

# ATUAÇÃO E REPRESENTATIVIDADE DA MULHER ENQUANTO EMPREENDEDORA E GESTORA DE NEGÓCIOS NO MUNICÍPIO DE TOLEDO, PR.

Keile Niedermeier.<sup>1</sup>  
Carla Maria Schmidt.<sup>2</sup>  
Ivanete Daga Cielo.<sup>3</sup>

**RESUMO:** A entrada da mulher no mercado de trabalho e sua constante ascensão frente a criação e desenvolvimento de negócios vem se destacando como interesse de tema de estudo. Assim, objetivou-se analisar a atuação e a representatividade da mulher enquanto empreendedora e gestora de negócios no município de Toledo e as características das empresas. A população estudada considera as mulheres proprietárias e/ou administradoras de empresas do setor do comércio e indústria cadastradas na base de dados da Prefeitura Municipal de Toledo, Paraná. Os resultados evidenciam que o empreendedorismo feminino ganhou destaque na última década, pois grande parte das empresas tem menos de 10 anos de atuação. Em síntese, a representatividade da mulher no município de Toledo no empreendedorismo ainda não se equipara a realidade nacional, porém, o papel da mulher na atividade econômica contemporânea do município está em fase de consolidação e fortalecimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo feminino. Gestão de negócio. Toledo-Paraná.

**ABSTRACT:** The woman start at the market and her constant increase in the creaton and business development has been distinguishing interest as a study case. Therefore, the object is to analyze the performance and representation of the woman as enterprising and business management in Toledo city and the characteristics of their own companies. The studied population considered the proprietary and / or managers women of companies in the commerce and industry sector registered in the database of the Toledo city hall - Paraná. The results evidence that women's entrepreneurship get distinction in the last decade, because, the most companies have less than 10 years of operation. In synthesis, the woman representation in entrepreneurship still is not equal of the national reality, however, the woman role in economic activities in the city is in phase of consolidation and strengthening.

**KEY-WORDS:** Women's Entrepreneurship. Management business. Toledo-Paraná.

---

<sup>1</sup> Aluna do curso de Pós-Graduação, nível Lato Sensu, em Assessoria Executiva, pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE.

<sup>2</sup> Professora Orientadora - Docente da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE.

<sup>3</sup> Professora Orientadora - Docente da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE.

## 1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas o empreendedorismo tornou-se um tema de interesse nos meios empresariais, políticos e acadêmicos em função da sua relação com o desenvolvimento econômico.

Muitas nações desenvolvidas têm dado especial atenção e apoio às iniciativas empreendedoras, por saberem que são a base do crescimento econômico, da geração de emprego e renda. Miguel (2005), ressalta que o empreendedorismo é o motor da economia, desencadeando o crescimento econômico, sendo responsável pela criação de novos empregos e pela geração de riqueza para a sociedade.

De acordo com o último relatório publicado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2008), que é um dos órgãos que monitoram a atividade empreendedora no mundo, o Brasil ocupou a 13<sup>o</sup> posição no ranking mundial de empreendedorismo dentre os 43 países pesquisados. A Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial (TEA) brasileira foi de 12%, taxa essa representada pelos empreendimentos que têm até 42 meses de vida, percentual superior à média dos países observados pela pesquisa, o que reforça que o Brasil é um país de alta capacidade empreendedora.

O relatório mostra também que, determinados grupos vêm instigando o interesse de pesquisadores como, por exemplo, o empreendedorismo feminino, que nas últimas décadas é crescente. As mulheres aparecem melhor colocadas no ranking de empreendedorismo por gênero dos países pesquisados, enquanto os homens ocupam 17<sup>o</sup> posição, elas estão na 11<sup>o</sup> colocação.

Segundo Castells (1999), dentre as transformações sociais de maior impacto na última década está o fim da família patriarcal, principalmente no Ocidente, que trouxe conseqüências também para a demografia empreendedora. Houve um número significativo de mulheres que se tornaram financeiramente independentes e iniciaram empreendimentos próprios, ou ainda buscaram brechas no mercado de trabalho como empreendedoras autônomas, procurando compatibilizar o trabalho no lar com uma atividade que gerasse renda.

Sendo assim, este tema passa a nortear o interesse deste estudo e tem como objetivo analisar especificamente a atuação e a representatividade da mulher enquanto empreendedora e gestora de negócios no município de Toledo.

A justificativa para o desenvolvimento deste estudo ampara-se no fato de que são ainda poucas as pesquisas de cunho científico voltadas para o cenário feminino empresarial do município.

## **2 A EVOLUÇÃO DO TEMA EMPREENDEDORISMO**

Há muitas definições do termo empreendedor, principalmente, porque são propostas por pesquisadores de diferentes campos do conhecimento. Duas correntes principais tendem, no entanto, a conter elementos comuns à maioria delas. São as dos pioneiros do campo: os economistas, que associaram empreendedor à inovação; e os psicólogos, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição.

Para Dolabela (1999, p. 43), a palavra empreendedor é utilizada para designar principalmente a pessoa que se “dedica à geração de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, etc”.

Filion (2004), aponta alguns estudiosos que se destacaram em suas teorias sobre a evolução do empreendedorismo. O autor complementa afirmando que aqueles que pesquisam sobre o assunto concordam em dizer que a origem do empreendedorismo está nas obras de Richard Cantillon, banqueiro e economista do século XVIII.

O autor supra citado afirma que, nessa época, Cantillon chamou de empreendedores àqueles indivíduos que compravam matérias-primas (geralmente um produto agrícola) por um preço certo e as vendiam a terceiros a preço incerto, depois de processá-las, pois identificavam uma oportunidade de negócio e assumiam riscos. Ele entendia, no fundo, que se houvera lucro além do esperado, isto ocorreria porque o indivíduo havia inovado.

Um pouco mais tarde, o economista francês Say, elaborou uma teoria das funções do empresário e atribuiu-lhe um papel de especial importância na dinâmica de crescimento da economia. A concepção que Say tinha do empreendedor — alguém que inova e é agente de mudanças — permanece até hoje. Mas foi Schumpeter quem deu projeção ao tema, associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação e apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico. De acordo com a visão schumpeteriana, o

desenvolvimento econômico processa-se auxiliado por três fatores fundamentais: as inovações tecnológicas, o crédito bancário e o empresário inovador. O empresário inovador é o agente capaz de realizar com eficiência as novas combinações, mobilizar crédito bancário e empreender um novo negócio (FILION, 2004).

O empreendedor não é necessariamente o dono do capital (capitalista), mas um agente capaz de mobilizá-lo. Da mesma forma, o empreendedor não é necessariamente alguém que conheça as novas combinações, mas aquele que consegue identificá-las e usá-las eficientemente no processo produtivo.

Filion (2004), afirma que outra importante contribuição para o estudo do empreendedorismo foi dada por McClelland, que apesar de inúmeras críticas proporcionou auxílio nas discussões sobre o tema, pois tentou mostrar que os seres humanos tendem a repetir seus modelos, o que, em muitos casos, tem influência na motivação para alguém ser empreendedor. A partir daí concluiu-se que quanto mais o sistema de valores de uma sociedade distinguir positivamente a atividade empreendedora, maior será o número de pessoas que tenderão a optar por empreender.

O conceito adotado pelo GEM (2008), entende empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.

No Brasil, segundo Dornelas (2005), o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma na década de 1990, quando entidade como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) entre outras foram criadas para auxiliar os interessados na jornada empreendedora.

Atualmente, segundo investigações do GEM (2007), presume-se que paralelamente à figura do empreendedor tradicional novas configurações, dentre elas a de gênero e a de jovens empreendedores, vêm aumentando consideravelmente suas ações.

### **3 A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL**

A revolução no trabalho e na família mudou as estruturas sociais, instituições e culturas que formam a base da sociedade. Os efeitos da revolução no trabalho e na família passaram ser sentidos quando as mulheres entraram no

mercado de trabalho, não somente como empregadas, mas sim administrando e empregando mais pessoas (MEIRA *et al*, 2008).

No Brasil, determinados grupos vêm instigando o interesse de pesquisadores como, por exemplo, o empreendedorismo feminino. Nas últimas décadas é crescente a participação da mulher no mercado de trabalho, e também tem sido crescente sua participação na TEA. Com relação à atividade empreendedora segundo o gênero nos países pesquisados pelo GEM (2008) o Brasil é o 11º no empreendedorismo feminino e o 17º no empreendedorismo masculino.

Outro aspecto interessante revelado pela pesquisa diz respeito quanto aos motivos do empreendedorismo, a necessidade é o fator de motivação para a mulher iniciar o empreendimento. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção aumenta para 63% para as mulheres (Tabela 1). Esses dados indicam que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, ou ainda porque nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família.

TABELA 1- Empreendedores iniciais por motivação segundo gênero no Brasil

Gênero	TEAS		MOTIVAÇÃO			
			Oportunidade		Necessidade	
	Proporção (%)					
	2001-2007	2007	2001-2007	2007	2001-2007	2007
Homem	56	48	60	54	52	38
Mulher	44	52	40	46	48	63

FONTE: Pesquisa GEM (2007)

São vários os fatores explicativos do aumento da participação feminina no mercado de trabalho. Esses fatores vão desde o maior nível de escolaridade em relação aos homens até as mudanças na estrutura familiar, com o menor número de filhos e novos valores relativos à inserção da mulher na sociedade brasileira. No entanto, o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho não foi acompanhado pela diminuição das desigualdades profissionais e de rendimentos entre os sexos.

Apesar da escolaridade das mulheres ser comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e remuneração tendem a ser inferiores e, ainda, podem ser consideradas limitadas as oportunidades de

inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando estas mais restritas a alguns setores do mercado (LAGES, 2005).

Muitos fatores ainda atuam como restritivos em relação às condições de trabalho e ao rendimento, entre os quais destacam-se: a responsabilidade maior da mulher com a família, a execução das tarefas domésticas que continuam como responsabilidade da maioria das mulheres, a maternidade e a exigência de cuidado com a família e o lar. Esses dados, conforme pesquisa do GEM (2007), são indicativos de que um dos limites da inserção da mulher no mercado de trabalho ainda se encontra no âmbito da família.

Quando se faz um comparativo da ação empreendedora por gênero em relação ao estágio do negócio, conforme ilustra a Tabela 2, fica evidente a entrada gradativa no mercado.

TABELA 2 - Empreendedorismo Inicial e por estágio segundo gênero no Brasil

Gênero	Empreendedores Iniciais	Estabelecidos		
	TEA	Nascente	Novos	
	(%)	(%)	(%)	(%)
Homem	47,26	47,0	48,0	62,0
Mulher	52,4	53,0	52,0	38,0

FONTE: Pesquisa GEM (2007)

As mulheres superam a participação dos homens nos empreendimentos de estágio nascente e novos, sendo minoria nos empreendimentos estabelecidos. Ao analisar esses resultados percebe-se a necessidade de estudar o ciclo de vida das organizações, identificar as características de cada etapa, entender suas trajetórias, perspectivas e tendências de mercado e, principalmente, ter informações para criar estratégias empreendedoras como o objetivo de manter a organização ativa.

#### **4 CICLO DE VIDA DAS ORGANIZAÇÕES**

As organizações, obrigatoriamente, passam por diversas etapas em um ciclo de vida. Cada setor da economia apresenta as características que sinalizam a expectativa de vida que um empreendimento pode ter. Inevitavelmente, todas as organizações atravessam as seguintes fases: nascimento, infância, maturidade e velhice (HASHIMOTO, 2006).

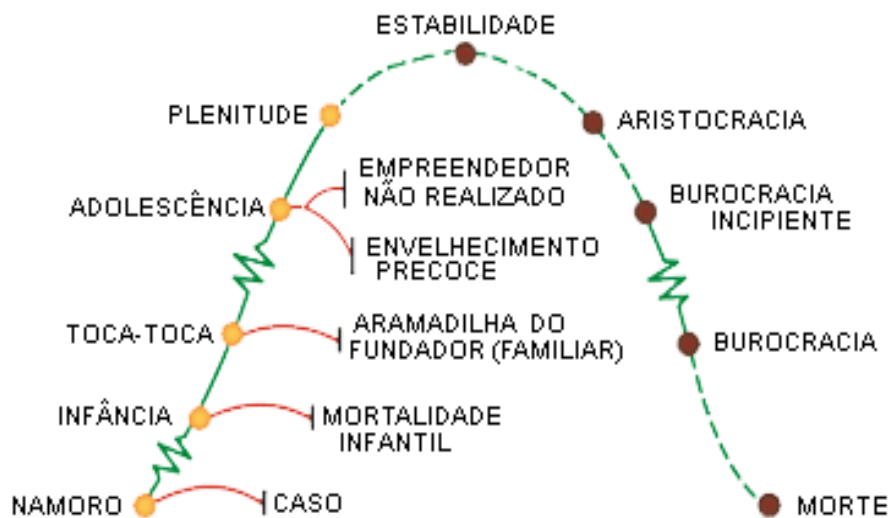
Adizes (1993), propõe um modelo de ciclo de vida enfocando que as organizações vivem três períodos distintos, que são o crescimento, nascimento, maioridade e o envelhecimento. O autor afirma ainda que a identificação dos problemas típicos permite dizer em que estágio do ciclo de vida a empresa se encontra.

No modelo de Adizes (1993), o estágio de crescimento é subdividido em outras etapas que são: o namoro - o momento em que a organização existe apenas como idéia; a infância - período em que a idéia é colocada em prática; o toca-toca - fase em que a idéia já está funcionando. Hashimoto (2006), complementa afirmando que ao nascer as empresas são frágeis, tem sua estrutura enxuta e correm alto risco de morte prematura por terem poucos recursos.

Nos estágios do segundo nascimento e da maioridade, a empresa renasce, ou seja, vive-se a adolescência - momento em que a empresa tenta renascer longe de seu fundador - e a plenitude - momento em que a organização atinge equilíbrio, autocontrole e flexibilidade. Assim, ao superar a fase crítica do nascimento, as organizações crescem rapidamente e começam a achar um espaço de relevância no mercado, o aprendizado é contínuo e envolve a organização como um todo, o que caracteriza o período da infância. Já na maturidade, a empresa diminui o seu ritmo de crescimento, consolida sua posição e sua estratégia, torna-se mais avessa às mudanças e inovações o que pode ser fatal para sua existência, sobretudo diante do mercado concorrente (ADIZES, 1993).

O terceiro período apresentado pelo autor supra citado é o do envelhecimento que engloba a organização estável - a empresa ainda está forte e começa a apresentar perdas em relação à sua flexibilidade; a aristocracia - momento em que a organização está menos ativa e mais passiva diante das oportunidades de longo prazo; a burocracia incipiente - momento em que os maus resultados se tornam evidentes; a burocracia - momento em que ninguém mais tem um compromisso com a organização. Para Hashimoto (2006), quando a empresa chega nesse ponto, ela está se tornando velha e começa a encolher em virtude da redução do faturamento e os concorrentes avançam sobre suas falhas. A energia e o dinamismo perdidos na fase da maturidade dificilmente são recuperados nesse momento, e então a morte acontece geralmente por meio de uma fusão ou incorporação, que marca o início de outra empresa.

FIGURA 1 – Ciclo de vida das organizações de Adizes



Fonte: Adizes (1993, p. 87)

Hashimoto (2006), faz ainda uma analogia do ciclo de vida das organizações e seu potencial empreendedor. Ele afirma que a empresa, quando nasce, possui um alto potencial empreendedor. A fase de transição equivale à etapa de infância e a fase burocrática corresponde à maturidade no ciclo de vida. Igualmente sob estas condições, é importante valorizar as ações que as organizações desenvolvem para não cair no estágio de velhice

O autor enfatiza que, embora, todas as organizações estejam sujeitas ao ciclo, algumas conseguem esquivar-se do inevitável processo de envelhecimento, quando procuram não entrar em um processo rotineiro e acomodado. Essa reinvenção constante é a base da organização moderna, ciente de sua postura diante do ambiente e de seu poder de competitividade.

## 5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia utilizada baseou-se na análise de duas bases de dados secundárias, uma fornecida pela Prefeitura Municipal de Toledo e outra pela Junta Comercial do Paraná.

Na base de dados fornecida pela Prefeitura Municipal de Toledo constava a relação de todas as empresas cadastrada no município, nos setores de indústria e comércio, que totalizavam 6473 empresas. Desse total, foram selecionadas apenas as empresas que possuem participação societária feminina.



Depois de constar o número de empresas com participação societária feminina, utilizou-se a base de dados fornecida pela Junta Comercial do Paraná, para poder complementar e identificar as empresas com real atuação feminina como empreendedoras, ou seja, ocupando cargos de gestão.

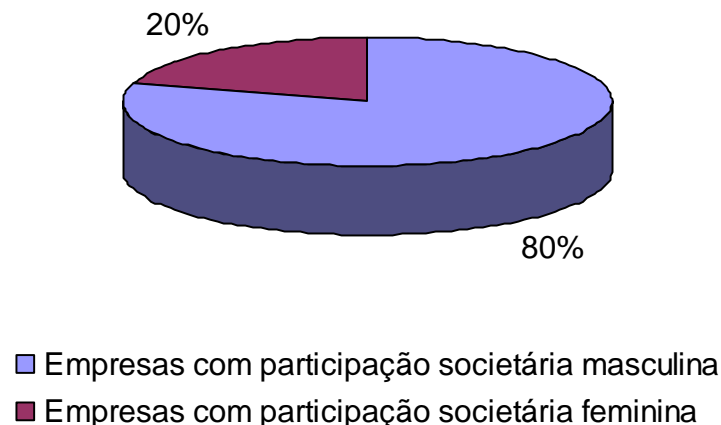
Assim, definida a população a ser estudada, 923 empresas, os dados foram classificados para identificar o tempo de atuação dessas empresas no mercado, o ciclo de vida, o porte e ramo de atuação. Os resultados obtidos serão apresentados na próxima seção.

## 6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este trabalho observou a atuação e a representatividade da mulher no empreendedorismo feminino no município de Toledo e os dados obtidos na pesquisa serão apresentados em forma de gráficos.

O primeiro gráfico faz o comparativo do empreendedorismo por gênero no município.

**GRÁFICO 1** – Empreendedorismo por gênero no município de Toledo

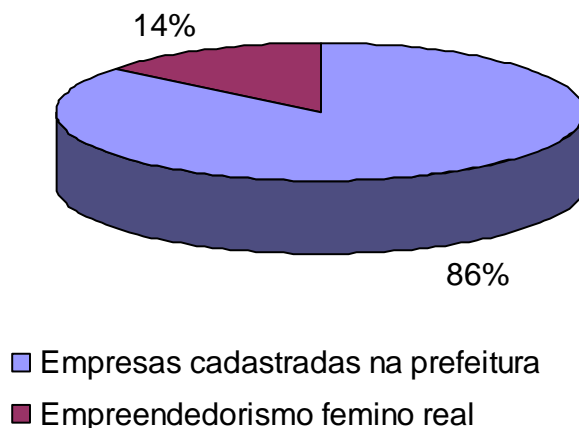


FONTE: Resultado da pesquisa.

Ao analisar o Gráfico 1, pode-se observar que as mulheres ainda representam um percentual baixo, 20%, de um total de 6473 empresas cadastradas atuando nos setores de indústria e comércio. A participação masculina no empreendedorismo municipal tem um percentual de 80%.

Após quantificar a relação das mulheres empreendedoras notou-se a necessidade de investigar se realmente elas atuavam como tal.

**GRÁFICO 2 – Empresas com real participação de mulheres empreendedoras**



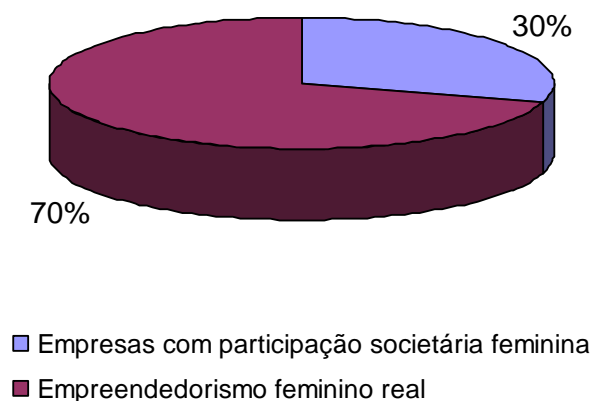
FONTE: Resultado da pesquisa.

Os dados do gráfico 2, mostram que ao levar em consideração o número de empresas dos setores estudados que realmente são administradas por mulheres esse número reduz para 923, que representam um percentual de 14% do total de 6473 empresas.

Ao se constatar a baixa parcela de mulheres atuando como empreendedoras no município, pode-se sugerir algumas iniciativas, como órgãos de fomento ao empreendedorismo feminino e/ou treinamentos, para auxiliar as mulheres na gestão das empresas.

Na seqüência, o gráfico 3, ilustra a comparação entre o empreendedorismo feminino e a participação societária feminina.

**GRÁFICO 3 – Empresas com participação societária e o empreendedorismo real feminino**

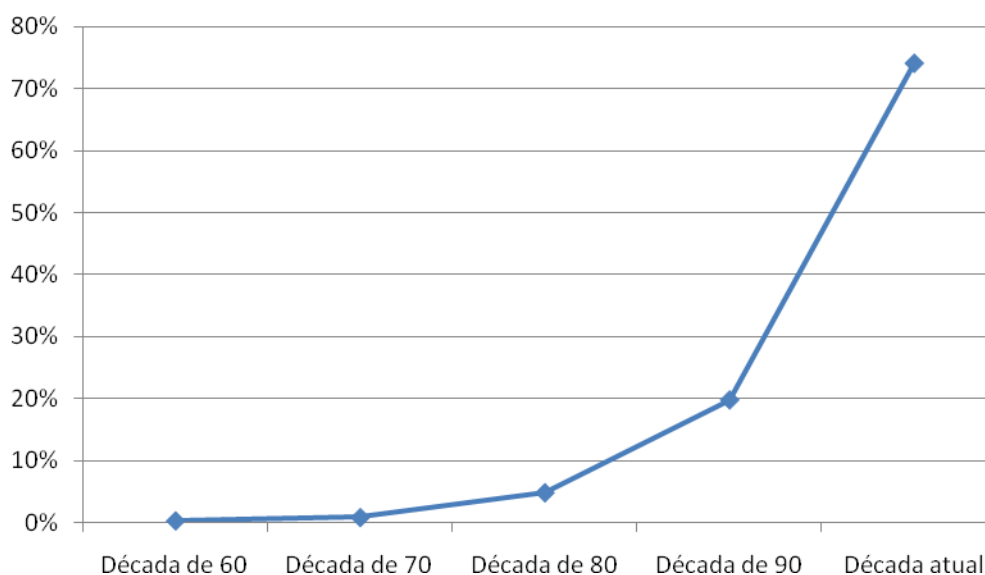


FONTE: Resultado da pesquisa.

O gráfico 3, mostra que nas 1313 empresas que as mulheres têm participação societária o valor reduz ao fazer a análise das empresas que realmente são administradas por mulheres, caindo para um total de 923 empresas. A porcentagem desses dados mostra que apesar de existir uma redução no número de empreendedoras no município a maioria, 70%, atua efetivamente na administração das organizações. Acredita-se que essa redução, neste caso os 30%, pode ser justificada por uma prática comum na criação de empresas, em que se inclui a participação societária de mais pessoas no intuito de reduzir os impostos fiscais. Assim, a atuação feminina limita-se a esta ação.

Posteriormente, analisou-se a evolução histórica do empreendedorismo feminino no município de Toledo.

**GRÁFICO 4 – Evolução do empreendedorismo feminino no município de Toledo**



FONTE: Resultado da pesquisa.

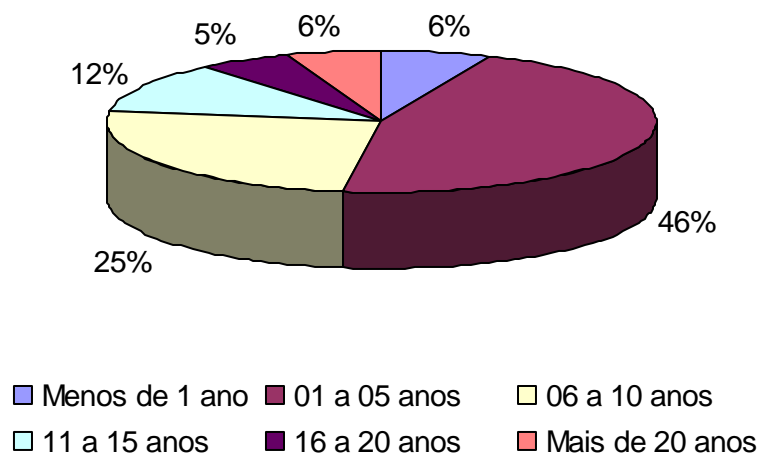
Constatou-se que o primeiro registro de empreendedorismo feminino no município ocorreu no ano de 1964, desde então o crescimento é constante, principalmente a partir da última década, em que houve um aumento de 74% no percentual de mulheres atuando como empreendedoras, destacando-se os anos de 2007 e 2008 que representaram um salto da atividade empreendedora feminina de 24%, conforme ilustra o gráfico 4.

A participação feminina no empreendedorismo do município ainda é baixa, porém, ao analisar o histórico de crescimento pode-se supor que a tendência

é dentro de poucos anos se equiparar ao percentual nacional. Em um curto tempo, considerando o período de 2001-2007, houve uma inversão histórica da atuação feminina no empreendedorismo nacional, sendo que em 2001 elas representavam 29% e em 2007 as mulheres representavam 52% dos empreendedores no Brasil (GEM,2007).

Na seqüência, analisou-se o tempo de atuação das empresas pesquisadas no mercado.

**GRÁFICO 5 – Idade das empresas administradas por mulheres**



FONTE: Resultado da pesquisa.

Ao fazer a análise quanto ao tempo de atuação das empresas no mercado, constatou-se que 46% delas tem menos de 5 anos, as mais antigas no mercado, com mais de 20 anos, representam apenas 6%. Observando os dados de forma menos fracionada percebe-se que 77% das empresas têm menos de 10 anos e apenas, 23%, estão estabelecidas a mais de 11 anos no mercado.

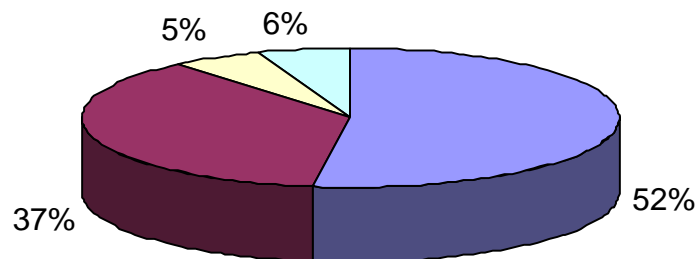
Segundo GEM (2007), a atuação em empresas recentes pode revelar duas tendências. A primeira delas é que as mulheres encontram dificuldade de se estabelecer como empreendedoras, por esse motivo, estão mais presentes nos empreendimentos mais instáveis e provavelmente encontram barreiras para transformar seus empreendimentos em uma atividade consolidada no mercado. A outra teoria é que, com a entrada mais recente da mulher na atividade empreendedora, os novos empreendimentos ainda não tiveram tempo para consolidar-se no mercado.

Para o município de Toledo enfatiza-se a necessidade de reforçar as políticas públicas contínuas de apoio ao empreendedorismo, pois conforme os dados apresentados no gráfico 5, o percentual de empresas em estágio inicial é alto e segundo Hashimoto (2006), nessa fase, elas são frágeis e há muitos casos de morte prematura nos primeiros anos de vida.

Supõe-se que essas perdas seriam cruciais para o empreendedorismo feminino no município, pois o percentual de atuação feminina já é baixa, se comparado aos dados nacionais, sendo que a maioria das empresas não estão estabelecidas no mercado e correm risco de morte prematura, o que iria diminuir significativamente a atuação feminina no empreendedorismo no município.

Buscou-se ainda fazer uma analogia referente a teoria do ciclo de vida das organizações apresentada por Hashimoto (2006) e Adizes (1993), conforme gráfico abaixo.

**GRÁFICO 6** - Empreendedorismo feminino por ciclo de vida segundo



■ Nascimento ■ Infância ■ Maturidade ■ Velhice

FONTE: Resultado da pesquisa.

Para fazer a análise quanto ao ciclo de vida das empresas fez-se a suposição de que as empresas com menos de 1 ano a 5 anos representam as empresas nascentes, de 6 a 15 anos considerou-se que estavam na infância, de 16 a 20 anos na maturidade e mais de 20 anos na velhice.

Observa-se que 52% das empresas estão na face do nascimento que segundo Hashimoto (2006), é o período em que elas possuem um alto potencial empreendedor, porém é o período em que as empresas são mais frágeis e correm um alto risco de mortalidade precoce.

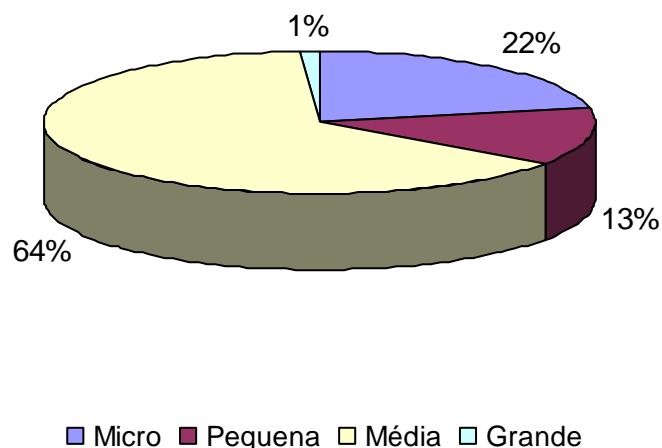
Em continuidade, nota-se que 37% das empresas pesquisadas estão na infância. Nesse momento da vida as organizações atravessam um processo de rápido crescimento e desenvolvimento e apresentam constantes inovações aos clientes, é nesse período que a empresa encontra seu espaço de relevância.

As organizações que estão na fase da maturidade representam 5%, ainda segundo Hashimoto (2006), nesta etapa da vida as empresas, normalmente, reduzem o seu ritmo de crescimento e acabam perdendo espaço no mercado. Momento esse crucial em que elas, impreterivelmente, necessitam inovar constantemente para tentar elevar seu poder competitivo, o que torna-se uma batalha diária para não perder espaço para o concorrente e, principalmente, não chegar a velhice.

No município, 6% das empresas administradas por mulheres estão no final do ciclo, a velhice, nessa etapa elas já perderam seus espaços que dificilmente serão recuperados, e muito menos o dinamismo e a motivação para inovar, então geralmente acontece a morte por meio de uma fusão ou incorporação.

Investigou-se ainda, a relação entre o porte das empresas conforme o gráfico abaixo.

**GRÁFICO 7 – Porte das empresas administradas por mulheres**



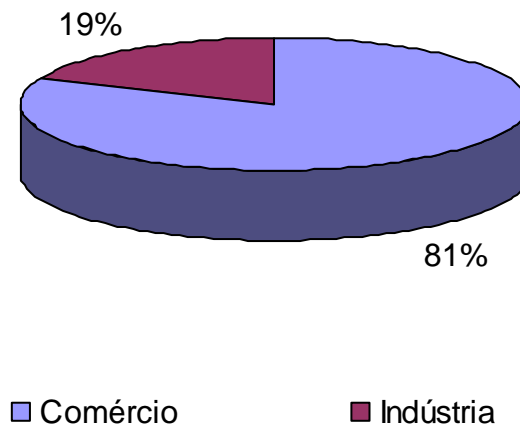
FONTE: Resultado da pesquisa.

As bases de dados analisadas consideram o Simples nacional para classificar o porte das empresas, observando o ramo de atividade e o faturamento das organizações. Assim, constatou-se que a maioria, 64%, das mulheres atuam em empresas de médio porte. As microempresas ficaram em segunda posição com

22%, seguidas das pequenas empresas com 13 % e com 1% de atuação nas empresas de grande porte. Esses resultados representam uma quebra de paradigmas, pois, tem-se como senso comum a atuação das mulheres em pequenos empreendimentos. Porém, destaca-se a relevância da atuação feminina no mercado, que em sua maioria, gerenciam organizações significativamente produtivas na economia do município.

Ao constar o porte das empresas instigou-se a verificar áreas de atividades as mulheres, o gráfico 8 ilustra os resultados.

**GRÁFICO 8 – Área de atividade das empresas administradas por mulheres**

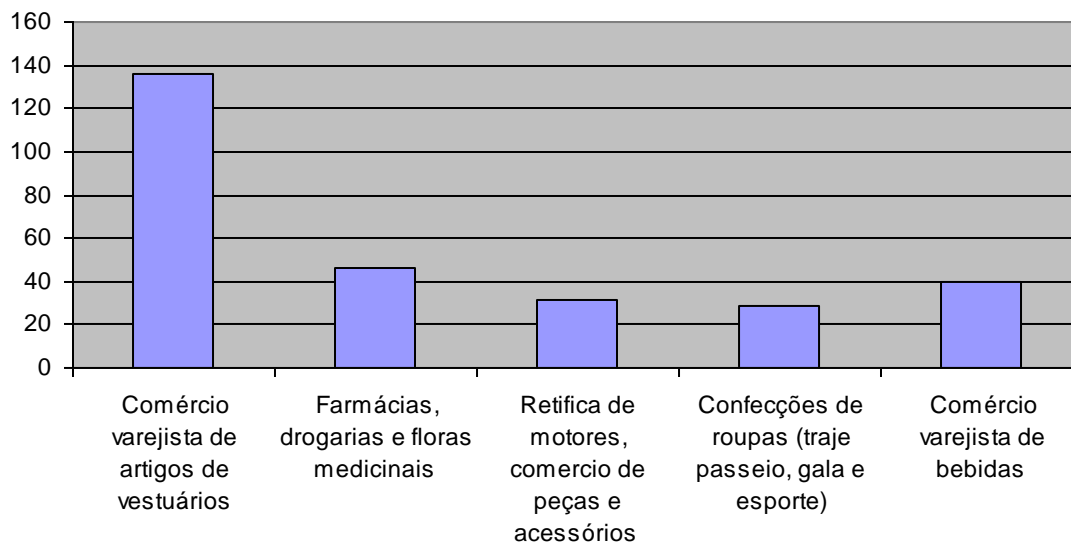


FONTE: Resultado da pesquisa.

A área de atuação das mulheres é, principalmente, no comércio varejista (81%), ficando a participação nas indústrias restrita a 19% da população. O resultado confirma a tendência da atuação feminina no comércio, área essa, que abrange vários ramos de atividade. Destaca-se que não foram objeto de análise as empresas prestadoras de serviços.

Quanto ao ramo das empresas, o gráfico 9 apresenta os resultados com maior frequência encontrados na pesquisa.

**GRÁFICO 9 – Ramo de atividade das empresas administradas por mulheres**



FONTE: Resultado da pesquisa.

Ao analisar o ramo de atividade das empresas notou-se participação em diferentes setores. Para facilitar a visualização optou-se por apresentar os ramos com maior ocorrência. Praticamente a metade do grupo pesquisado, 49%, atua no comércio varejista de artigos de vestuários, 16% em farmácias, drogarias e floras medicinais, 14% comércio varejista de bebidas, 11% retifica de motores, comercio de peças e acessórios e 10% confeções de roupas (traje de passeio, gala e esporte).

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No Brasil, o empreendedorismo feminino tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, fundamentalmente pela inovação e concorrência que introduzem no mercado, além de, estimularem a base do crescimento, da geração de emprego e renda.

Em Toledo, igualmente, a participação da mulher empreendedora ganhou nova conotação, que apesar de não se equiparar à média nacional, na última década tem evoluído constantemente, aumentando cada vez mais sua participação de mercado.

O avanço significativo do empreendedorismo feminino no município ocorreu nos últimos 10 anos. Esse progresso trouxe também quebras de alguns paradigmas quanto à atuação feminina, pois, comprovou-se que elas atuam, em sua



maioria, em organizações de médio porte com alta relevância produtiva para economia do município. Já quanto a área de atuação as mulheres seguem a tendência atuando especialmente no comércio, com atividades tipicamente vinculadas ao comércio varejista de artigos de vestuários.

Conforme abordado na teoria, uma dimensão valorizada no trabalho feminino é sua característica de multiplicidade de papéis, ou seja, seu talento para fazer e pensar várias coisas simultaneamente. Sua entrada no mercado de trabalho não implicou, necessariamente, na eliminação das atividades vinculadas ao trabalho na família, o que resultou em um acúmulo de trabalho, que é comumente chamado de dupla jornada. No entanto, o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho não foi acompanhado pela diminuição das desigualdades profissionais e de rendimentos entre os sexos.

Em síntese, as informações analisadas sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho e sua ação empreendedora, demonstram a consolidação do papel da mulher na atividade econômica contemporânea, além de destacar que o empreendedorismo está em fase de crescimento esse fortalecendo no município.

Sendo assim, enfatiza-se a necessidade de reforçar as políticas públicas contínuas de apoio ao empreendedorismo, sobretudo, fortalecer os órgãos de fomento que, atualmente, não monitoram a atividade da mulher empreendedora, desperdiçando assim, importantes fontes de dados que poderiam fornecer suporte para alavancar o empreendedorismo feminino local.

## REFERÊNCIAS

ADIZES, Ichak. **Os ciclos de vida das organizações**: como e por que as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1993.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FILION, Louis Jacques. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. In: **Revista de Negócios**. Blumenau, v. 9, n. 2, p. 65-79, abr./jun. 2004.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: 2007. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, 2008.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: 2008. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade, 2009.

HASHIMOTO, Marcos. **Espírito Empreendedor nas Organizações**: aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2006.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, Juiz de Fora, 2005.

MEIRA, Cristiana de. Empreendedorismo Feminino: Casos de sucesso de empresárias do Sudoeste do Paraná. **Revista ADMpg**, set/2008. Disponível em: <http://www.admpg.com.br/2008/cadastro/artigos/temp/254.pdf> Acesso em: 08 de junho de 2009.

MIGUEL, Isabela Castello. O administrador empreendedor e o desenvolvimento econômico brasileiro. RBA – **Revista Brasileira de Administração**, Ano XV, n. 49, p.51-59, jun/2005.