

UNIÃO DAS FACULDADES INTEGRADAS DE NEGÓCIOS UNIFIN  
FACULDADE SÃO FRANCISCO DE ASSIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Marlise Brambilla Ferreira

**Empreendedorismo – O papel das mulheres como empreendedoras  
no Brasil**

Porto Alegre  
2017

Marlise Brambilla Ferreira

**Empreendedorismo – O papel das mulheres como empreendedoras  
no Brasil**

Artigo apresentado à Faculdade São Francisco de Assis, como parte de requisitos para obtenção de título de Bacharel em Administração.

Orientador: Professor Nereu Viegas

Porto Alegre  
2017

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao meu querido e eterno Pai, que me ensinou a nunca desistir, que é para mim um dos maiores exemplos de empreendedor de sucesso, que usou o que tinha para realizar o seu sonho.

Ao meu tio, que me deu uma segunda oportunidade na vida e me incentivou a seguir o melhor caminho.

A todos da minha família, que me incentivaram a estudar, e me ajudaram nesta etapa.

Ao meu amor, Guilherme, que tive a oportunidade de conhecer na Faculdade.

A Faculdade São Francisco de Assis, por ter me acolhido.

Ao meu professor orientador, pelos sábios conselhos, por estar sempre disposto a ajudar, e por ministrar uma das melhores disciplinas do curso.

## RESUMO

O empreendedorismo atualmente é o assunto mais falado, considerando que o País passa por uma crise, e muitas vezes abrir o próprio negócio é uma saída, uma realização pessoal ou um sonho que foi deixado para segundo plano. As mulheres neste mercado estão se desenvolvendo, tendo no Brasil um forte crescimento de empresas abertas por mulheres, e um aumento expressivo delas que inovam, são criativas, mesmo com receios investem nos negócios, elas possuem um forte perfil potencial empreendedor em vários segmentos de mercado. O artigo abordará sobre o empreendedorismo no Brasil, sobre como as mulheres estão entrando no mundo dos negócios cada vez mais expressivamente e qual o papel do empreendedorismo feminino no País, baseado em pesquisas da GEM, DIESSE e SEBRAE;

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. Empreendedorismo feminino.

## ABSTRACT

Entrepreneurship is currently the most talked about subject, considering that the country is going through a crisis, and often opening the business itself is an exit, a personal achievement or a dream that has been left to the background. Women in this market are developing, with a strong growth of women's companies in Brazil, and an expressive increase in them that innovate, are creative, even with fears they invest in business, they have a strong potential entrepreneurial profile in several market segments. The article will focus on entrepreneurship in Brazil, about how women are entering the business world more and more expressively and what the role of female entrepreneurship in the country, based on research from GEM, DIESSE and SEBRAE;

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneur Profile. Women Entrepreneurship.

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo brasileiro é muito importante para economia do País, ele traz desenvolvimento, tecnologia e inovação, as mulheres participam ativamente desta transformação, por isto este artigo abordará sobre o papel das mulheres no empreendedorismo brasileiro, desde a luta da inserção delas no mercado de trabalho até a grande vitória das mesmas liderando empresas.

Com base em pesquisas do SEBRAE, DIEESE e GEM, será feito comparativos abordando os conceitos de empreendedorismo, características marcantes, o perfil do empreendedor, qual a mortalidade das empresas no Brasil nos últimos anos, quais os motivos dos fracassos dos empreendedores, considerando que muito dos fracassos são a falta de planejamento nas empresas, dificuldades de gestão, será demonstrado os modelos de planos de negócios utilizados para se começar um novo empreendimento e podendo ser utilizados como ferramentas de gestão.

No decorrer será mencionado como surgiu o empreendedorismo no Brasil, será explicado o que é o empreendedorismo feminino e a importância dele para o mercado brasileiro, quais os segmentos de mercado as mulheres se destacam.

O presente artigo tem por finalidade saber se as mulheres têm um papel preponderante no empreendedorismo no Brasil ou se restringe somente aos homens?

## 2 EMPREENDEDORISMO

A maioria das pessoas veem o empreendedorismo como um desafio, algo impossível perante a situação econômica e social, e deixam de ir atrás dos seus sonhos por terem medo de arriscar, preferem a segurança de uma vida mediana, do que o sucesso profissional e pessoal.

Segundo Silva (2014), desde que nascem as pessoas são treinadas para agir de acordo com o senso comum. O ensino convencional as estimula a buscar segurança, e não a liberdade. Com medo de se arriscar, a maioria segue o fluxo da boiada e sonha pequeno, optando por conseguir um emprego estável e passar anos financiando a casa própria.

Conforme Hashimoto (2009), qualquer pessoa, e não apenas o empresário, pode adotar uma atitude empreendedora nas mais diversas situações, seja com cliente, diante de um problema, durante uma reunião, ao montar a barraca de *camping*, ao ir em um show de rock ou dar banho no cachorro. Ter atitude empreendedora é manifestar, se não todos, pelo menos alguns elementos como: Superação; Criatividade; Iniciativa; Energia; Valor; Compromisso; Risco.

Chiavenato (2004) explica que em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, que tenha valor e seja valorizado pelo mercado. Em segundo lugar, o empreendedorismo exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa transformar-se em realidade e crescer. Em terceiro lugar, o empreendedorismo requer ousadia, assunção de riscos calculados e decisões críticas, além de tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos.

Degen (1989) destaca que a riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem-estar da população. Por este motivo, acreditamos que o melhor recurso de que dispomos para solucionar os graves problemas sócio-econômicos pelos quais o Brasil passa é a liberação da criatividade dos empreendedores, através da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços. O País possui um enorme potencial empreendedor, se tivesse mais incentivo por parte do governo poderia ser muito mais desenvolvido.

Para empreender é necessário assumir riscos, que podem ficar menores quando o planejamento é feito, ter ousadia para entrar no mercado e inovação para

não ficar obsoleto depois de um tempo, sempre se desenvolvendo é possível crescer com a marca no mercado.

Degen (1989) explica que existe uma grande variedade de motivos que levam as pessoas a ter seu próprio negócio. Alguns dos mais comuns são: vontade de ganhar dinheiro muito dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado; desejo de sair da rotina e levar suas próprias idéias adiante; vontade de ser seu próprio patrão e não ter de dar satisfações a ninguém sobre seus atos; a necessidade de provar a si e aos outros de que é capaz de realizar um empreendimento e o desejo de desenvolver algo que traga benefícios, não só pra si, mas para a sociedade. Várias razões podem desencadear um processo de começo de empreendedorismo, desde a realização de um sonho até uma grande decepção vivida.

### **3 O EMPREENDEDOR**

O empreendedor é aquele que ousa, que se diferencia das pessoas normais, que busca novas descobertas, explora o desconhecido, vai atrás do que desperta interesse, busca seus sonhos e objetivos.

Para Dornelas (2005), os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado.

Dolabela (2008) diz que o empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar conseqüências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo para melhor.

Para o Instituto Empreender Endeavor (2005) a decisão por uma carreira empreendedora deve passar por um processo de autoconhecimento e não por uma mera comparação dos atributos pessoais de alguém com os de empreendedores de sucesso. De uma forma geral, empreendedores bem sucedidos são aqueles que sabem o que fazem e identificam o que não têm capacidade ou talento para fazer, para pedir ajuda ou para desenvolver uma habilidade.

Conforme o conceito de Degen (1989):

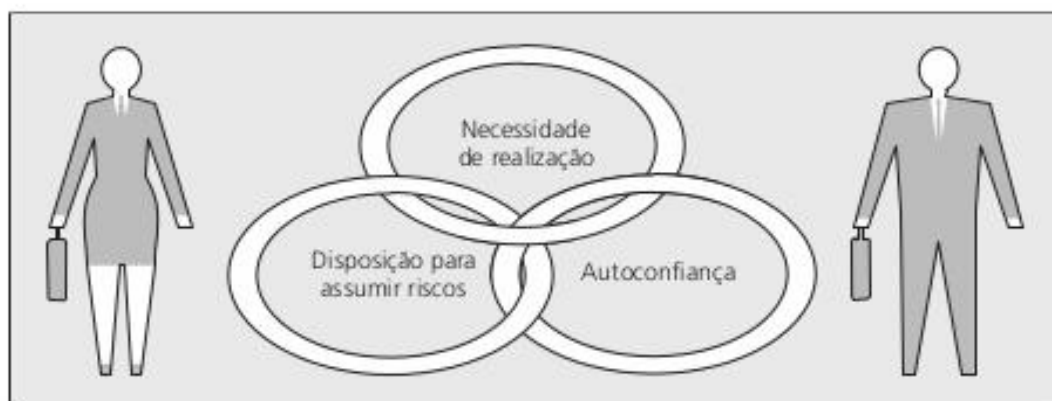
O empreendedor de sucesso é aquele que não se cansa de observar negócios, na constante procura de novas oportunidades, seja no caminho de casa, do trabalho, nas compras, nas férias, lendo revistas, jornais ou vendo televisão. Ele é curioso e está sempre atento a qualquer oportunidade de conhecer melhor um empreendimento. Sabe que suas chances de sucesso aumentam com este conhecimento, e que o sucesso só vem para quem trabalha duro para consegui-lo. (DEGEN, 1989, p. 20)

#### 4 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Para Chiavenato (2006), o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma idéias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado. O empreendedor possui características diferenciadas, tem alta produtividade, coragem, possui competência, assume riscos calculados, tem visão e planeja suas atividades.

Conforme Chiavenato (2006), o espírito empreendedor possui três características, a necessidade de realização, que são as pessoas que gostam de se destacar entre as outras, possui forte necessidade de se desenvolver na sociedade. Disposição para assumir riscos são as pessoas que se dispõem a assumir riscos para atingir seus objetivos e autoconfiança que são as que confiam no seu tato, confiam no seu potencial e acreditam que podem superar qualquer dificuldade.

Figura 1



Fonte:(CHIAVENATO, 2006, p. 7.)

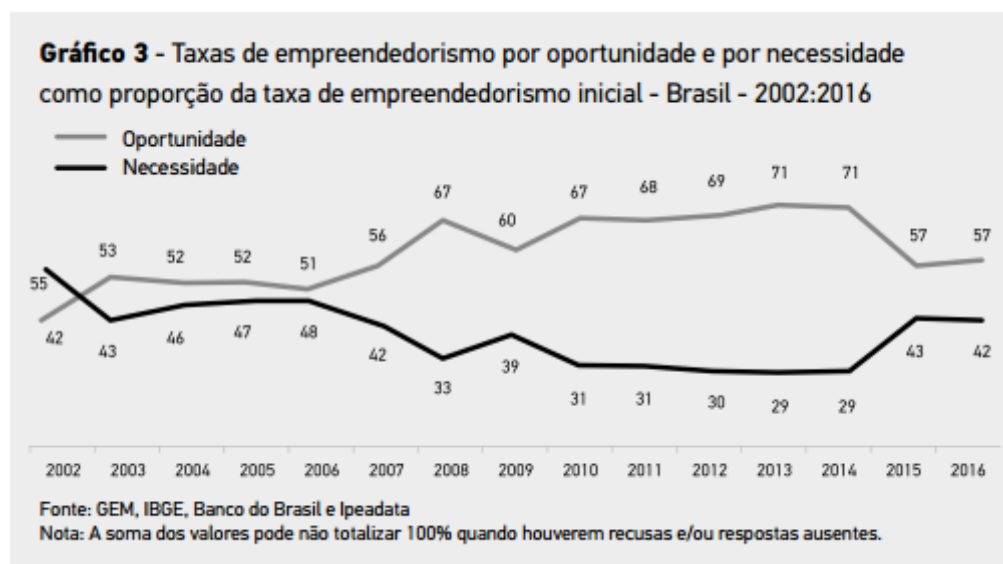
## 5 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

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. (DORNELAS, 2006)

O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar suas empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio. (DORNELAS, 2006)

Um fato que chamou atenção dos envolvidos com o movimento do empreendedorismo no mundo e, principalmente, no Brasil foi o resultado do relatório executivo de 2000 do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000), onde o Brasil apareceu como o país que possuía a melhor relação entre o número de habitantes adultos que um novo negócio e o total dessa população: 1 em cada 8 adultos. (DORNELAS, 2006)

Gráfico 1

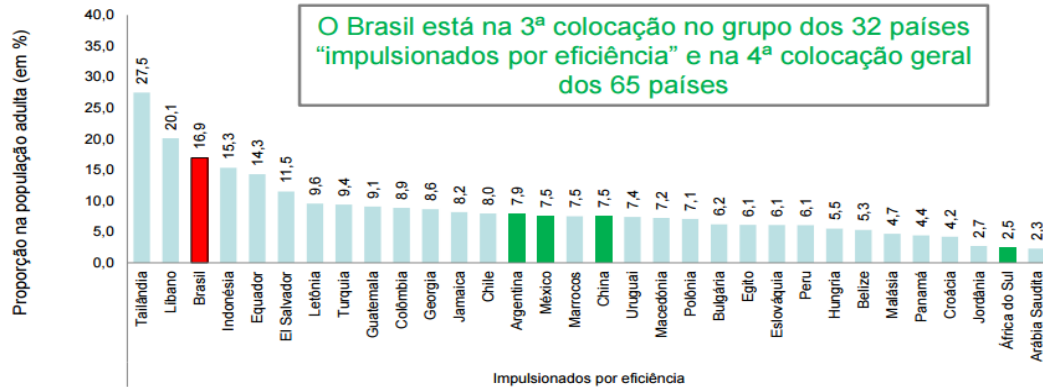


Fonte: (GEM, 2016).

Conforme o gráfico do GEM 2016 a taxa de empreendedorismo por oportunidade se manteve igual a de 2015 e a taxa de empreendedorismo por necessidade baixou um ponto percentual mas não teve uma queda significativa.

Gráfico 2

### Taxas de Empreendedores Estabelecidos (TEE) dos países participantes do GEM impulsionados por eficiência <sup>1</sup> (2016)



Fonte: GEM 2016 (SEBRAE e IBQP)

<sup>1</sup> Essa classificação é baseada no relatório de competitividade Global (*Global Competitiveness Report*) - Publicação do Fórum Econômico Mundial considerando o PIB per capita e a parcela relativa aos bens primários. Nota: em 2015, o Brasil ficou em 2º lugar no grupo dos países impulsionados por eficiência e 4º lugar na classificação geral (60 países)



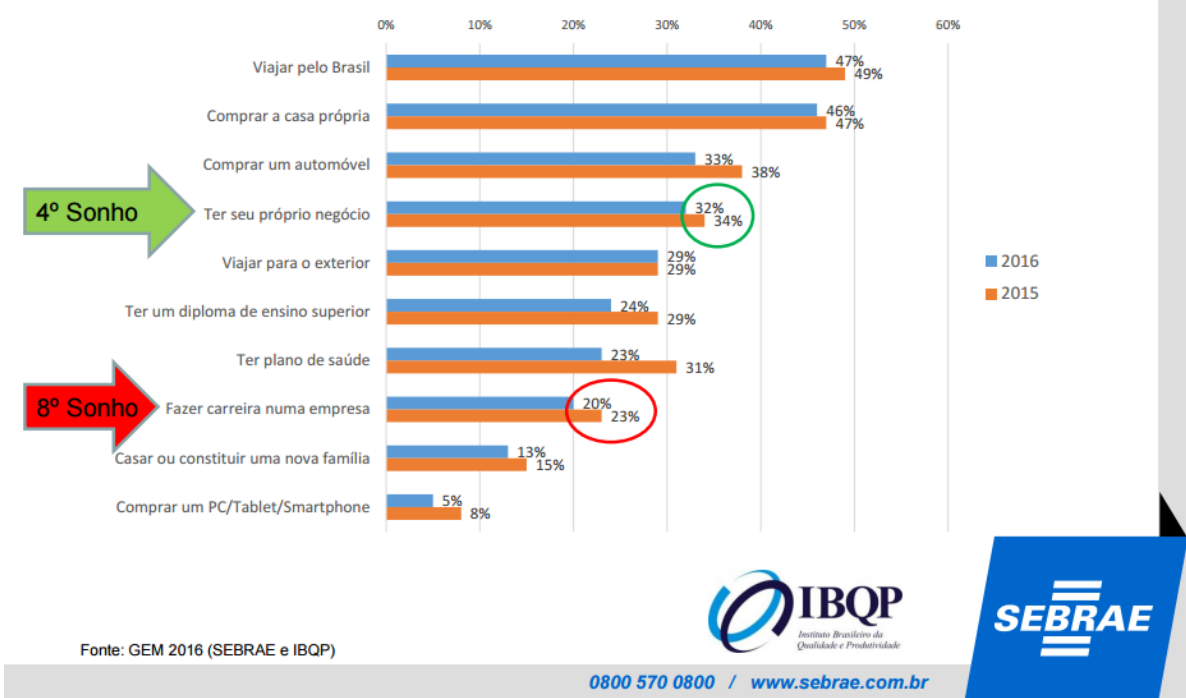
0800 570 0800 / [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

Fonte: (GEM, 2016)

O Brasil está na 3ª colocação no grupo dos 32 países "impulsionados por eficiência" e na 4ª colocação geral dos 65 países, conforme gráfico acima do relatório GEM 2016, fica demonstrado como Brasil se destaca com o empreendedorismo entre outros grandes países, o Brasil possui um alto potencial empreendedor.

Gráfico 3

## O sonho dos brasileiros (2015 e 2016)



Fonte; (GEM, 2016)

O gráfico acima do GEM 2016 demonstra que ter seu próprio negócio está em 4º lugar entre os sonhos dos brasileiros, em 2016 32% consideram empreender um sonho.

## 6 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Com a inserção da mulher no mercado de trabalho, cada vez mais existe um crescimento relacionado às mulheres que empreendem no mercado. Conforme tabela abaixo do anuário do sistema público de emprego, trabalho e renda da DIESSE (2015) é possível analisar que as mulheres correspondem em uma porcentagem de 71,7% da proporção dos assalariados em 2014, ultrapassando a porcentagem dos homens. Fica claro que elas já estão totalmente inseridas no mercado, e muitas vezes em cargos de liderança em grandes empresas.

Tabela 1

**TABELA 24****Proporção de assalariados, total e com carteira, por sexo**

Brasil 2009 - 2014 (em %)

| Período | Proporção dos assalariados no total dos ocupados <sup>(1)</sup> |        |       | Proporção dos assalariados com carteira no total de assalariados <sup>(2)</sup> |        |       |
|---------|---|--------|-------|---|--------|-------|
|         | Mulheres  | Homens | Total | Mulheres  | Homens | Total |
| 2009    | 69,4  | 64,7   | 66,7  | 53,6  | 69,5   | 56,9  |
| 2011    | 72,4  | 65,4   | 68,3  | 68,1  | 73,1   | 70,9  |
| 2012    | 72,9  | 65,8   | 68,8  | 68,7  | 73,1   | 71,1  |
| 2013    | 73,2  | 65,7   | 68,9  | 70,0  | 73,8   | 72,1  |
| 2014    | 71,7  | 64,7   | 67,7  | 69,7  | 73,6   | 71,8  |

Fonte: IBGE. Pnad

Elaboração: DIEESE

Nota: (1) Os assalariados incluem empregados com e sem carteira, trabalhadores domésticos com e sem carteira, militares e estatutários

(2) Os assalariados com carteira incluem empregados com carteira, trabalhadores domésticos com carteira, militares e estatutários

Obs.: a) Em 2010 não houve pesquisa

b) População ocupada de 14 anos ou mais de idade

Fonte: (DIEESE, 2015)

Tabela 2

**TABELA 34****Relação das 10 principais atividades das mulheres conta própria**

Brasil 2014

| Atividades  | Em 1.000 pessoas | Em %         |
|---|------------------|--------------|
| Cabeleireiros e outros tratamentos de beleza  | 1.134            | 16,5         |
| Outros serviços de alimentação - exceto ambulantes  | 511              | 7,4          |
| Comércio varejista realizado em postos móveis, instalados em vias públicas ou em mercados           | 460              | 6,7          |
| Confecção de artigos do vestuário e acessórios - exceto sob medida                                  | 417              | 6,1          |
| Comércio de artigos do vestuário, complementos e calçados   | 391              | 5,7          |
| Comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo   | 351              | 5,1          |
| Fabricação de artefatos têxteis a partir de tecidos - exceto vestuário                              | 309              | 4,5          |
| Confecção sob medida de artigos do vestuário e acessórios   | 225              | 3,3          |
| Comércio de produtos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, odontológicos, cosméticos e de perfumaria | 212              | 3,1          |
| Saúde particular  | 188              | 2,7          |
| <b>Total (10+)</b>  | <b>4.197</b>     | <b>61,1</b>  |
| <b>Total geral</b>  | <b>6.869</b>     | <b>100,0</b> |

Fonte: IBGE. Pnad

Elaboração: DIEESE

Fonte: (DIEESE, 2015)

Conforme a relação acima da pesquisa do anuário do sistema público de emprego, trabalho e renda da DIEESE (2015) as mulheres ocupam muitas atividades em diversos segmentos de mercado os mais evidenciados são cabeleireiros e outros tratamentos de beleza e serviços de alimentação, também trabalham com o varejo e comércio de vestuário, atuam em segmentos muito importantes para economia brasileira.

Conforme o PORTAL BRASIL (2017) Cada vez mais mulheres têm se lançado como empreendedoras no País. O caminho do negócio próprio é uma das alternativas para aumentar a rendimento ou até mesmo tornar a atividade como principal fonte de renda. Nos últimos quatorze anos, o número de empresárias subiu 34%, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Em 2014, o País tinha 7,9 milhões de empresárias.

Segundo o PORTAL BRASIL (2017) a renda obtida pelas mulheres tem ganhado cada vez mais importância no orçamento familiar. Isso porque quatro em cada dez lares brasileiros são chefiados por mulheres, conforme dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD). Dessas, 41% são donas de negócios próprios. Assim com o desenvolvimento que houve no País, muitas mulheres são as donas de casa, bancam o lar, por isso buscam o investimento próprio para manter a família muitas vezes.

Quadro 1

| <b>Estratos da população que se destacam pelos níveis mais altos de atividade empreendedora em <u>estágio inicial</u></b>   | <b>Estratos da população que se destacam pelos níveis mais altos de atividade empreendedora em <u>estágio estabelecido</u></b>  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Homens e mulheres</u> são igualmente <u>ativos</u>.</li> <li>✓ Indivíduos na faixa etária dos <u>18 aos 34 anos</u> são os <u>mais</u> ativos. Na faixa dos <u>55 aos 64 anos</u> encontram-se os <u>menos</u> ativos.</li> <li>✓ Indivíduos nas <u>3 faixas de escolaridade abaixo do segundo grau completo</u> são igualmente mais ativos do que indivíduos com <u>curso superior completo</u>.</li> <li>✓ Indivíduos nas faixas de renda familiar de <u>3 salários mínimos ou menos</u> são <u>igualmente mais</u> ativos do que indivíduos com renda <u>superior a 3 salários mínimos</u>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>Homens</u> são <u>mais</u> ativos do que as mulheres.</li> <li>✓ Indivíduos na faixa etária dos <u>45 aos 64 anos</u> são os <u>mais</u> ativos. Na faixa dos <u>18 aos 24 anos</u> encontram-se os <u>menos</u> ativos.</li> <li>✓ Indivíduos nas <u>2 faixas de escolaridade abaixo do primeiro grau completo</u> são <u>igualmente mais</u> ativos do que indivíduos com <u>escolaridade igual ou acima do segundo grau</u>.</li> <li>✓ Indivíduos nas faixas de renda familiar de <u>3 salários mínimos ou mais</u> são <u>igualmente mais</u> ativos do que indivíduos com renda de <u>2 salários mínimos ou menos</u>.</li> </ul> |

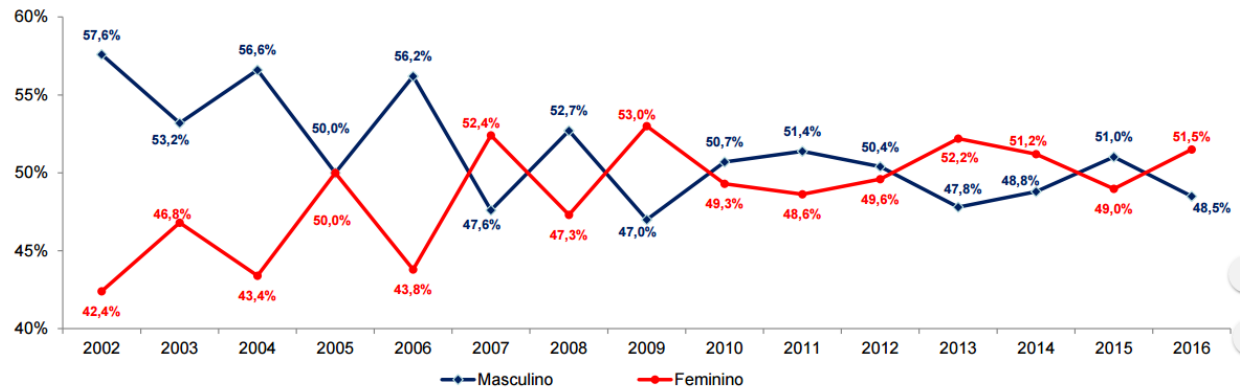
Fonte: (GEM, 2016)

Conforme o quadro acima do relatório executivo GEM 2016, homens e mulheres são igualmente ativos nas atividades empreendedoras em estágio inicial, isto significa um avanço para o empreendedorismo feminino onde se destaca a importante participação das mulheres nos novos empreendimentos.

Gráfico 4

## Gênero

Estabilizou a proporção de mulheres nos Empreendedores Iniciais, próximo a 50%



Fonte: (GEM, 2016)

Segundo o gráfico do GEM 2016 a proporção das mulheres nos empreendimentos iniciais se estabilizou, entre os anos de 2015 e 2016 ficando próximo a 50%, no ano de 2016 as mulheres ultrapassaram a porcentagem de homens nos empreendimentos iniciais, o que demonstra que tanto homens quanto mulheres estão participando de forma igualitária nos novo empreendimentos começados no Brasil.

Tabela 3

TABELA 34

### Distribuição dos empregadores e conta própria por sexo e porte do empreendimento, segundo escolaridade - Brasil 2013 (em %)

| Escolaridade                          | Empregadores         |              |                        |              |              |              | Conta própria |               | Total        |               |
|---------------------------------------|----------------------|--------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
|                                       | Microempreendimentos |              | Demais empreendimentos |              | Total        |              | Mulheres      | Homens        | Mulheres     | Homens        |
|                                       | Mulheres             | Homens       | Mulheres               | Homens       | Mulheres     | Homens       |               |               |              |               |
| Sem instrução                         | 1,8                  | 3,8          | (3)                    | (3)          | 1,6          | 3,4          | 7,0           | 12,8          | 6,3          | 11,3          |
| Fundamental incompleto <sup>(1)</sup> | 10,9                 | 23,6         | (3)                    | 8,4          | 9,6          | 21,1         | 28,4          | 41,6          | 25,8         | 38,3          |
| Fundamental completo                  | 7,8                  | 9,2          | 5,7                    | 7,1          | 7,5          | 8,9          | 12,3          | 11,9          | 11,6         | 11,4          |
| Médio incompleto                      | 2,9                  | 4,4          | (3)                    | 2,8          | 2,8          | 4,1          | 6,4           | 4,8           | 5,9          | 4,7           |
| Médio completo                        | 33,7                 | 31,3         | 28,7                   | 29,7         | 33,0         | 31,0         | 30,0          | 19,8          | 30,4         | 21,5          |
| Superior incompleto                   | 7,0                  | 5,6          | 6,1                    | 7,0          | 6,8          | 5,8          | 3,5           | 2,2           | 3,9          | 2,8           |
| Superior completo                     | 35,8                 | 22,0         | 55,0                   | 44,2         | 38,5         | 25,6         | 12,0          | 6,9           | 15,8         | 9,9           |
| Sem declaração ou não determinado     | (3)                  | (3)          | (2)                    | (2)          | (3)          | (3)          | 0,4           | 0,2           | 0,3          | 0,2           |
| <b>Total</b>                          | <b>100,0</b>         | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>           | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>  |
| <b>Total (em 1.000 pessoas)</b>       | <b>889</b>           | <b>2.161</b> | <b>149</b>             | <b>423</b>   | <b>1.039</b> | <b>2.584</b> | <b>6.290</b>  | <b>13.634</b> | <b>7.329</b> | <b>16.218</b> |

Fonte: IBGE. Pnad

Elaboração: DIEESE

Nota: (1) Inclui alfabetizados sem escolarização

(2) Não há registro dos casos

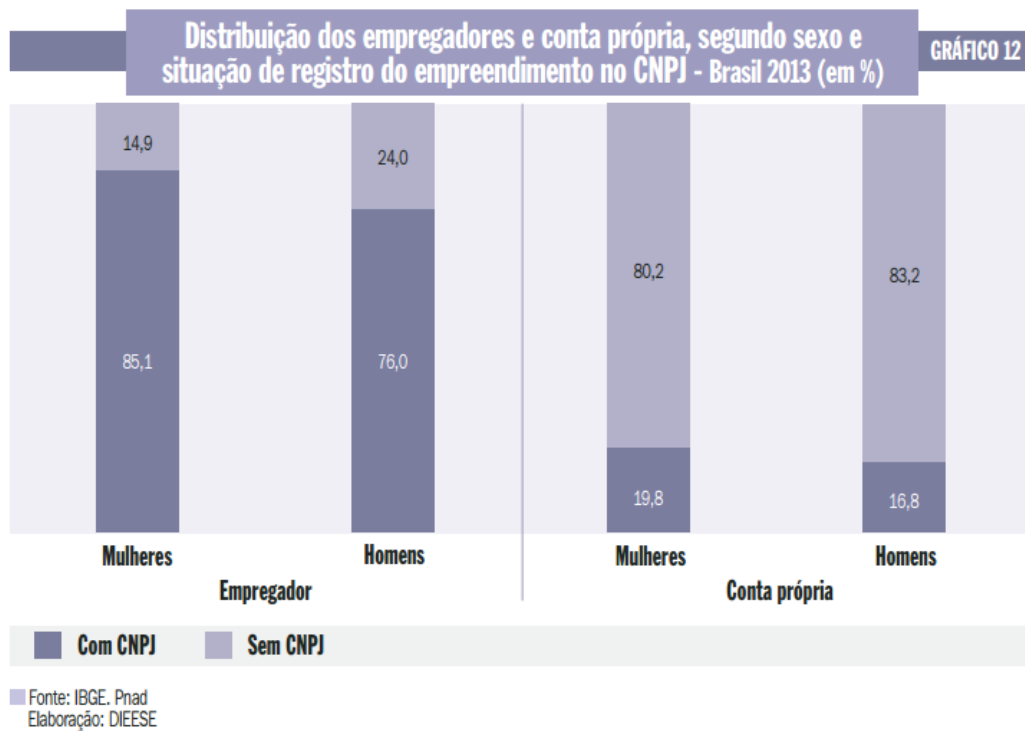
(3) A amostra não comporta desagregação para esta categoria

Obs.: Foram consideradas como microempreendimentos os empreendimentos com até 10 empregados, enquanto os dados referentes aos estabelecimentos de maior porte, cuja desagregação não é possível, figuram somados na categoria "Demais empreendimentos" (Detalhes em "Nota Metodológica")

Fonte: (SEBRAE, 2015)

Conforme a tabela acima do Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas (Sebrae, 2015), pesquisa elaborada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas as mulheres se destacam no nível de escolaridade em relação aos homens, as mulheres buscam cursos superiores para se profissionalizar, nos microempreendimentos as mulheres ficam no nível de escolaridade superior completo com 35,8% em relação aos homens que ficaram com 22,0%, uma diferença significativa, fica claro que as mulheres percebem a importância da formação para se empreender, para utilizar as ferramentas de gestão e obter o conhecimento necessário para não fracassar no negócio. Na situação conta própria as mulheres ficam com 12% e os homens com 6,9% no nível de escolaridade superior completo, o percentual praticamente quase dobra em relação aos dos homens, fica registrado a vontade das mulheres em se especializar nos seus segmentos de mercado.

Gráfico 5:



Fonte: (SEBRAE, 2015)

Segundo o gráfico acima do Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas (Sebrae, 2015), 85,1% das mulheres empregadoras possui CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica, ou seja, possuem a formalização e registro da sua empresa, já os homens 76,0% possuem o CNPJ, então fica demonstrado que as mulheres buscam mais que os homens possuir o registro formal de suas empresas, na opção das mulheres que trabalham por conta própria 19,8% possuem CNPJ, já os homens somente 16,8%, mesmo com uma baixa diferença, ainda sim as mulheres ganham no quesito de registro, para possuir uma formalidade.

## 7 MORTALIDADE DAS EMPRESAS NO BRASIL

Chiavento (2006) cita os perigos mais comuns nos novos negócios:

- não identificar adequadamente qual será o novo negócio;
- não reconhecer apropriadamente qual será o tipo de cliente a ser atendido;
- não saber escolher a forma legal de sociedade mais adequada;

- não planejar suficientemente bem as necessidades financeiras do novo negócio;
- errar na escolha do local adequado para o novo negócio;
- não saber administrar o andamento das operações do novo negócio;
- não ter conhecimento sobre a produção de bens ou serviços com padrão de qualidade e de custo;
- desconhecer o mercado e, principalmente, a concorrência;
- ter pouco domínio sobre o mercado fornecedor
- não saber vender e promover os produtos/serviços;
- não saber tratar adequadamente o cliente;

Quadro 2

Quadro 1.2 As causas mais comuns de falha nos negócios

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Fatores econômicos — 72%</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incompetência do empreendedor</li> <li>• Falta de experiência de campo</li> <li>• Falta de experiência gerencial</li> <li>• Experiência desequilibrada</li> </ul>  |
| <b>Inexperiência — 20%</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucros insuficientes</li> <li>• Juros elevados</li> <li>• Perda de mercado</li> <li>• Mercado consumidor restrito</li> <li>• Nenhuma viabilidade futura</li> </ul> |
| <b>Vendas insuficientes — 11%</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraca competitividade</li> <li>• Recessão econômica</li> <li>• Vendas insuficientes</li> <li>• Dificuldade de estoque</li> <li>• Localização inadequada</li> </ul> |
| <b>Despesas excessivas — 8%</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dívidas e cargas demasiadas</li> <li>• Despesas operacionais elevadas</li> </ul>   |
| <b>Outras causas — 3%</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negligência</li> <li>• Capital insuficiente</li> <li>• Clientes insatisfeitos</li> <li>• Fraudes</li> <li>• Ativos insuficientes</li> </ul>                        |

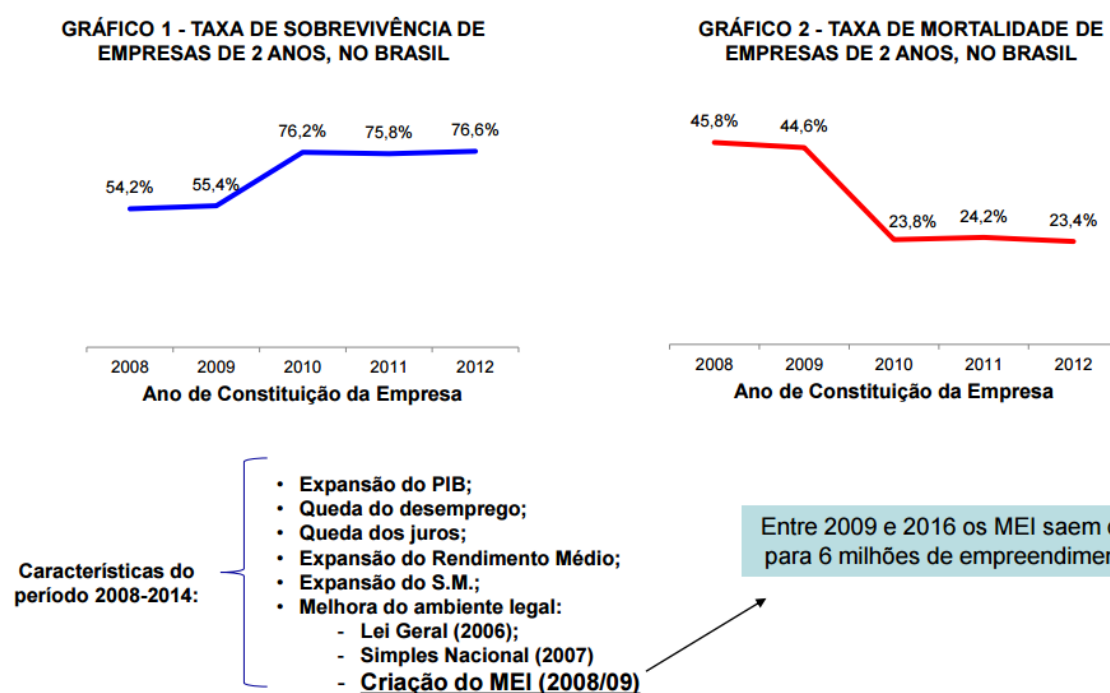
Fonte: Adaptado de Dun & Bradstreet Corporation: Business Failure Record, 1986 Final and 1987 Preliminary, New York, The Dun & Bradstreet Corp. 1988.

Fonte: (Chiavenato, 2006, p. 12)

Segundo o quadro acima, 72% das falhas do negócio são fatores econômicos como incompetência do empreendedor, falta de experiência de campo, falta de experiência gerencial e experiência desequilibrada. (CHIAVENATO, 2006)

Conforme o relatório do SEBRAE (2016), Entre os principais resultados do trabalho se destaca o aumento da taxa de sobrevivência das empresas com até 2 anos, para as empresas criadas entre 2008 e 2012. A taxa de sobrevivência média passou de 54,2% (empresas criadas em 2008) para 76,6% (empresas criadas em 2012). Entre os fatores que levaram a esse resultado, destacam-se: a expansão dos MEI e o aumento do PIB brasileiro no período, ambos, favorecidos pelo aumento do rendimento médio real dos trabalhadores, em especial do Salário Mínimo, a tendência à redução média das taxas de juros, a queda da taxa de desemprego na economia e a melhora da legislação em favor dos Pequenos Negócios, no período entre 2008 e 2014.

Gráfico 6

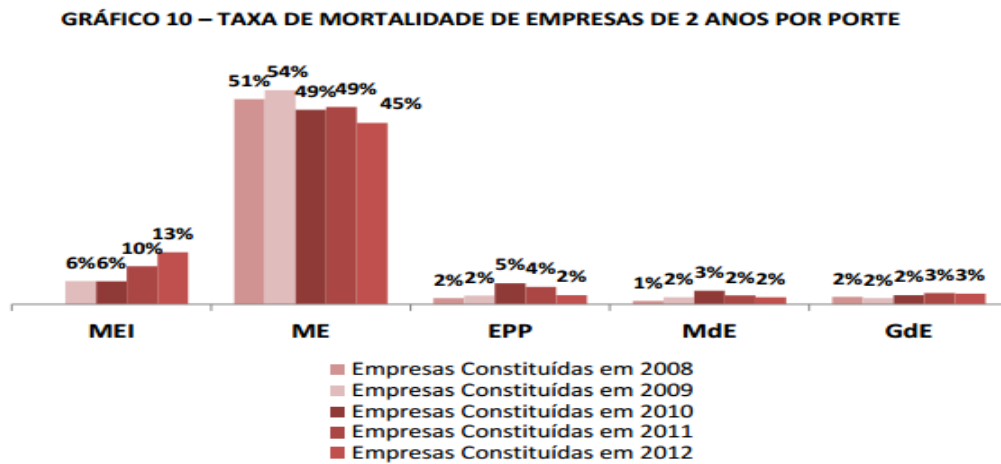


3

Fonte: (SEBRAE, 2016)

Conforme demonstra o gráfico acima a taxa de mortalidade das empresas no Brasil está em decrescimento nos últimos anos, com a ampliação da legislação e enquadramento tributário, com a criação do MEI – Microempreendedor Individual em 2008/2009, muitas empresas foram criadas e registradas, trazendo uma nova perspectiva para o empreendedor inicial que conseguiu se manter no mercado com este enquadramento.

Gráfico 7:



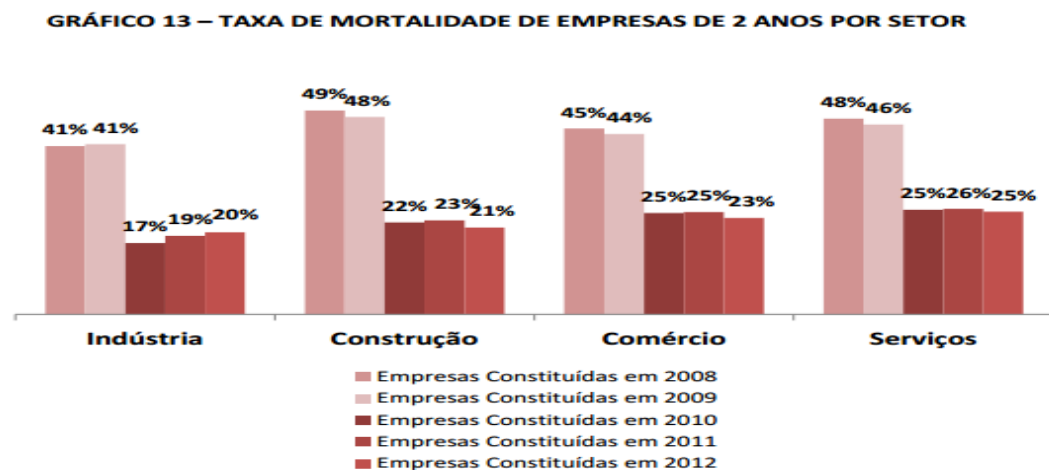
Fonte: Sebrae

Nota: o registro oficial de MEI teve início em 2009, razão pela qual a taxa de mortalidade para o MEI só é calculada a partir deste ano.

Fonte: (SEBRAE, 2016)

Conforme o gráfico abaixo existe uma queda da taxa de mortalidade das empresas conforme o setor, em 2012, o setor da Indústria fechou com uma taxa de mortalidade de 20%, a construção com 21%, comércio com 23% e serviços com 25%.

Gráfico 8



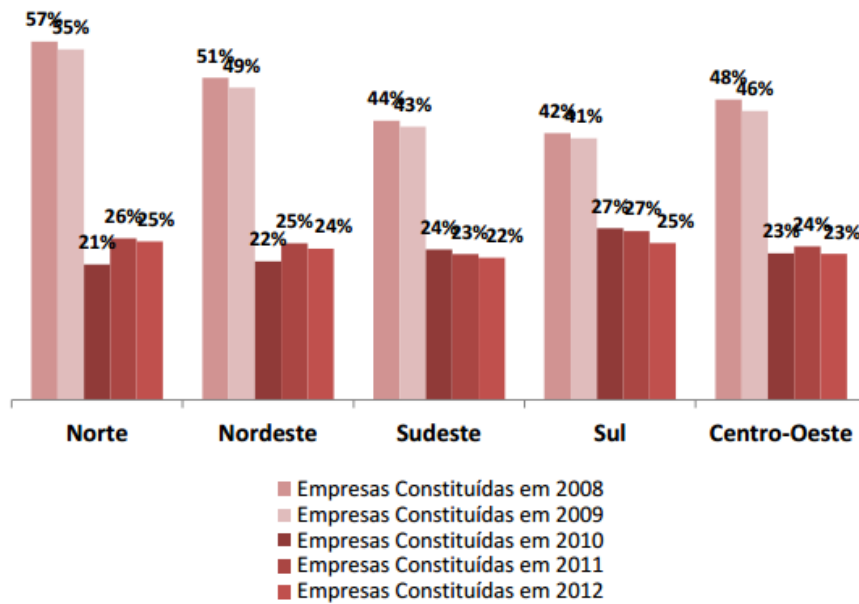
Fonte: Sebrae

Fonte: (SEBRAE, 2016)

Conforme o gráfico abaixo, a taxa de mortalidade considerando as regiões brasileiras, demonstra uma grande diminuição das taxas em comparação aos últimos anos.

Gráfico 9

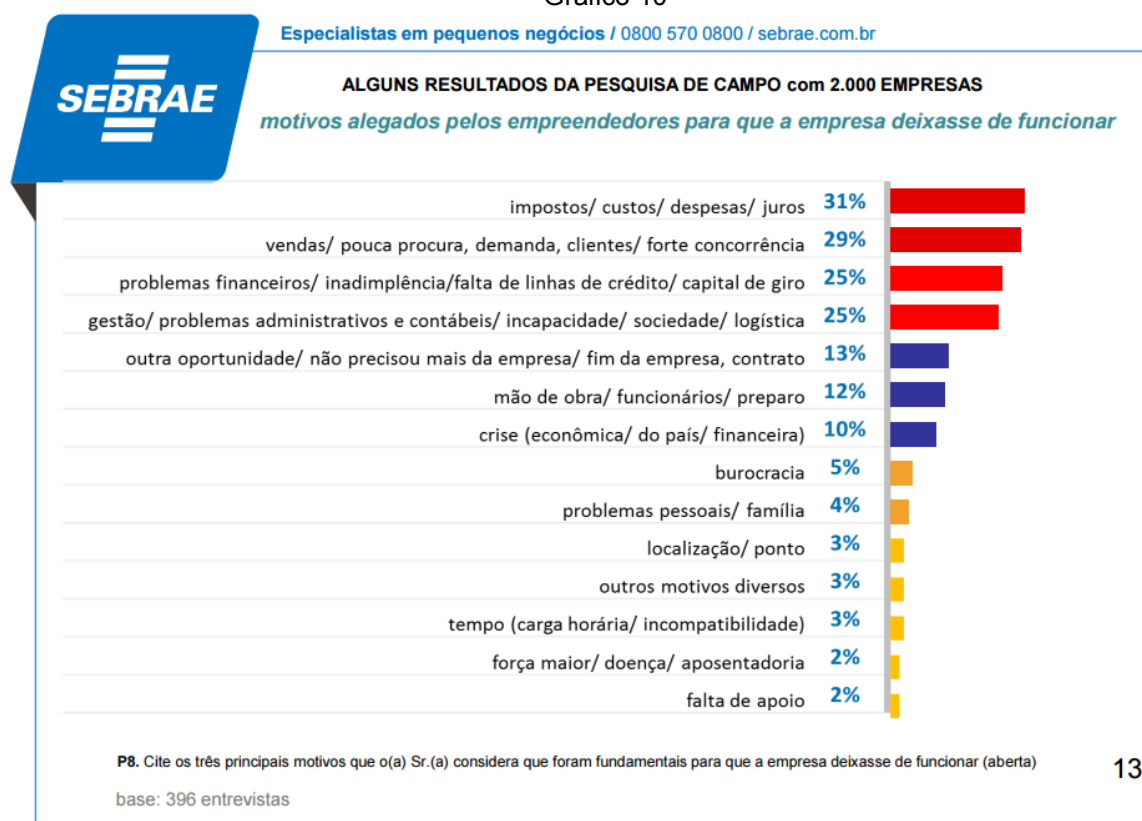
GRÁFICO 15 – TAXA DE MORTALIDADE DE EMPRESAS DE 2 ANOS POR REGIÃO



Fonte: Sebrae

Fonte: (SEBRAE, 2016)

Gráfico 10

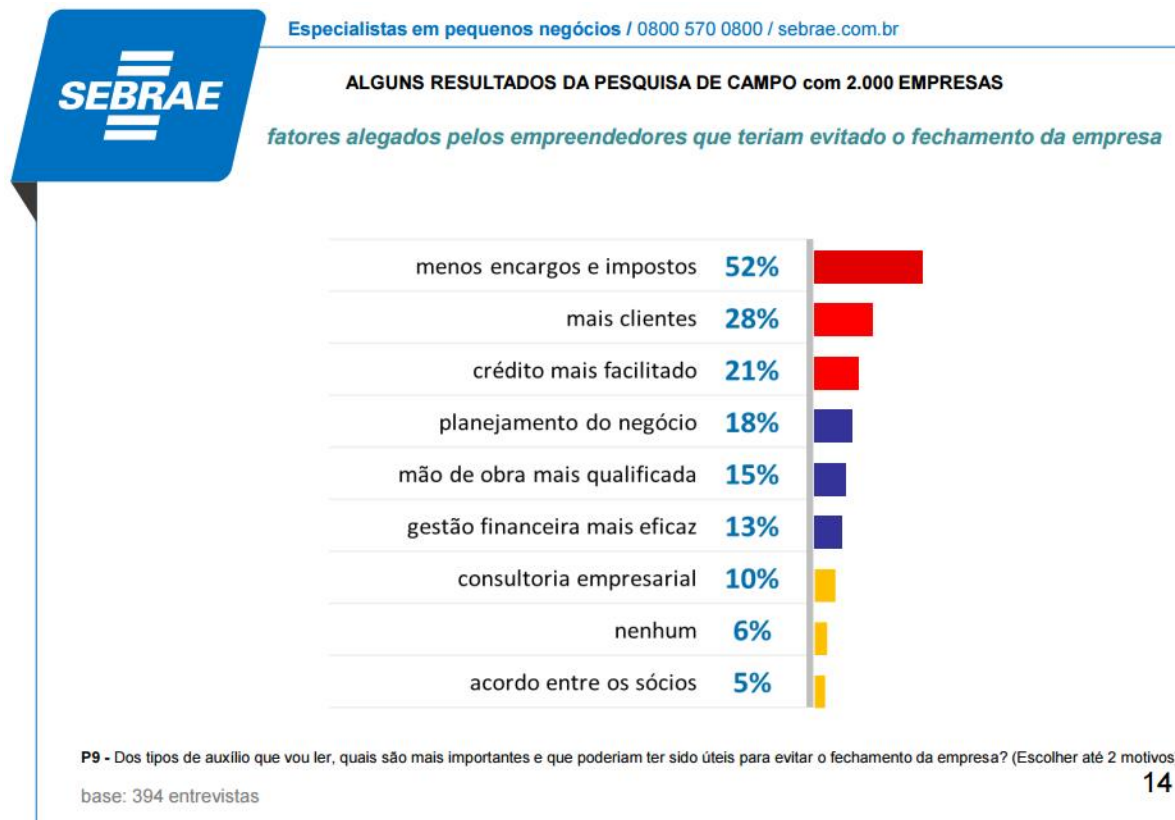


13

Fonte: (SEBRAE, 2016)

Em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2016) foi constatado que com 31% o motivo mais alegado pelos empreendedores para que a empresa deixasse de funcionar foi os impostos/ custos/ despesas/ juros da empresa, e com 25% foi o motivo da gestão/ problemas administrativos e contábeis/ incapacidade/ sociedade/ logística. Os empreendedores relatam seus motivos para que suas empresas deixassem de funcionar, é preocupante que com todo desenvolvimento, apoio, conteúdos sobre empreendedorismo, ainda existam erros na gestão e problemas administrativos, existem diversas ferramentas de gestão que podem ser utilizadas para monitorar o negócio, como o modelo Canvas e o plano de negócios.

Gráfico 11



Fonte: (SEBRAE, 2016)

Conforme o gráfico acima (SEBRAE, 2016) resta claro que 18% dos empreendedores acham que se tivessem planejado o negócio evitariam o fechamento da empresa, por isso se dá a importância do plano de negócios para abertura de empreendimentos. Os empreendedores alegam que se tivessem menos encargos e menos impostos poderia ter sido evitado o fechamento das empresas. Ainda temos no Brasil uma grande luta para redução de impostos e encargos, que acabam impedindo das empresas progredirem e muitas vezes impossibilitando que sejam criadas pelo receito que as pessoas têm de terem muitas despesas com impostos, por isto é muito importante o incentivo do governo, com políticas para o desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil e para impulsionar a economia.

Gráfico 12



15

Fonte: (SEBRAE, 2016)

Conforme a pesquisa do SEBRAE (2016) foram considerados os pontos que os empreendedores sentem mais dificuldade no primeiro ano de negócio, com 16% destacam-se os clientes desde a demanda, fidelização e captação destes. E 12% dos empreendedores tiveram dificuldades relativas a inexperiência/ falta de conhecimento (gestão, administração, organização), mesmo com todo conteúdo existente sobre empreendedorismo as pessoas ainda sentem dificuldade de administrar seus negócios, falhando muitas vezes no planejamento e viabilidade do novo negócio.

Gráfico 13



16

Fonte: (SEBRAE, 2016)

Conforme o gráfico acima fica demonstrado que o empreendedor ao ter que fechar sua empresa fica com um sentimento negativo, 27% das pessoas ficam decepcionadas, 18% sentem depressão, mas o empreendedor não deve desanimar, o fracasso também pode ser encarado como um bom sinal, deve ser enfrentado como uma experiência para a vida e possível desenvolvimento profissional. (SEBRAE, 2016)

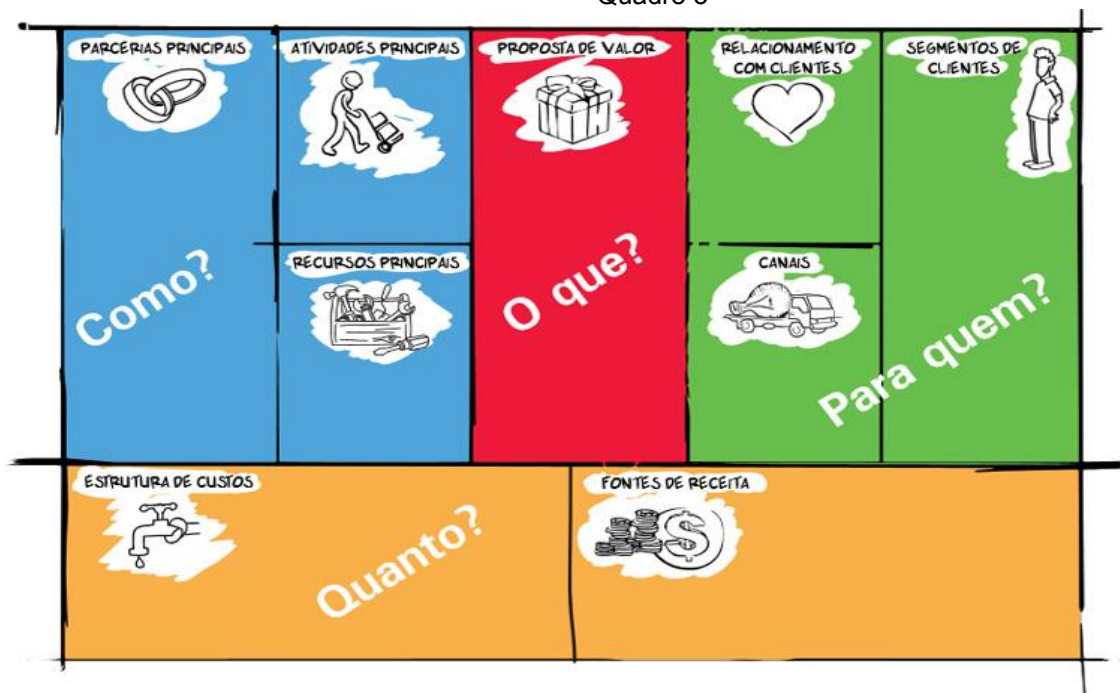
Dornelas (2005), diz que é notória a falta de cultura de planejamento do brasileiro, que por outro lado é sempre admirado por sua criatividade e persistência. Os fatos devem ser encarados de maneira objetiva. Não basta apenas sonhar, deve-se transformar o sonho em ações concretas, reais, mensuráveis. Para isso, existe uma simples, mas para muitos tediosa, técnica de se transformar sonhos em realidade: o planejamento. Pode-se evitar a frustração de ver seu negócio fechar as portas se o empreendedor levar a sério seu planejamento.

## 8 MODELO CANVAS

Para Endeavor Brasil (2014) o Canvas é um mapa simples e visual, que aborda os principais aspectos que o empreendedor precisa considerar ao trazer sua empresa para a realidade do mercado. Ele deve conter um resumo dos pontos-chaves de um bom planejamento. O Canvas não substitui totalmente o Plano de Negócios (PN), mas é uma ferramenta mais fácil de ser utilizada no dia a dia e pode ajudar no ganho de competitividade, já que oferece agilidade ao processo e é flexível o suficiente para suportar alterações constantes.

Conforme o SEBRAE (2015) a ferramenta chamada de Quadro de Modelo de Negócios (Business Model Canvas), criada por Alex Osterwalder e Yves Pigneur, serve para planejar e visualizar as principais funções de um negócio e suas relações. Ao fornecer uma visão holística e flexível do modelo de negócios, o Quadro auxilia os empreendedores nos processos de criação, diferenciação e inovação, aprimorando seu modelo de negócios para conquistar mais clientes e lucros. Quatro etapas básicas compõem o Quadro: o que, quem, como e quanto. As quatro são divididas entre nove blocos (ou funções) que devem ser preenchidos com adesivos autocolantes para facilitar o acréscimo, remoção e realocação das ideias.

Quadro 3



Fonte: (SEBRAE, 2015)

BLANK e DORF (2014) dizem que um modelo de negócio descreve a interação entre os fatores principais que constituem uma companhia:

- proposta de valor, que está embutida nos produtos, serviços e benefícios da empresa
- segmentos de clientes, tais como usuários, pagantes, mães ou jovens
- canais de distribuição para alcanças os clientes e oferecer-lhes a proposta de valor
- relacionamento com o cliente para criar demanda
- receitas geradas pela proposta de valor
- recursos-chave exigidos para viabilizar o modelo de negocio
- atividades-chave necessárias para implementar o modelo de negócio
- parceiros-chave que farão parte do negócio e sua motivação para isso
- estrutura de custos resultante do modelo de negócio

## 9 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é o documento de suma importância pra quem quer empreender, nele se descreve todos os pontos importantes do negócio.

O plano de negócios representa uma oportunidade única para o futuro empreendedor pensar e analisar todas as facetas do novo negócio. (DEGEN, 1989).

Dornelas (2005) diz que o plano é o documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento, e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no seu ambiente de negócios. Portanto ele pode ser usado tanto para detalhar uma nova oportunidade de negócio quanto para ver em que situação anda a empresa, bem como utilizado para a venda de uma idéia ou para atrair investidores.

Para Chiavenato (2006) o plano de negócio – *business plan* – é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise de viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação. É uma espécie de plano de viabilização de uma ideia, um pequeno checklist para não deixar passar nada despercebido, é o documento que reúne todos os detalhes, todas as características do novo negócio.

Dornelas (2005) descreve que não existe uma estrutura rígida para se escrever o plano de negócios, que depende do negócio a ser criado, mas o plano deve ter um mínimo de seções para proporcionar o entendimento completo do plano de negócios, podendo o plano ser elaborado da forma que mais se adaptar as necessidades de criação do empreendimento:

## ESTRUTURA 1

1. Capa. A capa, apesar de não parecer, é uma das partes mais importantes do plano de negócios, pois é a primeira parte que é visualizada por quem lê o plano de negócios, devendo, portanto ser feita de maneira limpa e com as informações necessárias e pertinentes.

2. Sumário. O sumário deve conter o título de cada seção do plano de negócios e a página respectiva onde se encontra, bem como os principais assuntos relacionados em cada seção. Isto facilita ao leitor do plano de negócios encontrar rapidamente o que lhe interessa. Qualquer editor de textos permite a confecção automática de sumários e tabelas de conteúdo bastante apresentáveis.

3. Sumário Executivo. O Sumário executivo é a principal seção do plano de negócios. O sumário executivo fará o leitor decidir se continuará ou não a ler o plano de negócios. Portanto, deve ser escrito com muita atenção e revisado várias vezes, além de conter uma síntese das principais informações que constam no plano de negócios. Deve ainda ser dirigido ao público-alvo do plano de negócios e explicitar qual o objetivo do plano de negócios em relação ao leitor (por exemplo, requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes etc.). O Sumário Executivo deve ser a última seção a ser escrita, pois depende de todas as outras seções do plano para ser elaborada.

4. Análise estratégica. Nessa seção são definidos os rumos da empresa, sua visão, missão, sua situação atual, as potencialidades e ameaças externas, suas forças e fraquezas, seus objetivos e metas de negócio. Esta seção é na verdade a base para o desenvolvimento e a implantação das demais ações descritas no plano.

5. Descrição da empresa. Nessa seção deve-se descrever a empresa, seu histórico, crescimento, faturamento dos últimos anos, sua razão social,

impostos, estrutura organizacional e legal, localização, parcerias, certificações de qualidade, serviços terceirizados etc.

6. Produtos e Serviços. Essa seção do plano de negócios é destinada aos produtos e serviços da empresa: como são produzidos, quais os recursos utilizados, o ciclo de vida, os fatores tecnológicos envolvidos, o processo de pesquisa e desenvolvimento, os principais clientes atuais, se a empresa detém marca e/ou patente de algum produto etc. Nessa seção pode ser incluída, quando esta informação encontra-se disponível, uma visão do nível de satisfação dos clientes com os produtos e serviços da empresa. Esse *feedback* é bastante importante, porque costuma oferecer não apenas uma visão do nível de qualidade percebida nos produtos e serviços, mas também guiar futuros investimentos da empresa em novos desenvolvimentos e processos de produção.

7. Plano Operacional. Essa seção deve apresentar as ações que a empresa está planejando em seu sistema produtivo e o processo de produção, indicando o impacto que essas ações terão em seus parâmetros de avaliação de produção. Deve conter informações operacionais atuais e previstas de fatores como: *lead time* do produto ou serviço, percentual de entregas a tempo (*on time delivery*), rotatividade do inventário, índice de refugo, *lead time* de desenvolvimento de produto ou serviço etc.

8. Plano de Recursos Humanos. Aqui devem ser apresentados os planos de desenvolvimento e treinamento de pessoal da empresa. Essas informações estão diretamente relacionadas com a capacidade de crescimento da empresa, especialmente quando esta atua em um mercado onde a detenção de tecnologia é considerada um fator estratégico de competitividade. Devem ser indicadas as metas de treinamento associadas às ações do Plano Operacional, as metas de treinamento estratégico, de longo prazo e não associadas diretamente às ações. Aqui também devem ser apresentados o nível educacional e a experiência dos executivos, gerentes e funcionários operacionais, indicando-se os esforços da empresa na formação de seu pessoal.

9. Análise de Mercado. Na seção de Análise de Mercado, o autor do plano de negócios deve mostrar que os executivos da empresa conhecem muito bem o mercado consumidor do seu produto/serviço (por meio de pesquisas de mercado): como está segmentado, o crescimento desse mercado, as características do consumidor e sua localização, se há sazonalidade e como agir nesse caso,

análise da concorrência, sua participação de mercado e a dos principais concorrentes etc.

10. Estratégia de Marketing. Deve-se mostrar como a empresa pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda. Deve abordar seus métodos de comercialização, diferenciais do produto/serviço para o cliente, política de preços, principais clientes, canais de distribuição e estratégias de promoção/comunicação e publicidade, bem como projeções de venda.

11. Plano Financeiro. A seção de finanças deve apresentar em números todas as ações planejadas para a empresa e as comprovações, por meio de projeções futuras (quanto necessita de capital, quando e com que propósito) de sucesso do negócio. Deve conter demonstrativo de fluxo de caixa com horizonte de, pelo menos, três anos; balanço patrimonial; análise do ponto de equilíbrio, necessidades de investimento; demonstrativo de resultados; análise de indicadores financeiros do negócio, como faturamento previsto, margem prevista, prazo de retorno sobre o investimento inicial (*payback*), taxa interna de retorno (TIR) etc.

12. Anexos. Esta seção deve conter informações adicionais julgadas relevantes para o melhor entendimento do plano de negócios. Por isso, não tem um limite de páginas ou exigências a serem seguidas. A única informação que não se pode esquecer de incluir é a relação dos *curricula vitae* dos sócios e dirigentes da empresa. Pode-se anexar ainda informações como fotos de produtos, plantas da localização, roteiros e resultados completos das pesquisas de mercado que foram realizadas, material de divulgação do negócio, *folders*, catálogos, estatutos, contrato social da empresa, planilhas financeiras detalhadas etc. (DORNELAS, 2005, p. 101)

## 10 CONCLUSÃO

As mulheres têm um papel preponderante no empreendedorismo no Brasil, este papel não se restringe somente aos homens, conforme as pesquisas as mulheres se destacam no nível de escolaridade, ficam na frente no nível superior completo, ficando claro que elas sabem da importância do conhecimento e do ensino para fazer a gestão de seus negócios, elas também buscam registrar suas empresas no CNPJ, buscando a formalização de seus negócios. Também se destaca os índices de que as mulheres e homens se nivelaram na criação de novos empreendimentos, sendo igualmente ativos.

Os segmentos de mercado que as mulheres mais dominam são o de cabeleireiros e tratamentos de beleza, atuam fortemente no segmento de alimentação, cujo é muito importante para o crescimento econômico, as mulheres também se encontram fortemente no segmento de varejo, bem como no comércio de artigos de vestuários e acessórios. Investem em diversas áreas sempre fazendo muito bem o papel de empreendedora brasileira.

O empreendedorismo feminino se destaca cada vez mais em eventos de empreendedorismo, as mulheres ganharam um espaço em diversos segmentos de mercado, muitas são exemplos de empreendedoras de sucesso.

O empreendedorismo é muito importante para o desenvolvimento do País e atualmente as mulheres já fazem parte deste desenvolvimento, buscam de forma igualitária a dos homens, começar novos empreendimentos no País.

## REFERÊNCIAS

BLANK, Steve; DORF, Bob. **Startup: manual do empreendedor**. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4.ed. São Paulo: Editora Manole, 2004.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: Makron Books, 1989.

DIEESE D419a **Anuário do Sistema Público de Emprego, Trabalho e Renda 2015: mercado de trabalho**: livro 1./ Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. São Paulo: DIEESE, 2015.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

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

ENDEAVOR, Instituto Empreender. **Como fazer uma empresa dar certo em um país incerto**: Conselhos e lições de 51 dos empreendedores mais bem-sucedidos do Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ENDEAVOR. **Como utilizar o modelo Canvas em seu negócio**. (2014) Disponível em: <<https://endeavor.org.br/como-utilizar-modelo-canvas-negocio/>> Acesso em: 28 mai. 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil – 2016 – Relatório Executivo**. Disponível em: <2016 [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/b4607994f241c36ef87a76f233fda2cf/\\$File/7578.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b4607994f241c36ef87a76f233fda2cf/$File/7578.pdf)> Acesso em: 04 jun. 2017.

HASHIMOTO, Marcos. **Lições de empreendedorismo**. Barueri, SP: Manole, 2009.

PORTAL BRASIL. **Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>>. Acesso em: 11 mai. 2017.

SEBRAE. **Quadro de modelo de negócios: para criar, recriar e inovar.** (2015) Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/quadro-de-modelo-de-negocios-para-criar-recr-iar-e-inovar\\_a6df0cc7f4217410VgnVCM2000003c74010aRCRD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/quadro-de-modelo-de-negocios-para-criar-recr-iar-e-inovar_a6df0cc7f4217410VgnVCM2000003c74010aRCRD) Acesso em: 28 mai. 2017.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** (2016) Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-apresentacao-2016.pdf> Acesso em: 28 mai. 2017.

SEBRAE. **Sobrevivência das empresas no Brasil.** (2016) Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em: 28 mai. 2017.

SEBRAE. **Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas:** 2015. / Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Socioeconômicos [responsável pela elaboração da pesquisa, dos textos, tabelas e gráficos]. – 3.ed. – Brasília, DF : DIEESE, 2015.

SILVA, Flávio Augusto da. **Geração de Valor:** Compartilhando Inspiração. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.