

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

HELAINÉ FERNANDA DE OLIVEIRA FEIJÓ

O PAPEL DA LIDERANÇA FEMININA NO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

São Paulo - SP

2020

HELAINÉ FERNANDA DE OLIVEIRA FEIJÓ

O PAPEL DA LIDERANÇA FEMININA NO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Monografia apresentada ao curso de Especialização de Gestão de Projetos Sociais para o Terceiro Setor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como um dos requisitos para obtenção da Especialização, sob a orientação da professora Dra. Maria Angelica Souza Ribeiro.

São Paulo - SP

2020

HELAINÉ FERNANDA DE OLIVEIRA FEIJÓ

O PAPEL DA LIDERANÇA FEMININA NO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Monografia apresentada ao curso de Especialização de Gestão de Projetos Sociais, para o Terceiro Setor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como um dos requisitos para obtenção da Especialização, sob a orientação da professora Dra. Maria Angelica Souza Ribeiro.

Data de aprovação : // ____

Avaliação: _____

Assinatura da professora orientadora: _____

Avaliação: _____

Nome do professor: _____

Assinatura do professor: _____

Média final: _____

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a mim mesma, por ter tomado as rédeas da minha vida e por nunca desistir, ao meu filho Thomas e a minha família por todo o suporte.

A todos os Professores, colegas e amigos que ao longo da jornada acadêmica contribuíram para o meu desenvolvimento pessoal e profissional.

A professora Dra. Maria pela orientação, apoio e ajuda durante todo o processo da realização da minha monografia.

A todas as entrevistadas, um especial agradecimento pela colaboração e disponibilidade.

E dedico para todas as mulheres que buscam transformar o mundo onde vivem.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é identificar as características gerais daquilo que chamamos “liderança feminina” no empreendedorismo social. Então, em primeiro lugar, devemos nos perguntar sobre “o que significa uma liderança feminina”? Quais são as barreiras enfrentadas por empreendedoras sociais que são também lideranças? Quais são os benefícios de uma “liderança feminina”? Num mundo cada vez mais globalizado e interligado, a utilização de todos os ativos socioeconômicos é essencial para o sucesso. No entanto, apesar dos progressos, as mulheres continuam a enfrentar discriminação, marginalização e exclusão, ainda que a igualdade entre homens e mulheres seja um preceito universal — um direito humano fundamental e inviolável. A liderança feminina está em evidência e as empreendedoras sociais têm a oportunidade de resolver problemas, gerar renda, ganhar dinheiro e mudar a realidade do seu entorno e do mundo, quebrando paradigmas e garantindo a pluralidade do ecossistema. Para isso foi aplicada uma pesquisa qualitativa por meio de entrevistas semi-estruturadas com duas empreendedoras no ramo do empreendedorismo social na cidade de São Paulo, com o intuito de entender a trajetória de cada uma e assim entender quais foram seus maiores desafios.

Palavras-chave: Liderança feminina. Desafios. Empreendedorismo social. Equidade.

ABSTRACT

The objective of this work is to identify the general characteristics of what we call "female leadership" in social entrepreneurship.

So, first of all, should we ask ourselves "what does female leadership mean"? What are the barriers faced by social entrepreneurs who are also leaders? What are the benefits of "female leadership"? In an increasingly globalized and interconnected world, the use of all socioeconomic assets is essential for success. However, despite progress, women continue to face discrimination, marginalization and exclusion, even though equality between men and women is a universal precept - a fundamental and inviolable human right. Female leadership is in evidence and as social entrepreneurs they have the opportunity to solve problems, generate income, earn money and change the reality of their surroundings and the world, breaking paradigms and guaranteeing the plurality of the ecosystem.

For this, a qualitative research was applied through a semi-structured survey with two female entrepreneurs in the field of social entrepreneurship in the city of São Paulo, in order to make sense of the trajectory of each one and thus understand what were their biggest challenges.

Key Words: Female leadership. Challenges. Social entrepreneurship. Equity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras

Figura 1 - Pesquisa Assédio Sexual no Trabalho.....	27
Figura 2 - Pesquisa Assédio Sexual na Condição Hierarquica.....	28
Figura 3 - Impacto da mão de obra feminina no mercado de trabalho.....	30

Quadros

Quadro 1 - Fases da narrativa semi estruturada.....	21
Quadro 2 - Cronograma da pesquisadora.....	24
Quadro 3 - Pilar Pessoal.....	24
Quadro 4 - Pilar Profissional.....	25
Quadro 5 - Pilar Social.....	25

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. PATRIARCADO: CONTEXTO HISTÓRICO.....	12
3. EMPREENDEDORISMO SOCIAL.....	14
3.1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL.....	14
3.2 PERFIL DO EMPREENDEDOR SOCIAL.....	15
3.3 DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS MULHERES EMPREENDEDORAS..	16
4. METODOLOGIA.....	18
4.1 PARTICIPANTES.....	19
4.2 COLETA DE DADOS.....	20
4.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS..... 24	
4.4 RELATO DA EMPREENDEDORA X.....	25
4.5 RELATO DA EMPREENDEDORA Z.....	30
5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34
APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	36
APÊNDICE B - Questionário Semi - Estruturado Parte I- PESSOAL:.....	37

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se debruça sobre a escassez de oportunidades e investimentos para entender porque as mulheres brasileiras estão tão sub-representadas no empreendedorismo social, em especial em posições de liderança. Uma das primeiras razões que me levaram a querer elaborar esta tese, foi a indignação pela falta de equidade no ambiente corporativo e principalmente no empreendedorismo social, cujo objetivo principal é gerar transformação na sociedade.

Em 2018 tive a oportunidade de ministrar uma palestra sobre a desigualdade social e os dados levantados sobre o papel da liderança feminina nas organizações, dentre eles: sexismo, patriarcado, a disparidade salarial no mercado de trabalho, o viés inconsciente dentre outros fatores, que colocam as mulheres em situações menos favoráveis. Assim, ao discorrer sobre esse assunto tão caro para as mulheres, me apaixonei pela temática, que além de suas lutas, ainda buscam empreender em prol do desenvolvimento social, uma vez que me identifiquei por ser uma mulher, preta, nordestina, periférica e uma ativista consciente de si mesma, de seus direitos e deveres, como uma pessoa integrada na sociedade e cidadã.

Desde então esta monografia é um projeto sonhado e imaginado, que não tem o objetivo de mudar o mundo, mas sim de fomentar ideias e reflexões frente a representatividade da liderança feminina, tornando visível as interfaces, construindo diálogos e possibilitando desconstruir alguns paradigmas que temos sobre papéis de gênero para que as próximas gerações possam viver em sociedades mais igualitárias, justas e seguras. E reforça o que nos diz esta frase de uma mulher feminista Audre Lorde (1978): “Eu não sou livre enquanto alguma mulher não o for, mesmo quando as correntes dela forem muito diferentes das minhas”. Assim, ao desenvolver esta pesquisa, espero contribuir com a jornada profissional de outras mulheres.

O tema do estudo permite muitas especulações em âmbitos diversos das ciências humanas e sociais, e diante dos fatos foi organizada em três capítulos.

No primeiro, apresento a introdução ao tema, o problema de pesquisa, os objetivos, as justificativas e sua aderência na sociedade, contextualizando o movimento sexista e patriarcal no Brasil.

No segundo capítulo, exponho os conceitos sobre empreendedorismo social e retrato o perfil da mulher empreendedora brasileira e além das dificuldades

enfrentadas no empreendedorismo social, em conciliar os objetivos sociais e financeiros, as mulheres também sofrem com a falta de credibilidade e apoio da sociedade, a falta de representatividade, acesso a financiamentos, a limitação da expansão de seus negócios, se restringindo aos empreendimentos informais nas comunidades, e a não multiplicação de seus modelos de negócio.

No terceiro capítulo, descrevo os procedimentos metodológicos, por meio dos quais orientei a pesquisa, a preparação e os procedimentos de coleta de dados, assim como a forma como desenvolvi a análise desses dados, e acrescentado com as limitações da pesquisa e as recomendações para trabalhos futuros, bem como as referências utilizadas.

Por fim, as considerações finais vão apontar que, mesmo com todos os avanços do papel da liderança feminina, ainda temos um longo caminho a ser percorrido. Mesmo sendo evidenciado que o empreendedorismo social pode favorecer o protagonismo feminino, uma vez que as mulheres estão preparadas para ser agentes de mudança social, não só protagonizando esse papel em suas vidas, mas retribuindo a sociedade. Mas isso não acontece sem um esforço consciente de todos os atores da sociedade: demais empreendedores, de investidores, do governo e suas políticas públicas e os demais envolvidos. Portanto, é importante discutir sobre esse fenômeno e garantir que as empreendedoras sociais tenham visibilidade e credibilidade.

A presente monografia teve a intenção de analisar o movimento do papel da liderança feminina no empreendedorismo social. O objetivo central desta pesquisa foi de discutir e compreender as trajetórias profissionais de mulheres e os desafios da liderança feminina no empreendedorismo social. Além disso, houve a intenção de traçar o perfil e descrever as experiências das mulheres no processo de protagonismo no empreendedorismo social; identificar os fatores facilitadores e as barreiras enfrentadas e ressaltar as características femininas nesses ambientes podendo gerar maiores resultados para sociedade através do empreendedorismo social, além de verificar como as barreiras foram enfrentadas e superadas pelas mulheres e criar estímulos e visibilidade para novas empreendedoras sociais.

Em torno desses conceitos surgiram então as minhas perguntas. O que significa uma liderança feminina? Quais são os benefícios de uma liderança feminina para a sociedade? Para a resposta da minha problemática busquei entender porque as mulheres não estão sendo evidenciadas no empreendedorismo social, em

especial em posições de liderança, além das dificuldades do empreendedorismo social em conciliar os objetivos sociais e financeiros, as mulheres também sofrem com a falta de credibilidade e apoio da sociedade, a falta de representatividade e a não multiplicação de seus modelos de negócio.

Haile, Emmanuel e Dzathor (2016) reforça que as mulheres enfrentam diversos desafios e constrangimentos para atingir posições de liderança, destacando as normas sociais e culturais dominantes, a cultura organizacional e, ainda, a dificuldade de gerir a relação trabalho-família, também referida por Hoyt (2010) e Brandão e Lopes (2017). A estas dificuldades acrescentam-se os estereótipos de gênero e machismo (Piterman, 2008) e, conseqüentemente, disparidade salarial (Grant Thornton – IBR, 2012), além da falha na capitalização de talento (WORLD ECONOMIC FORUM, 2013) e fatores estruturais, como políticas e práticas de trabalho (SANDERS, *et al*, 2011).

O aumento crescente de mulheres que estudam e estão no mercado de trabalho ainda enfrentam dupla jornada de trabalho e as formas “cotidianas e intangíveis da dominação masculina”. (CASTAÑEDA, 2006, p.285).

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2016), mostrou que, na população ocupada com mais de 16 anos, as mulheres dedicam 20,3 horas semanais na jornada doméstica, enquanto os homens gastam apenas 10 horas – outro fator que tem impacto direto na trajetória da mulher como profissional.

Além das dificuldades enfrentadas no empreendedorismo social, em conciliar os objetivos sociais e financeiros, as mulheres também sofrem com a falta de credibilidade e apoio da sociedade, a falta de representatividade, acesso a financiamentos, a limitação da expansão de seus negócios, se restringindo aos empreendimentos informais nas comunidades, e a não multiplicação de seus modelos de negócio. A pesquisa do GEM (2018) evidencia que o Brasil tem a 7ª maior proporção de mulheres entre os Empreendedores Iniciais, no contexto de 49 países que participaram do GEM 2018.

A liderança feminina está em evidência e as empreendedoras sociais têm a oportunidade de resolver problemas, gerar renda, ganhar dinheiro e mudar a realidade do seu entorno e do mundo, quebrando paradigmas e garantindo a pluralidade do ecossistema, e potencializando este fenômeno tão benéfico para a sociedade e para a economia.

2. PATRIARCADO: CONTEXTO HISTÓRICO

Segundo Fraisse (1991; Outram, 1997), já no século XIX as mudanças ocorridas na economia, na sociedade como um todo e na política favoreceram o surgimento de discursos que levaram ao reconhecimento da desigualdade sofrida pelas mulheres e da superioridade imposta pelos homens.

No Brasil, a trajetória da mulher, como em tantas outras partes do mundo, é marcada pela dominação masculina, onde no início da colonização brasileira o patriarcado assumiu a frente da organização da sociedade, sendo a família a instituição responsável por acolher e fomentar a hierarquia da figura masculina.

A palavra patriarcado vem da combinação pater (pai) e arkhe (origem, comando). Portanto o patriarcado é literalmente a autoridade do pai (Delphy, 2009). A família na sociedade de classes tem como centro a relação fundamental entre o proprietário e a propriedade, na qual estão incluídos todos os bens do pater famílias: a casa, as terras, o gado, os escravos, os filhos e a esposa.

Além disso, sabe-se que a história das mulheres é uma história contada por homens, o que implica dizer que é uma historiografia de poder e dominação (Perrot, 2010).

As mulheres carregam uma história de subordinação e inferioridade, sendo, hierarquicamente, menos valorizadas, as mulheres durante muito tempo, foram consideradas seres inferiores aos homens, de modo que não podiam ocupar qualquer papel de destaque na sociedade — sua função era, basicamente, servir ao sexo masculino.

Rosália Amorim (2009) em seu livro *O Homem Certo para Gerir uma Empresa é uma Mulher*, considera e reforça “(...) conquistar uma função executiva exige trabalho e empenho por parte das mulheres, uma vez que ainda vivemos numa sociedade conservadora e machista (...)”.

Nos dias de hoje fala-se muito em diversidade e inclusão, bem mais do que há tempos atrás. Contudo esse processo de mudança é moroso, uma vez que a ideologia patriarcal está enraizado na consciência dos indivíduos devido à naturalização das relações de dominação e exploração que a alienação produz, fazendo com que as mulheres naturalizem e reproduzam sua condição de subalternidade e subserviência como algo inato ou biológico (CISNE, 2014).

O rompimento dos valores patriarcais, a emancipação feminina e a integração

da mulher na esfera profissional são temas instigantes, por fazerem parte da realidade do momento. A história da mulher, desde tempos imemoráveis, tem correspondido a uma história de submissão ao homem e de dependência econômica e, de certa forma, cultural (SCHMIDT IN NAVARRO, 1995; MURARO, 1995).

Apesar de ser notável que ambas as identidades de gênero feminino e masculino se conectam, este trabalho se atém à perspectiva feminina de modo a evitar as análises comparativas entre gêneros, que de tal modo estaria fora do escopo pretendido para este estudo, o intuito é tão somente contextualizar o papel de opressão da mulher.

Segundo Cintra e Cosac (2008), a mulher está mudando, conquistando seu lugar e apostando nos valores femininos. Elas conseguiram seu espaço no mercado de trabalho, atingindo postos de lideranças nas grandes organizações que antes eram conquistados somente por homens.

A mulher da atualidade é bem diferente das mulheres dos séculos anteriores, não só no aspecto comportamental, mas também em relação aos conhecimentos e à formação acadêmica, onde toda esta transformação foi fruto de uma união de muitas mulheres que buscaram, especialmente, assegurar a igualdade de gênero, gerando um movimento de caráter transformador.

Dessa forma, é de suma importância perpetuar discussões acerca desses temas, evidenciando que a mulher está preparada para ocupar espaços de liderança não só no mundo corporativo mas em toda a sociedade, quebrando todas as barreiras e preconceitos que vem enfrentando ao longo dos anos.

Com esse capítulo é almejado explicitar que a dominação do patriarcado fez com que muitas mulheres tivessem a sua trajetória ofuscada pelo simples fato de serem do sexo feminino, sendo diversos os obstáculos (estereótipos, preconceitos, discriminação, entre outros) enfrentados por mulheres na busca de maior participação e representação em posições de lideranças na ciência, na política e nas organizações.

A origem da falta de representatividade feminina em posições de liderança pode ser explicada pelos estudos de Eagly (1987).

3. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Em uma sociedade em constante evolução e progresso a cada dia que passa, novos participantes sociais estão sempre surgindo.

O termo empreendedor social surgiu na Índia na década de 1980, e foi criado por Bill Drayton e ASHOKA, com o objetivo de financiar inovadores sociais em todo o mundo. (WOLK, 2007; DEES, 2007).

O termo empreendedorismo possui diversas definições, entretanto, em termos gerais, pode-se dizer que empreender é a capacidade que um determinado sujeito assume de tomar iniciativas, buscar soluções inovadoras e agir motivado por desenvolver soluções econômicas e sociais (SANDRONI, 1994).

Empreendedorismo social trata-se uma série de fatores criadas para melhorar a sociedade, cujo objetivo principal não está voltada tão somente aos lucros e sim a superar problemas sociais, equiparar desigualdades de classe e gênero, além de combinar e utilizar recursos de formas inovadoras para encontrar oportunidades economicamente lucrativas, cujo principal objetivo é superar os problemas sociais.

Os empreendedores sociais são indivíduos visionários que possuem capacidade empreendedora e criatividade para promover mudanças sociais de longo alcance em seus campos de atividade. São inovadores sociais que deixarão sua marca na história.
(www.ashoka.org.br)

Já para Melo Neto e Froes (2002, p. 34), o empreendedor social é “movido a ideias transformadoras e assume uma atitude de inconformismo e crítica diante das injustiças sociais existentes em sua região e no mundo”.

Diante dos diversos conceitos sobre o que é empreendedorismo social, vale destacar os principais impactos positivos na sociedade, visando não somente o empreendedor mas também todo o seu entorno focando na solução de problemas da comunidade ou população.

3.1 EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO BRASIL

Na década de 1990, surgiu no Brasil o termo empreendedorismo social, onde

diante dos problemas sociais, da falta de recursos público e da incapacidade do Estado de promover a distribuição igualitária de recursos para toda a sociedade, houve um grande crescimento das organizações do terceiro setor e da participação das empresas no investimento e nas ações sociais.

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Brasil, apresentou pela primeira vez no ano de 2004, informações sobre o empreendedorismo social no país. Dentre os 34 países participantes do GEM, somente o Reino Unido havia pesquisado sobre esse assunto, sendo o Brasil o segundo a investigá-lo. Esse relatório mostrou que 1,05% da população adulta brasileira estava trabalhando em alguma atividade com fim social. Os homens eram aproximadamente três vezes mais propensos ao envolvimento com a criação de empreendimentos sociais do que as mulheres. E cerca de 75% dessas entidades eram conduzidas por pessoas que possuíam, no mínimo, o ensino médio completo (BASTOS JÚNIOR et al., 2005). A partir desses dados foi despertado o interesse em entender melhor esse assunto, onde se torna necessário identificar a mulher empreendedora Brasileira; conhecer a história dessa mulher no mercado de trabalho; levantar os setores em que o empreendedorismo feminino é maior e a importância do estilo de gestão feminino para a sociedade atual.

Atualmente o Brasil conta com uma população de 210 milhões de pessoas (IBGE,2020) e as mulheres representam 34% de todos os proprietários de negócios (SEBRAE, 2019).

3.2 PERFIL DO EMPREENDEDOR SOCIAL

Para Roberts e Woods (2005), vale ressaltar a necessidade de diferenciar os empreendedores sociais das pessoas que praticam caridade e ações beneficentes. Por muito tempo, os empreendedores sociais estavam comprometidos em resolver problemas "sociais" ou "falhas de mercado". Hoje, uma abordagem nova e mais sistemática é necessária para articular soluções complexas e inclusivas. Segundo o Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental, realizado em 2019, o perfil do empreendedor de impacto no Brasil é basicamente masculino, branco, jovem da região Sudeste. 32% dos negócios foram fundados apenas por homens, 18% têm mais homens entre os fundadores, 22% um quadro misto, 7% mais mulheres e 21% apenas mulheres. Analisando o perfil do principal fundador, é

possível perceber que 66% são homens, entre os quais 66% são brancos, 19% pardos e mulatos, 7% negros, 3% de orientais e 1% indígena. Esse empreendedor tem entre 30 e 44 anos (53%), 21% entre 19 e 29 anos, 17% entre 45 e 54 anos e 9% acima de 55 anos. Já as mulheres ocupam 34% do setor no lugar de fundadoras de negócios de impacto. Os homens ainda são maioria no quadro societário nas verticais de Cidades (57% têm apenas homens ou mais homens) e Tecnologias Verdes (55%).

A presença de mulheres é maior nos negócios relacionados a Cidadania (36% têm apenas mulheres ou mais mulheres) e Educação (37%). Diante dessas premissas torna-se necessário identificar a mulher empreendedora Brasileira; conhecer a história dessa mulher no mercado de trabalho; levantar os setores em que o empreendedorismo feminino é maior e a importância do estilo de gestão feminino para a sociedade atual.

Mesmo a sociedade usando, por muito tempo, o argumento da diferença biológica para justificar a desigualdade entre homens e mulheres, porém foi observado por Oliveira (1997, p.11) que “O funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas”. Pois quando uma mulher desafia os estereótipos e objetiva ascender em sua carreira, ela necessita provar seu valor em dobro (KEALEY, 1999).

3.3 DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS MULHERES EMPREENDEDORAS

No Relatório publicado pela OIT em 2016 intitulado “Mulheres no Trabalho – Tendências 2016”, foi abordado as dificuldades enfrentadas pelas mulheres no mercado de trabalho em todo o mundo, no qual foi possível verificar um progresso, em termos mundiais, em relação à igualdade de gênero nos últimos quinze anos, ou seja, no século XXI. Contudo, ainda há discrepância de gênero no quesito oportunidade de trabalho e qualidade de emprego, uma vez que as mulheres têm uma maior probabilidade de ficar desempregadas do que os homens, com taxas de desemprego global de 6,2 por cento, contra 5,5 por cento para os homens. As taxas de desemprego dos homens são menores do que as taxas de desemprego das mulheres em todas as regiões do mundo.

O relatório diz que a taxa de atividade da força de trabalho feminina aumentou

de 50,2 para 51,7 por cento entre 1980 e 2008, enquanto a taxa de atividade da força de trabalho masculina caiu de 82,0 para 77 por cento. Como resultado, o hiato de gênero na participação da força de trabalho diminuiu de 32 para 26 pontos percentuais. Em todas as regiões, com exceção de duas - Europa Central e Sudeste da Europa (não UE) e países da Comunidade dos Estados Independentes (CEI) e Ásia Oriental [Leste asiático] – registraram aumentos na taxa de atividade do trabalho feminino. Os maiores aumentos foram na América Latina e no Caribe. No entanto, em quase todas as regiões a taxa de crescimento tem diminuído nos últimos anos. Os maiores aumentos no número de mulheres economicamente ativas ocorreram nos anos 80 e início dos anos 90. Ao mesmo tempo, a percentagem de mulheres nos salários e do emprego assalariado cresceu de 42,8 por cento em 1999 para 47,3 por cento em 2009, enquanto a proporção do emprego vulnerável diminuiu de 55,9 para 51,2 por cento. (PORTAL OIT BRASIL, 2010, apud ANDRADE, 2016, p. 13).

Conforme o GEM (2018), a proporção de negócios no grupo das mulheres é maior em em grande parte visto à necessidade ao invés de oportunidade. A taxa de mulheres que abrem negócios com base em oportunidades percebidas em comparação com os homens é de apenas 70%, e o Índice de Empreendedorismo por Gênero (Gendered Entrepreneur Index - GEDI) atribui ao Brasil apenas 35% para ambiente propício ao empreendedorismo feminino.

Outro ponto que as mulheres se destacam em relação ao gênero masculino é o nível de escolaridade, onde elas têm um nível de 16% maior que os homens, demonstrando assim a valorização dos estudos por parte das empreendedoras. (SEBRAE, 2019).

Tais fatores provocaram impactos negativos ao longo da trajetória dessas mulheres, como a dificuldade em assumir cargos de liderança e decidir a negociação de seu próprio salário. Damasceno (2010, p.32) afirma que o Empreendedorismo é uma opção muito relevante para o público feminino para que sejam inseridas no mercado de trabalho, mesmo diante de preconceitos, elas conseguem gradativamente se destacarem na sociedade de hoje.

4. METODOLOGIA

Neste capítulo apresento os procedimentos metodológicos empregados na pesquisa. Primeiramente, defino a técnica utilizada e o perfil das participantes, na sequência, apresento os procedimentos que adotei para coleta e análise dos dados. Para Furlanetti e Nogueira (2015, p. 20): “A metodologia é a sequência dos procedimentos necessários que descrevem a forma como será realizada a pesquisa, ela responderá como é possível atingir os objetivos estabelecidos.”

A técnica utilizada para obtenção dos dados se refere à entrevista. Segundo Gil (2008), a entrevista pode ser entendida como uma técnica onde o pesquisador elabora questões e logo após busca entrar em contato com o seu entrevistado para extrair as informações mais relevantes para o seu estudo, levando em consideração que o entrevistado é sua principal fonte de informação.

Marconi e Lakatos (2006) acrescentaram que a técnica de entrevista também pode ser definida como encontro entre duas pessoas com o objetivo de que uma delas consiga informações sobre determinada temática.

Segundo Diehl (2004), a escolha do método se dá pela natureza do problema, bem como de acordo com o nível de aprofundamento da pesquisa.

Para cumprir com o objetivo acadêmico, escolhi a pesquisa qualitativa de abordagem narrativa (MERRIAM; TISDELL, 2016). Esse tipo de entrevista visa encorajar e estimular o entrevistado a contar algo sobre algum acontecimento importante de sua vida e do contexto social (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2002). Visto que permite entender o significado das experiências vividas pelas entrevistadas ao superarem barreiras para se tornarem líderes no empreendedorismo social. Segundo os traços desse tipo de pesquisa, está é classificada como uma pesquisa explicativa decorrente do objetivo de captar as motivações que norteiam ou cooperam para a realização de fenômenos, defende Gil (2008).

Ao elaborar a pesquisa buscou-se tratar a representatividade da mulher empreendedora procurando entender as relações pessoais e interpessoais que influenciam em sua inserção e manutenção como empreendedora social. Dessa forma, foi aplicada uma pesquisa qualitativa por meio de entrevista semi-estruturada, onde buscou-se abordar questões a respeito de 3 pilares: pessoal, profissional e social.

As perguntas foram previamente formuladas, mas com abertura a modificações no decorrer da entrevista, buscando tornar as informações cada vez mais próximas da realidade.

4.1 PARTICIPANTES

As entrevistas foram realizadas com duas mulheres empreendedoras sociais que ocupam posição de liderança há, no mínimo, dois anos na região de São Paulo capital. As participantes foram selecionadas de forma intencional com idades entre os 25 e os 35 anos. Diante deste contexto, o campo experimental desta pesquisa se concentrou basicamente em São Paulo, a maior cidade do Brasil e da América do Sul, sendo considerado um centro econômico e financeiro, a cidade brasileira mais influente no cenário global, sendo considerada a 14ª cidade mais globalizada do planeta, recebendo a classificação de cidade global alfa, por parte do Globalization and World Cities Study Group & Network (GaWC), com um recorte temporal delimitado, mulheres localizadas e um dos principais centros para o desenvolvimento de novas tendências, cultura e entretenimento no país. Referindo-se a amostra, Gil (2008) relata que pode ser conceituada como “subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população”. A partir disso, a amostra não probabilística intencional, foi construída buscando compreender e evidenciar as articulações sobre gênero e raça, analisando o panorama geral do empreendedorismo selecionando uma mulher negra e uma mulher branca.

A participante no qual irei denominar empreendedora (X) tem 34 anos de idade, é formada em Turismo e tem Master Of Business - MBA em vendas, negociação e resultados de alta performance, fundou sua empresa – há cerca de 3 anos. A empreendedora X atuava anteriormente como educadora social e na área comercial no terceiro setor.

A segunda participante, no qual irei denominar de empreendedora Z, tem 35 anos de idade, possui 3 faculdades e Pós Graduação em Gestão de Inovação Social, fundou sua empresa – há cerca de 6 anos. A empreendedora Z atuava anteriormente como agência de publicidade e consultoria de direitos humanos.

4.2 COLETA DE DADOS

Os resultados foram obtidos por meio da análise de conteúdo por categoria temática. Tal tipologia advém da comunicação, onde a ideia é analisar o conteúdo

que foi dito na entrevista. O relato da experiência, a partir de um roteiro semiestruturado, visou compreender sua trajetória pessoal, profissional e social. Nesse tipo de entrevista, o pesquisador organiza um conjunto de questões relacionadas ao tema, sendo uma tipologia de pesquisa que incentiva que a entrevistada fale livremente sobre os assuntos que vão surgindo, de acordo com o desdobramento do tema principal (GIL, 2002).

A entrevista narrativa é uma técnica que se origina da palavra latim *narrare*, ou seja, relatar, contar uma história. Em se tratando da entrevista semi-estruturada, atenção tem sido dada à formulação de perguntas que seriam básicas para o tema a ser investigado (TRIVIÑOS, 1987; MANZINI, 2003). Para uma maior associação trago o quadro 1 de forma ilustrativa, mencionando algumas regras sugeridas por Jovchelovitch e Bauer (2002), onde dispõe da seguinte estrutura para base da entrevista narrativa.

Quadro 1 - Fases da narrativa semi estruturada

FASES	REGRAS PARA A ENTREVISTA
Preparação	Exploração do campo. Formulação de questões exmanentes.
Iniciação	Formulação do tópico inicial para narração. Emprego de auxílios visuais (opcional).
Narração central	Não interromper. Somente encorajamento não verbal ou paralinguístico para continuar a narração Esperar por sinais de finalização

Fase de perguntas	<p>Somente “Que aconteceu então?”</p> <p>Não dar opiniões ou fazer perguntas sobre atitudes.</p> <p>Não discutir sobre contradições.</p> <p>Não fazer perguntas do tipo “por quê?” Ir de perguntas exmanentes para imanentes</p>
Fala conclusiva	<p>Parar de gravar. Fase de perguntas</p> <p>Fazer anotações imediatamente.</p>

Fonte: Elaborada pela autora baseada em Jovchelovitch e Bauer (2002).

A característica principal da abordagem da entrevista narrativa é a não interferência do pesquisador durante o relato da entrevistada permitindo assim que a entrevista flua pela ordem da explanação da entrevistada, em geral, apesar de não seguir um roteiro engessado, ela traz questões pré-definidas no questionário (Apêndice A), possibilitando ser adaptável de acordo com os rumos do diálogo.

Ainda sobre a pesquisa narrativa é importante ressaltar que no contexto histórico brasileiro os artigos de Jovchelovitch e Bauer (2000), foram encorajadores e pioneiros deste instrumento, no qual suas métricas de fases e regras da entrevista foram cruciais para elaboração de uma entrevista clara e sucinta.

O trabalho de campo durou aproximadamente 2 meses, as entrevistas foram efetuadas de forma virtual, individual e gravadas em áudio, contudo anteriormente o questionário foi enviado por e-mail para que as entrevistadas tivessem a oportunidade de efetuar alterações, acréscimos ou mencionar alguma informações indesejada de cunho conservador, segundo seu próprio julgamento, após seguiram as seguintes etapas.

Inicialmente a pesquisa bibliográfica sobre o tema foi elaborada, por meio da seleção e análise dos autores, dentre eles: Rosane Oliveira Amorim, Sheryl Sandberg, Munhoz, Ashoka, dentre outros, onde buscou-se costurar os temas sobre liderança feminina e empreendedorismo social, unicamente objetivando dar visibilidade, fortalecer e reconstruir acontecimentos sociais a partir da perspectiva das entrevistadas. Assim, embasada, foi elaborado um questionário semi estruturado, abordando os contextos: pessoal, profissional e social. Schutze (1992),

tinha como pressuposto que as experiências dos indivíduos estão inter cruzadas nos diferentes contextos situacionais nos quais estão inseridos, abarcando assim todo o contexto social investigado.

Após ter estabelecido e estruturado o questionário, construí o perfil das participantes embasado a partir da amostra não probabilística intencional, onde buscou-se, além de evidenciar o papel da liderança feminina no empreendedorismo social buscou-se compreender as articulações sobre gênero e raça, analisando o panorama geral do papel da sexo feminono, assim possibilitando e identificando os fatores e barreiras que também têm impactos em mulheres brancas e negras.

No intuito de respeitar e proteger os direitos das participantes da pesquisa, utilizei o Termo de Consentimento livre e esclarecido (Apêndice A), de forma a esclarecer o objetivo da pesquisa e cumprir salvaguardando o mesmo a confidencialidade e o anonimato sobre os dados obtidos, bem como sobre a identificação das participantes, servindo os mesmos, unicamente, para fins de investigação científica.

Após gravar cada uma das entrevistas, seguiu para o processo de transcrição, em que optei por não utilizar subsídios humanos, nem softwares que me auxiliassem, cujo objetivo foi continuar a mergulhar nos relatos das mulheres entrevistadas, assim transcendendo e revivendo histórias tão ricas e repleta de obstáculos que foram gentilmente divididas comigo, a fim de discorrer e contribuir com a jornada profissional de outras mulheres.

Após transcrever os relatos enviei-os para cada entrevistada, que deu ciência e aprovou formalmente.

Uma vez explicitado o objetivo preestabelecido da pesquisa de campo e seus procedimentos metodológicos, elaborei os resultados da pesquisa. Por fim, no quadro 2 resumo todas as etapas e sua periodicidade conforme relatados anteriormente .

ETAPAS	ago./20	set./20	out./20	nov./20	dez.20
Pesquisa bibliográfica	X	X	X		
Redação da revisão bibliográfica		X	X	X	
Elaboração do instrumento de pesquisa			X		
Coleta e tabulação dos dados				X	
Redação da análise dos dados				X	
Redação da conclusão				X	
Finalização do relatório de pesquisa					X
Apresentação do relatório de pesquisa					X

Fonte: Elaborado pela autora.

Ainda sobre as perguntas do questionário semi estruturado, buscou-se uma coerência em cada pergunta, procurando entender a importância do contexto pessoal - familiar, profissional e social de cada empreendedora. Assim buscando uma análise de todos os cenários e agentes possíveis que as impulsionaram a se tornarem líderes no empreendedorismo social.

Quadro 3 - PILAR PESSOAL

PILAR PESSOAL
I. Idade (opcional):
II. Grau de escolaridade:
III. Estado Civil:
IV. Filhos? Se sim, quantos?
V. Quais foram suas atividades profissionais antes de empreender?

Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 4 - PILAR PROFISSIONAL

PILAR PROFISSIONAL
I. Qual foi o ano de fundação da sua empresa? Em rápidas palavras, do que se trata a sua empresa/negócio?
II. Com quantos funcionários a empresa começou? Qual é o número de funcionários no dia de hoje?
III. Qual a origem do capital inicial (empréstimo de familiares, economias pessoais, outra fonte)?
V. Quais os maiores desafios/dificuldades que você enfrentou para empreender e como sobreviveu a elas?
VI. O seu gênero teve algum impacto nas barreiras ao conduzir seu negócio? Pressões sociais, culturais e familiares?

Fonte: Elaborado pela autora.

Quadro 5 - PILAR SOCIAL

PILAR SOCIAL
I. Você acredita que o empreendedorismo social pode ser uma ferramenta promotora do empoderamento feminino?
II. Em quais aspectos você acha que a mulher empresária se destaca dos homens?
III. Como o empreendedorismo social pode demonstrar e reforçar os estereótipos de gênero na economia?
IV. Alguma coisa relevante em sua experiência como empreendedora social não foi tratada nesta entrevista e que você gostaria de acrescentar?

Fonte: Elaborado pela autora.

4.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Como dito anteriormente na metodologia, reforço que na pesquisa científica, buscou-se adotar um procedimento ético, tais como a participação voluntária, a privacidade das participantes e a confidencialidade das informações. A fim de preservar as particularidades das participantes, adotou-se as letras X e Z, para identificação dos resultados, uma vez que as informações são arquivadas sem identificação nominal e são utilizadas exclusivamente para fins de investigação científica. Ressalto que não foi necessária a omissão de nenhum trecho dos relatos das entrevistadas, pois não havia informações tão pessoais a ponto de ser possível a identificação das participantes.

Quando estava realizando as entrevistas minha preocupação recaía apenas na disponibilidade das empreendedoras, uma vez que a mesma possuem vidas

agitadas ao gerir seus próprios negócios, principalmente no cenário de pandemia que o mundo vive desde o início do ano de 2020 , denominado como novo coronavírus (SARS-CoV-2 (do inglês Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2), e com isso busquei adaptar a pesquisa com uma linguagem objetiva e sucinta e buscando manter um clima de naturalidade, como um bate-papo; clima esse que favorece que as entrevistadas se sintam à vontade o suficiente para discorrer sobre as questões investigadas, sem comprometer seu desempenho pessoal e profissional.

4.4 RELATO DA EMPREENDEDORA X

Através das buscas bibliográficas e acadêmicas da pesquisa para elaboração da pesquisa, foi observado uma parcela mínima de mulheres negras atuando no empreendedorismo social, tal fato me causou bastante incômodo e ao mesmo tempo me motivou a buscar ainda mais o relato de mulheres inseridas nesse contexto.

Foi então que comecei pela busca incessante de mulheres negras empreendedoras, através de uma plataforma profissional, após inúmeros contatos sem sucesso, fui prontamente atendida pela empreendedora X, logo de princípio contei sobre a pesquisa e seus principais objetivos e de cara ela aceitou a participação, contudo deixou claro que, seu tempo era bem escasso, uma vez que sua rotina profissional estava bem apertada e teríamos que fazer a entrevista à noite ou em finais de semana. Após alguns contatos enviei por e-mail o questionário semi estruturado para embasar nossa entrevista e assim agendar uma melhor data para o encontro virtual.

A empreendedora (X), é mulher negra, tem 34 anos de idade, é formada em Turismo e tem Master Of Business - MBA em vendas, negociação e resultados de alta performance, não tem filhos, é solteira e anteriormente atuava como educadora social e depois na área comercial no terceiro setor. A obtenção desses dados se deu a partir do pilar pessoal.

Já no pilar profissional, a empreendedora X contou a trajetória de fundação de sua empresa em 2017, onde buscou ressignificar e inovar no ramo do turismo, com o propósito de fomentar a valorização cultural e a geração de renda nas comunidades tradicionais através do Turismo de Experiência, sempre com o objetivo de

desenvolver a base comunitária e fortalecimento cultural, objetivos esses que resumem o papel do empreendedorismo social de produzir bens e serviços que beneficiem a sociedade local e global através de suas ações.

Logo no início da criação da sua empresa, as dificuldades eram grandes, visto que foi fundada através de suas economias pessoais juntamente com a sua sócia, e que por um certo período ainda teve que conciliar um trabalho fixo e o seu negócio. Mas as dificuldades não foram só limitadas aos aspectos financeiros, mas também aos estereótipos e os fatores sociais que surgiram como barreiras. Quando efetuei a pergunta sobre quais os maiores desafios/dificuldades que você enfrentou para empreender e como sobreviveu a elas? A primeira coisa que a empreendedora X me relatou e exaltou foi a falta de credibilidade da mulher no mundo corporativo e os assédios sexuais na busca de estabelecer redes de apoio (networking). Ainda sobre o assédio sexual nos ambientes corporativos, a Talenses Group em 2019 elaborou uma pesquisa, com 3.215 entrevistados, apresentando dados relevantes sobre o assédio sexual no trabalho, buscando aprofundar temas como as hierarquias envolvidas nos casos e o posicionamento das empresas nas ocorrências, no qual foi constatado na figura 1, que 34% das mulheres já sofreram algum tipo de assédio sexual, no ambiente de trabalho, já entre os homens o número alcança 12%, conforme figura 2.

Figura 1 - Pesquisa Assédio Sexual no Trabalho



Fonte: Talenses Group, 2019.

Figura 2 - Pesquisa Assédio na Condição Hierárquica



Fonte : Talenses Group, 2019.

Nessa jornada ficou notório que esse assunto seja discutido em trabalhos futuros, a fim de possibilitar diálogos abertos para que possíveis vítimas se sintam acolhidas para falar e denunciar tais atos inescrupulosos.

Em relação a pergunta sobre o seu gênero ter algum impacto nas barreiras ao conduzir seu negócio? A mesma relatou que sim, através das pressões sociais que estão internalizados nas mulheres através dos viés inconsciente e salientou a cobranças da sociedade (casar, ter filhos, conseguir conciliar família e negócios), e reforçou o fato das mulheres sofrerem constante com essas pressões, diferente dos homens, e que esses acontecimentos têm um peso muito grande para que as mulheres não alcancem espaços de alta de liderança na sociedade, mas ainda sobre essa pergunta a empreendedora X, mencionou também um aspecto positivo sobre o papel do gênero no mundo corporativo, onde as lutas permeadas pelas mulheres ao longos dos anos estão permitindo abertura de espaços para diálogo sobre esse tema tão importante.

Segundo Sandberg (2013) às barreiras impostas pela sociedade às mulheres, acabam sendo interiorizadas por meio de mensagens negativas que são ouvidas ao longo da vida. Para as mulheres existe uma grande decisão a ser tomada em algum momento da vida profissional: devo parar o progresso da carreira para cuidar dos filhos ou não? De fato, esta é uma grande questão.

Numa sociedade machista não é comum um homem abrir mão de sua carreira profissional para se dedicar a cuidar dos filhos, esse papel geralmente fica a cargo

da mulher. Fica evidente que essas barreiras são um conjunto de fatores relacionadas às influências negativas da família; à idade; à necessidade de provar sua competência; ao machismo; ao ser demandada para exercer uma figura materna, falta de confiança reforçada ao assédio sexual que muitas vezes ocasiona travas psicológicas e culturais, deixando as vítimas com medo até mesmo de abordar o assunto, assim isentando os opressores, ou seja todos esses fatores possuem um impacto, podendo destruir a saúde e a ascensão profissional dessas mulheres.

Retornando ao último pilar da pesquisa, foi questionado sobre o empreendedorismo social ser uma ferramenta promotora do empoderamento feminino. Então a empreendedora X, respondeu que sim, mas ressaltou algumas barreiras sociais que se manifestam entre mulheres negras e brancas, enfatizando a problematização das mulheres pretas e periféricas, que por muitas vezes empreendem por necessidade. “As periferias estão cheias de empreendedoras, mas a maioria empreende por necessidade, diferente da mulher branca que resolve atuar no empreendedorismo social depois fazer um mochilão pela Europa, ou depois de fazer um programa de voluntariado na África” e ainda reforçou que o empreendedorismo social feminino ainda está muito voltado para a branquitude.

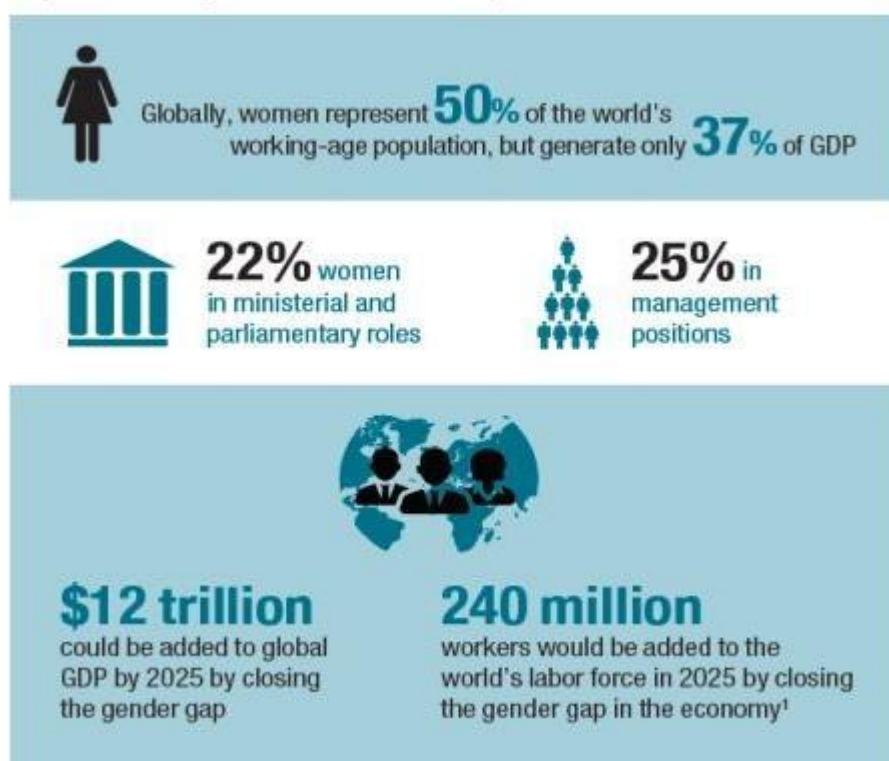
Através da fala da empreendedora X, a questão racial revela seu peso expressivo como estruturante no processo histórico de interseccionalidade de gênero e raça na ascensão feminina.

De acordo com o relatório “Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas” do Instituto Ethos de 2016, existem apenas 11% das mulheres em posições de alto comando nas 500 maiores empresas no Brasil, e um número irrisório de 0,4% de mulheres negras em posições de alta liderança no país. Ao questionar sobre quais aspectos a mulher empresária se destaca dos homens, a empreendedora foi muito objetiva ao citar que as mulheres são mais empáticas e possuem facilidade de criar rapport, além de um maior escuta ativa. Efetuar a pergunta relacionadas a gênero, em uma sociedade que traz em suas raízes a desigualdade entre homens e mulheres, é sempre uma tarefa necessária e também muito complexa, uma vez que as mulheres carregam uma história de subordinação e inferioridade, sendo, hierarquicamente, menos valorizadas que os homens.

Para Munhoz (2000), as mulheres conquistaram o espaço que estava preenchido pelos homens, nas corporações, com três características fundamentais: poder de competição, habilidades de pensar analiticamente ou estrategicamente, e a positividade ou comportamento agressivo. Assis (2009) completa essa visão dizendo que, na atualidade, não existe cargo que a mulher não possa ocupar, pois elas já provaram ser tão competentes quanto os homens.

Esses dados só reforçam o que o relatório elaborado pela Organização Internacional do Trabalho - OIT (2019), apontando que empresas que possuem líderes femininas atingem melhores resultados, atingindo efeitos positivos para a rentabilidade, criatividade, produtividade das companhias, além de reterem talentos com mais facilidade.

Figura 3 - Impacto da mão de obra feminina no mercado de trabalho



Fonte: McKinsey, 2017.

4.5 RELATO DA EMPREENDEDORA Z

Para localizar a empreendedora Z utilizei do mesmo método de busca através de uma plataforma profissional, porém com a mesma tive mais facilidade, uma vez

que mulheres brancas de classe média, possuem uma maior facilidade para empreender, especialmente em negócios de impacto social.

A empreendedora (Z), é mulher branca, tem 35 anos de idade, possui 3 faculdades e pós-graduação em Gestão de Inovação Social, é casada, não tem filhos e anteriormente atuava em agência de publicidade e posteriormente com consultoria de direitos humanos.

Já no pilar profissional, a empreendedora Z contou a trajetória de fundação de sua primeira empresa em 2014, e seu negócio busca o desenvolvimento de mulheres que desejam se preparar para assumir maiores posições de destaque na sociedade, assim promovendo a mudança de equidade de gênero no Brasil, a mesma possui uma sócia e fundou a sua empresa através de economias pessoais. Relatou que não sofreu dificuldades pelo gênero, uma vez que se capitalizou. Em relação a pergunta sobre o seu gênero ter algum impacto nas barreiras ao conduzir seu negócio? A mesma relatou que não, pois reconheceu seus privilégios por ser uma mulher branca de classe média.

Esse relato reforça o conceito da escritora CONCEIÇÃO EVARISTO:

“É muito diferente (ser mulher negra e simplesmente mulher). A questão étnica pode ter um peso bem grande, mas vai depender muito da situação em que se está. Na questão do feminismo, por exemplo, enquanto as mulheres brancas precisaram sair às ruas para ficar livres da tutela do pai, do marido ou do irmão, esse não foi o nosso caso. Não precisamos lutar pra ficar livre da dominação e querer trabalhar. A gente sempre precisou trabalhar. O nosso feminismo vem para a gente se afirmar como pessoa. Eu acho que a nossa primeira luta feminista não foi contra o homem negro, mas contra os nossos patrões e patroas. Enquanto a primeira luta da mulher branca e da mulher de classe média foi contra os homens de sua própria família – e eu não estou dizendo que o homem negro não seja machista -, nós nos posicionamos primeiro contra o sistema representado, principalmente, pelo homem branco e pela mulher branca”.

Retornando ao último pilar da pesquisa, questionei sobre o empreendedorismo social ser uma ferramenta promotora do empoderamento feminino. Então a empreendedora Z foi enfática ao exemplificar as líderes femininas

na pandemia, que conseguiram de rápida e responsável, conter a disseminação do vírus, comparado às lideranças masculinas.

Ao questionar sobre em quais aspectos você acha que a mulher empresária se destaca dos homens? A empreendedora Z foi muito sutil ao enfatizar que têm muito cuidado ao fazer associação de gênero e mencionou sobre o livro: Liderança Shakti, e mencionou que existe um equilíbrio do poder feminino e masculino nos negócios, e que nem sempre tanto homens como mulheres conseguem transpor essas competências em seus empreendimentos. Por fim, a empreendedora finalizou agradecendo a oportunidade de fala, e mencionando que o empreendedorismo social precisa ter uma maior representatividade feminina para compor um equilíbrio de gênero.

5. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Após finalizar a elaboração deste trabalho pode-se levantar algumas conclusões que vêm de encontro com as reflexões propostas, e posteriormente oferecem respostas aos problemas inicialmente identificados.

Diante da pesquisa ficou evidente a grande diferença entre o papel da liderança feminina de mulheres negras das mulheres brancas, a empreendedora X enfatizou suas barreiras ao empreender e principalmente trouxe à tona os casos de assédio sexual ao buscar possíveis relações de networking em seu negócio. São essas combinações de discriminações que geram exclusões, tendo como explicação a perpetuação do racismo e do machismo na figura feminina, dentre outros fatores que impossibilitam a ascensão das mulheres em posições de liderança. Já com a empreendedora Z, a mesma relata suas dificuldades, porém de uma forma mais tranquila, visto que a mesma reforçou seus privilégios por ser uma mulher branca de classe médio, porém evidenciou que a sociedade precisa equiparar os papéis de líderes masculinos e femininos, se pautando que o grande desafio em si é provar que o empreendedorismo social tem capacidade para crescer cada vez mais, transformando nossa realidade.

Esse trabalho serviu para contribuir um pouco mais com o estudo sobre o papel da liderança feminina no empreendedorismo social, mesmo diante das limitações deste presente estudo, podemos enfatizar a dificuldade de localizar empreendedoras sociais em posições de liderança principalmente mulheres negras,

assim como também houve dificuldade na falta de estudos sobre o tema, em especial no empreendedorismo social, no qual seriam interessantes novos trabalhos a respeito da temática com uma quantidade de amostra mais expressiva, para que as conclusões fiquem mais consistentes.

O desenvolvimento de habilidades e o reconhecimento de competência das mulheres para o empreendedorismo social são a chave para o crescimento e o fortalecimento da sociedade, contudo é necessário uma maior representatividade, um equilíbrio de gênero em posições de liderança, a fim de mostrar o poder feminino nos negócios e sua capacidade de inovar, criar, transformar e crescer, não só visando lucro, mas também retribuindo a sociedade.

O empreendedorismo social feminino demonstra, assim, seu imenso potencial para promover uma progressiva transformação no sistema social e econômico (Najafizadeh & Mennerick, 2003).

As recomendações para estudos futuros são:

1. Incluir nas próximas pesquisas a visão dos homens sobre as barreiras para a liderança feminina, buscando de forma inconsciente, uma possível reflexão sobre seu papel na sociedade
2. Considerar os aspectos de interseccionalidade de gênero, classe social e raça que acomete as mulheres brasileiras. Esta experiência tem sido profundamente invisibilizada e negligenciada, seja pelas políticas públicas, seja pelos trabalhos acadêmicos e pelas instituições de pesquisa, que geralmente não costumam avaliar o fenômeno por raça/cor e gênero, que se conforma apenas com uma das características— ser o negro ou ser a mulher.
3. Buscar entender porque as mulheres estão à frente de negócios menores, com menor investimento e têm menor acesso às linhas de crédito mais vantajosas.

Desta pesquisa, foi possível colher muitos frutos, pois as falas das entrevistadas continham grandes aprendizados:

Empreendedora X: pelo seu bom humor e simpatia mesmo diante de tantos desafios, reforçando que a representatividade importa tanto quanto o estímulo emocional, social e educacional. Que devemos abrir espaço para as mulheres contarem suas histórias e ressaltar sempre as suas contribuições para a sociedade.

Empreendedora Z: sua coragem e força mas ao mesmo tempo pela sua clareza e gentileza, em militar, de forma sutil e inteligente, usando seu trabalho como

ferramenta para capacitação e conscientização da liderança de outras mulheres.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosália. **O homem certo para gerir uma empresa é uma mulher**. 3. ed. - Lisboa: Prime Books, 2009. 159 p.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da FINAN 3.3 (2012): 1-13.

ANDRADE, Tânia. **Mulheres no mercado de trabalho: onde nasce a desigualdade?**. 2016.

ASSIS, Rosiane Hernandes. A inserção da Mulher no Mercado de Trabalho VI Convibra, Congresso Virtual Brasileiro de Administração, 2009. Disponível em . Acesso em: 27 jan. 2021.

BASTOS JÚNIOR, Paulo Alberto; GRECO, Simara Maria S. S.; HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi; MACHADO, Joana Paula; SCHLEMM, Marcos Muller. **Empreendedorismo no Brasil 2004**, Curitiba: IBQP; SEBRAE, 2005.

BRANDÃO, C., & LOPES, D. (2017). **Conciliando a Liderança e a Maternidade: Um Estudo com Recurso a Histórias de Vida**. Revista Psicologia, Diversidade e Saúde.

CASTAÑEDA, Jorge. **Che Guevara: a vida em vermelho**. São Paulo: Companhia dos bolsos, 2006. 632 p.

CINTRA, Soraia Veloso; COSAC, Cláudia Maria Daher. **As melhores empresas para as mulheres trabalharem: O que elas dizem sobre o ambiente onde trabalham**. Fazendo Gênero 8 - Corpo, Violência e Poder. Florianópolis, 25 a 28 de agosto de 2008.

CISNE, Mirla. **Feminismo e consciência de classe no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2014.

DAMASCENO, A. R. **Educação Inclusiva e Organização da Escola: Projeto Pedagógico na Perspectiva da Teoria Crítica**. Tese apresentada ao Programa de Pósgraduação em Educação da FE/UFF, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Educação, p, 30-60, 2010.

DELPHY, Christine. **Patriarcado (teorias do)**. In: HIRATA, H. et al (org.). **Dicionário Crítico do Feminismo**. Editora UNESP : São Paulo, 2009, p. 173–178.

DIEHL, A. A. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DUBY, Georges e PERROT, Michelle. (orgs.) Escrever a História das Mulheres. In: THÉBAUD, Françoise. **História das Mulheres no Ocidente**. O século XX. Porto, Edições Afrontamento, 1995.

EAGLY, A. H. **Sex differences in social behavior: A social-role interpretation**. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 1987.

FURLANETTI, A.C; NOGUEIRA,A.S. **Metodologia do Trabalho Científico**:Elaboração e Apresentação Gráfica de Textos Academicos.3ed.Clube deAutores:2015.97p.

FRAISSE, G. **Da destinação ao destino: História filosófica da diferença entre os sexos**.Em G. Duby & M. Perrot (Org.), História das mulheres no Ocidente. Século XIX. pp. 59-96. Porto, Portugal: Afrontamento, 1991.

FRANCHINI, B. S. **O que são as ondas do feminismo?** in: Revista QG Feminista. 2017. Disponível em: <https://medium.com/qg-feminista/o-que-s%C3%A3o-as-ondas-do-feminismo-eeed092dae3a>. Acesso em: 08 nov. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Executive Report**. 2004. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2004-global-report>. Acesso em: 10 out. 2020.

_____. **Executive Report**. 2018. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>. Acesso em: 10 out. 2020.

GLOBALIZATION AND WORLD CITIES STUDY GROUP & NETWORK (GaWC).**Introducing GaWC**. Disponível em: <https://www.lboro.ac.uk/gawc/intro.html> . Acesso em 01 dez. 2020.

GRANT THORNTON. **International Business Report (IBR) - Women in Business**. 2012. Disponível em: <https://www.grantthornton.global/en/insights/articles/women-in-business-2012/>. Acesso em: 04 out. 2020.

HAILE, S., EMMANUEL, T., & DZATHOR, A. **Barriers and Challenges Confronting Women for Leadership and Management Positions: Review and Analysis**. **International Journal of Business and Public Administration**. 2016. p. 319-386.

HOYT, Crystal. **Women, Men, and Leadership: Exploring the Gender Gap at the Top**. 02 jul.2010.Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2010.00274.x>. Acesso em: 03 out. 2020.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação**. IBGE, 2020. Disponível em:

https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock. Acesso em: 03 out. 2020.

_____. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação**. IBGE, 2020. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/index.html?utm_source=portal&utm_medium=popclock&utm_campaign=novo_popclock . Acesso em: 03 out. 2020.

_____. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. IBGE, 2016. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/educacao/9127-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 04 out. 2020.

INSTITUTO ETHOS. **Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas**. 2016. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/cedoc/perfil-social-racial-e-de-genero-das-500-maiores-empresas-do-brasil-e-suas-aco-es-afirmativas/>. Acesso em 15 nov. 2020.

JOVCHELOVITCH, S.; BAUER, M. W. Entrevista narrativa. In: Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático, v. 4, p. 90-113, 2002.

KEALEY, Linda. **Enlisting Women for the Cause: Women, Labour, and the Left**. Buffalo, N.Y.: University of Toronto Press. 1998.

LORDE, Audre. **A transformação do silêncio em linguagem e ação**. Sinister Wisdom, Vol. 6, 1978.

MANZINI, E.J. **Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada**. In: MARQUEZINE: M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE; S. (Orgs.) Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial. Londrina: Eduel, 2003. p.11-25.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliografia, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MCKINSEY. **Women matter – Time to accelerate – 10 years of insight to gender diversity**. 2017. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/gender-equality/women-matter-ten-years-of-insights-on-gender-diversity>. Acesso em 01 dez. 2020.

MELO NETO, P. Francisco; FROES, César. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MERRIAM, S. B.; TISDELL, E. J. **Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation** (4th ed.). San Francisco, CA: Jossey Bass. 2016.

MUNHOZ, G. de S. **"Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras."** Encontro Nacional de Empreendedorismo 1 (2000): 164-176.

MURARO, R. M. **A mulher na construção do mundo futuro.** Petrópolis: Vozes, 1995.

NAJAFIZADEH, M.; MENNERICK, L. A. **Gender and social entrepreneurship in societies in transition: the case of Azerbaijan.** 2003. Disponível em: http://findarticles.com/p/articles/mi_qa3821/is_200310/ai_n9337811/. Acesso em: 15 nov. 2020.

OLIVEIRA, Edson Marques. **"Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios—notas introdutórias."** Revista da FAE 7.2 (2004).

_____. **Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias.** 2004. Tese (Doutorado)- Universidade Estadual Paulista - Unesp, Franca, 2004.

OLIVEIRA, Malu. **Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI.** São Paulo: Editora Ática, 1997.

OUTRAM, D. **La langage mâle de la vertu: As mulheres e o discurso da Revolução Francesa.** Em P. Burke & R. Porter (Org.), História social da linguagem (pp. 141-160). São Paulo: Editora Unesp / Cambridge University Press, 1997.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **MULHERES NO TRABALHO, TENDÊNCIAS PARA 2016.** Disponível em: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457096.pdf. Acesso: 26 out. 2020.

HOLLERBACH, L; et al. 2º Mapa de Negócios de impacto. In Pipe.Social, 2, 2019, 217. Disponível em: <https://pipe.social/mapa2019>. Acessado em: 08 fev. 2021.

PITERMAN, Hannah. **Women in Management: The Leadership Challenge.** 2008. Disponível em: https://www.dss.gov.au/sites/default/files/documents/05_2012/report_march08.pdf. Acesso em 04 out. 2020.

SANDBERG, Sheryl. **Faça acontecer: mulheres, trabalho e a vontade de liderar.** Tradução: Denise Bottmann. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

SANDERS, Melanie. *et al.* **What stops women from reaching the top? Confronting the tough issues.** 2011. Disponível em: https://media.bain.com/Images/BAIN_BRIEF_What_stops_women_from_reaching_the_top.pdf. Acesso em: 15 out. 2020.

SANDRONI, P. **Novo Dicionário de Economia.** São Paulo: Editora Best Seller,

1994.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Relatório Especial Empreendedorismo no Brasil**: 2019. [S.l.]. 2019. 28 p.

SCHÜTZE, F. 1992. Pressure and guilt: war experiences of a young German soldier and their biographical implications', Parts 1 and 2, *International Sociology*, 7. p. 187-208, 347-67.

SCHMIDT, R.T. **Repensando a cultura, a literatura e o espaço da autoria feminina**. In: NAVARRO, M. H. O romance na América Latina. Porto Alegre: Editora da UFRGS; MEC/SESu/PROEDI, 1998.

TALENSES GROUP. **Assédio Sexual no Trabalho**. 2019. Disponível em: https://talenses.com/pesquisaassedio/Pesquisa_Assedio_Sexual_no_Trabalho_Talenses.pdf. Acesso em: 10 nov. 2020.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The Global Gender Gap Report**. 2013. Disponível em http://www3.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2013.pdf. Acesso em 10/10/2020.

WOLK, A. M. Social Entrepreneurship & Government: A New Breed of Entrepreneurs Developing Solutions to Social Problems. The Small Business Economy: A Report to the President, 2007, by The Small Business Administration, Office of Advocacy. 2007. Disponível em: http://www.community-wealth.org/_pdfs/news/recent-articles/01-08/report-wolk.pdf. Acesso em 12.02.2021

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Cara empreendedora social.

É com grande satisfação que a convido a participar desta pesquisa acadêmica.

O objetivo da pesquisa é identificar as características gerais daquilo que chamamos “liderança feminina” no empreendedorismo social. Então, em primeiro lugar, devemos nos perguntar sobre “o que significa uma liderança feminina”? Quais são as barreiras enfrentadas por empreendedoras sociais que são também lideranças? Quais são os benefícios de uma “liderança feminina”?

Num mundo cada vez mais globalizado e interligado, a utilização de todos os ativos socioeconômicos é essencial para o sucesso. No entanto, apesar dos progressos, as mulheres continuam a enfrentar discriminação, marginalização e exclusão, ainda que a igualdade entre homens e mulheres seja um preceito universal — um direito humano fundamental e inviolável.

A liderança feminina está em evidência e as empreendedoras sociais têm a oportunidade de resolver problemas, gerar renda, ganhar dinheiro e mudar a realidade do seu entorno e do mundo, quebrando paradigmas e garantindo a pluralidade do ecossistema.

A entrevista será dividida em 3 pilares: pessoal, profissional e social.

Neste sentido, venho solicitar a sua colaboração para o preenchimento deste questionário, salvaguardando o mesmo a confidencialidade e o anonimato sobre os dados obtidos, bem como sobre a identificação dos participantes, servindo os mesmos, unicamente, para fins de investigação científica.

Não existem respostas certas nem erradas, peço que responda com a maior veracidade possível.

Muito obrigada pela sua disponibilidade!

A Discente, _____

(Helaine Feijó)

APÊNDICE B - Questionário Semi - Estruturado Parte I- PESSOAL:

- I. Idade (opcional):
- II. Grau de escolaridade: _____
- III. Estado Civil: _____
- IV. Filhos?(sim) (não). Se sim, quantos? _____
- V. Quais foram suas atividades profissionais antes de empreender?

Parte II - PROFISSIONAL:

- I. Qual foi o ano de fundação da sua empresa? Em rápidas palavras, do que se trata a sua empresa/negócio?
- II. Com quantos funcionários a empresa começou? Qual é o número de funcionários no dia de hoje?
- III. Qual a origem do capital inicial (empréstimo de familiares, economias pessoais, outra fonte)?
- V. Quais os maiores desafios/dificuldades que você enfrentou para empreender e como sobreviveu a elas?
- VI.O seu gênero teve algum impacto nas barreiras ao conduzir seu negócio? Pressões sociais, culturais e familiares?

Parte III - SOCIAL:

- I.Você acredita que o empreendedorismo social pode ser uma ferramenta promotora do empoderamento feminino?
- II. Em quais aspectos você acha que a mulher empresária se destaca dos homens?
- III. Como o empreendedorismo social pode demonstrar e reforçar os estereótipos de gênero na economia?
- IV..Alguma coisa relevante em sua experiência como empreendedora social não foi tratada nesta entrevista e que você gostaria de acrescentar?

A sororidade é o resultado de muita luta e ainda temos muito caminho pela frente.