

O PERFIL FEMININO DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

**BARBARA CARNEIRO DOS
SANTOS¹ EMILLY SANTOS DA
CONCEIÇÃO² ELIZA HELENA
ERCOLIN³**

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo mostrar os motivos pelos quais as mulheres buscam a independência financeira e o sucesso profissional através do empreendedorismo. Nas últimas décadas as mulheres têm se destacado assumindo posições que anteriormente competiam apenas aos homens, visando cargos de liderança e posições de destaque no âmbito profissional. No Brasil, atualmente, o empreendedorismo feminino tem a mesma proporção comparada a do sexo masculino, devido a necessidade de reconhecimento profissional, independência financeira e flexibilidade de horários. Dessa maneira o artigo mostra que o sucesso feminino no empreendedorismo é se deve a um estilo singular ao administrar e das características e habilidades natas do sexo feminino, unidas ao que ela absorve do sexo oposto.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Liderança Feminina, Oportunidade, Necessidade.

ABSTRACT: This article aims to show the reasons why women seek financial independence and professional success through entrepreneurship. In the last decades women have stood out taking positions that previously competed only to the men, aiming at positions of leadership and positions of prominence in the professional scope. In Brazil, today, female entrepreneurship has the same proportion compared to males, due to the need for professional recognition, financial independence and flexibility of schedules. In this way the article shows that female success in entrepreneurship is due to a unique style of management and feminine characteristics and abilities, coupled with what it absorbs from the opposite sex.

¹ Graduanda em Administração da FECLE Don Domênico

² Graduanda em Administração da FECLE Don Domênico

³ Mestre em Psicologia de Saúde e professora da FECLE Don Domênico

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

Keywords: Entrepreneurship, Women's Leadership, Capacity, Opportunity, Need.

Introdução

Essa pesquisa tem como metodologia a pesquisa bibliográfica, visando aprofundar-se no mundo do empreendedorismo feminino, passando por um breve histórico sobre empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, a participação do sexo feminino no empreendedorismo, também como as mulheres conseguiram êxito nesse novo universo, e por meio dessas informações atingir os objetivos propostos como: compreender o que é empreendedorismo, analisar aspectos que fizeram as mulheres buscarem o empreendedorismo como meio para atingir o sucesso profissional e descrever pré-requisitos necessários para que as mulheres se tornem empreendedoras de sucesso. Após análise de todas as informações investigar os motivos do desenvolvimento das mulheres no empreendedorismo tem ganhado tanto espaço quanto o dos homens no nosso país.

Pesquisas realizadas, mostram que as mulheres formam equipes bem sucedidas, por serem respeitadas à frente de sua equipe e por possuírem habilidades mais características do sexo feminino, avaliam com mais clareza as situações e conseqüentemente quais medidas tomar para atingir suas metas. Isto fez com que nos dias atuais, posições de liderança fossem atribuídas também as mulheres, tendo em vista que habilidades como cooperação, comunicação, senso crítico, poder de persuasão e bom relacionamento para trabalhar em equipe, passaram a ganhar evidência no sexo feminino.

De acordo com Chiavenato (2007) as primeiras reflexões sobre empreendedorismo surgiram nos séculos XVIII e XIX com pensadores econômicos que defendiam o liberalismo econômico, e acreditavam que o empreendedorismo era a principal forma de impulsionar e desenvolver a economia.

Para Chiavenato (2007) o empreendedor é aquele que tem capacidade para enxergar oportunidades, e através disso faz com que as coisas aconteçam, levando em consideração que essa pessoa também tem como características uma sensibilidade apurada para negócios e tino financeiro.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

Dogen (1989) também acrescenta que ser empreendedor é ter a capacidade de enfrentar desafios mesmo ciente dos riscos de mercado, e conseguir sobreviver a eles.

Amorim; Batista (2011, p. 2) afirmam ainda que: “O empreendedor é o detentor da capacidade de reinventar os meios para atender às crescentes necessidades da sociedade e proporcionar grandes transformações tanto econômicas como sociais e até mesmo ambientais”.

Para Malheiros; et al. (2005, p. 22) “A viabilidade de uma pequena empresa depende, basicamente, da figura do empreendedor, pois ele é o ponto central que determinará ou não o sucesso do empreendimento”.

Amorim; Batista (2011, p. 2) conclui que: “Os chamados empreendedores exercem a função de atender às necessidades mutantes da sociedade, auxiliando o crescimento do mercado”.

No Brasil, de acordo com Brito; et al. (2013, p. 19) “O empreendedorismo teve início na década de 1920, com o desenvolvimento de mais de 4.000 indústrias subsidiadas, protegidas e que possuíam autorização do governo contra a concorrência internacional”.

Brito; et al. (2013, p. 20) acrescenta:

Em 1972 foi criado o CEBRAE que, em outubro de 1990, passou a ser chamado de Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Na década de 80 surgiu a primeira iniciativa quanto ao ensino de empreendedorismo, através da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, com a disciplina “Novos Negócios”. Outra grande contribuição foi dada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a qual inseriu a disciplina “Criação de Novas Empresas” no curso de Ciência da Computação. A partir da década de 1990, o empreendedorismo no Brasil ganhou destaque com a abertura da economia. A partir da criação do SEBRAE (antes CEBRAE e agora melhor organizado) e do SOFTEX (Sociedade Brasileira de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), o empreendedorismo foi alavancado. A crise econômica do final do século passado, a desestabilização empregatícia e a abertura dos mercados iniciaram esse movimento revolucionário no nosso país.

Brito; et al. (2013) acrescenta que crescimento do empreendedorismo no Brasil iniciou-se a partir do século XVII, tornando-se formal na década de 1990 com a criação do SEBRAE e da SOFTEX.

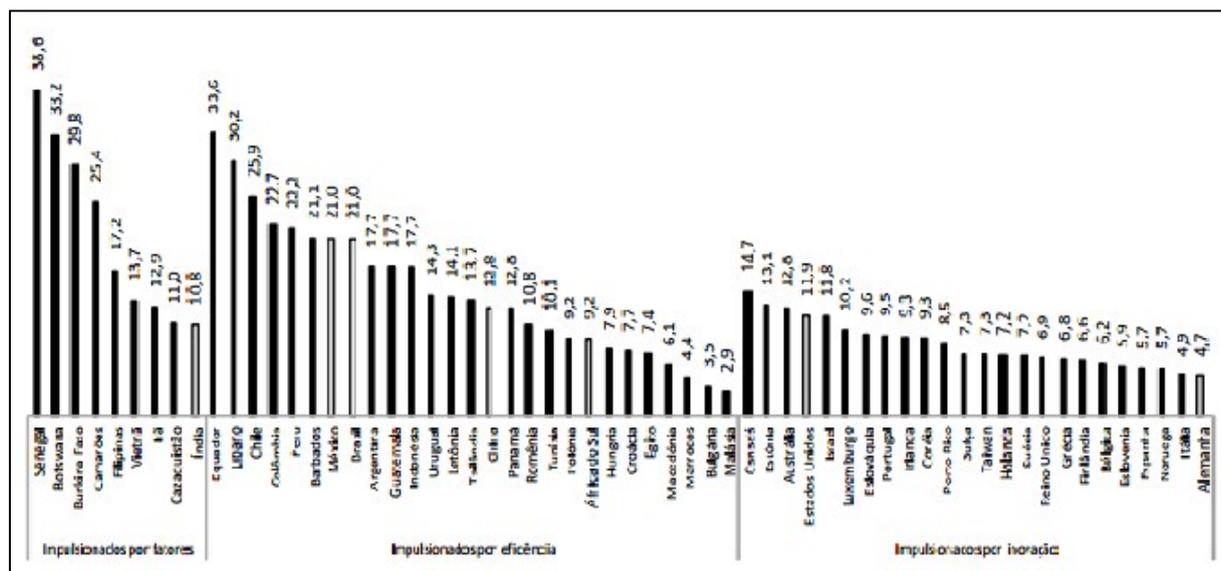
Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

De acordo com Brito; et al. (2013, p. 20):

Em 2010, o Brasil atingiu a taxa de empreendedorismo de 17,5% para empreendimentos de até 3,5 anos, contra 15,3% verificados em 2009. Constata-se, então, que a cada 100 brasileiros, aproximadamente 17 empreenderam no ano passado. É importante ressaltar que a TEA (Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial) brasileira também foi maior do que a de países como Austrália (7,8%) e Estados Unidos (7,6%).

A pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2015, p. 27) demonstra que: “De 2014 a 2015, o Brasil passou do décimo para o oitavo lugar no ranking dos 31 países de economias impulsionadas pela eficiência, com uma TEA de 17,2% em 2014 e 21,0% em 2015”.

Gráfico 1 - Taxa de empreendedorismo em estágio inicial (TEA) dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico - 2015

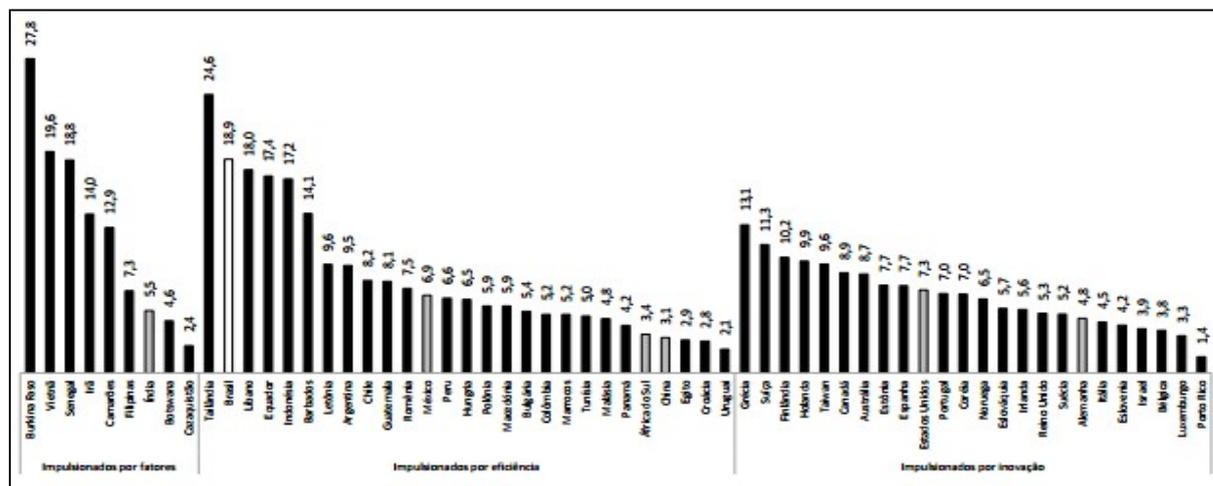


Fonte: GEM 2015

A pesquisa GEM (2015, p. 28) demonstra ainda que: “No ranking dos 31 países de economias impulsionadas pela eficiência, o Brasil, com uma TEE de 18,9%, apresenta-se na segunda colocação”.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

Gráfico 2 - Taxa de empreendedorismo em estágio estabelecido (TEE) dos países participantes do GEM agrupados segundo a fase de desenvolvimento econômico – 2015



Fonte: GEM 2015

De acordo com Probst (2015) a inserção da mulher no mercado de trabalho iniciou-se com as I e II Guerras Mundiais (1914 – 1918 e 1939 – 1945, respectivamente), por que os homens precisavam ir para as frentes de batalhas, fazendo com que as mulheres assumissem os negócios da família e a posição que somente os homens exerciam no mercado de trabalho, com o final da guerra elas continuaram exercendo os papéis que até então eram dos homens, já que ao final da guerra, os que não faleceram, foram mutilados e impossibilitados de voltar ao trabalho. Isso fez as mulheres deixarem suas casas e filhos para levar adiante os projetos e trabalhos do seu marido.

Probst (2015) complementa que no século XIX com a consolidação do sistema capitalista inúmeras mudanças ocorreram, com a Revolução Industrial, na produção e na organização do trabalho feminino, que em sua boa parte foi transferida para as fábricas. A partir dessa mudança, foram criadas leis que passaram a beneficiar as mulheres. Porém mesmo com a criação de leis, através da conquista feminina, algumas formas de explorações penduraram, o que ocorre pela não aceitação dos homens, que justifica com o fato de que o homem trabalha para sustentar a mulher.

Segundo Vaz; Laimer (2011, p. 2):

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

O pensamento machista e a própria cultura que dominavam a Idade Média, impediram que as mulheres mostrassem seu valor e habilidades, despertando em algumas a vontade de ir além, buscar seus direitos e poder ajudar no sustento da casa. E foram estas mulheres que se uniram as demais e saíram à luta. As mulheres derrubaram preconceitos, criou sua própria rotina de vida e pode começar a trabalhar fora do limite doméstico. Mas não poderíamos falar de sua história sem abordar as grandes conquistas que elas tiveram ao longo dessa caminhada. Um dos principais movimentos em torno da conquista das mulheres foi o Feminismo, iniciado com a Revolução Francesa na Europa.

Para Amorim; Batista (2011) o empreendedorismo feminino favorece a sociedade de forma geral, gerando trabalho, produzindo riquezas e tratando as pessoas como possuidoras de caráter, cultura e necessidades individuais. Dessa maneira a razão e motivação do empreendedorismo feminino está ligada a necessidade financeira, necessidade de inovação e a insatisfação, pois o empreendedorismo proporciona a realização de um trabalho que sustenta o crescimento pessoal, profissional e financeiro.

Amorim; Batista (2011, p. 3 e 4) acrescenta ainda que:

Foi nos anos 70 que, no Brasil, a mulher ingressou de maneira mais precisa no mercado de trabalho, surgindo por fim os movimentos sindicais e feministas no país. Na década de 1980, mulheres ganharam mais visibilidade dentro do movimento sindical, por conta do surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única Dos Trabalhadores (CUT). Na Constituição Federal de 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica, sendo considerada tão capacitada quanto o homem.

Além disso para Amorim; Batista (2011, p. 7): “Quando se trata de empreendedorismo feminino, tanto razões econômicas quanto sociais e psicológicas são apontadas. As motivações diferem de pessoa para pessoa, indo de encontro com as necessidades de cada um”.

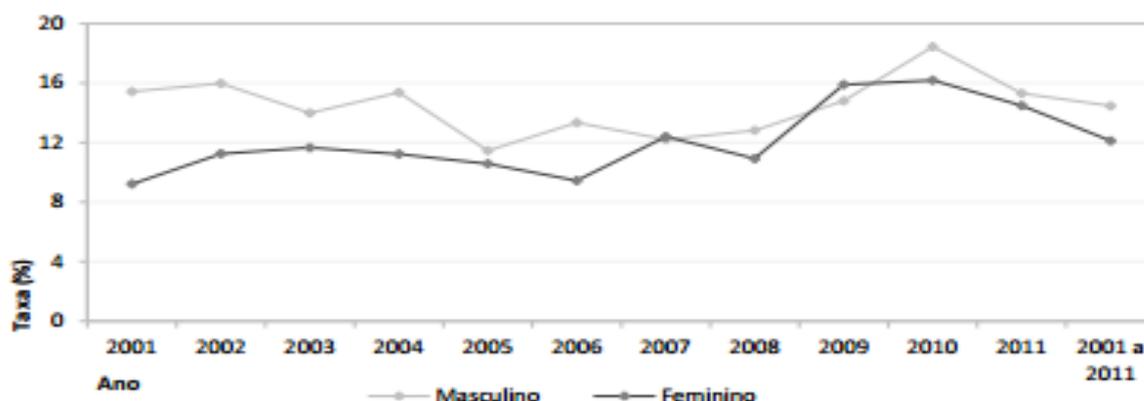
De acordo com a pesquisa GEM (2011, p. 50) “Historicamente verificou-se uma tendência de crescimento da participação das mulheres até atingir cerca de metade do total de empreendedores na TEA (Taxa de empreendedores em estágio inicial)”.

A pesquisa GEM (2011) aponta que o crescimento do gênero feminino no empreendedorismo no Brasil vem da proposta de flexibilidade que o negócio próprio proporciona. O fato da mulher poder gerenciar seu próprio negócio permite a conciliação dos horários do trabalho com suas obrigações para com o lar e educação dos seus filhos. Outro fator

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

que influencia nesse crescimento é a dificuldades das mulheres atingirem cargos hierárquicos de alto nível nas empresas e a inferioridade salarial comparada a dos homens.

Gráfico 3 - Empreendedores em estágio inicial (TEA) segundo gênero – Brasil 2001:2011



Fonte: GEM Brasil 2001:2011

A pesquisa GEM (2013) demonstra que em comparação com os demais países o Brasil se destaca na semelhança entre as taxas específicas de empreendedorismo iniciais (TEA) onde a taxa referente aos homens é de 17,2% e das mulheres é de 17,4%, demonstrando uma igualdade entre os gêneros na área do empreendedorismo.

Tabela 1 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero – 2013

Gênero	Brasil	Países				
		Alemanha	China	EUA	Índia	México
% da população do mesmo gênero						
Masculino	17,2	6,0	15,8	15,1	13,2	16,8
Feminino	17,4	3,9	12,2	10,4	6,1	13,0

Fonte: GEM 2013

Segundo a pesquisa GEM (2013, p. 37) “observa-se que a TEA masculina é superior à feminina apenas nas Regiões Nordeste e Sudeste, sendo inferior nas demais”.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

Tabela 2 - Taxas específicas dos empreendedores iniciais (TEA) segundo gênero no Brasil e regiões 2013

Gênero	Brasil	Regiões Brasileiras				
		Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
% da população do mesmo gênero						
Masculino	17,2	15,1	15,9	14,9	20,5	12,0
Feminino	17,4	19,4	13,9	18,1	19,9	15,0

Fonte: GEM 2013

A pesquisa GEM (2010, p. 54) aponta que as mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que o homem, ou seja, visando o sustento de si mesma, de suas famílias ao completar a renda familiar a partir do negócio próprio, o enriquecimento de vidas pela carreira e pela independência financeira.

Para Jonathan (2005, p. 373):

No ambiente das micro e pequenas empresas brasileiras, é muito relevante a presença das empresas criadas e lideradas por mulheres, que, dessa maneira, não só constroem para si uma alternativa de inclusão ou permanência no mercado de trabalho, mas também geram empregos e promovem inovação e riqueza, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do país.

A pesquisa GEM (2015, p. 37) aponta que: “no Brasil, homens (21,7% deles) e mulheres (20,3% delas) são igualmente ativos quanto às taxas específicas de empreendedorismo inicial. Isso coloca o Brasil em destaque entre os países analisados.

Tabela 3 - Taxas específicas de empreendedorismo inicial (TEA) segundo gênero - Países selecionados - 2015

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	21,7	20,3	21,0
África do Sul	11,6	7,0	9,2
Alemanha	6,1	3,3	4,7
China	15,3	10,3	12,8
Estados Unidos	14,6	9,2	11,9
Índia	13,7	7,9	10,8
México	23,0	19,2	21,0

Fonte: GEM 2015

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

Segundo a pesquisa GEM (2015) as atividades econômicas do empreendedorismo feminino que mais se destacam estão relacionadas ao serviço doméstico (17,7%), tratamentos de beleza (13,9%), comércio varejista de artigos do vestuários e acessórios (8,6%).

Dessa maneira é possível observar que o sucesso no empreendedorismo para Dornelas (2010, p.111) se dá por:

Conhecer profundamente o ambiente em que irá empreender é um ponto crucial da viagem e implica as características e necessidades de público-alvo; os concorrentes e as experiências de terceiros; o ciclo de vida do setor; as práticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, financeiros, demográficos, legais.

Mas quando se trata do empreendedorismo feminino Munhoz (2000, p.170) afirma que o sucesso vai além disso:

Um dos fatores de sucesso do empreendedorismo passa pelo entendimento da questão de gênero, na compreensão de que as mulheres, de um modo geral, desenvolvem um estilo singular quando administram, haja vista que sua abordagem de liderança é fruto de um aprendizado desde a infância sobre valores, comportamentos e interesses voltados mais para a cooperação e relacionamentos.

Munhoz (2000, p. 170) acrescenta: “Um dos fatores de sucesso do empreendedorismo passa pelo entendimento da questão de gênero, na compreensão de que as mulheres, de um modo geral, desenvolvem um estilo singular quando administram”.

Para Villas Boas (2010, p. 43):

Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa, o que se torna um diferencial em relação aos homens.

Amorim; Batista (2011, p. 6) acrescenta que: “Elas demonstram esse estilo peculiar de administrar, utilizando diferentes formas para conquista da sintonia entre a vida pessoal e a profissional”.

Além disso, para Amorim; Batista (2011) a mulher tem adquirido qualidades semelhantes à dos homens tais como competitividade, liderança, ambição, capacidade de assumir riscos, aceitação de mudanças, possuindo um pensamento analítico e objetivo, independência, e autoconfiança, contudo, as mulheres mantem uma forma liderança

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

democrática.

Amorim; Batista (2011, p. 6) afirma ainda que:

Preservando os valores humanos demonstrando eficiência, e igualdade social, a maneira pessoal da mulher administrar dá aos colaboradores uma sensação de acolhimento, respeito, melhorando o ambiente interno, se refletindo no atendimento e satisfação dos consumidores.

Segundo Jonathan (2005, p.373): “A multiplicidade de papéis tende a ser considerada uma característica do universo feminino, levando ao reconhecimento de um talento nas mulheres para fazer e pensar várias coisas simultaneamente”.

Para Munhoz (2000, p. 7):

Fatores de sucesso do empreendedorismo passa pelo entendimento da questão de gênero, na compreensão de que as mulheres, de um modo geral, desenvolvem um estilo singular quando administram, haja vista que sua abordagem de liderança é fruto de um aprendizado desde a infância sobre valores, comportamentos e interesses voltados mais para a cooperação e relacionamentos. Apesar deste estilo estar presente no gênero feminino, não se pode radicalizar como sendo exclusivo das mulheres.

Andreoli; Borges (2007, p. 7) afirmam que: “Outro atributo feminino bastante destacado devido às novas exigências das empresas de hoje é a multifuncionalidade do e a habilidade em desempenhar diferentes papéis na organização”.

Amorim; Batista, (2011, p. 5) afirmam que:

As mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso na área de serviços por exemplo. Nesse setor essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades, etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador.

Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”.

Para Amorim; Batista (2011) as habilidades femininas peculiares de administrar, é um ponto positivo rumo ao sucesso, pois fazem com que as os membros da organização se unam e participem da tomada de decisão, sendo aceita de forma favorável tanto pelos consumidores,

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641
quanto pelos colaboradores, atingindo assim melhores resultados.

Amorim; Batista (2011, p. 11) acrescentam: “As características e habilidades natas no sexo feminino, unidas ao que ela absorve do sexo oposto, favorecem a administração de um negócio, bem como na escolha do mesmo”.

Amorim; Batista (2011, p. 12) afirmam ainda que:

Preservando os valores humanos demonstrando eficiência, e igualdade social, a maneira pessoal da mulher administrar dá aos colaboradores uma sensação de acolhimento, respeito, melhorando o ambiente interno, se refletindo no atendimento e satisfação dos consumidores.

Para Loden (1988, p. 16): “As mulheres exibem estas características particulares de liderança de uma forma muito mais acentuada do que os homens. O fato da liderança feminina ser uma generalização e pode não ser aplicável a todos os indivíduos, não a torna menos válida”.

Loden (1988, p. 120) conclui que:

Os traços estilísticos privilegiam a competência interpessoal, onde certas habilidades são mais acentuadas: Habilidade de percepção: a habilidade de entender dicas não verbais; colocar-se no lugar do outro, tanto literalmente, quanto no sentido figurado, e entender seus sentimentos ou reações. Habilidade de Ouvir: prestar muita atenção no que está sendo dito pelos outros e como está sendo dito. Usar dicas não verbais para encorajar discussões abertas. Deixar as pessoas concluírem seus pensamentos sem interrompê-las. Administração de sentimentos: estar sintonizada nos sentimentos dos outros e nas condições ambientais que desencadeiam vários sentimentos. Usar suas reações de sentimentos como um barômetro emocional dentro do grupo. Expressar sentimentos como um método de aumentar a comunicação e pedir demonstrações de sentimentos dos outros. Reagir espontaneamente a situações. Levar os sentimentos em consideração quando tomar decisões. Intimidade/Autenticidade: desenvolver uma harmonia pessoal com os outros. Compartilhar dados pessoais sobre si mesma e encorajar os outros a fazer o mesmo. Concentrar o indivíduo como um todo, e não apenas como funcionário. O Uso do Posicionamento: dar um posicionamento claro e direto sobre o desempenho, focalizado nas ações. Solicitar um posicionamento dos colegas e funcionários. Usar o posicionamento para modificar seu comportamento. Anais do I EGEPE – Maringá - Paraná 171 - Calcular o Impacto Pessoal: compreender o impacto de seu comportamento sobre os outros. Reconhecer como se está sendo percebida e as consequências de suas ações na construção de relacionamentos.

Considerações finais

O presente artigo expõe que a participação do gênero feminino no empreendedorismo brasileiro, tem se tornado cada vez mais significativa, devido a necessidade de reconhecimento e crescimento profissional, como meio de uma melhora financeira e devido a flexibilidade que o empreendedorismo propõe para conciliação da vida profissional e os serviços domésticos.

A inserção das mulheres no empreendedorismo tem auxiliado a impulsionar a economia no Brasil, por ser uma maneira de equiparação de direitos entre os gêneros, pois na medida em que alcançam posições relevantes no mundo dos negócios, elas passam a reivindicar seu reconhecimento como personagens participantes do crescimento econômico.

Para tornar-se empreendedora, as mulheres não precisam igualar-se ao homem para desempenhar essa função, afinal sua maneira feminina de executar tarefas, faz com que as mulheres possuam um grande diferencial que não deve ser deixado de lado. Porém este estilo não pretende substituir o estilo masculino, e sim agregar qualidades que são mais evidentes no gênero feminino tornando assim, a forma de empreender e liderar singular e democrática.

Esta pesquisa não teve o objetivo de esgotar o assunto podendo servir de base de comparação para futuras pesquisas, as quais possam indicar quaisquer alterações referentes a evolução do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho brasileiro.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo Feminino**: razão do empreendimento. Disponível em: <<http://faculdadefinan.com.br/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>>. Acesso em: 18 ago 2016.

ANDREOLI, T. P.; BORGES, W. A. **Empreendedorismo feminino**: uma análise do perfil empreendedor e das dificuldades enfrentadas por mulheres detentoras de um pequeno negócio. XI Encontro Paranaense dos Estudantes de Administração, Maringá, 2007.

BRITO, Andréia Matos; et al. **Empreendedorismo**. Juazeiro do Norte – Ceará: Editora IFCE (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará), 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

DOGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

GEM: Empreendedorismo no Brasil 2010. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/livro_gem_2010.pdf>. Acesso em 10 jan 2017.

_____. **Empreendedorismo no Brasil 2011**. Disponível em <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Livro%20GEM%20Brasil%202011.pdf>>. Acesso em 10 jan 2017.

_____. **Empreendedorismo no Brasil 2013**. Disponível em <http://www.concepcaoconsultoria.com.br/images/upload/file/SEBRAE_SE%202014/Refer%C3%Aancia%20Bibliogr%C3%.pdf>. Acesso em 10 jan 2017.

Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico 10ª Edição – Setembro de 2017
- ISSN 2177-4641

_____. **Empreendedorismo no Brasil 2015**. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sbrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/\\$File/7347.pdf](http://www.bibliotecas.sbrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4826171de33895ae2aa12cafe998c0a5/$File/7347.pdf)>. Acesso em 10 jan 2017.

JONATHAN, Eva Gertrudes. **Mulheres Empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04>>. Acesso em 20 ago 2016.

LODEN, Marilyn. **Liderança Feminina: como ter sucesso nos negócios sendo você mesma**. São Bernardo do Campo, SP: Bandeirante, 1988.

MALHEIROS, Rita de Cassia da Costa; et al. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. Florianópolis: Editora Instituto de Estudos Avançados, 2005.

MUNHOZ, Gláucia De Souza. **Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras?** Disponível em: <<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/maringa/GPE2000-01.pdf>>. Acesso em: 02 set 2016.

PROBST; Elisiana Renata. **A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho**. Disponível em: <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em: 10 nov 2016.

VAZ, Caroline F. M.; LAIMER, Rosane T. **A inserção da mulher no mercado de trabalho e o surgimento da profissão secretária**. Disponível em: <<http://www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-evoluo-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/>> Acesso em: 10 nov 2016.

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você – São Paulo**: Editora do autor, 2010.