

LUGAR DE MULHER É NO TRABALHO COMUNITÁRIO?!: UM ESTUDO SOBRE RELAÇÕES DE GÊNERO NAS EMPRESAS SOCIAIS

Laísa Santos Magalhães
Natália Ribeiro Correa
Sônia Maria Costa Azevedo
Armindo dos Santos de Sousa Teodósio
Carolina Maria Mota Santos

Resumo

Diante das discussões que envolvem questões pautadas na perspectiva de gênero com um enfoque na mulher dentro do mercado de trabalho, é importante destacarmos como se dão tais questões entre homens e as lutas feministas para que as mulheres pudessem ser inseridas no ambiente organizacional, principalmente em cargos com níveis elevados. Nesse viés, este estudo busca atrelar as mulheres ao setor 2.5 da economia, que são as empresas sociais que tem como objetivo solucionar problemas sociais dentro de uma sociedade, principalmente para as pessoas excluídas e de baixa renda. Portanto, através da pesquisa bibliográfica e exploratória, este estudo visa compreender as relações de gênero nas empresas sociais, assim como, visa analisar qual o percentual de mulheres que estão em posições de poder dentro dessa tipologia de empresa. Visto que, um dos objetivos desse setor é a inclusão social. Baseando-se nas abordagens mencionadas ao longo do estudo, foi possível constatar que apesar de seus objetivos, os negócios de impacto assim como as empresas tradicionais, possuem um menor percentual de mulheres em relação aos homens, atuando como fundadoras e em cargos gerenciais, o que evidencia a necessidade de reestruturação dessas organizações, a fim de que, as oriente para a inclusão social e a diversidade, tornando-as inovadoras para que possam suprir as lacunas existentes na sociedade.

Palavras-chave: Relações de Gênero; Masculinidade Hegemônica; Empreendedorismo Social; Empresas Sociais.

1 INTRODUÇÃO

Questões de gênero sempre foram pontos de discussão dentro do ambiente organizacional. Conforme argumenta Araújo (2005), os estudos de gênero que antes eram focados em mulheres, foram ampliados para os estudos de relações de gênero, já que a história das mulheres não pode ser separada da história dos homens.

Quando se fala em relações de gênero, é preciso ter em mente que gênero é bem mais do que as interações entre homens e mulheres. O gênero faz parte de uma configuração ampla que envolve a economia, o Estado, a família e a sexualidade. Sendo assim, essa estrutura é complexa e vai muito além dos papéis de sexo ou as questões biológicas (Connell, 1995).

Historicamente, pode-se dizer que a mulher se deparou e depara com diversas barreiras no que diz respeito ao seu papel dentro das organizações e para a construção de sua carreira

profissional, uma vez que, têm de lidar com a masculinidade hegemônica presente na sociedade como um todo. Segundo Grossi (2004), é com a Revolução Industrial que se solidifica a ideia de que política e trabalho estão associados ao masculino e, por outro lado, o lar e o doméstico, ao feminino.

Uma das principais transformações é a questão do trabalho. Entendendo o trabalho como fonte de realização pessoal que lhe confere *status*, autonomia e a realização de suas necessidades econômicas, o acesso das mulheres ao trabalho pago permanece condicionado pela domesticidade de suas relações, uma espécie de dimensão exterior de suas vidas, ao contrário dos homens, em que o trabalho é algo naturalizado, imperativo de suas trajetórias de vida. (Araújo & Scalón, 2005).

Todavia, a inserção da mulher no mercado de trabalho ocorreu juntamente com o advento da I e II Guerras Mundiais, uma vez que, as mulheres foram para as fábricas no esforço de guerra, enquanto os homens estavam no *front* das batalhas, sendo que muitas delas ficavam viúvas ou seus maridos retornavam da guerra impossibilitados de trabalhar. Diante dos fatos, elas foram para as indústrias, a fim de manter o sustento das suas famílias. Assim sendo, essas mulheres iniciaram uma dupla jornada, porém ganhavam um salário inferior ao dos homens (Probst, 2007).

Dessa forma, percebe-se como realidade social das mulheres, as jornadas duplas, conciliando afazeres domésticos e trabalho formal remunerado. Identifica-se também, em alguns casos, as jornadas triplas, que incluem a dimensão do estudo, uma vez que a remuneração das mulheres é inferior à dos homens, mesmo que sua qualificação seja superior (Amaral & Vieira, 2009).

Segundo Araújo (2005), há um distanciamento dos homens e mulheres das sociedades ocidentais, quanto às divisões de sexo, os estereótipos de gênero, traçados pela própria sociedade e até hoje vigentes. Sendo assim, emerge novos modelos de masculinidade e da feminilidade que se relacionam de forma mais harmônica com os modelos hegemônicos de gênero ainda existentes.

Um dos papéis atribuídos à condição feminina pela masculinidade hegemônica diz respeito ao fazer ações sociais. Não é por acaso que as chamadas “Primeiras Damas”, ou seja, as esposas de políticos eleitos em diferentes níveis do executivo, acabam por assumir as obras sociais no mandato político de seus maridos. Porém, nos últimos anos, novas formas de intervenção visando a solução de problemas socioambientais começaram a se multiplicar em todo o mundo, inclusive no contexto brasileiro. Essas novas formas, geraram novos formatos organizacionais e novas dinâmicas de trabalho e renda, notadamente no que se convencionou chamar de Empreendedorismo Social. Esses novos formatos organizacionais trazem consigo ideais de profissionalização da ação social ou eliminação do amadorismo e improvisação, aprimoramento do impacto gerado pelas intervenções sociais e desenvolvimento de estratégias e métodos gerenciais mais consistentes para lidar com a complexidade dos desafios socioambientais contemporâneos.

Um campo específico dentro do Empreendedorismo Social é o das chamadas Empresas Sociais, que recebem diferentes denominações na literatura: Setor 2,5; Negócios Sociais; Negócios de Impacto; e *B Corporations*; dentre outras. Alguns desses empreendimentos são comandados por mulheres. O discurso de senso, muitas vezes permeado pela masculinidade hegemônica, comum associa à mulher uma disposição e habilidade naturais e até determinada biologicamente para o cuidado social e do meio ambiente. Porém, um olhar mais detido sobre o universo das empresas sociais é capaz também de descobrir que mulheres negras, de comunidades tradicionais como as indígenas, oriundas de territórios periféricos, pobres, com baixa escolaridade e histórico de violência perpetrada por seus companheiros estão à frente de muitos dos empreendimentos presentes no universo das empresas sociais.

Levando em consideração os fatos mencionados, este estudo tem como objetivo, analisar através da literatura as relações de gênero e as questões da masculinidade no ambiente organizacional, porém, com um enfoque nas empresas sociais, visto que, essa tipologia de empresa tem como objetivo auxiliar as sociedades que estão às margens e gerar um impacto socioambiental positivo. Diante dos fatos, irá analisar se há uma representatividade feminina dentro dessas organizações, como se dá a inserção feminina nesses contextos organizacionais e qual o sentido dessa inserção.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Relações de Gênero e a Masculinidade nas Organizações

O conceito de gênero possui várias vertentes, no plano biológico gênero é entendido como uma designação de indivíduos de sexos diferentes (masculino e feminino). Nesse mesmo contexto, é importante considerar também o conceito de gênero pautado na literatura feminista, uma vez que, o mesmo enfatiza outras características que o plano biológico não leva em consideração, como, questões culturais e sociais, que conseqüentemente, acaba por ser o mais utilizado (Araújo, 2005). Logo, Eccel e Grisci (2011), evidenciam que o contexto no qual os indivíduos masculinos e femininos vivem são importantes para os estudos de relações de gênero, pois seus significados são socialmente construídos.

Sendo assim, as questões de gênero são marcadas principalmente por uma série de acontecimentos, de desigualdade entre homens e mulheres. Essas desigualdades ocorrem uma vez que, há um modelo de masculinidade que é imposto na sociedade (masculinidade hegemônica) e pautada no patriarcado. Por ser pautada no patriarcado, as mulheres são questionadas, visto que, não se encaixam no padrão imposto pela masculinidade hegemônica, o que leva a exclusão da mulher de forma física e moral na sociedade (Connell, 1995).

De acordo com Nolasco (1993), a masculinidade é marcada pela negação à feminilidade; pelo trabalho, que atribui ao homem autossuficiência, independência financeira e social; pela capacidade de sustentar a família sozinho; pela paternidade que é vista como uma obrigação social e pela representação de poder sexual e reprodutor.

Segundo Connell (1995), “a masculinidade é uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero” (p.188). Nessa perspectiva, Connell vai além e traz em seus estudos a ideia de que a masculinidade está em constante mudança e construção.

Nesse viés, o conceito de hegemonia não está relacionado à violência e sim ao fato de ascender por meio da cultura, das instituições e da persuasão. Pois, a masculinidade hegemônica foi considerada um conjunto de ações que permitiu que a dominação dos homens sobre as mulheres continuasse (Connell & Messerschmidt, 2005). Assim, Connell e Messerschmidt (2005), nos mostra “a produção e a contestação da hegemonia em ordens de gênero historicamente mutáveis são um processo de enorme importância para o qual continuaremos precisando de ferramentas conceituais.” (p. 274).

Logo, os cargos de tomada de decisão são mais indicados para as pessoas que produzem e consomem masculinidade de acordo com a própria função da masculinidade de produzir diferenças sociais, econômicas e institucionais. Os trabalhadores relacionam feminilidade à fragilidade e a trabalhos de execução e não a cargos de comando (Souza, Bianco & Junquilha, 2015).

Corroborando a perspectiva de Alcadipani e Tonelli (2014) destaca-se que a dinâmica de gênero influencia no clima organizacional das instituições. Além disso, a hegemonia masculina está relacionada com questões de opressão, por meio da imposição de uma violência simbólica sob as posições subalternas à masculinidade.

Nesse contexto, entre os homens há relações de poder e hierarquizações, o que constituem diferentes modos de viver como homem. A masculinidade não tem um conceito ideal explícito, mas seu entendimento atravessa as crenças, ideias e representações do que é valorizado em cada contexto. A ideia da hegemonia masculina é corroborada pelas mulheres que legitimam determinados comportamentos masculinos tanto em seus discursos, quanto em suas ações no cotidiano (Eccel & Grisci, 2011).

Nas sociedades tradicionais, o gênero é rotulado por atividades femininas e masculinas, sendo exclusivas de cada um. Em um contexto industrial, os homens estavam relacionados à produção, enquanto as mulheres à reprodução (filhos e trabalhos domésticos). Em sociedades camponesas, por exemplo, os trabalhos eram divididos em trabalhos de homem e trabalhos de mulher e essa divisão entre os sexos é passada de geração em geração (Grossi, 2004).

Assim sendo, pode-se constatar que houve uma inserção da mulher no mercado de trabalho, que se deu através da I e II Guerra Mundial, visto que, as mesmas tiveram que assumir o papel dos homens no mercado de trabalho, pois, muitos deles acabavam voltando impossibilitados de trabalhar após a guerra. Em decorrência dos fatos, iniciou-se então, uma crescente participação das mulheres no mercado de trabalho. Porém, pode-se dizer que esse ambiente organizacional possui uma grande desigualdade em termos de carreira e em termos salariais, uma vez que, se faz presente uma discriminação das mulheres por parte da masculinidade hegemônica presente nesses locais (Probst, 2007).

Nessa perspectiva, é importante considerar também a presença da exploração da mão de obra feminina, visto que, muitas mulheres possuem uma carga horária maior do que a dos homens, sofrem com a discriminação, recebem um baixo salário e ainda possuem uma dupla e tripla jornada, dado que, muitas se ocupam dos afazeres nas organizações, das tarefas domésticas, e buscam ocupar espaços na universidade almejando uma qualificação (Ferreira, Santos & Tomé, 2011; Villas-boas, Oliveira & Heras, 2014).

Levando tais fatos em consideração, as mulheres também não possuíam direitos dentro das organizações, uma vez que, se analisarmos a Lei Francesa de 9.9.1848, ela não se aplicava às mulheres operárias, tal lei tinha como objetivo regular a duração de trabalho nas indústrias. Diante dos fatos, se fazia presente a exploração da mão de obra feminina, uma vez que, o objetivo era contratar uma mão de obra barata que não possuía direitos. Sendo assim, as indústrias tinham preferência por contratar mulheres, que por um lado acarretou em um aumento de desemprego dos homens. Com objetivo de reverter esse cenário em que os homens foram afetados pelo fato da mão de obra da mulher ser mais barata, em 1892, foi realizada, em Berlim, uma conferência que proibia o trabalho da mulher na indústria, almejando que a parcela de homens que foram demitidos retornassem novamente (Oliveira & Oliveira, 2019).

Porém, o advento do Tratado de Versalhes, ocorrido em 1919, acarretou em alguns direitos trabalhistas voltados para as mulheres, dentre eles podemos citar a busca pela igualdade salarial. Tais direitos tinham como objetivo auxiliar a mulher, porém acabaram por ocasionar em um preconceito social e trabalhista, dado que, as mulheres enfrentavam um grande cenário de desemprego. Isso ocorria principalmente por que os donos de indústrias não tinham uma boa visão a

respeito das mulheres, uma vez que os mesmos também não se beneficiavam em seguir as leis trabalhistas criadas dentro do Tratado de Versalhes (Almeida, 2013).

Diante do cenário de desigualdade de gênero as mulheres começaram a lutar pelos seus direitos. Inicialmente o movimento feminista era pautado apenas nas questões de diferença de gênero. Foi na segunda metade da década de 1970 e no decorrer dos anos 1980, que as feministas iniciaram sua luta pela igualdade na diferença. Nessa perspectiva iniciou-se muitos debates em relação a diferenças culturais, cultura feminina, experiência feminina, além de tornar-se imprescindível o reconhecimento da diversidade, principalmente relacionada ao gênero (Araújo, 2005).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo teórico de natureza qualitativa, caracteriza-se por ser exploratório, uma vez que almeja, construir hipóteses acerca da atuação das mulheres nas empresas sociais. Diante disso, pode-se constatar que a pesquisa exploratória visa aproximar-se do problema estudado e assim realizar descobertas, através de seu planejamento flexível que engloba o levantamento bibliográfico (Sellitz et al., 1967; Gil, 2002).

Nessa perspectiva, optou-se por fundamentar este estudo através de um apanhado bibliográfico acerca da temática abordadas no referencial teórico, que trata-se das relações de gênero no ambiente organizacional com um enfoque nas empresas sociais.

Identifica-se então que este estudo teórico, pode ser considerado bibliográfico, uma vez que, tal método baseia-se em livros, teses, artigos disponíveis no meio digital e físico, assim como em jornais, revistas, dicionários, enciclopédias e dados públicos e privados para fundamentar-se. Nesse contexto, é importante salientar que esse tipo de pesquisa, permite ao pesquisador uma maior cobertura quanto ao fenômeno pesquisado, assim como, um maior entendimento acerca dos temas em questão e torna-se imprescindível quando o fenômeno engloba estudos históricos, dado que, este é o meio principal para situar-se quanto aos acontecimentos ocorridos no passado (Gil, 2002). O que torna o estudo bibliográfico essencial na disseminação do conhecimento científico, pois busca estudar fenômenos que são pouco explorados (Lima & Miotto, 2007).

Além do acesso à bibliografia, o estudo contou com a coleta de dados secundários, através da análise de pesquisas, relatórios e documentos produzidos por instituições, organizações e atores que compõem a chamada “Ecologia das Empresas Sociais” no país, que tem produzido dados sistematizados relevantes sobre o alcance desse setor no contexto brasileiro, inclusive com informações capazes de permitir a análise da presença feminina nesses tipos de empreendimentos.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Apesar das lutas feministas e pela busca na igualdade social e no ambiente organizacional, atualmente, essas diferenças pautadas no gênero ainda estão presentes, no qual reflete de forma notória dentro do ambiente organizacional. Dessa forma, pode-se constatar que no Brasil há uma diferença salarial presente entre homens e mulheres, uma vez que, em 2018 o rendimento da mulher foi 20,5% menor em relação ao do homem (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2019).

Logo, também é possível verificar uma diferença percentual, quanto aos cargos gerenciais preenchidos por homens e mulheres, onde 39,1% são ocupados por mulheres e 60,9% por homens, como que pode ser observado na figura 1 que é proveniente de um estudo do IBGE (2018).

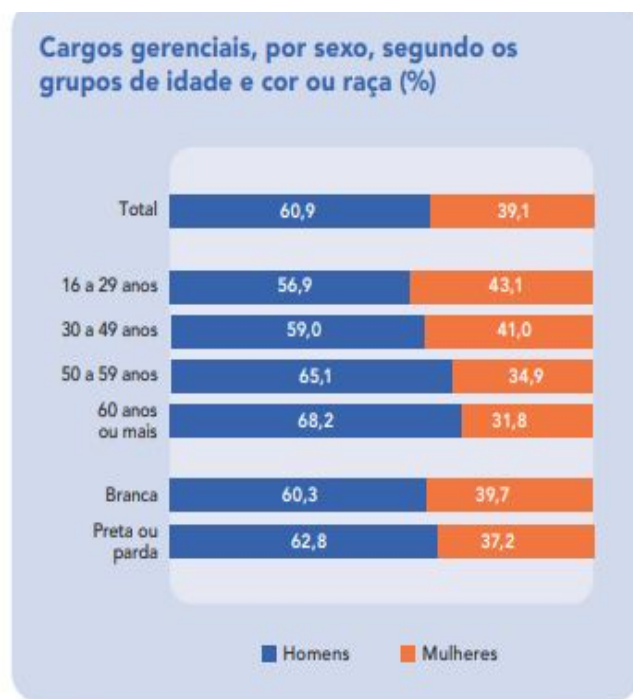


Figura 1. Cargos gerenciais, por sexo, segundo os grupos de idade e cor ou raça (%) (IBGE, 2018)

4.2 Mulheres nas Empresas Sociais

Nessa perspectiva organizacional, é importante mencionarmos as empresas sociais, as quais, se diferem das empresas tradicionais pelo fato de buscarem algum impacto socioambiental positivo em dada sociedade e de não ter como foco principal os recursos financeiros (Ilzuka *et al.*, 2014).

Assim sendo, as empresas sociais surgem de uma necessidade existente em países em desenvolvimento, visto que, há um grande déficit social presente no mesmo. Logo, essa tipologia de empresas tem como objetivo reduzir esse déficit e suprir as presentes lacunas que envolvem problemas sociais e ambientais (Yunus, 2010).

Devido aos diversos problemas ambientais presentes, tal como escassez de recursos finitos, gestão de resíduos entre outros, o termo empresas sociais ganhou espaço na década de 1980, devido ao relatório de Brundtland que foi desenvolvido pela Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) em 1987, dado que, visualizou-se a necessidade de associar o desenvolvimento econômico ao desenvolvimento ambiental sustentável (CMMAD, 1987).

Na Itália esse conceito foi divulgado através da revista *Impresa sociale* no ano de 1990. Anos depois, foi divulgado nos Estados Unidos, tornando assim, esses locais em centros de discussão a respeito desse tipo de empresa híbrida (Defourny & Nyssens, 2010).

Assim, seu objetivo maior é solucionar problemas sociais dentro de uma sociedade, principalmente para as pessoas excluídas da sociedade e de baixa renda. Portanto essa tipologia de empresa se caracteriza por dar foco na baixa renda, por ser rentável, pela intencionalidade, pelo

potencial em escala e dessa forma, optam ou não pela distribuição de dividendos (Higashi et al., 2017).

Diante dos fatos, é importante destacar as três vertentes das empresas sociais. A primeira vertente é a norte-americana, que pode ser associada a empresas atuantes na base da pirâmide. A segunda vertente é a europeia, na qual é fundamentada no cooperativismo e na ação coletiva. E por fim a terceira vertente é a dos países emergentes, a qual, visa a inclusão das pessoas pobres e as margens da sociedade (Iizuka et al., 2014).

Levando em consideração as características e objetivos das empresas sociais, é importante considerarmos também as relações de gênero que se dão dentro das mesmas. Nessa perspectiva, um estudo da Pipe Social, apresenta essas relações de gênero através do seu 2º Mapa de Negócios de Impacto feito no ano de 2019, como pode ser observado na figura 2.

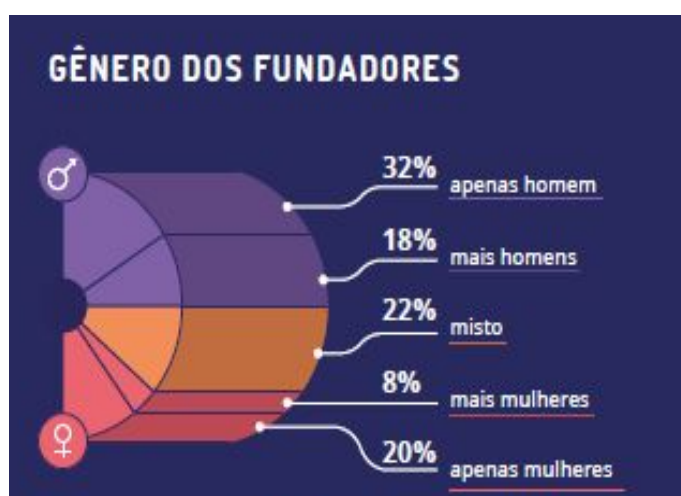


Figura 2. Gênero dos fundadores (Pipe Social, 2019)

A partir do gráfico da Pipe Social (2019), pode-se constatar que existe uma predominância dos fundadores de sexo masculino, visto que, os mesmos apresentam um percentual de 50%, quando somada às categorias (apenas homens e mais homens). Em contrapartida, as mulheres apresentam um valor bem menor, resultando em 28% quando somada as categorias (mais mulheres e apenas mulheres). Nesse cenário, é visível que em relação ao quadro societário, os homens são a maioria.

Nessa perspectiva de gênero e de masculinidade hegemônica, é importante fazermos uma análise comparativa entre os negócios sociais e as empresas tradicionais. Diante desse contexto de desigualdade organizacional, pode-se dizer que em âmbito global, o Brasil é o segundo país que possui menos mulheres dentro das organizações, ocupando o México o primeiro lugar, com um percentual de 11%. Além do déficit de mulheres dentro das organizações tradicionais, outra barreira que as mesmas se deparam é com a grande dificuldade de crescimento dentro desses locais, dado que, 55% das mulheres que possuem cargos de CEO e de alto escalão, possuem entre 50 a 61 anos (Instituto Ethos, 2018).

Em concordância com tais fatos e diante do percentual das mulheres dentro do mercado de empresas sociais, mostrado no mapeamento de negócios de impacto da Pipe Social (2019), é possível identificar uma grande distinção entre as áreas de trabalho em que as mulheres estão presentes e as que os homens estão. Assim sendo, há uma predominância das mulheres em negócios

relacionados à cidadania 36% e a educação 37%, no qual, possuem uma maior presença na região Nordeste 33%. Ainda, dentro desta análise, os homens, possuem uma presença maior em negócios envolvendo cidades 57% e tecnologias verdes 55%, no qual, se encontram e maior número na região Centro-Oeste 55%.

Essa distinção de áreas ocorre, pois, os perfis de empreendedores em minoria (mulheres, empreendedores não-brancos e empreendedores jovens) se deparam com um jornada mais desafiadora e muitas das vezes não conseguem um capital de investidores para alavancar os seus negócios em diversas áreas de atuação e atingirem o alto escalão (Pipe Social, 2019).

De modo geral, tais barreiras que as mulheres enfrentam no ambiente organizacional, se dá pelo fato de enfrentar uma desigualdade social, uma desigualdade cultural que é proveniente da violência contra mulher, desigualdade jurídica, como também uma desigualdade política, dado que, a mesma possui uma baixa representatividade dentro das organizações (Lima, 2018).

Nesse viés e considerando um cenário comparativo dessas barreiras entre as empresas tradicionais e sociais, é importante mencionar que em um estudo feito pelo BCG no ano de 2019, por meio de seu estudo com 16.500 funcionários de diversas organizações no mundo, evidencia as barreiras que as mulheres e outros grupos considerados “minorias”, se deparam dentro das organizações, quando comparados com o perfil “comum” que seria um homem heterossexual com mais de 45 anos de idade. Nesse viés, pode-se dizer que 37% das mulheres veem barreiras dentro das etapas de recrutamento, 38% se depararam com dificuldades para permanecer dentro das empresas, 38% já se defrontaram com barreiras para alavancar sua carreira e 36% passaram por dificuldade para chegar a liderança nas organizações (Krentz et al., 2019).

O que torna notável uma desigualdade de gênero existente dentro das empresas sociais assim como das empresas tradicionais. Todavia, é essencial que as organizações olhem para a diversidade de forma positiva, visto que, a mesma eleva o grau de inovação dentro dos empreendimentos, o que possibilita que novos produtos e serviços que atendam às necessidades presentes na sociedade como um todo (Rita, 2019).

Dado que, as empresas sociais visam beneficiar principalmente as classes C, D e E presentes na sociedade, assim sendo, precisam ser inovadoras a fim de que criem soluções através de produtos/serviços que supram as lacunas sociais e ambientais existentes (Sousa & Costa, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da análise de gênero e das questões da masculinidade, são notórias as barreiras que a mulher enfrenta para a inserção e alavancagem dentro das organizações, nessa perspectiva pode-se associar essa barreira a fatores culturais, a dupla e a tripla jornada que muitas enfrentam e a masculinidade hegemônica presente na sociedade.

Nessa perspectiva, esse estudo teve como finalidade analisar as relações de gênero e as questões da masculinidade no ambiente organizacional, porém, com um enfoque nas empresas sociais, cujo propósito é suprir as lacunas socioambientais existentes na sociedade civil.

Diante desse levantamento bibliográfico, constata-se que, assim como nas empresas tradicionais, ainda há um déficit percentual na participação das mulheres em cargos de alto escalão ou como proprietárias dos negócios de impacto. Logo, as mulheres se deparam com limitações e barreiras para construir sua carreira e alavancar seu negócio. Isso ocorre devido a falta de crédito, a falta de motivação familiar, pela masculinidade hegemônica presentes, o que leva a uma predominância dos homens no ambiente organizacional.

Corroborando o que foi estudado, compreende-se que a reconstrução do feminino leva sempre em conta a reconstrução do masculino. Essa relação será sempre conflituosa com diferentes poderes e desejos, todavia, é importante que ambos desenvolvam a intuição e a sensibilidade para novos valores e novas formas de relacionar um com outro em todas as esferas.

A fim de acabar com esse cenário de desigualdade, é importante que as organizações e a sociedade como um todo estejam abertas a diversidade de gênero, assim como, de raça e idade. Uma vez que, os empreendimentos que são adeptos a diversidade, e possuem um ambiente organizacional que rompe essas barreiras, consegue atingir um maior grau de inovação nos seus produtos e serviços e consequentemente uma maior parcela de mercado. Desse modo, o campo das empresas sociais precisa abranger cada vez mais a diversidade, uma vez que essa tipologia de empresa almeja suprir as lacunas presentes na sociedade e para isso devem ser inovadoras e buscar sempre o bem-estar social.

Esperamos que o presente estudo possa servir de orientação para novas investigações sobre as Empresas Sociais, colocando em xeque discursos automáticos e naturalizados de que o campo do Empreendedorismo Social, por si só e de forma espontânea, ou seja, sem a existência de políticas e estratégias claras e evidentes, consegue gerar equidade social, inclusive equidade de gênero. Novos estudos analisando trajetórias femininas no empreendedorismo social a partir de diferentes territórios e agendas de atuação das empresas sociais (saúde, educação, cidadania, relações raciais, ...) podem se constituir em importantes reflexões sobre os desafios que a superação da Masculinidade Hegemônica encontra nas organizações contemporâneas.

REFERÊNCIAS

- Alcadipani, R.; Tonelli, M. J. (2014). Imagining gender research: violence, masculinity, and the shop floor. *Gender, Work and Organization*. 21(4): 321-339.
- Almeida, G. A. (2013). Direito à igualdade e formas de discriminação contra a mulher. In: Almeida Ferraz, Carolina Valença. (Coord.). *Manual Dos Direitos Da Mulher*. São Paulo: Saraiva.
- Amaral, G. A., & Vieira, A. (2009). A mulher e a tripla jornada de trabalho: a arte de ser beija-flor. In *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, 33. (pp. 1-16). São Paulo.
- Araújo, C., & Scalón, C. (2005). Percepções e atitudes de mulheres e homens sobre a conciliação entre família e trabalho pago no Brasil. In Araújo, C., & Scalón, C. *Gênero, família e trabalho no Brasil*, (pp 15-77). Rio de Janeiro: FGV.
- Araújo, M. F. (2005). Diferença e igualdade nas relações de gênero: Revisitando o debate. *Psicologia Clínica*, Rio De Janeiro, Vol.17, N.2, P.41 – 52.
- Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente E Desenvolvimento (CMMAD). Nosso futuro comum. (1987). Rio de Janeiro: *Fundação Getúlio Vargas*.
- Connell, R. W. (1995). Políticas da masculinidade. *Educação e Realidade*, 20(2): 185-206.
- Connell, R. W., Messerschmidt, J. W. (2013). Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. *Estudos feministas*, 21(1), 241-282.
- Defourny, J., Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: convergences and divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, v. 1, n.1, p. 32-53.
- Eccel, C. S., Grisci, C. L. I. (2011). Trabalho e gênero: a produção de masculinidades na perspectiva de homens e mulheres. *Cadernos EBAPE. BR*, 9(1), 57-78.

- Ferreira, J. C., Santos, S. A. S., Tomé, M. F. (2011). Mulher e o mercado de trabalho: uma revisão sobre os percursos da mulher no mercado do trabalho. *Revistas Científicas Eletrônicas da FAEF*, Faculdade de Ensino Superior e Formação Integral -FAEF, Garça/SP, vol.20, nº 20, p. 1-7.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas.
- Grossi, M. P. (2004). Masculinidades: uma revisão teórica. *Revista Antropologia em Primeira Mão*. Florianópolis: UFSC. n.1.
- Higashi, L. N., Comini, G. M., D'amario, E. Q. (2017). A competitividade e os desafios dos negócios sociais: Um estudo de casos do Brasil e de Bangladesh. *XX SEMEAD Seminários em Administração*. São Paulo. ISSN 2177-3866.
- Iizuka, E. S., Walchhutter, S., Dias, M. R., Barbosa, A. S. (2014). Empreendedorismo social e negócios sociais: Revisão crítica e agenda de pesquisa. *XVII SEMEAD Seminários em Administração*. São Paulo. ISSN 2177-3866.
- Instituto Ethos. (2018). *Brasil é o segundo país com menos mulheres em cargos de alta gerência, revela pesquisa*.
<https://www.ethos.org.br/cedoc/brasil-e-o-segundo-pais-com-menos-mulheres-em-cargos-de-alta-gerencia-revela-pesquisa-que-ouviu-executivos-da-america-latina/>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2018). *Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil*.
<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101551>.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2019). *Diferença cai em sete anos, mas mulheres ainda ganham 20,5% menos que homens*.
<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23924-diferenca-cai-em-sete-anos-mas-mulheres-ainda-ganham-20-5-menos-que-homens>.
- Krentz, M., Dean, J., Garcia-alonso, J., Taplett, F., Tsusaka, M., Vaughn, E. (2019). *Fixing the flawed approach to diversity*. <https://www.Bcg.Com>.
<https://www.Bcg.Com/Publications/2019/Fixing-the-flawed-approach-to-diversity.AspX>
- Lima, C. R. N. A. (2018). Gênero, trabalho e cidadania: função igual, tratamento salarial desigual. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, V. 26, N. 3, E47164.
http://www.Scielo.Br/SciELO.Php?Script=Sci_arttext&Pid=S0104-026x2018000300210&Lng=En&Nrm=Iso.
- Lima, T. C. S.; Miotto, R. C. T. (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: A pesquisa bibliográfica.
[Http://Www.Scielo.Br/Pdf/Rk/V10nspe/A0410speOliveira, L. A., Oliveira, E. L. \(2019\). A mulher no mercado de trabalho: algumas reflexões \[Versão Eletrônica\]. *Revista Eletrônica Da Faculdade De Alta Floresta*, v. 8, N. 1, 17-27 Issn: 2238-5479.](http://Www.Scielo.Br/Pdf/Rk/V10nspe/A0410speOliveira,L.A.,Oliveira,E.L.(2019).A%20mulher%20no%20mercado%20de%20trabalho%20algumas%20reflex%C3%B5es%20%5BVers%C3%A3o%20Eletr%C3%B4nica%5D.%20Revista%20Eletr%C3%B4nica%20Da%20Faculdade%20De%20Alta%20Floresta,v.%208,N.%201,17-27%20Issn:2238-5479)
<http://refaf.Com.Br/Index.Php/Refaf/Article/View/287/Pdf>
- Nolasco, S. A. (1993). *O mito da masculinidade*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Pipe Social. (2019). *2º Mapa De Negócios De Impacto Socioambiental 2019*. <https://Pipe.Social/>
- Probst, E. R. (2007). *Evolução da mulher no mercado de trabalho*. Dissertações (Pós Graduação Em Gestão Estratégica De Recursos Humanos) – Instituto Catarinense De Pós Graduação, Santa Catarina. <http://www.Posuniassselvi.Com.Br/Artigos/Rev02-05.Pdf>.
- Rita, B. S. (2019). *Diversidade nas organizações: por que sim?*.
<https://Diversesolucoes.Com/2019/07/31/Diversidade-nas-organizacoes-por-que-sim/>.
- Selltiz, C. et al. (1967). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: Herder.

- Sousa, G. X., Costa, L. S. (2018). Negócios sociais: um guia para o empreendedor social. *Boletim De Inovação E Sustentabilidade - Puc São Paulo* - Vol. 1.
- Souza, E. M. D., Bianco, M. D. F., & Junquillo, G. S. (2015). Contestações sobre o masculino no contexto do trabalho: estudo pós-modernista em mineradoras e siderúrgicas. *Revista De Administração Contemporânea*, 19(Spe3), 269-287.
- Villas-Boas, S.; Oliveira, C. S.; Heras, S. L. Tarefas domésticas e género: representações de estudantes do ensino superior. *Ex aequo*, Lisboa, n. 30, p. 113-129, dez. 2014.
- Yunus, M. (2010). Criando um negócio social: como iniciativas economicamente viáveis podem resolver os grandes problemas da sociedade. Rio de Janeiro: *Elsevier*.