

EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

* Marcia Aparecida Prim, ** Édis Mafra Lapolli, * * * Neiva Aparecida Gaspareto Cornélio

* Mestrando em Engenharia e Gestão do Conhecimento - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil, Telefono: (55+48) 37217121 - Email: marciaprim@hotmail.com

** Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento – Professor Orientador, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil, Telefono: (55+48) 37217121 – Email: edisplandion@gmail.com

*** Doutora em Engenharia de Produção – Professor , Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil, Telefono: (55+48) 37212724 – Email: neiva.gasporetto@ufsc.br

Sub–tema 3

Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.

1 INTRODUCCIÓN

El escenario de negocios se encuentra actualmente en un momento de grandes cambios, donde las pequeñas y medianas empresas, aparecen todos los días en Brasil. El concepto de la iniciativa empresarial se ha informado ampliamente desde la década de 1990, esto porque, después de varios intentos de estabilizar la economía y el hecho de la globalización, muchas personas / empresas han buscado alternativas para aumentar su potencial económico y permanecer en el mercado.

En los últimos años el perfil empresarial ha evolucionado de manera sigificativa, lo que indica el creciente número de empresarios y un momento favorable en todos segmetos productivos. Los factores que han permitido este cambio, según GEM (. 2013, p 21), serian, entre otros factores, el crecimiento de la economía brasileña, la expansión del empleo y la reducción significativa de la tasa de desempleo. Estos fatctores posibilitaron mejorar los ingresos, un mayor acceso al crédito y ha contribuido a la expansión del mercado interno de consumo de masas.

Según el mismo informe, teniendo en cuenta los datos de la población (18-64 años, alrededor de 123 millones de personas) es importante señalar que en el año 2013, hay 40 millones de brasileños que participan en la actividad empresarial y se concentra en el grupo de edad 25-44 años. La participación de las mujeres (51,9%) se mantuvo por encima del número de hombres empresarios (48,1%). Las mujeres consideran que la iniciativa empresarial permite la autonomía financiera, una mayor satisfacción con la gestión de sus vidas, y para promover la innovación y el cambio en la cultura organizacional de Brasil. Constituye como contrapunto a la exclusión de las mujeres en el proceso de sucesión de empresas (Macedo, caixeta, Guimarães, Macedo, y Hernández, 2004).

Este artículo tiene como objetivo estudiar, a través de un estudio cualitativo de la literatura, las posibilidades y desafíos de las mujeres empresarias en Brasil y la relación entre los temas empresariado femenino, empoderamiento de las mujeres y la igualdad de género, de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

2 OBJETIVOS

2.1 General

Estudiar las posibilidades y desafíos de la iniciativa empresarial de las mujeres en Brasil.

2.2 Específicos

Los objetivos específicos son:

- definir el concepto de emprendimiento;
- presentar las características de la iniciativa empresarial femenina;
- analizar las posibilidades de empoderamiento de las mujeres en la sociedad;
- verificar si la iniciativa empresarial femenina permite a la igualdad de género como sugieren las propuestas de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

3 MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación ha sido exploratoria y se basó en el método cualitativo, basado en revisión de la literatura, con base en la encuesta de los principales referentes en el tema en cuestión.

Los artículos identificados fueron categorizados y clasificados en los temas: 1) Concepto de la iniciativa empresarial); 2) la iniciativa empresarial de la mujer; 3) El empoderamiento de las mujeres y 4) Disponibilidad de interfaz emprendedorismo y la igualdad de género en relación con las metas de los ODM.

Se realizó una búsqueda en bases de datos del SEBRAE- Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Institute for Scientific Information (ISI), Scientific Electronic Library Online - SCIELO y el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística – IBGE.

4 RESULTADOS

4.1 Concepto de Emprendimiento

Tener una visión empresarial, abrir su propio negocio y convertirse en un empresario exitoso es el sueño de muchos brasileños. Sin embargo, hay un largo camino por recorrer, como la apertura de una empresa no depende exclusivamente de la planificación y la dedicación del empresario, sino también de la sabiduría para enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades del mercado en su conjunto.

Según Dornelas (2001, p. 15), “la preocupación por la creación de pequeñas empresas perdurables y la necesidad de disminución de las tasas de mortalidad de estas empresas son, sin duda, motivo de la popularidad del término espíritu empresarial”. El autor define el espíritu empresarial como una actividad autónoma, la apertura de un nuevo desarrollo o expansión del mismo, así como la mejora de procesos y métodos ya existentes, objetivando ventaja competitiva.

Según Robinson (2010) la iniciativa empresarial es el principal factor de promoción del desarrollo económico y social de un país. Identificar

oportunidades, apoderarse de ellos y buscar los recursos para convertirlos en negocios rentables son el papel del empresario.

Emprender es iniciar pequeños negocios y desarrollarlos hasta que sean un gran negocio, exitosos y durables. Es un vehículo de la innovación, de desarrollo económico y de logro individual. La sociedad brasileña tiene una imagen positiva del papel del empresario como alguien que tiene el poder, la competencia, la creatividad, la riqueza y otras características, tal como se presenta a continuación.

Segundo Informe GEM (2013), en Brasil, la tasa total de empresarios (inicial y establecido) alcanza el 32,3% de las actividades y representa alrededor de 40 millones de personas que participan en la creación o administración de cualquier tipo de negocio.

Según el mismo informe, resalte el perfil y las características de los empresarios, de acuerdo con la Tabla de Distribución de la Muestra, según Características Socio-Demográficas - Brasil y Regiones - 2013 (GEM, 2013, p. 24). La edad de la concentración de los empresarios está en el grupo de edad 25-44 años, con un total del porcentaje de 48,6% de la muestra. En relación al nivel de sus ingresos existen importantes diferencias regionales: "La proporción de la muestra de las personas en el grupo de ingresos de menos de 3 veces el salario mínimo es de 75,7% en el Noreste, mientras que en el Sur, este porcentaje es del 61,6% (. p.23). "Por último, es importante tener en cuenta que en el nivel de escolaridad, el 51,9% no ha completado la escuela secundaria y el 32,7% había completado la escuela secundaria.

Además de las características sociodemográficas presentadas anteriormente, podemos destacar otras características, según da Costa, Barros y Martins (2008). Según este autor los rasgos que destacan los empresarios son casi siempre el mismo: los valores y la cultura del emprendimiento adquirida por un modelo empresarial para los jóvenes; la tenacidad y la capacidad de tolerar la ambigüedad y la incertidumbre; experiencia en los negocios; diferenciación; la intuición; participación; trabajadores incansables; correr riesgos moderados; soñadores realistas (visionarios); imaginativos; líderes; recurrir a los resultados; trabajar con moderación en la red; tienen su propio sistema de relaciones con los empleados; controlan el comportamiento de las personas que les rodean; aprenden con sus propias normas.

Para Filion (2000), el empresario es una persona que dedica toda su energía en la innovación y en el crecimiento, que se manifiesta de dos maneras: (1) la creación de su empresa o (2) el desarrollo de algo totalmente nuevo en una empresa que ya existía. Se puede decir que, además de que el empresario siempre está en busca de equilibrio, con el fin de encontrar respuestas claras y objetivas en el caos y en la turbulencia del ambiente, también puede identificar oportunidades en la búsqueda del desarrollo nacional. Una visión más reciente y actual que despierta interés es la participación más activa de las mujeres en este escenario. Por lo tanto, nuestro propósito en la siguiente sección, es presentar algunas de las características y ajustes del emprendimiento femenino.

4.2 - Características del Espíritu Empresarial Femenino

El término Emprendimiento Femenino está relacionada con el papel de la mujer mientras emprendedora y manager de negocios.

Según la Tabla de Distribución de la Muestra Según Características Socio-Demográficas - Brasil y Regiones - (GEM, 2013, p 25) de 2013, el número de mujeres empresarias de Brasil (51,9%) se mantuvo por encima del número de hombres emprendedores (48, 1%).

Según Silveira, Gouvea y Hoeltgebaum (año 2008), en Brasil, también, la participación de la mujer emprendedora obtiene nueva connotación, sobre todo delante de las pequeñas y medianas empresas. Este tipo de negocio también ha crecido en importancia en el país, que representan el 60% de los empleos en la población económicamente activa. Actualmente hay 3,5 millones de pequeñas empresas, que representan el 98,3% de las empresas registradas en el país, de acuerdo con el SEBRAE (2006).

Los estudios también muestran que las mujeres tienden a crear organizaciones en segmentos tales como negocios minoristas y área de servicios, que por lo general requieren un capital inicial más bajo, son intensivos de mano de obra y menos rentable. Al parecer, estas mujeres no pueden aspirar a grandes empresas, en términos de saber que la demanda de tiempo y dedicación sería aún mayor, lo que implicaría sacrificar más tiempo en familia, y esta es una fuente de conflicto y angustia para muchas de las mujeres [...]. Valoran las relaciones con los empleados de la organización, especialmente si estas personas son la familia de [...]. Adoptan un estilo de liderazgo administrativo que tiene como objetivo fomentar las relaciones y la confianza positivas, compartir el poder y la información (SILVEIRA, GOUVEA Y HOELTGEBaum, 2008).

También de acuerdo con los autores anteriores, las mujeres han desempeñado un papel cada vez más activo en el entorno empresarial y la sociedad, contribuyendo activamente a la generación de empleo e ingresos en varios países. La posibilidad de la influencia del emprendedor va más allá del ámbito de crecimiento personal y el potencial económico son referencias positivas a nuestra cultura. Haciendo con que la sociedad perciba claramente las variaciones del perímetro de la estructura empresarial y de las familias.

Estudios más recientes han demostrado que además de la mayor participación de las mujeres en este ámbito, también crece los estudios científicos sobre el tema, pero de una manera fragmentada y dispersa.

Citando Gouveia (2009, p 36), publicado en 1976, fue uno de los primeros artículos sobre el espíritu empresarial femenino y allí, se abordaron los aspectos relacionados con la motivación de las mujeres emprendedoras, características de la personalidad, las operaciones, el crédito y la discriminación. En cuanto a la motivación, este autor atribuye a la necesidad de tener una ocupación y estar satisfecho con él, y las necesidades económicas y deseo de ser independiente. Entre los principales rasgos de la personalidad están la autoestima y el deseo de realización. Otro aspecto importante, es el hecho de que las mujeres

asisten y vigilan de cerca el negocio y sus operaciones comerciales.

De acuerdo con Anderson y Woodcock (1996, citado en Jonathan, 2011), las razones que llevan a las mujeres a emprender son: la supervivencia, la insatisfacción con el liderazgo masculino, encontrar un nicho de mercado, la satisfacción en la toma de sus propias decisiones, la percepción del desafío, en combinación con el placer y la satisfacción asociada allí, es el factor principal. Según el mismo autor, hay otros factores que llevan a las mujeres a crear su propio negocio: 1) la libre determinación, la autonomía y la libertad; 2) retos y atracciones empresariales con el reconocimiento; 3) las barreras y la discriminación dentro de las empresas y 4) en horario flexible y razones familiares.

Sin embargo, a pesar de los factores de motivación señalados anteriormente, no podemos dejar de mencionar los retos y obstáculos encontrados, especialmente como la discriminación, la falta de apoyo y crédito y las luchas internas que buscan un equilibrio entre las tareas diarias de la vida, familiar y de negocios.

Según Cassol, Silveira y Hoeltgebaum, (2007) en un artículo publicado en la reunión EnAMPAD demostró esta lucha interna para entender los distintos papeles que desempeñan las mujeres en la sociedad.

Para estos autores, la participación de las mujeres en la iniciativa empresarial describe un procedimiento de tensión para ellas mismas: [...] es que las mujeres enfrentan a una lucha interna constante con el fin de equilibrar las exigencias de la vida familiar y de negocios.

Sin embargo, algunos estudios muestran que para hacer frente a estas dificultades de las mujeres, quienes a pesar de ser los efectos estresantes de la búsqueda de equilibrio entre potestades con la familia y el trabajo, han desarrollado habilidades para enfrentar a ellos, que son: el [...] el uso de estrategias de gestión participativa, la delegación y la difusión de la visión entre los empleados, que pueden contribuir al crecimiento de sus empresas y disminuir las cargas sobre sí mismos. Por lo tanto, pueden encontrar una manera de ocupar los diferentes roles sociales en la actualidad.

A pesar de todos estos retos y barreras, todos los autores estudiados, se hizo evidente que las mujeres consideran la iniciativa empresarial como un factor que permite la autonomía financiera y una mayor satisfacción con la gestión de sus vidas. Por lo tanto se puede concluir que permite una mayor autonomía y promueve la igualdad entre hombres y mujeres. La igualdad de género es una parte integral de desafíos y las metas del milenio y una forma de buscar este espacio es a través de la transferencia de poder y la responsabilidad, del cambio de la cultura y del perfil de nuestra sociedad. Por lo tanto, nuestro siguiente tema será el de reflexionar sobre el proceso de empoderamiento de las mujeres.

4.3 Empoderamiento de la Mujer

La igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres son derechos humanos que están relacionados con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), se cree que es un requisito previo para el desarrollo de una sociedad.

Sin embargo, para entender la participación de la mujer en la sociedad brasileña es necesaria la lectura histórica que muestra un estado de polarización, discriminación, violencia y exclusión de la misma. Esta situación está bien definida cuando se observa que la entrada de las mujeres en el mercado laboral puede significar una sobrecarga de doble turno, ya que sigue siendo responsable de las tareas domésticas, el cuidado de los hijos y de la familia en general.

Un estudio sin precedentes realizado por el Plan, una organización internacional dedicada a la defensa del niño, es que este trayecto de doble turno, en Brasil, se inicia en la infancia. El término "doble turno", sirve para explicar la mujer que trabaja fuera del hogar y cuando vuelva a estar, todavía tiene que hacer todo el trabajo doméstico, a diferencia de los hombres que generalmente toman mucho menos actividades en el hogar (LARA, 2015).

Esta investigación muestra que la sobrecarga de las mujeres comienza en la infancia, cuando las tareas domésticas se asignan sólo a las niñas, como la delimitación de un lugar diferente, la segregación de la misma en la sociedad. En el mundo del trabajo y de los negocios tal situación también existe.

Históricamente, en la década de 1970, las mujeres comenzaron a luchar por sus derechos y entrar en el mundo de los negocios. Pero hoy en día, en todos los sectores del mercado laboral los niveles salariales, para el sexo femenino, sigue siendo inferior a la del hombre.

Según datos de la PNAD 2012 (Investigación Nacional por Muestra de Domicilios), realizado y publicado por el IBGE / 2012 muestran que los hombres siguen ganando más que las mujeres, en 2010, el ingreso promedio mensual de las mujeres era equivalente a 72,9 % de los hombres. En 2011, esta proporción fue mayor: 73,7%.

A pesar de todas las adversidades presentadas anteriormente, la mujer alcanza todos los días, su lugar en la sociedad, desde el acceso a la escuela hasta la política en general. Estos hechos demuestran que el poder está cambiando poco a poco las manos, las mujeres están asumiendo nuevos puestos de trabajo y una nueva posición en la sociedad, que anteriormente había sido posible sólo a los hombres. Promoviendo un cambio cultural en la sociedad en su conjunto, dando prioridad a su autonomía en la búsqueda de la igualdad de género. Tal nos lleva a analizar el concepto de feminismo empoderamiento.

Moreira; Ferreira; Lima y Ckaagnazroff (2012 p. 403), utilizan dos autores específicos para explicar el significado el empoderamiento de las mujeres. Gohn (2004) afirma que la autonomía, entendida como la capacidad de los individuos y grupos para decidir sobre los asuntos que les conciernen, ha utilizado en el contexto de las políticas públicas, que hace hincapié en su función de generar un desarrollo autosostenido. Según Romano (2002), el enfoque de empoderamiento implica el desarrollo de capacidades de las personas pobres y excluidas socialmente para superar las principales fuentes de privación de libertades.

Por lo tanto, según estos autores, el empoderamiento permite la

emancipación y la libertad de las mujeres para decidir y controlar su propio destino de manera responsable. Esta capacidad de poder se hace posible por el logro de las relaciones más democráticas.

El empoderamiento de la mujer, que es el empoderamiento de las mujeres, trae una nueva concepción del poder, la construcción de nuevas responsabilidades colectivas, toma de decisiones y la responsabilidad compartidas en asegurar nuevas relaciones democráticas a la sociedad.

El empoderamiento de las mujeres es también un desafío de tratar de resolver una sociedad basada en relaciones patriarcales en las que el hombre mantiene sus privilegios. La mujer debe tener el derecho a la autonomía en relación con la gestión de su vida en todos los ámbitos: su trabajo, en la vida política, el control de sus cuerpos, su sexualidad, su derecho de ir y venir.

4.4 El espíritu empresarial femenino y la posibilidad de la construcción de la igualdad de género como las propuestas de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)

El empoderamiento de las mujeres para participar en la sociedad en todos los sectores y niveles de actividad económica con plenitud es esencial para construir economías fuertes, más estables y justas. Para ello, es necesario garantizar que los objetivos de sostenibilidad y los derechos humanos, las mejoras en la calidad de vida de las mujeres, las familias y las comunidades se crean y se hacen cumplir.

En 2000, la ONU (Naciones Unidas) se unió a representantes de 189 países, los líderes estatales y gubernamentales, la reunión "Cumbre del Milenio de la ONU". De las discusiones surgieron las propuestas y los "Objetivos de Desarrollo del Milenio para 2015".

De los cuales citamos a continuación para obtener información:

- Erradicar la pobreza extrema y el hambre;
- Lograr la enseñanza primaria universal;
- Promover la igualdad de género y autonomía de la mujer;
- Reducir la mortalidad infantil;
- Mejorar la salud materna;
- Combatir el VIH / SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
- Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente;
- Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Como inicialmente presentado nuestro trabajo se centra específicamente en el objetivo 03 - Promover la igualdad de género y autonomía de la mujer. Sin embargo, asegúrese de que este objetivo se cumpla requiere políticas y acciones internacionales para el empoderamiento y la autonomía de la mujer en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad.

De acuerdo con los Principios de Empoderamiento de la Mujer, un

documento creado en asociación UNIFEM y el Pacto Mundial de la ONU en 2010, con el objetivo de ayudar a la comunidad empresarial en el cumplimiento de este objetivo:

Empoderar a las mujeres y promover la igualdad de género en todas las actividades sociales y de la economía son garantías para fortalecer las economías, impulsar el negocio, mejora de la calidad de vida de mujeres, hombres y niños, y al desarrollo sostenible.

Consciente del papel de las empresas para el crecimiento de las economías y el desarrollo humano, ONU Mujeres y el Pacto Mundial crearon Principios para el Empoderamiento de la Mujer. Los Principios son un conjunto de consideraciones que ayudan la comunidad empresarial a incorporar en sus valores y prácticas una orientación de igualdad de género y empoderamiento de las mujeres.

Promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres significa dar oportunidades y condiciones para que las mujeres desempeñen sus roles en la sociedad de manera equitativa a los hombres. Igualdad, asume que todos los individuos son iguales, y sujeto a las mismas leyes, ya que la igualdad de género significa la igualdad de derechos y deberes entre los sujetos, tanto mujeres, como los hombres.

Entonces consideramos importante presentar el resumen de Principios para el Empoderamiento de las Mujeres del Pacto Mundial de las Naciones Unidas:

- 1) Establecer el liderazgo corporativo de alto nivel para la igualdad de género.
- 2) Tratar a todas las mujeres y hombres justa en el trabajo - respetar y apoyar los derechos humanos y la no discriminación;
- 3) garantizar la salud, la seguridad y el bienestar para todos, mujeres y hombres trabajadores, mujeres y hombres;
- 4) Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres;
- 5) Poner en práctica el desarrollo empresarial, cadena de suministro y las prácticas que permiten a las mujeres de comercialización;
- 6) Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo;
- 7) Medir e informar públicamente sobre los progresos realizados para lograr la igualdad de género.

Aunque teniendo en cuenta la importancia de todo lo más destacado en particular los principios 2 y 5, creemos que estamos plenamente de acuerdo con nuestro estudio, ya que se presenta la iniciativa empresarial y el empoderamiento de las mujeres como una forma de búsqueda de la igualdad de género.

El principio 2 trata de igualdad de oportunidades, la inclusión y la no discriminación, (a) pagar igual remuneración, inclusive prestaciones, por un trabajo de igual valor, y tratar de pagar un salario digno a todas las mujeres y hombres. (B) asegurar que las políticas y las prácticas en el lugar de trabajo libre

de discriminación basada en el género. (C) implementar prácticas de contratación y retención que tengan en cuenta el género y la forma proactiva contratación y nombramiento de mujeres a puestos directivos y cargos ejecutivos y en la junta ejecutiva. (D) garantizar la participación suficiente de las mujeres - 30% o más - en la toma de decisiones y la gestión pública en todos los niveles y en todas las áreas de negocio. (E) ofrecen opciones flexibles de trabajo, salir y regresar oportunidades a la igualdad de remuneración y la posición de estado. (F) apoyar el acceso a cuidado de menores y dependientes de proveer servicios, recursos e información para mujeres y hombres.

El principio 5 trata de desarrollo de negocios y práctica de la cadena de suministro y mercadeo. (a) ampliar las relaciones comerciales con las empresas propiedad de mujeres, incluidas las pequeñas empresas y mujeres empresarias. soluciones (b) de apoyo que tengan en cuenta el género al crédito y barreras para los préstamos. (c) Solicitud de socios de trabajo y compañeros de respetar el compromiso de la empresa para avanzar en la igualdad y la inclusión. (d) El respeto a la dignidad de la mujer en todo el marketing y otros materiales de la compañía. (e) asegurarse de que los productos, servicios e instalaciones de la empresa no se utilizan para la trata de personas y explotación laboral y sexual.

El principio 05 trae el tema de desarrollo de negocios en el que podemos presentar los temas de emprendimiento femenino, que se considera un fenómeno guía en la búsqueda de esta igualdad. Las nuevas mujeres empresarias rompen barreias y están enfocadas en el centro de algunos estudios. Según Wilkens (1989 p. 265) "muchas mujeres de negocios hoy en día traen fortalezas únicas al mundo corporativo. Fuerzas que pueden formar la base de un nuevo estilo de liderazgo".

5 CONCLUSIONES

El espíritu empresarial en Brasil y en el mundo es, sin duda, un tema relevante y ocupa una creciente participação la comunidad económicamente activa. Cerca de 40 millones de brasileños están directamente involucrados con las actividades empededoras. Hay mucha discusión como el espíritu empresarial, como actividad innovadora y con sus propias características, puede cambiar el panorama de los negocios y cómo las mujeres empresarias pueden ser los agentes de este gran cambio. De hecho las mujeres están llevando a cabo más que los hombres, ya sea para escapar del ambiente árido del mundo empresarial, para buscar un horario flexible o adquirir la autonomía y la independencia financiera.

Sin embargo, algunos de los retos que consideremos ejemplo de turnos dobles, la constante lucha interna para equilibrar las exigencias de la vida familiar y de negocios y la falta de crédito y de inversión para estimular la formación y la falta de políticas la las mujeres para los negocios.

Los artículos estudiados mostró que las mujeres consideran la iniciativa empresarial un fuerte aliado de la igualdad de género en la búsqueda de la autonomía y el empoderamiento, a pesar de que no tienen en cuenta como factor de éxito sólo el lucro financiero, sino también los índices de satisfacción personal.

También mostró que la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres son derechos humanos que están relacionados con los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que son los principales factores para el crecimiento de una

sociedad democrática y justa.

La justicia guiada por los caminos de la igualdad de derechos para hombres y mujeres, donde históricamente nos damos cuenta de que la discriminación comienza en la infancia, se ejecuta a través de un proceso histórico hasta llegar en las organizaciones. Hemos observado que los hombres perciben un mayor valor de sus servicios. Pero a pesar de esta histórica negativa, las mujeres buscan gradualmente su espacio en la sociedad y en los negocios, lo que provoca un cambio cultural de intercambio de poder.

Empoderar a las mujeres a participar en la vida económica en todos los sectores y niveles de la actividad económica con plenitud es esencial para construir economías fuertes, más estables y justas, garantizar que los objetivos de sostenibilidad y los derechos humanos, la mejora de la calidad vida de las mujeres, las familias y las comunidades.

Para ayudar a la comunidad empresarial para incorporar en sus valores y prácticas de negocios que buscan la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer fue lanzado por la ONU (2010) un documento con los principios de la autonomía de la mujer. Estos principios, en especial el 2 y el 5 son plenamente coherentes con nuestro entendimiento, porque apunta a la igualdad de oportunidades y para el desarrollo empresarial y las prácticas de las mujeres.

Por lo tanto, se concluye que el espíritu empresarial es un mercado muy atractivo en todos los sectores de la economía brasileña, y que las mujeres, con sus propias características tienen gran contribución para un cambio en la sociedad. El empoderamiento de las mujeres las hace fuertes, brinhantes y sobre todo innovadoras.

NOTAS:

Os Princípios de Empoderamento das Mulheres, produto da colaboração entre o UNIFEM e o Pacto Global das Nações Unidas e fundamentados em consulta pública internacional com múltiplas partes interessadas, são adaptados dos Calvert Women's Principles® (Princípios Calvert para as Mulheres). Os “Princípios Calvert para as Mulheres” foram originalmente desenvolvidos em parceria com o UNIFEM e lançados em 2004, como o primeiro código corporativo de conduta focado exclusivamente em empoderar, alavancar e investir nas mulheres em todo o mundo. <http://www.unifem.org.br/sites/700/710/00001126.pdf> Acesso em 22.02.2015.

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Pnad 2012 - IBGE, http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=149. Acesso em 25.02.2015.

Sites:

<http://www.opulodogato.org/empoderamento-feminino/#ixzz3RU3RU500>

http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=149

<http://www.objetivosdomilenio.org.br/> Acesso em 20.02.2015.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca and MARTINS, Paulo Emilio Matos. Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho: a construção discursiva do conceito de empreendedorismo. **Rev. Adm. Pública[online]**, vol.42, n.5, pp. 995, 2008.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FILLION, Louis Jacques. **Boa ideia! E agora? São Paulo**: Cultura Editores Associados, 2000.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicol. clin.[online]**. 2011, vol.23, n.1, pp. 65-85.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2013: relatório nacional**. Curitiba: IBQP, 2013.

LOW, M. B. e MACMILLAN, I.C. Entrepreneurship: past research and future challenges. **Journal of Management**, jun., 139-59, 1988.

MACÊDO, K. B., CAIXETA, C. M. M., GUIMARÃES, D. C., MACEDO, G. N. S., & HERNANDEZ, J. C. (2004). O processo sucessório em organizações familiares e a exclusão da mulher. **Psicologia & Sociedade**, 16 (3), 69-81.

MOREIRA, Nathalia Carvalho; FERREIRA, Marco Aurélio Marques; LIMA, Afonso Augusto Teixeira de Freitas Carvalho and CKAGNAZAROFF, Ivan Beck. Empoderamento das mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família na percepção dos agentes dos Centros de Referência de Assistência Social. **Rev. Adm. Pública [online]**. 2012, vol.46, n.2, pp. 403-423.

ROBINSON, Ken. **O Elemento-Chave**. Ediouro. 2010.

SARKAR, S. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 265 p.

SILVEIRA, Amélia, HOELTGEBAUM, M.; GOUVEA, A. B. C. T. . Empreendedorismo Feminino: Características, Considerações e Entendimentos de Mulheres Gerentes de Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina, Brasil. In: **Seminários em Administração da FEA-USP (SemeAd)**, 2008, São Paulo.v. 1. p. 1-15.

WILKENS, Joanne. **A mulher empreendedora: como iniciar seu proprio negócio**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.