



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Departamento de Administração

Eleonay Marlon Alves Teixeira

**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM PEQUENAS
EMPRESAS NO DISTRITO FEDERAL- DF**

Brasília – DF
2018

Eleonay Marlon Alves Teixeira

**EMPREENDEDORISMO FEMININO EM PEQUENAS
EMPRESAS NO DISTRITO FEDERAL- DF**

Projeto de monografia apresentado ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Olinda Maria Gomes Lesses

Brasília – DF
2018

Resumo

Esta pesquisa teve como objetivo principal Analisar as causas que levam ao crescimento do empreendedorismo feminino no Distrito Federal – DF, enfatizando as principais variáveis que vem colaborando. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica considerando as contribuições de autores renomados que discutem o empreendedorismo feminino, bem como uma pesquisa de campo com empresárias em exercícios no DF, buscando embasar o estudo sobre o empreendedorismo feminino. Realizaram aplicação de questionários com varias empreendedoras, por meio de uma amostra não-probabilística. A escolha desse estudo justifica-se pelo fato do empreendedorismo feminino estar crescendo cada vez mais, gerando certa curiosidade quanto às razões e as dificuldades encontradas para empreender, bem como os principais fatores que contribuem para o crescimento e o perfil empreendedor das mulheres de sucesso.

Nesta pesquisa observou-se que 37% das empreendedoras têm acima de 40 anos. 70% das empresárias são casadas e 80% das entrevistadas tem filho o que em média equivale de 1 a 2 filhos. 37% das empreendedoras têm apenas o Ensino Médio e 23% são pós-graduadas. 36% dessas empresas têm acima de 10 funcionários. 30% dessas empresas têm de 8 a 10 funcionários e 23% têm acima de 10 funcionários. 60% das empreendedoras responderam que empreendedorismo é uma oportunidade de negócio. Este estudo se torna relevante para sociedade do DF para que se possam compreender os hábitos das empreendedoras e seus investimentos no mercado de trabalho.

Palavras-Chave: **Empreendedorismo feminino. Mercado de trabalho. Necessidade e Oportunidade.**

Lista de Gráfico

Gráfico1 – Idade das Empreendedoras.....	20
Gráfico 2 – Estado Civil das Empreendedoras	20
Gráfico 3 – Tem Filhos?	21
Gráfico 4 – Grau de Escolaridade.....	22
Gráfico 5 – Tempo de Existência da Empresa	23
Gráfico 6 – Número de Funcionários	24
Gráfico 7 – Empreendedorismo é:.....	25
Gráfico 8 - O empreendedorismo feminino tem crescido bastante nos últimos anos.....	26
Gráfico 9 – O principal motivo que me levou a abrir o meu negócio foi:	26
Gráfico 10 – Como você acha que está o mercado hoje para a atividade empreendedora:	27
Gráfico 11 – A principal dificuldade encontrada no início do seu investimento no empreendedorismo:	28
Gráfico 12 – Quanto aos problemas, marque aquele que aflige o mercado empreendedor:	28
Gráfico 13 – Informe abaixo de que maneira o mercado empreendedor feminino tem colaborado no comércio de Picos:.....	29
Gráfico 14 – Que resultados foram obtidos com os investimento no comércio empreendedor:	30

Gráfico 15 - O principal fator que contribui para o crescimento do empreendedorismo feminino é:33

Gráfico 16 – Com o crescimento do empreendedorismo feminino nota-se a importância delas no mercado empreendedor.34

Sumário

1	INTRODUÇÃO	1
1.1	Formulação do Problema	2
1.2	Objetivo Geral	3
1.3	Objetivos Específicos	3
1.4	Justificativa	3
2	REFERENCIAL TEÓRICO	4
2.1	Empreendedor/empreendedorismo	4
2.2	Intraempreendedor/Intraempreendedorismo	7
2.3	Características do empreendedor	9
2.4	Participação da Mulher no Mercado de trabalho	11
2.5	O empreendedorismo feminino e sua importância	12
2.6	Competências e habilidades	13
2.7	Liderança e decisão	15
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	17
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa (técnicas de pesquisa ou estratégias escolhidas para coletar os dados)	17
3.2	Caracterização da organização, setor ou área do objeto de estudo	18
3.3	População e amostra (ou participantes do estudo)	18
3.1	Instrumento(s) de pesquisa	18
4	Resultados	19
4.1	Perfil socioeconômico das entrevistadas	19
4.2	Perfil Empreendedor	24
4.3	Discussão	32
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
6	REFERÊNCIAS	35

1 INTRODUÇÃO

Percebe-se que o crescimento das atividades empreendedoras está cada vez mais fortalecido pelo equilíbrio de gênero. E o avanço dos números de novos empreendimentos vem sendo creditado às mulheres que apresentam alto índice de inserção no mundo dos negócios.

“A dimensão de gênero merece uma atenção especial, como cresce a evidência de que as mulheres estão começando novos negócios em um ritmo tão rápido quanto os homens e expandindo sua parte de negócio próprio em inúmeros países” a (OCDE). (2001, p. 260).

Para Machado et al. (2003) as mulheres empreendem mais por necessidade do que por oportunidade, envolvidas por uma diversidade de razões que surgem desde o desejo de realização pessoal, a frustração no emprego atual, a incessante busca por independência financeira, como mecanismo de emancipação “marital”, à mudanças drásticas como separação ou morte do cônjuge.

Em relação à decisão de empreender, muitas mulheres aproveitam a oportunidade associando a um hobby, tornando a gestão mais sustentável. Para Franco (2014) a participação feminina na gestão empresarial melhora a saúde financeira de muitas empresas.

Os estudos de Oliveira e Sousa Neto (2010) e Gomes (2004) afirmam que a gestão feminina é consolidada por características de partilha de poder, de informação, valorização, motivação, tornando a competição de mercado menos rígida, burocrática e agressiva. Existe uma diversidade de fatores que contribuem para a assertiva empreendedora feminina, dentre tais a capacidade sensitiva na gestão, a formação técnica e continuada das empreendedoras e outros aspectos que vem sendo investigados. (MACHADO et al., 2003; SCHERER E MINELLO, 2014; CARRIERI, PERDIGÃO E AGUIAR, 2014).

São muitos os atributos que tornam a gestão empreendedora feminina com estilo diferenciado. A alta capacidade de persuasão e a preocupação com os clientes e fornecedores, contribuem de forma salutar para a competitividade da empresa. Em complemento, a sua capacidade intuitiva, sensibilidade, criatividade, senso de organização, justiça, paciência e resiliência são características que

balizam a gestão feminina em detrimento o estilo de gestão masculina. (VILLAS BOAS, 2010).

A inserção feminina no mercado de trabalho e, conseqüentemente, o incremento do número de empreendedoras nas duas últimas décadas motivaram o interesse de pesquisas sobre o exercício do papel empreendedor por mulheres (OECD, 2000). Turner (apud ALLEN & TRUMAN, 1993) ressalta que, no ano de 1993, na Alemanha e na Dinamarca, para cada 3 empresas criadas, uma era iniciada por mulher, variando uma em cada quatro na França e uma em cada cinco empresas na Grécia, Espanha, Itália, Irlanda e Reino Unido. Também em outros países o empreendedorismo feminino tem aumentado e o resultado é que as mulheres estão iniciando empresas a uma taxa 1,5 vez maior que os homens (OECD, 1998).

Apesar da relevância do processo de criação de empresas, pois este pode influenciar a trajetória das empresas criadas, os estudos que abordam a criação de empresas por mulheres estão centrados nos motivos por que elas se tornam empreendedoras (ALVAREZ & MEYER, 1998; MARLOW, 1997; MALLON & COHEN, 2001), não focando o processo na íntegra. Uma visão mais abrangente da criação das empresas poderia fornecer um número maior de elementos, que permitiria melhor compreensão da evolução dessas empresas.

1.1 Formulação do Problema

Tendo em vista a maneira como a mulher vem adentrando no mercado de trabalho, de maneira que conquistando seu espaço, abrindo seus próprios negócios a pergunta nos faz questionar: Como e quais os principais fatores e/ou variáveis que contribuem para o crescimento do empreendedorismo do gênero feminino no Distrito Federal - DF

1.2 Objetivo Geral

Analisar as causas que levam ao crescimento do empreendedorismo feminino no Distrito Federal – DF, enfatizando as principais variáveis que vem colaborando para esse crescimento.

1.3 Objetivos Específicos

- Estudar os motivos que levam as mulheres a escolherem ser empreendedoras;
- Identificar os principais fatores que contribuem para o crescimento do empreendedorismo feminino no Distrito Federal – DF
- Justificar a importância da participação da mulher no mercado de trabalho.

1.4 Justificativa

A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nos últimos anos, onde pôde se perceber o aumento gradativo de mulheres em busca da independência financeira ultrapassando barreiras para ir em busca de seus objetivos.

Um estudo realizado pelo SEBRAE mostra que as empresas comandadas por mulheres estão se mantendo mais no mercado. Na última década, subiu de 48% para 54% a taxa de empreendedoras com negócios em atividade há mais de cinco anos, frente à redução da proporção de empresárias que tocam empreendimentos com até dois anos de criação.

De acordo com a Pesquisa GEM - Global Entrepreneurship Monitor (2012), 65% das iniciativas de empreendedorismo entre as mulheres nasceu a partir da identificação de uma oportunidade de mercado. Os dados revelam uma forte

mudança no perfil das empreendedoras nos últimos dez anos, quando em 2002 esse percentual era de apenas 39%

As mulheres estão presentes em qualquer ramo empresarial, seja ele comércio, serviço ou indústria, buscam obter maior grau de escolaridade e estão se adaptando facilmente à sua rotina diária, profissional e familiar.

Esta pesquisa é de suma importância para as cidades do Distrito Federal e região, visto que, muitos querem investir em seu próprio negócio e não sabem ou tem medo de investir em seus sonhos.

Sabendo que o empreendedorismo feminino é uma atividade que vem crescendo muito é interessante investigar e compreender quais os principais fatores que vem contribuindo para que ocorra esse crescimento e assim promover uma discussão que situe esse crescimento

Para a academia o estudo é de grande importância, pois possibilitou uma pesquisa ampla sobre o tema escolhido, desvendando suas principais curiosidades que envolvem o empreendedorismo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo é abordado o embasamento teórico de autores com relação ao tema estudado através de diversas bibliografias, conceituando o empreendedorismo e intraempreendedorismo, bem como suas características e desenvolvimento no Brasil, inserção da mulher no mercado de trabalho, a importância do empreendedorismo feminino, competências, habilidades e atitudes e por fim liderança e decisão.

2.1 Empreendedor/empreendedorismo.

Segundo Dolabela (2003) a origem da palavra empreendedorismo veio do verbo francês entrepreneur que significa “incentivo a briga”, “aquele que está entre

ou intermediário”. Quem deu a projeção ao tema empreendedorismo foi Schumpeter, que associou “o empreendedor ao conceito de inovação e apontando-o como elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico”.

De acordo com Hisrich e Peters (2004) o empreendedorismo teve início já na idade média, onde o termo descrevia tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos, que não corria riscos, apenas administrava utilizando recursos fornecidos. Já no século XVII, o empreendedor passou a ser visto como alguém que operava com risco, pois fazia contratos com o governo para realizar serviços ou fornecer produtos, porém qualquer lucro ou prejuízo que o serviço resultasse, eram do empreendedor, pois o valor do contrato era fixo, um exemplo mencionado são os proprietários individuais, como comerciantes, que compram um produto com um determinado preço e vendem à outro, operando, assim, com risco.

No século XVIII, a pessoa que possuía capital foi diferenciada da pessoa que precisava de capital, sendo assim, o empreendedor era considerado aquele que precisava de capital para realizar seus projetos, enquanto os fornecedores eram aqueles que possuíam capitais e faziam os chamados “investimentos de risco”, onde investiam a partir de um devido montante de capital próprio para em determinado prazo receber uma alta taxa sobre seus investimentos.

Nos séculos XIX e XX, o empreendedor era visto a partir de uma perspectiva econômica onde ele organiza e trabalha em uma empresa para lucro pessoal, contribuindo com sua própria iniciativa e habilidade nos planejamentos. A partir daí, em meados do século XX, o empreendedor passou a ser considerado inovador, onde era possível reformar ou revolucionar os padrões de produção.

No livro *O Segredo de Luiza*, Dolabela (2006), o Empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo.

Conforme Drucker (2003), um empreendedor é qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar. Ele compreende o empreendedorismo como um comportamento, e não como um traço de personalidade; as bases do empreendimento, portanto, seriam o conceito e a teoria, e não a intuição.

O autor Fillion (1999) destaca que o administrador concentra-se apenas na organização dos recursos e processos enquanto o empreendedor define conceitos se antecipando aos fatos por meio de uma visão futura da organização.

Nos entendimentos de Schumpeter (1934) o empreendedor é associado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios.

Para Dornelas (2001), no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores, pelo fato de que eles organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização

No entendimento de Dolabela (2006) o empreendedorismo existe desde sempre e não é algo novo ou modismo, pois para ele a existência é justificada desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Para Fillion (1991) um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, no mesmo entendimento, Chiavenato (2006) diz que o empreendedor é a energia da economia, pois o empreendedor não é apenas um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios; é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias e quem fareja as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam.

O conceito de Robbins (2001) é de que o empreendedorismo é uma ação na qual os indivíduos buscam oportunidades, estabelecem e organizam os recursos indispensáveis e, abrem seu próprio negócio, procurando melhor qualidade de vida e se arriscando no mercado a fim de satisfazer suas necessidades e desejos.

De acordo com Fillion (1991, *apud* DOLABELA, 1999) a palavra “empreendedor” muda seu significado de acordo com o país e a época. Este termo evoluiu à partir do fim do século 17, onde empreender era fazer qualquer coisa, no início do século 20 os comandantes das indústrias eram considerados empreendedores, atualmente a atividade pode ser desenvolvida por qualquer pessoa.

O empreendedorismo pode mudar suas características de acordo com cada região, onde pode ser aplicado e entendido de diferentes maneiras.

Gerber (1996) afirma que o empreendedor é alguém inovador, estrategista, criador de métodos e novos mercados, além de ter criatividade como uma das

características de sua personalidade e o dom de transformar as possibilidades e o caos em harmonia.

Seguindo nos mesmos conceitos de inovação, Drucker (1998) também acredita que os empreendedores são inovadores que exploram e transformam todas as mudanças e oportunidades de negócios.

O termo inovação significa modificar algum método já existente ou criar algo novo, de forma resumida significa novidade ou renovação.

2.2 Intraempreendedor/Intraempreendedorismo.

O intraempreendedorismo é considerado um novo tema dentro das organizações, o termo foi criado pelo consultor em administração Gifford Pinchot III na década de 1980. A definição do termo intrapreneur é mencionada a pessoa que assume responsabilidade direta de transformar ideias ou projetos em algo lucrativo, e para isso, utilizará de meios inovadores e assumirá riscos (ÂNGELO, 2003).

Segundo conceito de Schumpetter (1982), para uma pessoa ser empreendedora, o primeiro fator é a sua capacidade de inovação. O empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos empreendimentos, mas também pode ser aquele que inova dentro de um empreendimento já constituído, ou seja, um intraempreendedor, que é a pessoa que inova dentro de uma empresa já estabelecida.

Chiavenato (1999) diz que o intraempreendedor é qualquer pessoa que dentro de uma organização utiliza seus talentos para criação, inovação e condução de projetos empreendedores. Ele sempre existirá em qualquer organização, ou cultura organizacional que favoreça ou não o seu surgimento. Também pode-se identificar os intraempreendedores pela simples observação de suas realizações organizacionais, como aquelas de alto valor agregado, que não estavam previstas no planejamento original da empresa. Atrás destes projetos haverá pessoas que formularam e estruturaram uma ideia promovendo internamente a busca de apoio para sua implementação.

Para Dornelas (2008) o intraempreendedor pode ser definido como o indivíduo que está interessado em efetuar um ato de inovação, que se comprometa e se

responsabilize com todas as etapas necessárias para atingir seu objetivo e gerar resultados. Esse indivíduo deverá se preocupar não somente com a criação de novos empreendimentos, mas também em colaborar para o desenvolvimento e sucesso da empresa, assumindo os riscos calculados, identificando as oportunidades, inovando, sendo criativo e trabalhando em equipe.

Para Hisrich e Peters (2004) pode-se identificar certas características individuais que constituem a liderança intraempreendedora, que são elas:

- Entender o ambiente;
- Ser visionário e flexível;
- Criar opções administrativas;
- Estimular o trabalho em equipe;
- Incentivar a discussão aberta;
- Construir uma coalizão de defensores;
- Persistir.

Ainda nas concepções de Hisrich e Peters (2004), a cultura corporativa tradicional difere significativamente da cultura intraempreendedora, pois tem como diretrizes principais: aderir às instruções recebidas, não cometer erros, não fracassar, não tomar a iniciativa e esperar instruções, tendo assim um ambiente bastante restritivo, bem ao contrário da cultura intraempreendedora que tem por diretrizes: desenvolver perspectivas, objetivos e planos de ação, ser recompensado pelas ações empreendedoras, sugerir, tentar e experimentar, criar e desenvolver em qualquer área e assumir responsabilidade e propriedade.

2.3 Características do empreendedor

Para Bernardi (2003) o que diferencia um empreendedor bem sucedido, são suas características e aptidões ditas como “personalidade empreendedora”, que são o perfil característico mais comumente encontrado nos empreendedores de sucesso, além de terem uma correta modelagem do negócio e um planejamento bem elaborado.

Livesay (1982) diz que um empreendedor é qualquer homem de negocio bem sucedido, pois seu sucesso era prova suficiente de todas as suas habilidades.

Para Fillion (1999) um empreendedor é uma pessoa que percebe possíveis oportunidades e toma decisões que objetivam a inovação, pois é uma pessoa criativa, com capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive detectando todas as oportunidades de negócio.

Seguindo as mesmas concepções, o SEBRAE, apresenta os aspectos fundamentais no comportamento do empreendedor, destacando ainda as seguintes características:

- Criatividade: Aceitar os desafios propostos e solucionar problemas;
- Liderança: Delegar responsabilidade, formar equipe;
- Perseverança: Se manter firme nos propósitos e buscar metas;
- Flexibilidade: Ajustar-se às mudanças;
- Vontade de trabalhar: Dedicar-se ao seu negócio;
- Automotivação: Ir em busca e encontrar sua realização profissional;
- Formação permanente: Atualização profissional;
- Organização: Compreender relações internas e estruturar a empresa;
- Senso Crítico: Analisar os problemas friamente.

Para Dornelas (2005) o empreendedor possui características que o torna especial no mundo dos negócios, que são elas: visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados, são organizados, planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade.

Segundo Birley e Muzyka (2001) os empreendedores são orientados para realizações, gostam de assumir a responsabilidade por suas decisões e não gostam de trabalho repetitivo e rotineiro, além de serem muito criativos e dispostos a correr riscos em busca de realizações.

Mai (2006) manifesta o entendimento de que se uma pessoa possuir características comportamentais e aptidões encontradas em empreendedores bem sucedidos, ela terá maior facilidade em empreender. Mesmo que as características empreendedoras não sejam a garantia de pleno sucesso, sem elas dificultará mais ainda a chegada ao sucesso empresarial. Antes de ingressar em uma atividade empresarial, é importante que o empreendedor realize uma autoavaliação e reflita sobre os aspectos fundamentais de sua personalidade.

Entre as principais características femininas no empreendedorismo, estão um maior nível de preparo: em geral, elas planejam melhor e procuram compreender mais o mercado em que atuam.

- O site Rede Mulher Empreendedora, destaca algumas características exclusivamente femininas no empreendedorismo, que são:
- Multi-tarefa: Mulheres normalmente conseguem fazer várias coisas ao mesmo tempo;
- Gene cooperativo: São construtivas e colaborativas, e somam ideias para atingir um bom resultado;

- Detalhismo: Tem um dom claro de ver coisas minuciosas;

2.4 Participação da Mulher no Mercado de trabalho

Como o empreendedorismo feminino vem crescendo ao longo dos anos, os estudos mostram que na década de 90 esse ramo estava apenas se iniciando. Todavia, passado uma década, essa atividade cresceu consideravelmente, muito embora as atividades existentes apresentem em sua trajetória evolutiva desafios e dificuldades diante do mercado de trabalho.

No empreendedorismo feminino, as mulheres demonstram que tem consciência do papel social que desempenham e mesmo sendo afetadas pelas limitações que lhes são impostas culturalmente, estas não abrem mão do empreendimento.

Na atividade empreendedora, as atividades em que as mulheres se destacam mais são no setor de serviços.

Assim, os diretores das fábricas contratavam as mulheres para as tarefas leves, menos rápidas e talvez mais monótonas que as dos homens, pois as mulheres, segundo as representações dominantes do senso comum vigentes, teriam grande capacidade para trabalho de minúcia e de detalhes, utilizando a delicadeza emotiva que seria exclusivamente sua.

Para Abramo (2001) o aumento do número de mulheres no mercado de trabalho não foi seguido pela diminuição das diferenças entre homens e mulheres. Estas ocupam determinados campos e carreiras, um segmento que comprova as desigualdades entre homens e mulheres no mercado de trabalho.

A participação das mulheres no mercado de trabalho no Brasil vem aumentando de forma expressiva nos últimos anos. As transformações de valores adquiridos dos movimentos políticos e sociais apresentaram como resultado a maior participação das mulheres, inclusive nas carreiras políticas e nas universidades.

2.5 O empreendedorismo feminino e sua importância

Algumas das justificativas para o alto crescimento de empreendimentos comandados por mulheres são o avanço educacional e também as mudanças que vem ocorrendo nas estruturas familiares, onde o número de filhos diminuiu e a participação das mulheres na vida econômica aumentou.

Segundo Raposo e Astoni (2007), o empreendedorismo feminino se configura como importante iniciativa da classe na busca por seus direitos de Independência.

Conforme Loden (1988) as qualidades que definem a liderança feminina não são características limitadas exclusivamente para as mulheres, pois estes traços também podem ser encontrados em homens. Existem também mulheres que se sentem mais a vontade no estilo de liderança masculino e homens que preferem a abordagem mais natural da liderança feminina.

De acordo com Lages (2008), as mulheres ainda trabalham com remunerações inferiores e ainda são restritas a alguns departamentos do mercado, mesmo que comprovem possuir uma escolaridade mais avançada que a dos homens.

Camargo (2008) afirma que o empreendedorismo feminino é visto como uma forte opção para a geração de trabalho e renda, para que as mesmas possam se satisfazer em termo de tempo, futuro e destino profissional. Porém, as mulheres ainda possuem a obrigação de se preocupar com afazeres domésticos, procurando através do emprego, se organizar em seus horários sem se preocupar com cargas horárias rígidas, podendo assim amenizar os conflitos entre sua vida familiar e sua vida profissional.

Pode-se perceber que as mulheres optam por atividades relacionadas a serviço ou ligadas ao comércio varejista, sendo eles, empreendimentos menores, mas que possuem uma alta taxa de sobrevivência.

Para reconhecer e estabelecer uma melhor valorização do sexo feminino, o SEBRAE implantou em 2004 o “Prêmio Mulher de Negócios”, que é voltado para proprietárias de micro e pequenas empresas ou membros de cooperativas e associações.

O prêmio é composto por duas etapas, a etapa estadual e regional. As finalistas concorrem ao prêmio nacional e a vencedora de todas as etapas é convidada a conhecer um polo de empreendedorismo em uma viagem internacional.

De acordo com Luiz Barreto (2013), Presidente do SEBRAE, há algumas décadas, o avanço feminino no mercado de trabalho é percebido em frentes variadas, com isso, não poderia ser diferente no empreendedorismo.

As mulheres ainda não se igualaram aos homens empresários brasileiros, mas tiveram um aumento significativo de empreendimentos comandados por elas de 21,4%, em um período de 10 anos, conforme o diagnóstico do Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas (2013), elaborado pelo SEBRAE em parceria com o Dieese.

Lisa Nicole Bell, colunista da Forbes, listou em sua última publicação (2014) quatro itens que toda mulher deve fazer e considerar, antes de abrir um negócio, que são eles:

- Defina o que é sucesso para você: É importante que tenha claro na cabeça o que é sucesso e que pense na vida que deseja levar como empreendedora;
- Considere sua família e seus filhos: Equilibrar a vida pessoal e profissional e ter uma estratégia bem traçada e horários bem determinados.
- Prepare-se para a batalha: Começar uma empresa é um grande desafio, mas a recompensa vale a pena.
- Escolha seu time com cuidado: É extremamente importante você saber o que procura em seu sócio e em seus funcionários.

2.6 Competências e habilidades.

Silva (2008, pg. 17) destaca a competência como um conjunto de conhecimentos, habilidades, comportamentos e atitudes de que uma pessoa necessita para ser eficaz em um vasto campo de atividades administrativas, em vários tipos de organizações.

Para Hisrich e Peters (2004), as principais habilidades que são exigidas dos empreendedores são: as habilidades técnicas que abrangem redação, atenção,

apresentações orais, organização, treinamento, trabalho em equipe e know-how técnico; as habilidades administrativas de empresas que incluem as áreas envolvidas no início, o desenvolvimento e a administração de qualquer empresa; as habilidades empreendedoras pessoais como controle interno (disciplina), capacidade de arriscar-se, espírito de inovação, persistência, liderança visionária e orientação para mudanças.

Loden (1988) destaca as seguintes habilidades e atitudes:

- Habilidade de percepção: a habilidade de colocar-se no lugar do outro e entender seus sentimentos ou reações; entender dicas não verbais;
- Habilidade de Ouvir: deixar as pessoas concluírem seus pensamentos sem interrompê-las. Prestar muita atenção no que está sendo dito por outras pessoas e como está sendo dito. Usar dicas não verbais para encorajar discussões abertas.
- Administração de sentimentos: usar suas reações de sentimentos como um barômetro emocional dentro do grupo. Estar sintonizada nos sentimentos dos outros e nas condições ambientais que envolvem estes sentimentos. Expressar sentimentos como um método para aumentar a comunicação e pedir demonstrações de sentimentos dos outros. Quando tomar decisões, levar os sentimentos em consideração. Reagir espontaneamente as situações.
- Intimidade/Autenticidade: compartilhar dados pessoais sobre si mesmo e encorajar os outros a fazer o mesmo; desenvolver uma harmonia pessoal com as outras pessoas. Concentrar o indivíduo como um todo, e não apenas como funcionário.
- O Uso do Posicionamento: usar o posicionamento para modificar seu comportamento. Dar um posicionamento claro e direto sobre o desempenho, focalizado nas ações. Solicitar um posicionamento dos colegas e funcionários.

- Calcular o Impacto Pessoal: compreender e reconhecer o impacto de seu comportamento sobre os outros, e as consequências de suas ações na construção de relacionamentos.

O SEBRAE apresenta três tipos de competências, que são:

- Técnicas: Fazem parte da atividade operacional do negócio, como produção, processos e controles.
- Estratégicas: São as competências referentes a sua visão sobre o mercado e sobre como você explora as informações vindas do mesmo.
- Comportamentais: Maneira de empreender, negociar e liderar pessoas e equipes.

Através destas competências o SEBRAE criou em seu site o Mapa das competências que possibilita descobrir seus pontos fortes e fracos auxiliando em melhorias no comportamento empreendedor.

Para Silva (2008, pg. 13) as habilidades são destrezas específicas para transformar conhecimento em ação, que resulte no desempenho desejado para alcance dos objetivos. Estas por sua vez podem ser divididas em três tipos: as habilidades técnicas, que são relacionadas as funções dentro da organização; as habilidades humanas, relacionadas ao tratamento com pessoas e as habilidades conceituais, que são relacionadas a capacidade de ver a empresa de maneira total.

2.7 Liderança e decisão

Cunha e Ferla (1997) acreditam que as qualidades e habilidades de um líder, são determinadas de acordo com as exigências das situações nas quais terá de agir.

Para Chiavenato (1999) a liderança é uma forma de influência, onde uma pessoa age intencionalmente para provocar ou modificar o comportamento de outra.

De acordo com Cunha e Ferla (1997) o empreendedor possui forte capacidade de liderança, pois é capaz de agregar e mover pessoas em torno de si, empregando estratégias para desenvolver e manter relações comerciais.

Hunter (2004) acredita que é comum nos dias de hoje as pessoas acreditarem que líder é quem possui QI elevado, ou possui bastante ambição, mas atualmente a liderança é a capacidade de influenciar outras pessoas e agir.

Chiavenato (2002) ressalta que a teoria que explica o estilo de comportamento dos líderes sem mencionar as características pessoais, diz respeito aos estilos de liderança “autocrática” e a “democrática”.

Para Cunha e Ferla (1997) os líderes podem ser nomeados, que são os que tem influência sobre outras pessoas devido ao cargo que ocupam; ou podem ser líderes naturais, que não são nomeados, mas recebem poder dos demais membros da organização devido a sua capacidade de desenvolver as tarefas.

Ramos (1989) apresenta o líder como um agente da motivação. Ainda nos entendimentos de Cunha e Ferla (1997, p. 103), os líderes podem assumir diferentes estilos de liderança:

- Líder autoritário e explorador: Aquele que toma todas as decisões em relação ao trabalho e manda seus subordinados cumprirem;
- Líder autoritário benevolente: Também dá as ordens, mas seus subordinados tem certa liberdade de fazer comentários;
- Líder consultivo: Discute com os subordinados e depois estabelece objetivos e dá ordens.
- Líder participante: Todas as decisões de formas de trabalhos são decididas em grupo.

Cunha e Ferla (1997), dizem que a decisão é um processo mental que deve ser muito bem administrado, faz parte de um processo que inicia com a identificação de um problema e termina quando uma alternativa for escolhida. Para os autores, esse processo se desenvolve em cinco etapas, que são

elas: formulação de uma questão, busca de informações, definição de alternativas, as consequências e, por fim, a decisão.

Para Ferreira (2005), os indivíduos sempre precisaram tomar decisões, pois o processo de escolha e tomada de decisão tem um papel cada vez mais importante no que diz respeito à economia, administração, finanças e principalmente no processo de gestão de investimentos.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Nesta seção apresentam-se os processos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa. Descrevendo a classificação da pesquisa, tipo e descrição geral da pesquisa, caracterização da organização, setor ou área do objeto de estudo, população e amostra, instrumento de pesquisa e procedimentos de coleta e de análise de dados.

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa (técnicas de pesquisa ou estratégias escolhidas para coletar os dados)

Para Vergara (2000), a pesquisa pode ser classificada quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, o autor destaca que a pesquisa pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada ou intervencionista; E quanto aos meios de investigação pode ser: Pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, pesquisa documental, pesquisa bibliográfica, pesquisa experimental, participante, pesquisa-ação e estudo de caso.

Para a elaboração do presente estudo foi utilizada a pesquisa exploratória e descritiva. Considera-se que descritiva, pois descreve as diversas percepções das empresárias entrevistadas acerca do empreendedorismo feminino. Quanto à pesquisa descritiva, Vergara (2000) explica que expõe características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo correlações entre variáveis e a definição de sua natureza.

Para Gil (2002) a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, envolvendo, na maioria dos casos, levantamentos bibliográficos, entrevista com pessoas relacionadas ao tema pesquisado e análises de exemplos para facilitar a compreensão do assunto. Quanto aos meios ou procedimentos técnicos a investigação foi bibliográfica e documental

3.2 Caracterização da organização, setor ou área do objeto de estudo

Esta pesquisa se realizou em várias empresas do mercado formal e informal, situadas em vários locais da cidade do Distrito Federal. Os ramos de atividades das empreendedoras pesquisadas foram: Educação, Alimentícios, Confeções, Farmácia, Mercados, Salão de Beleza e Padaria.

3.3 População e amostra (ou participantes do estudo)

De acordo com as definições de Vergara (2000), a população é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objetos do estudo, e a amostra é a parte do universo (população) que será escolhido segundo algum critério de representatividade.

Com relação ao universo amostral, a pesquisa foi realizada com empresárias do Distrito Federal - DF, onde foi feita aplicação questionário com uma amostra de quinze empresárias de ramos diferentes.

3.1 Instrumento(s) de pesquisa

Os dados foram coletados por meio de:

Pesquisa bibliográfica em livros, revistas especializadas com temas relacionados ao empreendedorismo feminino, desde a inserção da mulher no mercado de trabalho até as suas características empreendedoras, sendo coletados em jornais,

obras literárias, dicionários, etc. Além de pesquisa em diferentes bibliotecas para obter o maior número de informações referentes ao tema.

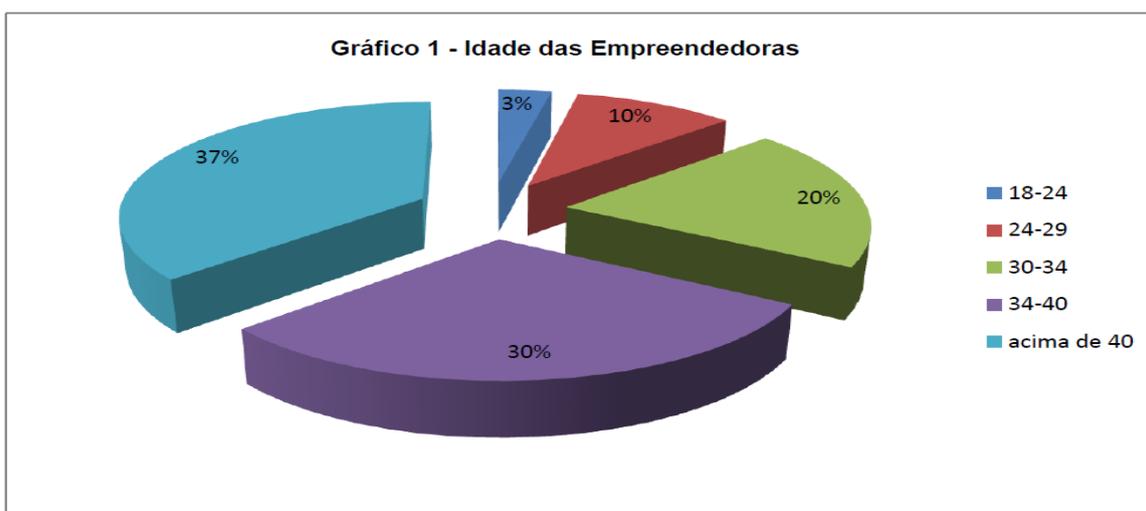
Entrevistas com questionários semi-estruturados que foram aplicados as quinze empresárias individualmente.

4 Resultados

Neste capítulo é apresentado o perfil socioeconômico dos questionários bem como os resultados das pesquisas qualitativas realizadas, que abrangem questões como a idade do empreendedor, o empreendedorismo tem crescido bastante nos últimos anos por fim a principal dificuldade encontrada no início do seu investimento no empreendedorismo. Os dados foram analisados individualmente, partindo das respostas obtidas. Para tal, foram utilizadas perguntas objetivas para as empreendedoras com o objetivo de provocar uma maior reflexão sobre os aspectos abordados. Buscou-se, nesta pesquisa, assegurar a veracidade dos dados assim como a importância dos mesmos no contexto do Empreendedorismo feminino.

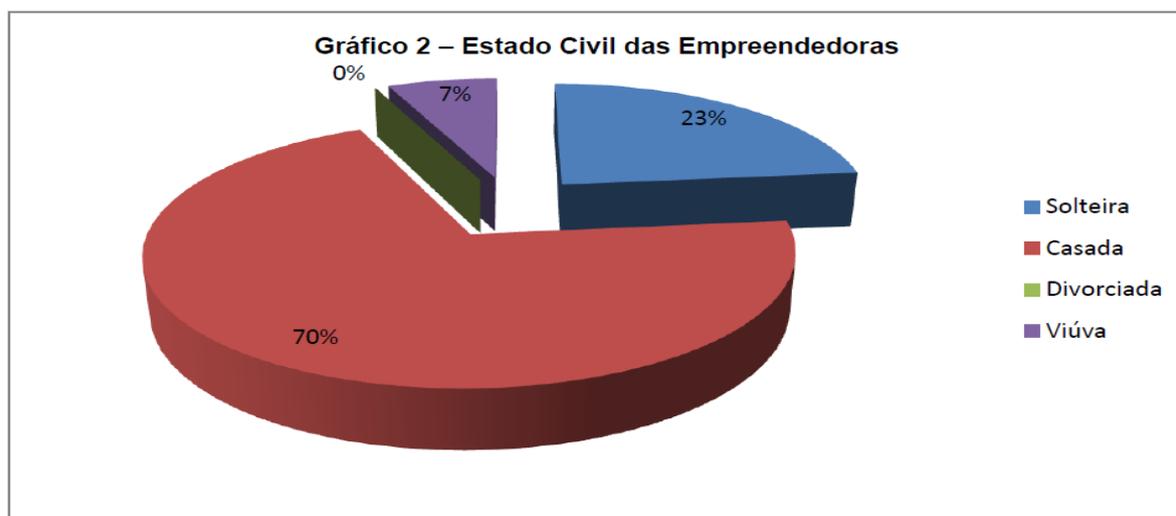
4.1 Perfil socioeconômico das entrevistadas

O estudo identificou o perfil socioeconômico das empresárias entrevistadas, com intuito de conhecer melhor pontos como idade, estado civil, grau de escolaridade, tempo de existência da empresa, quantidade de funcionários e o ramo do negócio.



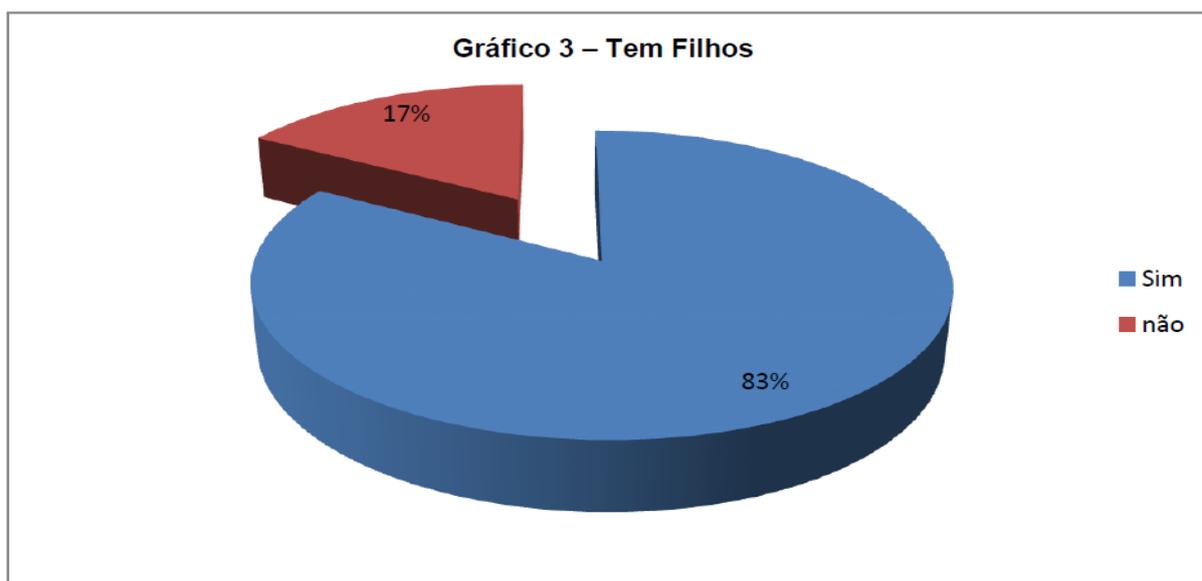
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

Nota-se no gráfico acima que as empreendedoras de maior idade são as que mais se ariscam para montar seu próprio negócio, pois, como mostra o gráfico, 37% das entrevistadas são mulheres com mais de 40 anos de idade e 30% são mulheres entre 34 e 40 anos, ficando assim 20% para as mulheres de 30 a 34 anos, 10% para as de 24 a 29 e apenas 3% para as mulheres entre 18 e 24 anos de idade.



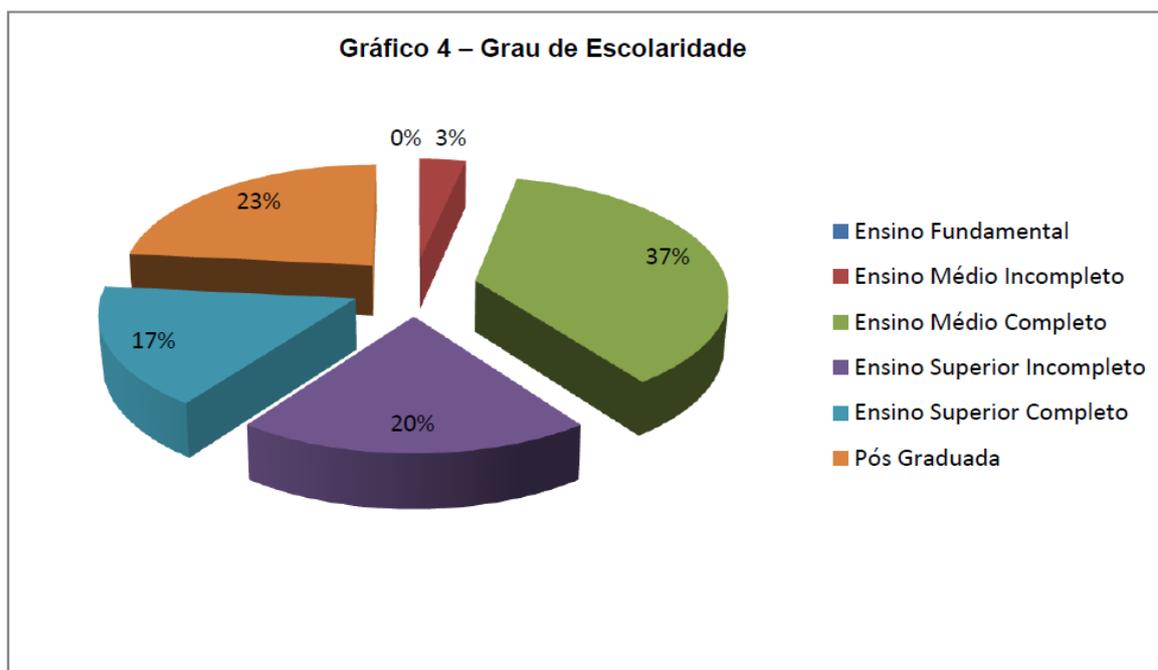
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018.

Pode-se notar do gráfico que 70% das empreendedoras são casadas, são mulheres experientes, comprometidas e com experiência de vida em se dar em seu trabalho neste caso, seu próprio negócio. Percebe-se também que as outras empreendedoras são viúva com 7%, solteiras com 23% e divorciada 0%



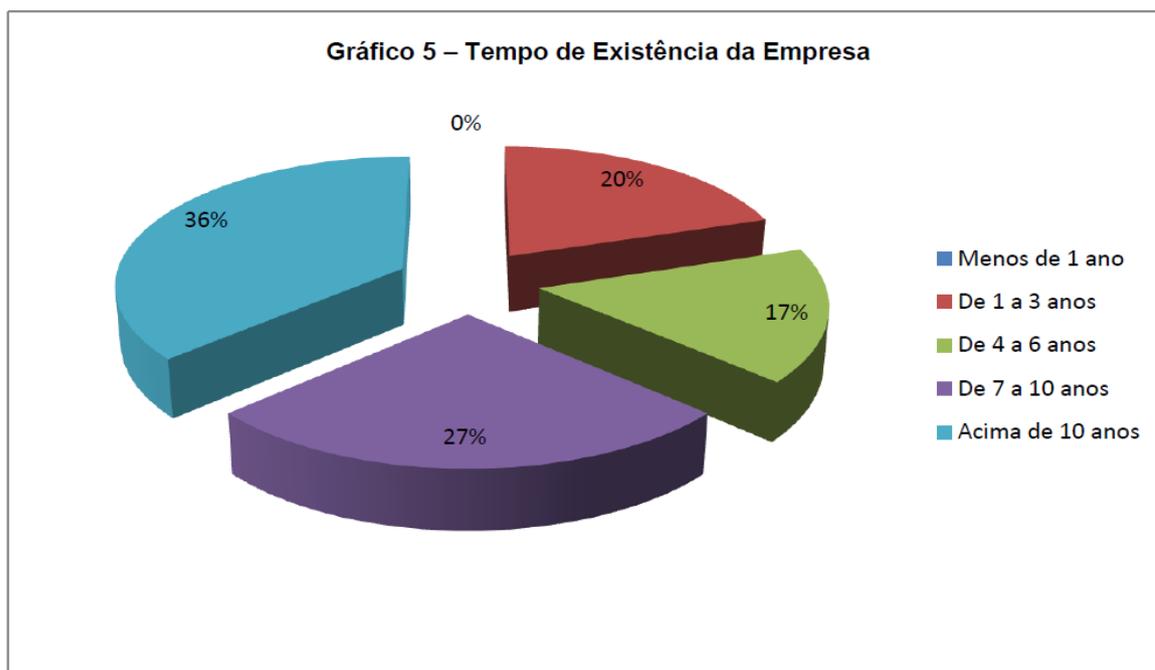
Fonte: **Dados da Pesquisa, 2018**

Nota-se do gráfico acima que 83% das empreendedoras pesquisadas tem filhos enquanto apenas 17% afirmaram não ter filho. Muitas pessoas acham que ter filho atrapalha no trabalho, o que não acontece com as empreendedoras desta pesquisa, pois, mesmo tendo filhos elas mostram garra, determinação e confiança em seu trabalho.



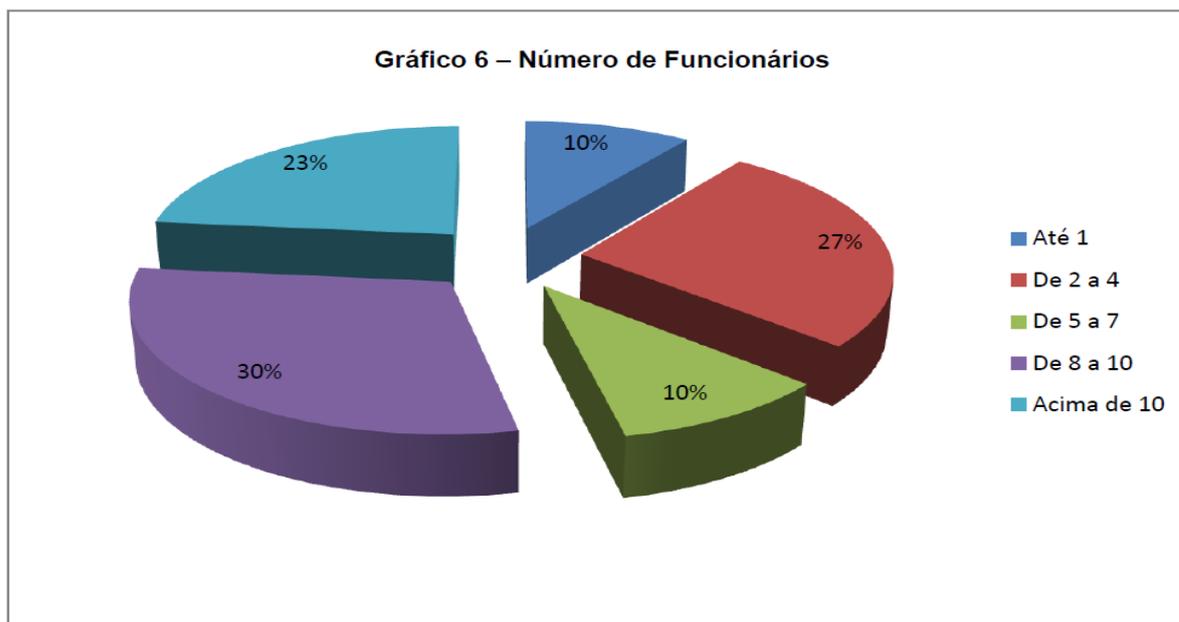
Fonte: **Dados da Pesquisa, 2018.**

De acordo com o gráfico 4, a maioria das empreendedoras possui como grau de escolaridade o ensino médio, como visto no gráfico, elas representam 37% e no entanto a sua experiência conquistada ao longo dos anos as tornaram boas profissionais na área, sensível às mudanças acontecidas no mercado, promovendo assim o crescimento de seus estabelecimentos. Outras empreendedoras com segundo índice maior, de 23%, estão as que concluíram sua Pós Graduação e continuam investindo em seu próprio negócio. O gráfico ainda mostra 20% das empreendedoras com curso superior Incompleto, 17% com curso de superior completo, 3% com Ensino Médio Incompleto, o que mostra que todos tinham certo grau de estudos e que apostam seu futuro em seu empreendimento pessoal.



Fonte Dados da Pesquisa 2018

Pode-se notar, do gráfico acima que todas as empresas das empreendedoras entrevistadas tem mais de um ano no mercado, 27% das empresas tem de 7 a 10 anos no mercado de trabalho, 20% de 1 a 3 anos e 17% de 4 a 6 anos. Nota-se claramente que a maioria das empresas, 36%, estão a mais de 10 anos no mercado, ou seja, estão estabilizadas no mercado. De acordo com IBGE (2017) a taxa de sobrevivência das Micros e Pequenas Empresas com até dois anos em exercícios foi de 73,1%, em consideração às empresas abertas no ano de 2006.

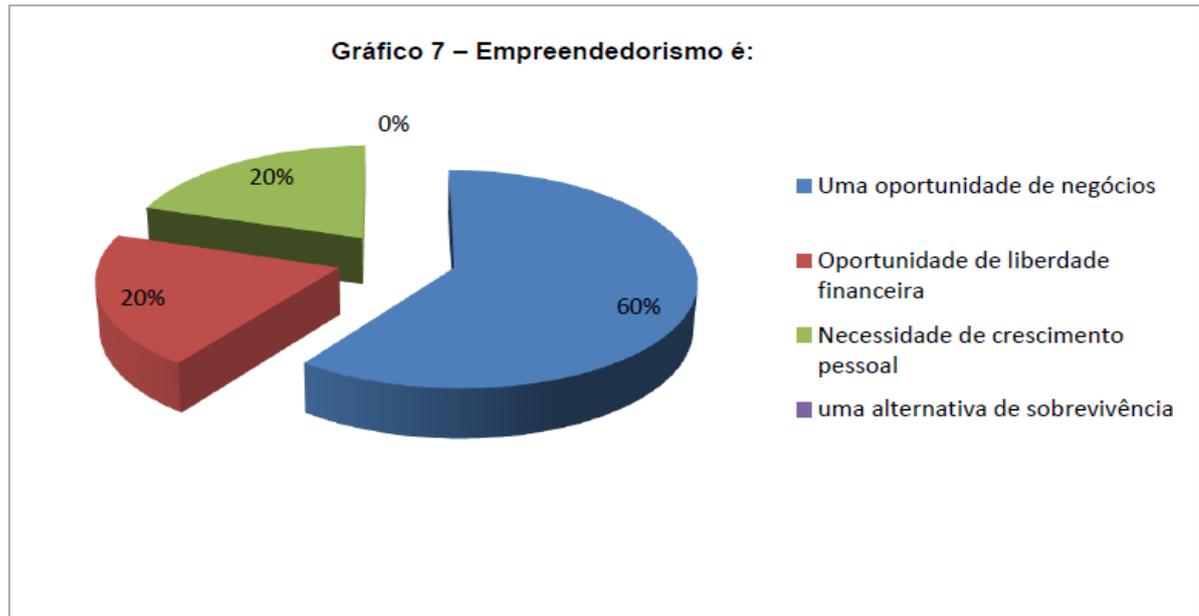


Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

Nota-se no gráfico acima que a quantidade de funcionários dessas empresas se diferenciam. Assim as respostas das empreendedoras acerca da quantidade de seus funcionários ficaram da seguinte maneira: de 8 a 10 funcionários ficou com 30%, de 2 a 4 funcionários ficou em 27%, acima de 10 funcionários ficou com 23%, restando até um e de 2 a 4 com 10% respectivamente.

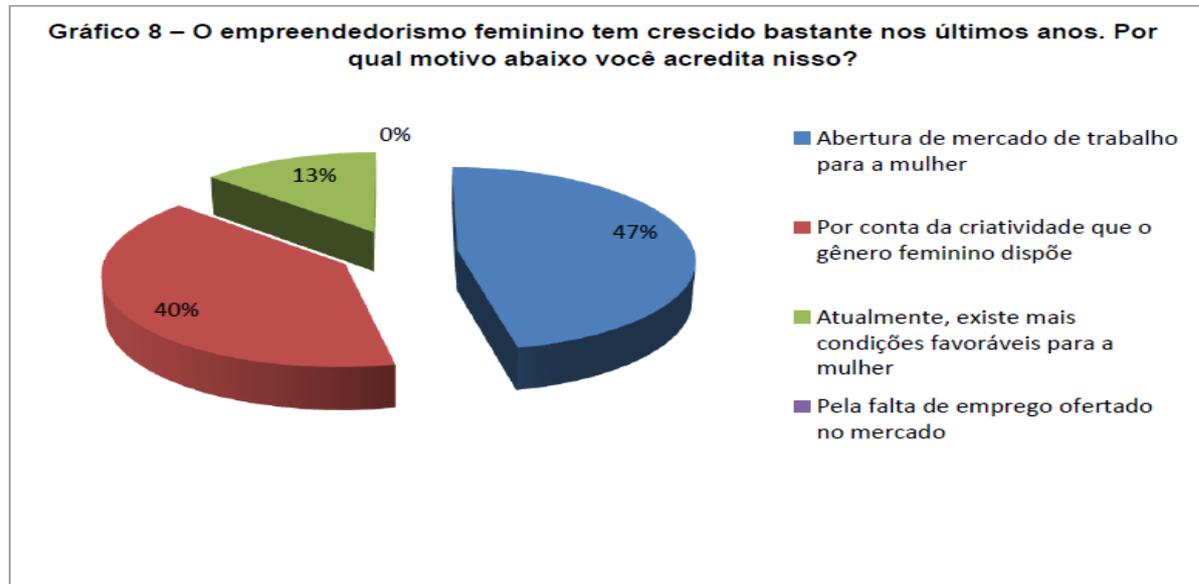
4.2 Perfil Empreendedor

São vários os tipos de empreendedorismos, cada uma com sua especialidade e característica própria com um contexto diferenciado. Nesta pesquisa destaca-se o empreendedorismo empresarial, denominado privado, voltado exclusivamente para a produção de bens e serviço para o mercado de trabalho no Distrito Federal. Segundo Hitaka e Santos (2012) o empreendedorismo empresarial busca a satisfação das necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades de negócio. Seus objetivos principais, segundo eles, são o lucro esperado e a sustentabilidade.



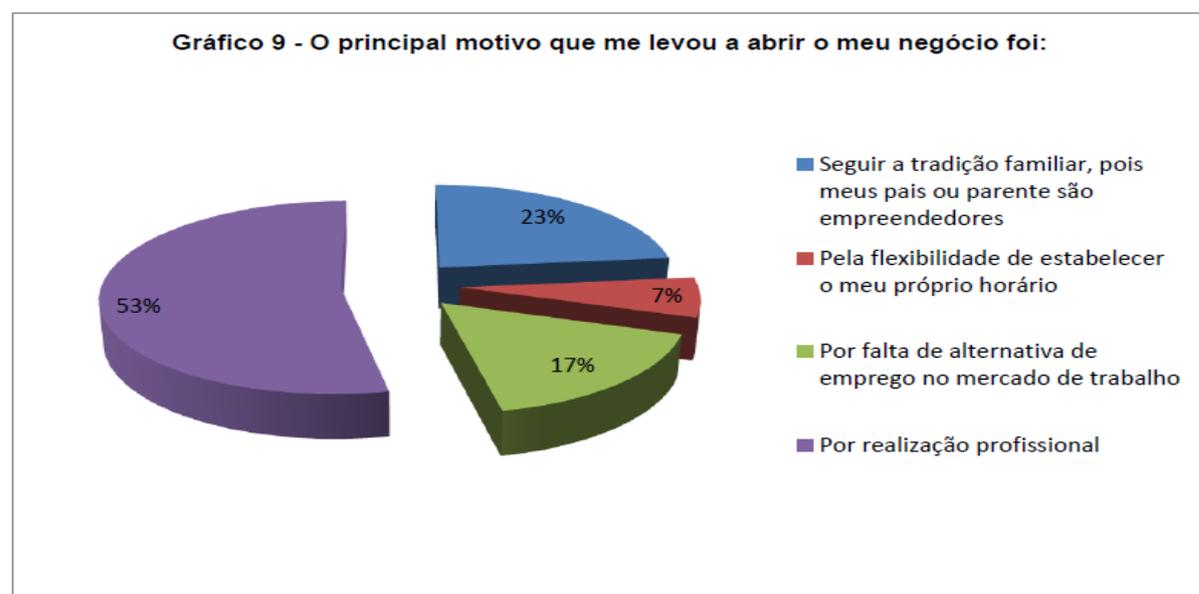
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

O gráfico 7 mostra qual o significado do empreendedorismo para as Empreendedoras. Para elas o empreendedorismo representa, com maioria de 60%, uma oportunidade de Negócio, e 20% das empreendedoras afirmam que para elas empreendedorismo são uma oportunidade de liberdade financeira e a necessidade de crescimento pessoal respectivamente, ficando sem marcar a alternativa uma alternativa de sobrevivência. Esse resultado nos mostra que nenhuma das empreendedoras definem empreendedorismo como uma sobrevivência e sim uma oportunidade de inserir-se no mercado de trabalho para assim ter sua liberdade financeira e crescimento pessoal.



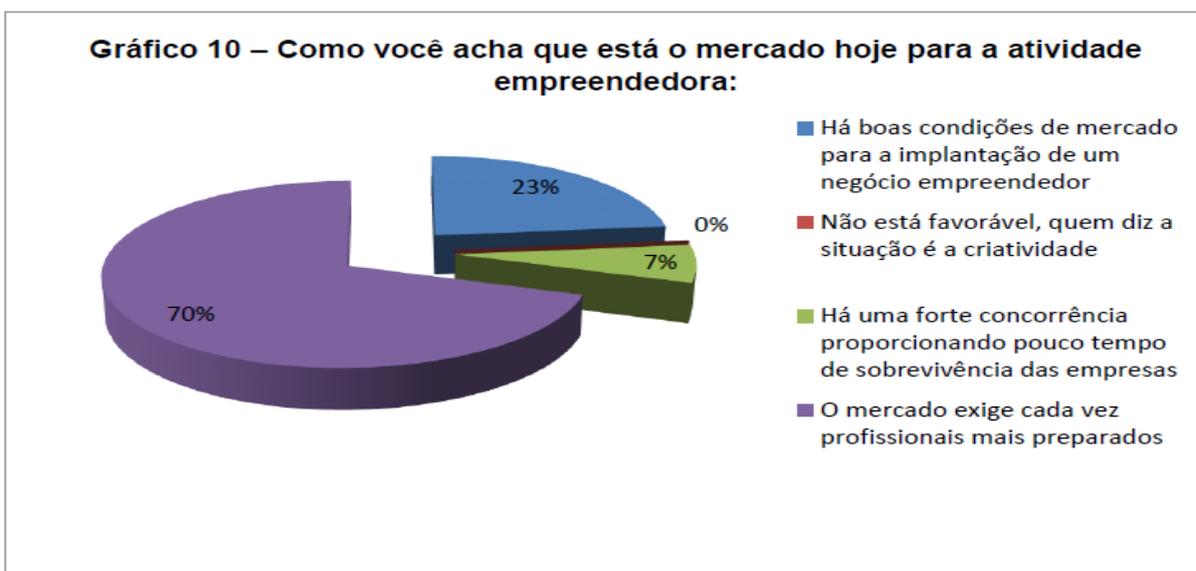
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

O gráfico acima aborda como vem sendo demonstrado o crescimento do empreendedorismo feminino, pode-se observar que a alternativa “abertura de mercado de trabalho” para a mulher obteve 47% da pesquisa. Assim como a alternativa “por conta da criatividade que o gênero feminino obteve 40% e Atualmente, existe mais condições favoráveis para mulher é 13%



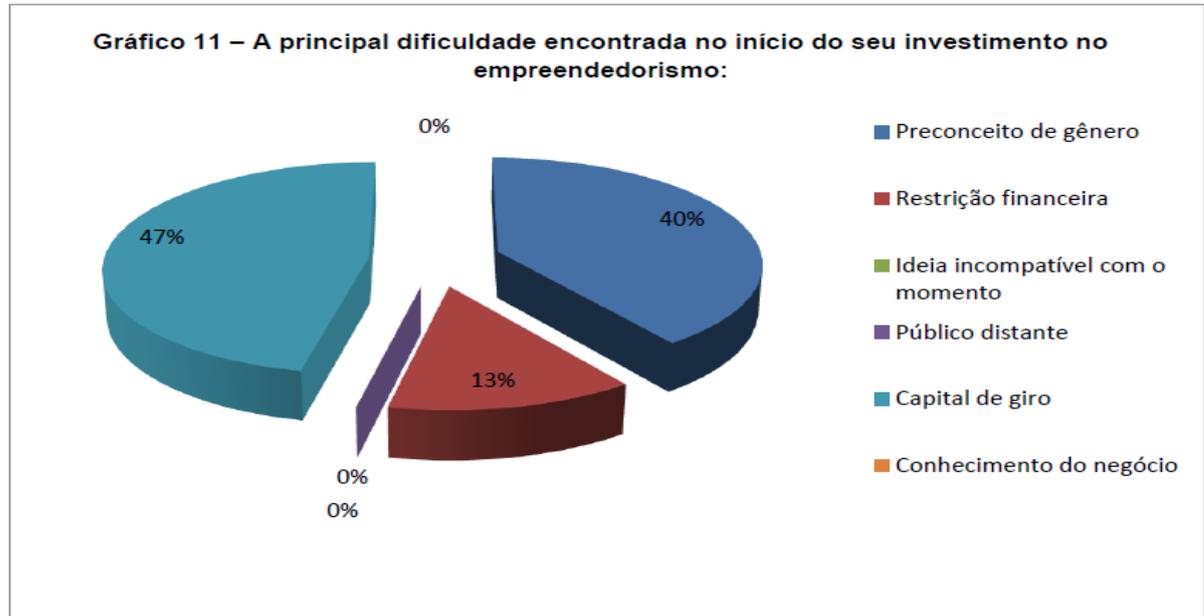
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

Do gráfico acima, pode-se afirmar que mais da metade das entrevistadas, 53%, afirmam que abriram seu próprio negócio para se “realizarem profissionalmente”, o que mostra a sua vontade e desejo de crescer financeiramente e conseqüentemente de ter seu próprio negócio como dito anteriormente. 23% das entrevistadas afirmam que seguem a tradição familiar, visto que seus pais ou parentes tem seu empreendimento próprio e preferem trabalhar para a família do que se ariscar no mercado incerto. As empreendedoras com 17% afirmam que montaram seus negócios por falta de alternativa de emprego no mercado de trabalho e apenas 7% destacam que seu motivo principal foi a flexibilidade de estabelecer se próprio horário de trabalho.



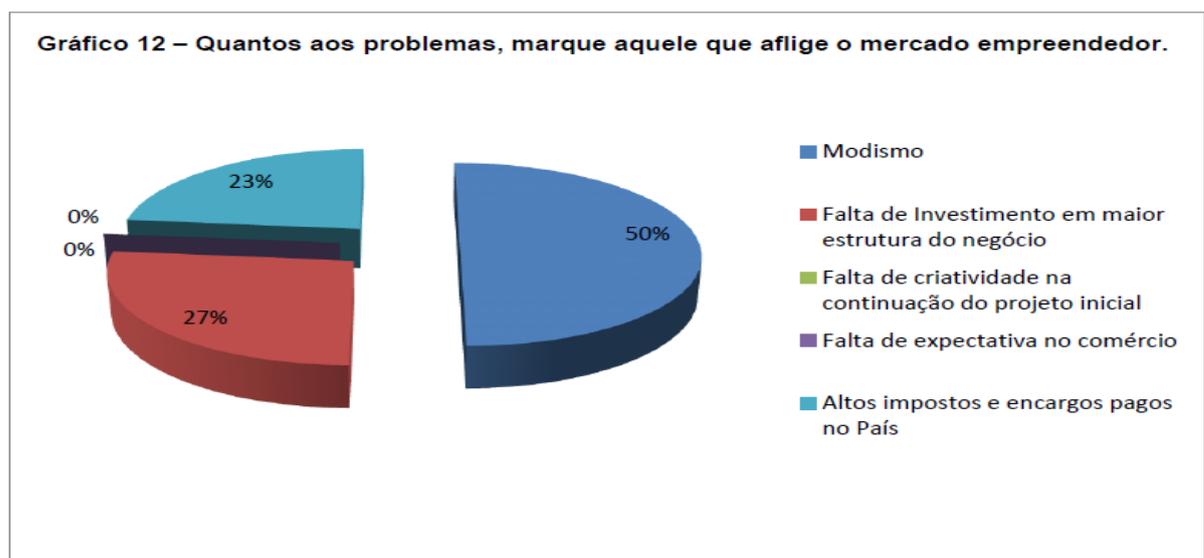
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

O gráfico acima mostra que 70% das empreendedoras, concordam que o mercado de trabalho, atualmente, exige cada vez mais profissionais qualificados, o que é evidente, pois, sem pessoas qualificadas como poderia uma empresa crescer sem produtividade? 35% das mulheres pesquisadas afirmam que no mercado atual existe boas condições para a implantação de um negócio empreendedor. 7% das empresárias afirmam que no ramo empreendedor há uma forte concorrência no mercado de trabalho o que proporciona para algumas empresas pouco tempo de sobrevivência.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

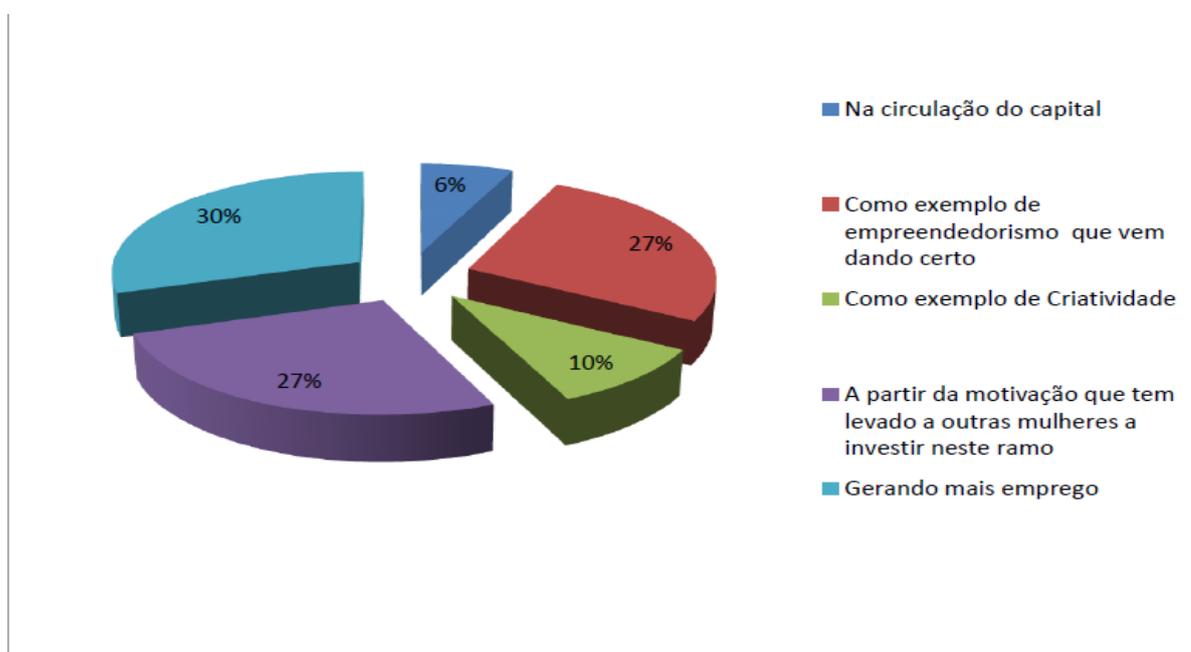
O gráfico 11 retrata as opções de dificuldades encontradas pelas empreendedoras, a maior é o capital de giro com 47%, outra opção com o percentual atrativo de 40% foi o preconceito de gênero, o que mostra que ainda hoje, há esta destinação entre homens e mulheres. 13% das entrevistadas afirmam que sua maior dificuldade foi a restrição financeira, ficando as outras opções sem marcações.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

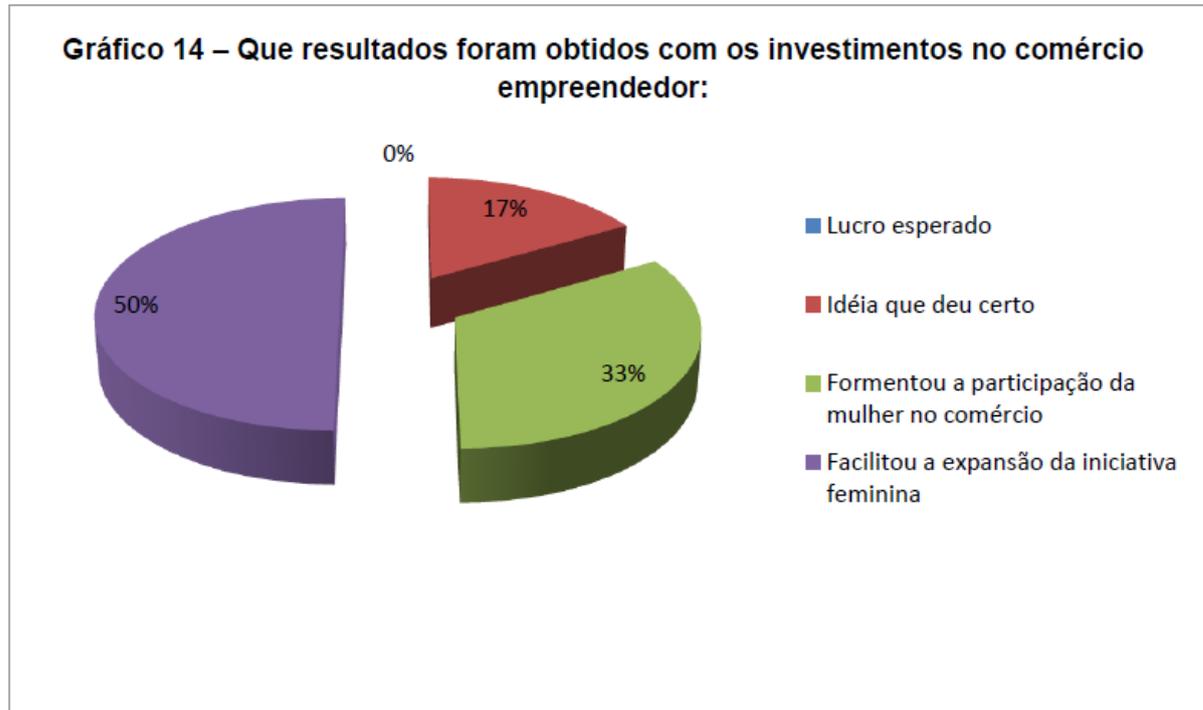
Observa-se que dos 5 (cinco) problemas listados e postos no gráfico 12, apenas três obtiveram suas marcação pelas empresárias, que no olhar delas são os problemas que mais aflige o mercado empreendedor do Distrito Federal. 50% das entrevistadas afirmam que o principal problema do mercado empreendedor do DF é o modismo. Para 27% das entrevistadas o problema maior do mercado empreendedor de DF é a falta de investimento em maior estrutura do negócio.

Gráfico 13 – Informe abaixo de que maneira o mercador empreendedor feminino tem colaborado no Comércio do Distrito Federal



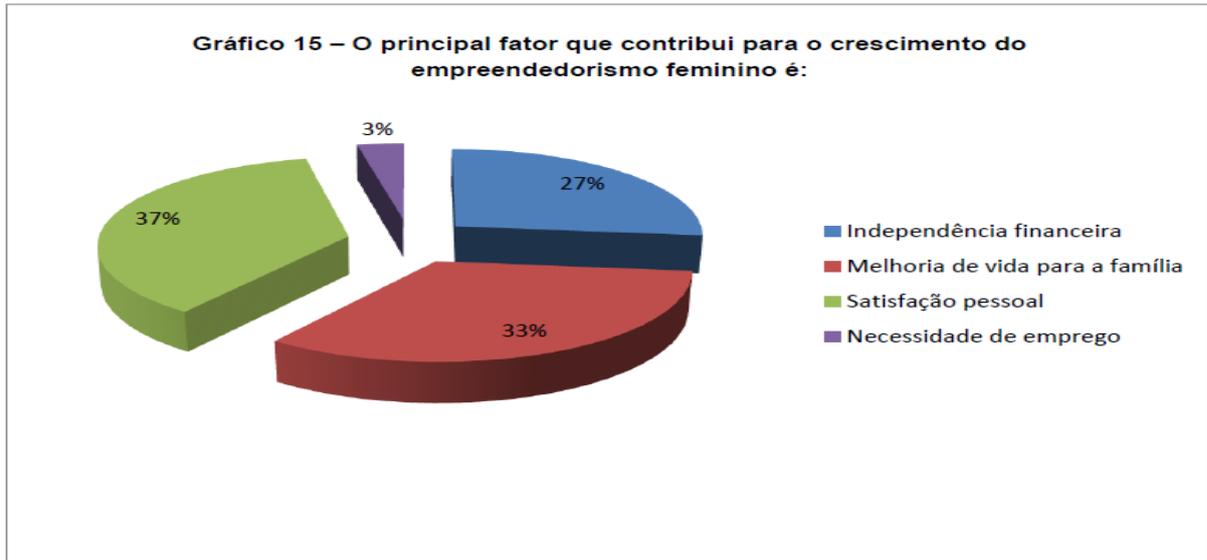
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

No gráfico 13, as resposta à tal pergunta foram bem distribuídas entre as alternativas. 30% das entrevistadas afirmaram que suas colaboração dentro do DF foi a geração de mais empregos. Deu empate de 27% para as alternativas como exemplo de empreendedorismo que vem dando certo e a partir da motivação que tem levado a outras mulheres a investir nesse ramo. 10% das empresárias ressaltaram que sua participação e colaboração em sua cidade se deu como exemplo de criatividade enquanto 6% incubaram sua colaboração na circulação de seu capital no Distrito Federal



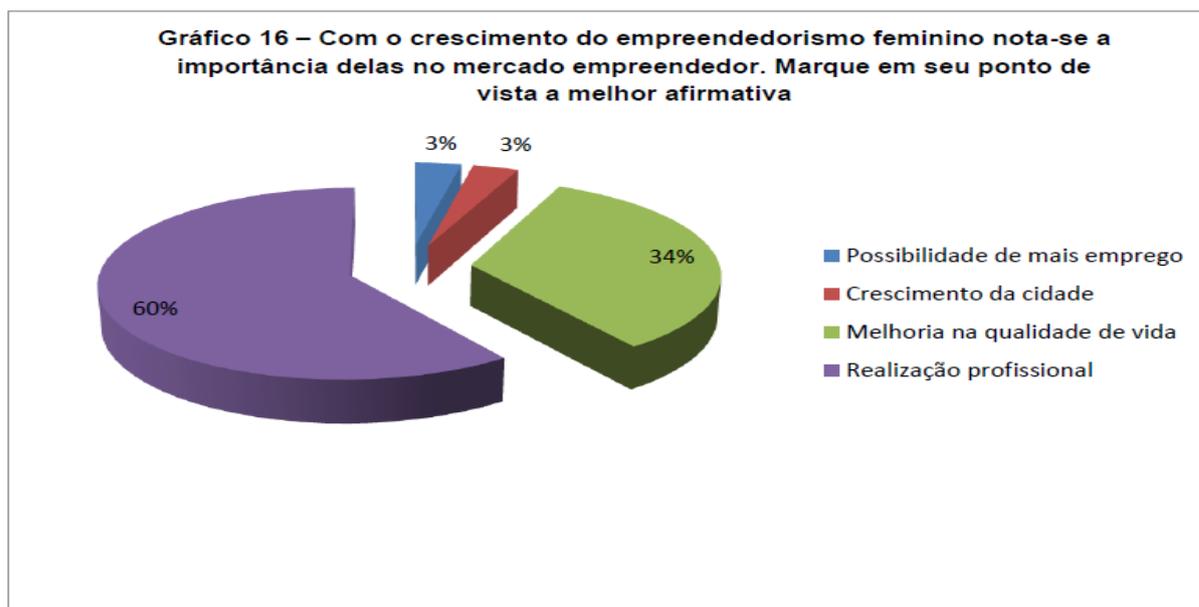
Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

Observa-se no gráfico acima, que 50% das entrevistas afirmam que o resultado obtido com investimento no mercado do Distrito Federal facilitou a expansão da iniciativa feminina. 33% das empresas responderam que fomentou a participação da mulher no comércio do DF. Apenas 17% das empreendedoras afirmam que resultado almejado foi a idéia que deu certo e nenhuma delas marcaram o lucro esperado, o que mostra que todas as empreendedoras não visam somente o dinheiro e sim reconhecimento pelo seu trabalho e investimento num mercado tão competitivo..



Fonte: Dados da Pesquisa, 2013

O gráfico acima deixa claro que as mulheres pesquisadas, 37%, buscam a satisfação pessoal em investir seu dinheiro em seu próprio negócio. Essa satisfação pode se dar pelo motivo de realização profissional que tanto buscam as mulheres no mercado de trabalho. Outras 33% das empresárias ressaltam que o que contribui para o crescimento do empreendedorismo no DF é a busca pela melhoria de vida para a família. 27% das entrevistadas ressaltam que buscam em seu investimento é a independência financeira, não precisar pedir dinheiro aos pais ou até mesmo ao cônjuge é uma das principais metas da maioria das mulheres nos tempos atuais. Apenas 3% das empreendedoras afirmaram que o fator importante para o crescimento é a necessidade de ter um emprego, pois nos tempos atuais, o emprego se tornou escasso e difícil.



Fonte: Dados da Pesquisa, 2018

O gráfico acima nos mostra o que possibilita a melhoria da cidade do DF na concepção das empreendedoras pesquisadas. 60% das empresárias afirmam que a importância delas no mercado de trabalho se deu pela realização profissional que tiveram ao inserir-se no mercado empreendedor. 34% ressaltam que a importância delas foi a possibilidade de melhoria na qualidade de vida delas e de todas as pessoas da referida cidade. A possibilidade de mais emprego e o crescimento da cidade tiveram empate com 3% das respostas das empreendedoras pesquisadas.

4.3 Discussão

Os resultados revelam que as mulheres empresárias concentram-se acima de 40 anos, na maioria casada, com filhos, e com formação acadêmica de ensino médio completo. Algumas contam com cursos de pós-graduação.

Consideram, em sua maioria, que o empreendedorismo representa, uma oportunidade de Negócio e a realização profissional, já sua representatividade feminina devem-se a abertura de mercado de trabalho. Metade das entrevistadas acreditam que o resultado obtido com investimento no mercado do Distrito Federal facilitou a expansão da iniciativa feminina.

Para a metade das entrevistadas o principal problema do mercado empreendedor do DF é o modismo. Segunda falta de investimento em maior estrutura do negócio. E suas maiores dificuldades concentram-se em maior é o capital de giro

Em relação aos principais fatores que contribuem para o crescimento do empreendedorismo feminino destacam-se a busca pela satisfação pessoal em investir seu dinheiro em seu próprio negócio, a busca pela melhoria de vida para a família e a independência financeira. Acreditam também que suas maiores contribuições dentro do DF foram à geração de mais empregos seguida pelo exemplo de empreendedorismo que vem dando certo somada ao reconhecimento de serem fator motivação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa desenvolveu-se com o objetivo de compreender as causas que levam ao crescimento do empreendedorismo feminino no Distrito Federal, conhecendo mais sobre este trabalho realizado pelas mulheres do DF, levando em consideração o processo que a mulher levou pra conquistar seu espaço no mercado de trabalho.

Analisou-se também os empecilhos na geração de seus negócios, como a distância muitas vezes, entre a clientela e a gestora no caso do mercado informal a conciliação entre família com trabalho que requer muita habilidade da sua parte; também faz se necessário abordar a qualidade de vida das empreendedoras que por diversas vezes fazem a enfrentar tantas dificuldades, para que, porém possam realizar seus sonhos sejam eles de uma vida melhor para seus filhos, seu reconhecimento profissional, entre outros aspectos não importa o que é relevante nestes casos.

Por isso falar sobre a gestão feminina acaba se tornando um ato que se pode dar prazer e gratificação, como também englobar DF dentro dessa pesquisa proporcionando um pouco sobre o seu desenvolvimento empresarial, e a maneira que se é trabalhada pelos seus habitantes.

Falar também sobre a questão da gestão feminina permite uma abrangência de leques a outros temas, dessa forma esta pesquisa mostrou-se um

pouco limitado, visto que, a pesquisa desenvolveu-se apenas com pouco público e por isso seria importante que a continuação deste trabalho fosse uma pesquisa entre as diversas empresas existentes no DF, não se limitando ao exposto nesta monografia.

Outro dado importante desta pesquisa é que as empreendedoras consideram o seu trabalho empreendedor não interferem na sua casa, isto é, na administração familiar o que não se pode dizer do contrário.

Cada vez mais é importante conhecer a importância no cenário econômico, e primordialmente as razões pelas quais as mulheres têm para empreender. Isso devido ao aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres. Fomentando assim o processo de feminização do mercado de trabalho, levando o empreendedorismo feminino a um cenário atual de destaque.

Analisando os aspectos referentes ao empreendedorismo feminino, nota-se que a maioria dos estudos é direcionada as causas pelos quais as mulheres empreendem. No que tange aos benefícios e resultados do empreendedorismo feminino para a sociedade, pouco tem sido observado.

Os estudos e pesquisas tratam o assunto de forma generalizada, percebendo as contribuições do empreendedorismo, mas não a analisando por gênero. No presente cenário não a questionamentos quanto à capacidade intelectual feminina, sendo esse de fato um progresso para a sociedade. No entanto o trabalho feminino fora de casa é uma conquista relativamente atual. Conseguirem ganhar seu próprio dinheiro, obter independência e ainda ter sua competência reconhecida, não foi uma tarefa simples para as mulheres.

O mercado brasileiro é necessitado de iniciativas capazes de produzir riquezas, suscitando frentes de trabalho, promoção de valores a sociedade e a si mesmo enquanto cidadão. O mercado nacional é carente de iniciativas capazes de produzir riquezas, gerando frentes de trabalho, valorizando a sociedade e a si próprio enquanto cidadão. E o empreendedorismo feminino marcha nessa direção favorecendo a sociedade de forma geral, pois o exemplo de gestão feminino trata as pessoas como possuidoras de caráter, culturas e necessidades individuais diferenciadas.

Em correspondência à sociedade o empreendedorismo feminino também atua na geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando a realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro.

6 REFERÊNCIAS

ABRAMO, Laís. **A situação da mulher latino-americana.** O mercado de trabalho no contexto da reestruturação. Mulher e Trabalho Experiências de ação afirmativa S.P, Boitempo Editorial, abril de 2001.

ALLEN, S & TRUMAN, C (Editors) **Women in business - perspectives on women entrepreneurs.** London: Routledge, 1993.

ALVAREZ, S; MEYER, G.D. Why do women become entrepreneurs? Babson College, Disponível em: <http://www.babson.edu/entrep/ter/paper98/text.htm>, 1998.

BERNARDI, L. A. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas.** São Paulo: Atlas, 2003.

BIRLEY E MUZYKA. Dominando os desafios do empreendedor. 1ª edição. São Paulo: Makron Books, 2001.

CAMARGO,D.(et al.) **O significado da atividade empreendedora:** as práticas da mulher brasileira em 2008

CHIAVENATO, I. **Administração nos Novos Tempos.** São Paulo: Campus, 1999

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor.** 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006

CHIAVENATO, I. **Gerenciando Pessoas.** 4 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CUNHA, J. C. de Almeida; FERLA, L.A. **Iniciando seu próprio negócio.** Florianópolis. I.E.A, 1997

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de Negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.** 14. Ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza.** 5. Ed. São Paulo: Cultura. 2003.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor.** 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999. .

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa.** 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Transformando ideias e negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 9^o impressão. (2005)

DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship). Práticas e princípios.** São Paulo: Editora Pioneira, 1998

FERREIRA, Luiz Francisco Rogé. **O investidor em Ação: Gestão de investimentos para Pessoas Físicas.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005

FILION, L. J.. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, v.34, n. 2, abr/jun. 1999.

FILION, L. J. **Visions et relations: Clefs du succès de l'entrepreneur.** Montreal: Les Éditions de l'Entrepreneur. (1991)

FRANCO. M.M.S. **Empreendedorismo Feminino: Características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas.** VIII, EGEPE - Goiania, 2014

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2012**. Acesso em: 10 de out. de 2013

GERBER, Michael E. **O mito do empreendedor: Como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido**. São Paulo: Editora Saraiva, 1996.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 4ª Edição, 2002

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista, Bahia. Revista Alcance, UNIVALI, 2004.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004

HUNTER, James C. **O Monge e o Executivo: Uma história sobre a essência da Liderança**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004

LIVESAY, Harold C. Entrepreneurial history. New Jersey: Prentice-Hall, 1982.

LAGES, Sônia Regina Corrêa. **Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda**. Revista Estação Científica, 2008. Disponível em: <www.jf.estacio.br/revista/artigos/0sonia_desafios.pdf>. Acesso em: 11 de outubro de 2013

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

MACHADO, H.V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas – **Era - Eletrônica**, v. 2, n. 2, jul.-dez., 2003.

MAI, Antonio Fernando. **O Perfil do empreendedor versus a mortalidade das micro e pequenas empresas comerciais do município de Aracruz/ES.**

Dissertação (Mestrado). Vitória: FUCAPE, 2006

MALLON, M; COHEN, L. Time for a Change? Women's Accounts of the Move from Organizational Careers to Self-Employment. **British Journal of Management**, 12, p.217-230, 2001.

MARLOW, S. Self-employed women – new opportunities, old challenges? **Entrepreneurship & Regional Development**, 9, p. 199-210, 1997

OECD . **Les femmes entrepreneurs à la tête de PME: pour une participation dynamique à la mondialisation et à l'économie fondée sur le savoir.** 29-3- nov. Paris, 2000.

OECD. **Proceedings of Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises.** Paris:OECD, 1998.

OLIVEIRA, P.G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e Gestão Feminina: uma análise do estilo gerencial de mulheres empreendedoras no município de São João Del-Rei Minas Gerais. VI encontro de estudos organizacionais da ANPAD. **Anais...** Florianópolis, 2010.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Características do Empreendedor.** Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comece-por-voce/empreendedorismo/336-caracteristicas-do-empreendedor/BIA_336>. Acesso em: 16 de out. de 2013.

SEBRAE. **Conheça o perfil necessário ao empreendedor.** Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Conhe%C3%A7a-o->

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.