



Revista de Gestão e Secretariado

E-ISSN: 2178-9010

gestoreditorial@revistagesec.org.br

Sindicato das Secretárias(os) do Estado
de São Paulo

Brasil

Sanches, Fernanda Cristina; Schmidt, Carla Maria; Daga Cielo, Ivanete; Schmitz Kühn,
Marta Karina

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE SUA
REPRESENTATIVIDADE NO MUNICÍPIO DE TOLEDO - PARANÁ

Revista de Gestão e Secretariado, vol. 4, núm. 2, julio-diciembre, 2013, pp. 134-150

Sindicato das Secretárias(os) do Estado de São Paulo
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=435641693007>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto



**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE SUA
REPRESENTATIVIDADE NO MUNICÍPIO DE TOLEDO - PARANÁ**

**FEMALE ENTREPRENEURSHIP: A STUDY OF ITS REPRESENTATION IN THE CITY
OF TOLEDO - PARANÁ**

Fernanda Cristina Sanches

Mestranda em Ciências Ambientais pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE
Professora do curso de Secretariado Executivo da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE

E-mail: fer.c.sanches@hotmail.com (Brasil)

Carla Maria Schmidt

Doutora em Administração pela Universidade de São Paulo – USP
Professora da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE
E-mail: c.m.schmidt@bol.com.br (Brasil)

Ivanete Daga Cielo

Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Professora da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE
E-mail: ivacielo@hotmail.com (Brasil)

Marta Karina Schmitz Kühn

Graduada em Secretariado Executivo Bilíngue pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE
E-mail: martinhakuhn@hotmail.com (Brasil)

Data de recebimento do artigo: 18/05/2013

Data de aceite do artigo: 30/07/2013

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO SOBRE SUA REPRESENTATIVIDADE NO MUNICÍPIO DE TOLEDO - PARANÁ

RESUMO

A entrada e participação da mulher no mercado de trabalho, bem como seu crescimento profissional, tem tornado o empreendedorismo feminino uma temática de interesse de vários autores. Nesta dinâmica, o objetivo da pesquisa foi colaborar com um maior entendimento sobre a atuação das mulheres enquanto empreendedoras nos setores econômicos de indústria, comércio e serviços. Para tanto, possui como objeto de estudo as empreendedoras do município de Toledo, localizado na região oeste do Paraná. Como fonte de coleta de dados empíricos, foi utilizado o cadastro de empresas credenciadas na Prefeitura Municipal de Toledo (2010). Os resultados indicaram que no município há uma participação ativa da mulher enquanto empreendedora, com um total de 58% de participação feminina, sendo que o setor com maior destaque é do comércio.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Setores Econômicos; Mercado de Trabalho.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: A STUDY OF ITS REPRESENTATION IN THE CITY OF TOLEDO - PARANÁ

ABSTRACT

The input and participation of women in the job market, as well as their professional growth, female entrepreneurship has become a topic of interest to many authors. In this dynamic, the research objective was to collaborate with a greater understanding of the role of women as entrepreneurs in the economic sectors of industry, commerce and services. In order to achieve this goal, the object of study for this paper is female entrepreneurs in the city of Toledo, located in the Western of Paraná State. As a source of empirical data collection, the record of companies registered in the city hall of Toledo (2010) was used. The results indicated that in the city there is an active participation of women as entrepreneurs, with a total of 58% female participation, and the sector with the greatest number is the trading one.

Keywords: Female Entrepreneurship; Economic Sectors; Job Market.



1 INTRODUÇÃO

Em decorrência de fatores como a modernização, o aumento da formação educacional e mudanças culturais, as mulheres inseriram-se em vários setores da sociedade, destacando-se por sua voz ativa e atribuições desempenhadas no mundo dos negócios. Ou seja, o gênero feminino tem desempenhado papel ativo nas organizações, gerando emprego e renda em diversos setores de atuação. Esta entrada e participação da mulher no mercado de trabalho, bem como seu crescimento profissional assumindo cargos de liderança e gestão, tem tornado o empreendedorismo feminino uma temática de estudo que desperta o interesse de diversos autores.

Levando-se em consideração a porcentagem da Taxa de Empreendedorismo em Estágio Inicial (TEA) determinada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2010), a mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreende no mundo. Este crescimento fica evidente ao analisar os dados do GEM, os quais apontam uma evolução de 16,2% (percentual analisado com base no valor do ano de 2010). na participação das mulheres em empreendimentos iniciais nos últimos anos, aumentando de 42,4% em 2002 para 49,3% em 2010.

Essa crescente participação pode ser atribuída a fatores como o aumento do nível de escolaridade; a mudanças culturais e na estrutura familiar; a diminuição do número de filhos e novos valores relativos à inserção da mulher na sociedade brasileira. Além disso, há uma tendência indicando que as mulheres buscam alternativas de empreendimentos para complementar a renda familiar, de forma que passam a assumir muitas vezes o sustento do lar (GEM, 2010).

Diante do exposto, o presente artigo tem como objetivos centrais: a) analisar a participação feminina em cada um dos três setores: comércio, indústria e serviços, identificando o setor com maior representatividade; b) identificar os ramos de atividade em que as mulheres possuem maior representatividade; c) analisar o ciclo de vida dos empreendimentos femininos nos três setores investigados.

Este estudo foi desenvolvido na cidade de Toledo-PR e envolveu todos os empreendimentos femininos cadastrados no banco de dados da prefeitura. Em relação ao município em estudo, pode-se dizer que está situado na região oeste paranaense e caracteriza-se com uma economia agroindustrial.

Dessa forma, o estudo pretende contribuir com resultados empíricos na área, a partir da apresentação de um panorama do empreendedorismo feminino no município de Toledo, traçando desta forma, semelhanças e disparidades desse aspecto com o cenário brasileiro.



2 O EMPREENDEDORISMO

No Brasil, a temática do empreendedorismo popularizou-se a partir da década de 1990, com a abertura da economia e com o envolvimento mais ativo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). O empreendedorismo ganhou ainda mais força com a entrada da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, em 2007, e também da Lei do Empreendedor Individual, em 2008, uma vez que estas leis são decisivas e propulsoras no que tange ao estímulo do empreendedorismo no Brasil (GEM, 2010).

De acordo com o relatório do GEM (2010), no Brasil, a TEA –proporção de pessoas na faixa etária entre 18 e 64 anos envolvidas em atividades empreendedoras– foi de 17,5%, sendo esta taxa a maior desde que a pesquisa é realizada no país, o que demonstra a tendência de crescimento da atividade empreendedora. Vale destacar que o GEM (2010) entende empreendedorismo como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou de um novo empreendimento.

Um dos temas fundamentais desta pesquisa trata da motivação para iniciar uma atividade empreendedora, pois denota a natureza do empreendimento nos países analisados. No Brasil, desde o ano de 2003, os empreendedores por oportunidade são a maioria. De acordo com dados de 2010, a relação oportunidade *versus* necessidade tem sido superior a 1,4 desde o ano de 2007. Em 2010, o Brasil supera a razão de dois empreendedores por oportunidade para cada empreendedor por necessidade. Entende-se que esse dado é fundamental, pois de acordo com Dornelas (2003, p. 8):

Quanto mais empreendedorismo de oportunidade estiver presente em um país, maior será o seu desenvolvimento econômico, o que permitirá a esse país a criação de mecanismos que estimulem as iniciativas empreendedoras. Ou seja, trata-se de um processo cíclico que só tem a alimentar ainda mais a busca da inovação.

Os dados do GEM (2010) apontam para novas configurações dentro da concepção empreendedora, dentre as quais as questões de gênero assumem papel de destaque. Por ser esta a temática em debate neste estudo, na seção seguinte apresentam-se algumas discussões sobre o empreendedorismo feminino, como por exemplo, seu crescimento, dificuldades e importância no contexto econômico e social.



3 O EMPREENDEDORISMO FEMININO

A participação ativa da mulher na geração de novos negócios tem aumentado consideravelmente nas últimas décadas. Para Meira *et al.* (2008), as mulheres buscam no empreendedorismo uma forma para complementar a renda familiar, tendo em vista, que cada vez mais elas vêm assumindo o sustento da família e ampliando desta forma, a sua participação na economia do país. Destarte que hoje as mulheres são responsáveis pelo sustento de 35% dos lares brasileiros.

Esse aumento da participação feminina na vida econômica do país está intimamente ligada aos avanços das mulheres na formação educacional e nas mudanças na estrutura familiar. Hoje, as mulheres possuem menor número de filhos e novos valores inerentes à inclusão da classe feminina na sociedade brasileira (GEM, 2010).

A revolução no trabalho e na família modificou as estruturas sociais, instituições e culturas que formam a base da sociedade. Os efeitos dessa revolução passaram a ser sentidos quando as mulheres entraram no mercado de trabalho, não somente como empregadas, mas sim administrando e empregando outras pessoas (Meira *et al.*, 2008).

Mesmo sendo afetadas pela restrição de tempo destinado aos filhos e às preocupações da casa, as mulheres acreditam que empreender oferece mais vantagens, como mais liberdade, realização, autonomia e independência financeira, além da satisfação com a atividade empreendedora sobre suas vidas (Silveira *et al.*, 2007). Em relação aos motivos que levam as mulheres a empreendedor, o GEM (2010, p. 46) destaca que: “As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando o sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira”.

No que tange aos setores pelos quais as mulheres têm tido preferência em abrir seus negócios, segundo investigações do GEM (2010) em 33% dos casos, elas preferem atividades ligadas ao comércio varejista, em 20% atividades de alojamento e alimentação, 16% com atividades que abrangem serviços domésticos e 12% na indústria de transformação.

Apesar de os dados serem positivos para as mulheres, há evidências de que elas encaram desvantagens no campo do empreendedorismo em função do gênero, enfrentando estereótipos de inferioridade em relação ao sexo masculino, especialmente no que diz respeito ao acesso a recursos financeiros (Cassol, 2006).

Conforme o estudo desenvolvido por Gomes, Santana e Silva (2005) algumas outras barreiras enfrentadas por mulheres na condição de empreendedoras foram identificadas, tais



como: 1. dificuldades de autoconceito e aceitação; 2. falta de suporte afetivo e social; 3. dificuldade para atuar no mercado internacional; 4. dificuldade de financiamento; 5. dificuldade de acesso a redes e falta de mentores; 6. tamanho das empresas; 7. falta de tempo; 8. dificuldade em conciliar trabalho e família; 9. dilema entre a obrigação e o desejo; 10. ausência de modelos de referência de empreendedoras.

O canadense Louis Jacques Filion, um dos maiores pesquisadores mundiais na área de empreendedorismo, também apresenta as características dos empreendimentos criados pelas mulheres. Ressalta-se que algumas delas também são consideradas como barreiras e dificuldades a serem superadas pelas mulheres:

- a)** são negócios menores;
- b)** tendem a estar no setor de serviços;
- c)** é maior a taxa de sobrevivência das empresas criadas por mulheres;
- d)** para iniciar um novo negócio, as mulheres usam entre 30% e 50% do capital usado por homens;
- e)** as mulheres parecem encontrar mais dificuldades para acessar recursos financeiros, humanos e capital social do que homens (Filion *apud* GEM, 2010, p. 79).

Por fim, entendendo que a participação ativa da mulher tem sido um fator positivo para o desenvolvimento econômico e social, Filion *apud* GEM (2010) apresenta algumas recomendações para as entidades públicas e privadas que pretendem apoiar o desenvolvimento do empreendedorismo feminino: 1. tornar o pessoal das instituições e das organizações públicas, tais como bancos, mais conscientes das características e diferenças das mulheres empreendedoras; 2. desenvolver premiações para as mulheres empreendedoras; 3. viabilizar o acesso a informações atualizadas; 4. contribuir para a atualização de habilidades gerenciais e empreendedoras; 5. criar sistemas de *coaching* e mentores individualizados; 6. realizar e apoiar eventos sobre empreendedorismo feminino; 7. fomentar pesquisas sobre empreendedorismo feminino; 8. estimular e divulgar a elaboração de estudos de casos.

Dessa forma, pretende-se com a elaboração deste trabalho, e com base nos demais estudos na área, evidenciar a participação da mulher no mercado de trabalho, como empreendedora e gestora, especialmente no município de Toledo/Paraná, contribuindo para o seu desenvolvimento e



aperfeiçoamento.

4 METODOLOGIA

Esta pesquisa, de caráter descritivo e de cunho principalmente qualitativo, objetiva apresentar um maior entendimento sobre a atuação das mulheres como empreendedoras, especificamente nos setores de indústria, comércio e serviços. Para tanto, possui como objeto de estudo as empreendedoras do município de Toledo, localizado na região oeste do Paraná.

Os dados que serviram de base para este estudo caracterizam-se como secundários, originários do cadastro de empresas credenciadas como ativas na Prefeitura Municipal de Toledo (2010). O cadastro possibilitou o levantamento do número total de empreendimentos femininos, dentro dos três setores da economia.

Destarte, no banco de dados constava a relação de todas as empresas cadastradas no município, totalizando 5.469 organizações. A partir desse total, foram selecionadas apenas as organizações que possuem participação societária feminina, o que foi contabilizado numa população total de 3.117 organizações. Na sequência, os dados foram classificados com o intuito de identificar a participação feminina em cada um dos setores (comércio, indústria e serviços), além de identificar o ciclo de vida, o porte e os ramos de atividade que mais se destacam nas referidas organizações.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com o intuito de analisar a representatividade da mulher como empreendedora, o mapeamento inicial dos dados deste trabalho se deu a partir da constatação das empresas registradas como um todo na Prefeitura Municipal de Toledo (2010), conforme demonstra a Tabela 1.

Tabela 1 – Participação feminina nos empreendimentos do município de Toledo

SETOR	N. TOTAL DE EMPRESAS	N. DE EMPRESAS/PARTICIPAÇÃO FEMININA
Indústria	654	380
Comércio	2.289	1.506



Serviço	2.526	1.231
Total Geral	5.469	3.117

Fonte: dados da pesquisa.

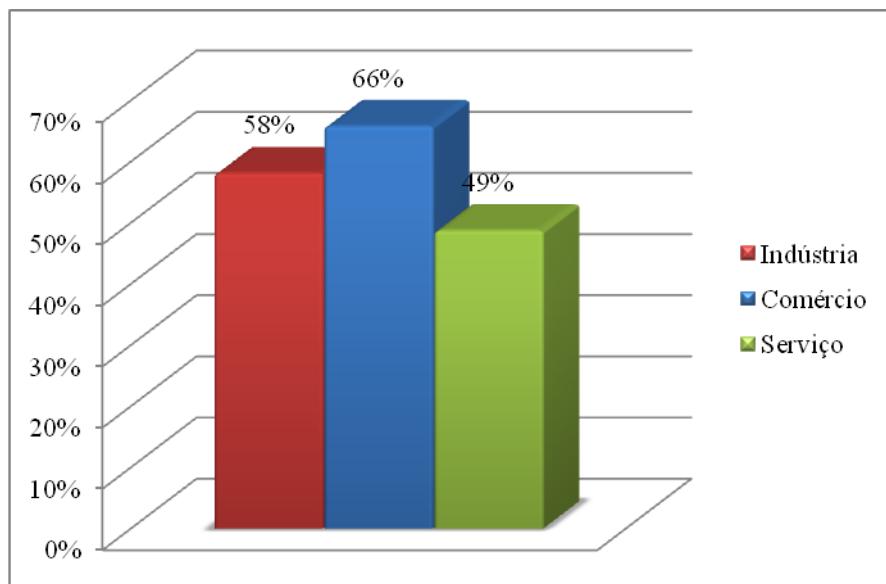
Ao analisar a Tabela 1, um dos aspectos passíveis de discussão é o baixo percentual de empreendedorismo formal no município de Toledo, pois numa população (18 a 64 anos) de aproximadamente 87.500 habitantes, existem apenas 5.469 empresas registradas, o que equivale a 6,2% da população, dado este bastante inferior ao cenário nacional, que corresponde a 17,5%.

Nesse sentido, acredita-se que deveriam ser fomentadas ações de incentivo ao empreendedorismo no município. Tais iniciativas poderiam ser voltadas para políticas públicas específicas; criação de linhas de fomento ao crédito; maior incentivo à criação de instituições facilitadoras para a formalização de empreendimentos e, ainda, criar uma cultura voltada para o ensino do empreendedorismo.

No entanto, o interesse central deste estudo está em torno das mulheres que empreendem. Neste aspecto, por meio do mapeamento realizado, identificou-se que a participação ativa da mulher como empreendedora no município de Toledo é de 58% do total de negócios existentes. A partir disso é possível afirmar que o município de Toledo apresenta alto índice de empreendedorismo feminino, taxa mais elevada inclusive que o índice nacional, o qual é de 49,3%, conforme dados do GEM (2010), índice este que também já é considerado bastante elevado.

O estudo também permitiu detalhar o número de empreendedoras em cada um dos três setores de atuação: indústria, comércio e serviço, conforme o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Participação feminina nos empreendimentos do município de Toledo (em %)



Fonte: Resultado da pesquisa.

Após o mapeamento dos três setores (indústria, comércio e serviços), é possível inferir que a maior participação feminina está no setor de comércio, com 66%, seguido pelo setor industrial, com 58%. Já, no setor de serviços, a representatividade feminina enquanto proprietárias é inferior a 50%, denotando oportunidades de investimentos e expansão para as mulheres empreendedoras do município de Toledo, uma vez que o referido setor está em franca expansão no país.

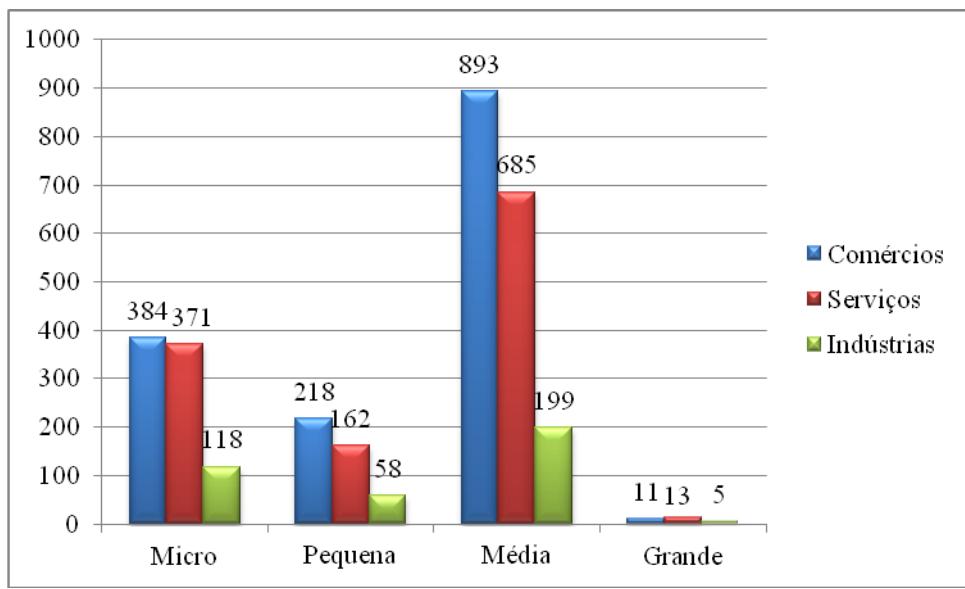
Cabe destacar a expressiva participação feminina no setor industrial, apresentando índices superiores à média nacional. Entre as possíveis explicações para este relevante índice, encontra-se o crescente aumento do número de mulheres que avançam na formação educacional de nível técnico e superior, o que as torna mais capacitadas para empreender em áreas antes restritas aos homens.

No entanto, de qualquer forma, acredita-se que tal índice (58%) é passível de maior investigação, no intuito de identificar até que ponto as mulheres realmente empreendem no setor industrial ou apenas são acionistas minoritárias sem atuação e poder de mando.

A fim de avançar no entendimento sobre o empreendedorismo feminino, investigou-se a atuação das mulheres por meio do porte das organizações, conforme demonstra o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Atuação das mulheres em relação ao porte das organizações





Fonte: Resultado da pesquisa.

Os dados apresentados no Gráfico 2 apontam para uma expressiva atuação das mulheres em empresas de médio porte, conjecturando em primeira análise para uma redução da mortalidade empresarial. Em um segundo momento, pode também confirmar a tese de Filion, que a taxa de sobrevivência das empresas criadas por mulheres é elevada, sendo fruto da forma de gestão utilizada pelas mulheres, com destaque para a capacidade de planejamento, monitoramento e estilo de gerenciamento mais participativo.

As microempresas também merecem destaque entre as atividades empreendedoras das mulheres. Tal fato pode ser explicado em função do desenvolvimento de um ambiente mais propício ao empreendedorismo com a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que favoreceu o surgimento de expressivo número de empresas, tanto em relação à criação de novas quanto à formalização de empresas que antes atuavam na informalidade.

No entanto, muitas vezes, microempresas não são necessariamente uma forma de opção do empreendedor, mas uma realidade de mercado, confirmando os resultados apontados no estudo do GEM (2010), no qual se evidencia que as mulheres dispõem de menos recursos que os homens para iniciar seus empreendimentos.

Além das análises sobre o setor e o porte das empresas, foram investigados também os ramos de atuação das empreendedoras em cada um dos três setores. Com o intuito de facilitar a visualização, optou-se primeiramente pelo agrupamento das atividades em comum, de acordo com

dados do Sebrae (2012).

Assim, apresentam-se na sequência as cinco atividades com maior destaque em cada um dos três setores.

RAMO / ATIVIDADE	QUANTIDADE EMPRESAS	%
1. Restaurantes, cantinas e alimentação em geral	177	14
2. Transporte rodoviário coletivo e de carga	175	14
3. Cabeleireiras, massagistas e atividades de estética e beleza em geral	108	9
4. Atendimentos hospitalares e odontológicos	78	6
5. Educação e atividades de apoio	49	4
6. Outros	644	53

Quadro 1 – Ramos em destaque na participação da mulher no setor de serviço

Fonte: Resultado da pesquisa.

Ao analisar os ramos de atividades com maior participação feminina no setor de serviço (Quadro 1), notou-se maior porcentagem nas atividades de restaurantes, cantinas, alimentação em geral e transporte rodoviário coletivo e de carga, atingindo 14% cada um. Em seguida, as atividades de estética e beleza, com 9%; atendimentos hospitalares e odontológicos com 6 % e atividades de educação e apoio com 4%.

Muito embora o relatório do GEM (2010) aponte que as mulheres preferem investir em ramos que, por via de regra, demandem menor esforço físico e áreas culturalmente tidas como femininas, como estética, vestuário, alimentação e educação, houve neste estudo uma alta porcentagem de empreendimentos no ramo de transporte rodoviário.

No entanto, o GEM também aponta que a escolha da área de investimento possui menos relação com o sexo e mais com o senso de oportunidade do empreendedor, teoria esta que melhor justifica os resultados apresentados na pesquisa com as empreendedoras no Município de Toledo.

No quadro 2 é possível observar as atividades de maior representatividade feminina no setor do comércio.



RAMO / ATIVIDADE	QUANTIDADE EMPRESAS	%
1. Comércio varejista de artigos de vestuário, acessórios e calçados	263	17
2. Comércio, varejo de automóveis, peças, acessórios e serviços de manutenção	211	14
3. Comércio varejista de mercadorias em geral	114	8
4. Comércio varejista de produtos farmacêuticos e cosméticos	90	6
5. Representantes e agentes comerciais	70	5
6. Outros	758	50

Quadro 2 – Ramos em destaque na participação da mulher no setor do comércio
Fonte: Resultado da pesquisa.

Neste setor foi possível observar maior destaque nas atividades de comércio varejista de artigos de vestuário, acessórios e calçados, com 17%, seguido pelo comércio varejista de automóveis, peças, acessórios e serviços de manutenção, com 14%.

Em relação ao setor de maior representatividade, pode-se dizer que empresas ligadas ao vestuário, possuem ampla aceitação em mercados locais, sendo este um dos ramos de negócio que costumam ser explorados por mulheres, aliado ao comércio varejista em geral, área também promissora para os empreendimentos femininos. Vale dizer, que as mulheres gostam de trabalhar e interagir com várias pessoas e diferentes públicos, o que é possibilitado nos ramos de vestuário, calçados e mercadorias em geral.

Contudo, o resultado encontrado em relação ao comércio de automóveis não está em consonância com os dados apontados na pesquisa GEM (2010). Nesse sentido, o resultado (14%) pode ser decorrente da forma de constituição jurídica das empresas em análise, ou seja, pode haver casos em que as mulheres apenas constam como sócias proprietárias, não sendo elas quem efetivamente gerenciam as empresas.

Ainda no que tange às atividades em destaque, analisou-se por fim, os ramos de maior atuação feminina no setor da indústria, conforme o Quadro 3.



RAMO / ATIVIDADE	QUANTIDADE EMPRESAS	%
1. Confecção de vestuário e acessórios	70	18
2. Incorporação de empreendimentos imobiliários e construção em geral	33	9
3. Fundição de ferro, aço e fabricação de estruturas metálicas	24	6
4. Fabricação de produtos de panificação	22	6
5. Fabricação de embalagens de papel, impressão de livros e outros acabamentos gráficos	20	5
6. Outros	211	56

Quadro 3 – Ramos em destaque na participação da mulher no setor da indústria
Fonte: Resultado da pesquisa.

Conforme o Quadro 3, com 18% do total estão as atividades de confecção de vestuário e acessórios, seguido pela incorporação de empreendimentos imobiliários e construção em geral, com 9%. Tais dados apontam semelhança com os resultados discutidos no setor de comércio, demonstrando que as mulheres tendem a empreender em ramos que possuem maior afinidade, conhecimento prévio, contatos estabelecidos e domínio.

A última análise realizada neste estudo refere-se ao tempo de atuação (existência) das empresas femininas pesquisadas no mercado (Tabela 2), ou seja, investigou-se a idade das empresas gerenciadas por mulheres. Nesse sentido, ao analisar o ciclo de vida dos empreendimentos femininos, foi possível verificar o total de empresas consolidadas no mercado nos três setores analisados.

Tabela 2 – Ciclo de vida das organizações femininas

TEMPO DE EXISTÊNCIA (ANOS)	INDÚSTRIA	COMÉRCIO	SERVIÇOS	TOTAL	%
Até 5	161	626	553	1.340	43,0
6-10	75	385	320	780	25,0
11-15	70	222	192	484	15,5
16-20	37	151	83	271	8,8
21-25	20	67	55	142	4,6
26-30	8	36	10	54	1,7
31-35	4	11	10	25	0,8
36-40	4	6	3	13	0,4
41-45	0	2	2	4	0,1
Mais de 50	1	0	3	4	0,1
Total Geral				3.117	

Fonte: Resultado da pesquisa.

O intuito desta análise se deve ao fato de que a teoria empreendedora assume que empresas em fase inicial são mais frágeis e correm um elevado risco de mortalidade precoce, de maneira que as empresas consolidadas (com mais de 10 anos, por exemplo) representam casos de sucesso. Para Hashimoto (2006), empresas em fase inicial (primeiros anos de vida) vivem um período de grande fragilidade e consequentemente, enfrentam um alto risco de mortalidade.

Nesse contexto, pode-se inferir que apesar de existir um elevado índice de empresas



consideradas como recentes, ou seja, nos primeiros cinco anos de vida (43%), de maneira geral, a Tabela 2 remete para um cenário positivo em relação à longevidade das empresas femininas no município de Toledo, uma vez que 32% destas organizações possuem mais de 10 anos de vida. Tal constatação se dá principalmente, se considerarmos o alto índice de mortalidade empresarial no Brasil, em que mais da metade dos empreendimentos encerram as atividades no primeiro ano de vida.

Acredita-se que o panorama favorável encontrado possa ser reflexo das características comportamentais das empreendedoras, além da influência de um ambiente institucional e econômico propício ao empreendedorismo feminino.

Em relação ao primeiro aspecto, a teoria da área entende que as mulheres apresentam um perfil positivo ao empreendedorismo, uma vez que são criativas, comunicativas, flexíveis e tolerantes no trabalho (Hisrich; Peters e Shepherd, 2009) e ainda, apresentam desempenho positivo frente ao gerenciamento de empreendimentos (Machado, 2002). Além disso, ainda em relação ao perfil, de acordo com Silveira *et al.* (2007), as mulheres possuem forte motivação para empreender, o que faz que elas, mesmo sendo afetadas pela restrição de tempo destinado aos filhos e as preocupações da casa, empreendam. As mulheres sentem que a atividade empreendedora lhes proporciona vantagens, como: mais liberdade, sentimento de realização, autonomia e independência financeira.

Já no que tange à influência do ambiente institucional, vale destacar que no Município de Toledo existe uma associação formada e coordenada por mulheres empresárias que visa ao fortalecimento do empreendedorismo feminino na região, intitulada Câmara da Mulher Empreendedora (CMEG Toledo). Esta associação promove palestras, cursos, viagens, reuniões de negócios em prol do aperfeiçoamento das empreendedoras associadas, bem como fomenta a abertura de novos empreendimentos gerenciados por mulheres. Além disso, existe uma diretoria específica dentro da Associação Comercial e Empresarial de Toledo (Acit), chamada “Diretoria da Mulher Empresária”, a qual fomenta o desenvolvimento empreendedor feminino, por meio da criação de eventos, palestras, premiações e outras ações específicas. Tais iniciativas estão em consonância com o recomendado por Filion *apud* GEM (2010). Dessa forma, acredita-se que o ambiente encontrado no município investigado seja propício ao desenvolvimento de mulheres enquanto empreendedoras.

Pelo exposto ao longo do estudo, vale dizer que o empreendedorismo feminino no município de Toledo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, estimulando a base da competitividade e da geração de emprego e renda. Verificou-se que a



participação da mulher empreendedora ganhou forte conotação no município, uma vez que supera à média nacional.

6 CONCLUSÕES

O intuito deste estudo foi analisar a representatividade da mulher como empreendedora no município de Toledo/Paraná, papel este que adquiriu nova visão e crescente atuação da classe feminina nas mais diversas áreas de atuação.

Com base nos resultados da pesquisa, foi possível identificar a participação ativa da mulher enquanto empreendedora no município de Toledo, com um total de 58% de participação feminina. A partir disso, entende-se que o município de Toledo apresenta alto índice de empreendedorismo feminino, se comparado ao índice de empreendedoras do Brasil, o qual é de 49,3%, conforme dados do GEM (2010).

No que se refere ao setor com maior representatividade, as mulheres têm atuado com maior intensidade no setor de comércio, com 66%, seguido pelo setor da indústria, com 58% de participação feminina nos empreendimentos do município. No que tange à atuação das mulheres em relação ao porte das organizações, observou-se uma lacuna na entrada da mulher nas organizações de grande porte em todos os setores analisados (indústria, comércio e serviço).

Outro fator observado se refere ao ciclo de vida dos empreendimentos femininos, no qual os resultados encontrados no município são positivos, uma vez que 32% destas organizações já representam empreendimentos de sucesso.

A realização desta pesquisa contribuiu para a análise do perfil empreendedor no município de Toledo/Paraná, auxiliando no processo de empreendedorismo feminino e suas principais atuações, o que está de acordo com sugestões propostas por Filion, o qual considera fundamental a realização de pesquisas e estudos de casos sobre o tema.

Por fim, recomenda-se que sejam realizadas pesquisas continuadas na área, avaliando a participação da mulher enquanto gestora, ou seja, como empreendedora à frente do gerenciamento das organizações e, também, investigar o impacto do empreendedorismo feminino no PIB do município de Toledo.



REFERÊNCIAS

- Cassol, N. K. (2006). A produção científica na área de empreendedorismo feminino: análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI). 2006. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau.
- Dornelas, J. C. A. (2003). Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier.
- GEM. Global Entrepreneurship Monitor (2010) Empreendedorismo no Brasil: 2010. Relatório Nacional. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade.
- Gomes, F. A., Santana, P. G., & Silva, M. J. (2005). Mulheres empreendedoras desafios e competências. Técnica Administrativa. Buenos Aires, vol. 4, n. 24, out./dez. 2005.
- Hashimoto, M. (2006). Espírito Empreendedor nas Organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo. São Paulo: Saraiva.
- Hisrich, R. D, Peters, M. P., & Shepherd, D. (2009) A. Empreendedorismo. Rio Grande do Sul: Bookman.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Recuperado em fevereiro de 2012 de <<http://www.ibge.com>>.
- Machado, H. V. (2002). Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Meira, C., Durante, R. L., & Oliveira, L. S. (2008). Empreendedorismo Feminino: casos de sucesso de empresárias do Sudoeste do Paraná. In: Anais do Congresso Internacional de Administração, 2008, Ponta Grossa. Anais do ADM 2008, Ponta Grossa.
- Silveira, A., Gouvea, A. B. C. T., & Hoeltgebaum, M. (2007). Empreendedorismo feminino: Características, considerações e entendimentos de mulheres gerentes de Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina, Brasil. In: Anais do X Seminário em Administração, 2007. São Paulo. Anais do X SIMPOI, São Paulo.
- Prefeitura do Município de Toledo (2010). Recuperado em fevereiro de 2010 de <<http://www.toledo.pr.gov.br>>.

