iag.puc-rio.br/pt/nume-2/>

<https://www.linkedin.com/in/nume/>