

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Crescimento no Brasil

Andressa Caroline Pereira Rufino

Graduanda em Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Caroline Jesus Christovam

Graduanda em Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Thamyres nascimento Campos

Graduanda em Administração,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Ângela de Souza Brasil

Especialista em Gestão Financeira e Auditoria – FITL/AEMS;
Docente do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas–FITL/AEMS

Antônio Donizete Lemes

Especialista em Gestão Estratégica em Recursos Humanos e Marketing – FITL/AEMS;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas–FITL/AEMS

RESUMO

O empreendedorismo é responsável por movimentar grande parte da economia do Brasil. Inúmeras pessoas investem em pequenos, médios e até mesmo grandes negócios, fomentando o desenvolvimento econômico no país. Nos últimos anos, tem se observado que parte desses empreendedores é do sexo feminino. Além de serem gestoras das casas, mães e esposas, elas têm empreendido agregando valor, identificando oportunidades e transformando essas oportunidades em negócios lucrativos. Esta pesquisa tem como objetivo abordar sobre empreendedorismo, sobretudo, no que tange o crescimento e valorização das mulheres no cenário econômico mundial, conquistando um espaço cada vez maior no mundo dos negócios. O método de pesquisa foi bibliográfico, por meio de autores renomados que tratam do tema empreendedorismo, e ainda, foram destacados casos de empreendedoras de sucesso apontadas por revistas especializadas.

PALAVRAS-CHAVE: economia; empreendedorismo feminino; negócios.

INTRODUÇÃO

Empreender significa transformar ideias em oportunidades que gerem lucratividade (DORNELAS, 1997).

O empreendedorismo é de suma importância para o desenvolvimento de uma sociedade, pois é desta forma que se identificam soluções para problemas ou formas viáveis de suprir necessidades das pessoas em geral, reduzindo-se cada vez mais o custo e aumentando a eficiência na fabricação dos produtos essenciais para nosso dia-a-dia, melhorando assim a qualidade de vida da população.

A conquista do espaço feminino na sociedade se repete também no empreendedorismo. Elas não empreendem apenas para complementar a renda da família ou como passatempo, mas sim, abrem empresas por identificar uma demanda de mercado e estão se perpetuando como empresárias de sucesso, galgando inclusive posições de poder na hierarquia empresarial, gerando lucro e consolidando marcas de valor, deixando claro que inteligência financeira independe de sexo, mas sim de capacidade e determinação.

Como objetivo geral, o trabalho busca demonstrar o crescimento da mulher empreendedora no Brasil nos últimos anos. Especificamente o artigo apresenta brevemente o empreendedorismo, o avanço do empreendedorismo no país e o crescimento vertiginoso da mulher empreendedora e que fomenta significativamente a economia do Brasil.

A metodologia utilizada para realizar o trabalho se deu através de pesquisas bibliográficas, além da utilização de fontes como revistas especializadas em empreendedorismo e a internet, ampliando assim o foco de pesquisa.

2 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo significa resolver um problema ou situação complicada. É um termo muito usado no âmbito empresarial e muitas vezes, está relacionado com a criação de empresas ou produtos novos. Empreender é também agregar valor, saber identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo (ROCHA, 2015).

“O conceito de empreendedorismo foi utilizado inicialmente pelo economista Joseph Schumpeter, em 1950 como sendo uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Mais tarde, em 1967 com K. Knight e em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa de arriscar em algum negócio” (MONDLANE, 2010, s.p.).

“O empreendedorismo é essencial nas sociedades, pois é através dele que as empresas buscam a inovação, preocupam-se em transformar conhecimentos em novos produtos” (AYRES, 2016, s.p.).

“Existem, inclusive, cursos de nível superior com ênfase em empreendedorismo, para formar indivíduos qualificados para inovar e modificar as organizações, modificando assim o cenário econômico” (SANTOS, 2016, s.p.).

“A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo” (HISRISH, 1986 apud DORNELAS, 2011, p.19).

Sendo assim, é possível afirmar que o empreendedorismo é fundamental para fomentar o desenvolvimento local e global, pois transformam ideias em oportunidades de negócios com potencial lucrativo.

2.1 Empreendedorismo no Brasil

“Apesar do empreendedorismo estar, cada vez mais em evidência nos artigos, revista, *internet*, livros e aparentar ser um termo novo para os profissionais, é um conceito antigo que assumiu diversas vertentes ao longo do tempo” (SILVEIRA et al., 2016, p. 2).

O empreendedorismo tem sua origem na reflexão de pensadores econômicos do século XVIII e XIX, conhecidos defensores do *laissez-faire* ou liberalismo econômico. Esses pensadores econômicos defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo tem sido visto como um engenho que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico (REYNOLDS, 1997; SCHUMPETER, 1934 apud CHIAVENATO, 2007, p. 19).

Só no início do século XX, a palavra empreendedorismo foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter em 1950 como sendo, de forma resumida, uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Mais tarde, em 1967 com K. Knight e em 1970 com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco, uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio (CHIAVENATO, 2007).

Na Idade Média, o empreendedor deixa de assumir riscos e passa a gerenciar grandes projetos de produção principalmente com financiamento governamental. E no século XVII, surge a relação entre assumir riscos e o empreendedorismo. Bem como a criação do próprio termo empreendedorismo que diferencia o fornecedor do capital, capitalista, daquele que assume riscos, empreendedor. Mas somente no século XVIII, que capitalista e empreendedor foram complementemente diferenciados, certamente em função do início da industrialização (SILVEIRA *et al.*, 2016, p. 2).

Ainda segundo Silveira et al. (2016, p. 2), “com as mudanças históricas, o empreendedor ganhou novos conceitos, na verdade, são definições sob outros ângulos de visão sobre o mesmo tema”. Conforme Britto e Wever (2003, p. 17) citado por Silveira et al. (2016, p. 2), “uma das primeiras definições da palavra empreendedor, foi elaborada no início do século XIX pelo economista francês J. B.

Say, como aquele que transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”.

Joseph Schumpeter definiu no século XX que “o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais” (SCHUMPETER, 1949 apud DORNELAS, 2001, p. 37).

Levando em conta o autor supracitado pode-se dizer que caracteriza a ação empreendedora em todas as suas etapas, ou seja, criar algo novo mediante a identificação de uma oportunidade, dedicação e persistência na atividade que se propõe a fazer para alcançar os objetivos pretendidos e ousadia para assumir os riscos que deverão ser calculados (DORNELAS, 2001 apud SILVEIRA et al., 2016, p. 2).

Ainda segundo Dornelas (2001), a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade foi uma das propulsoras para o desenvolvimento do estudo do empreendedorismo no nosso país.

2.2 Empreendedorismo Feminino

“Na última década, elas ganharam espaço no mercado de trabalho e galgaram posições de poder na política. A conquista do espaço feminino na sociedade se repete também no empreendedorismo” (EXAME.COM, 2013, p. 01).

Entre 2001-2011, o número de mulheres donas do próprio negócio aumentou em 21%, mais do que o dobro do crescimento verificado entre os homens. Estudo inédito do SEBRAE (2013) apresentado na revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (agosto de 2014), mostra que as mulheres empreendedoras no Brasil estão mais escolarizadas, têm mais acesso a informações e ousam empreender em atividades antes predominantemente masculinas (EXAME.COM, 2013). É um movimento que não tem mais volta. “As mulheres chegaram para ficar”, analisa o presidente do SEBRAE, Luiz Barretto. “Elas não empreendem apenas para complementar a renda da família ou como passatempo, abrem empresas por identificar uma demanda de mercado e estão se perpetuando como empresárias de sucesso, sem espaço para amadorismo”, acrescenta (EXAME.COM, 2013, p. 01).

Katia Simões (2013 apud FROTA et al., 2016, p. 10), especialista em empreendedorismo e pequenas empresas, lista alguns pontos fortes da liderança feminina. Entre eles estão:

Apresenta um estilo de comunicação assertivo para expor suas ideias e estratégias para a gestão do negócio, o que facilita a compreensão de suas orientações na delegação de responsabilidades.

Mostram um estilo de liderança envolvente e gostam de levar as pessoas a pensar da mesma forma que elas. Assim, conquistam o apoio e o comprometimento da equipe em relação aos objetivos comuns.

São rápidas e voltadas a resultados. Tendem a imprimir um ritmo acelerado à administração e sentem necessidade de realizar tarefas de imediato.

Demonstra nos relacionamentos a empatia necessária para escutar as pessoas e perceber as necessidades de sua equipe, o que lhes permite realizar orientações personalizadas e bem direcionadas.

Revelam flexibilidade para seus conceitos e para escutar pontos de vista diferentes dos seus durante a busca de soluções, o que favorece a avaliação de alternativas, enriquecendo o processo decisório. São ágeis na tomada de decisões, podendo transmitir um referencial de liderança positivo, enfatizando o dinamismo e o foco em resultados.

Revelam maior motivação pelo relacionamento e interagem com clientes, fornecedores e parceiros estratégicos com desenvoltura. Essa condição favorece a implantação de um ambiente amistoso de trabalho. Gostam de lidar com questões mais complexas em seu trabalho, o que as ajuda a compreender as estratégias de negócios e a implementar as mesmas na gestão de suas equipes, podendo identificar oportunidades e buscar soluções para atingir os resultados.

Prova da conquista definitiva desse espaço é o aumento da proporção de empreendedoras que sustentam suas famílias. Em 2001, 59% das empresárias complementavam a renda do marido no orçamento familiar. Dez anos depois, esse percentual baixou para 50%, enquanto que a taxa das donas de negócio que são chefes de domicílio subiu de 27% para 37% (SEBRAE, 2011 apud EXAME.COM, 2013).

O estudo do SEBRAE (2011 apud EXAME.COM, 2013) mostra ainda 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. Em 2001, esse índice estava em 30%, passando para 25% em 2011.

Ainda utilizando dados da pesquisa do SEBRAE, que demonstra que enquanto que a proporção das empreendedoras com negócios em serviços caiu de 49% para 33%, a quantidade de mulheres que empreendem na indústria saltou de 9% para 19% do total de mulheres com negócios estabelecidos (SEBRAE, 2011 apud EXAME.COM, 2013).

As atividades industriais que mais atraem as donas de negócio são vestuário, que reúne 47% das empresárias da Indústria. A produção de artigos diversos, entre brinquedos e bijuterias, também desperta o interesse feminino e

concentra 15% das empreendedoras do setor, seguido pelas indústrias de alimentos e bebidas, que agrupa 11% das donas de negócios industriais. Comércio e Serviços ainda aglomeram 64% das empresárias, com destaque para salões de beleza, bares, lanchonetes, ambulantes e acessórios do vestuário (SEBRAE, 2011 apud EXAME.COM, 2013).

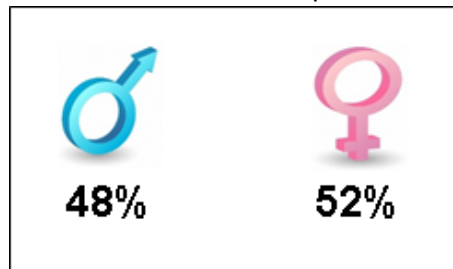
A concentração das mulheres em setores que tradicionalmente apresentam faturamento mais baixo ainda confere às empreendedoras, rendimento inferior ao dos homens. Mais de 70% das donas de negócio faturam até dois salários mínimos. Entre os empresários, 59% têm rendimento de até R\$ 1.356 (SEBRAE, 2011 apud EXAME.COM, 2013). Em 2001, esse mesmo ganho era realidade para 66% das empresárias. “A criação do Microempreendedor Individual também permitiu a formalização de negócios tocados por mulheres de menor renda, impulsionadas pela ascensão da classe C na última década”, pondera o presidente do SEBRAE. Na década, porém, o rendimento médio real das mulheres donas de negócio, já descontada a inflação, cresceu 41%, enquanto o rendimento dos homens cresceu 37% no período. (SEBRAE, 2011 apud EXAME.COM, 2013).

Margaret Thatcher, ex-primeira-ministra do Reino Unido, a primeira mulher a dirigir uma democracia na Europa disse “Eu tenho a habilidade feminina de insistir em um trabalho e continuar com ele quando todos já desistiram e foram embora.” (COLLINO, 2015, p. 1). Princesa Diana, aristocrata, filantropa e primeira esposa do príncipe Charles, do Reino Unido, disse “No final do dia, muitas mulheres acham que a solução (para se sentirem completas) é um homem. Na verdade, acredito que o trabalho preencha este espaço melhor.” (PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS *ON LINE*, 2014, p. 1). Ao analisarmos as frases dessas duas mulheres chave para a sociedade mundial, percebe-se a força que o sexo feminino representa em vários espaços de negócio. A conquista do espaço que elas conseguiram serviu e serve de inspiração para muitas outras mulheres que se veem no desejo de criar sua oportunidade de negócio, bem como, realização profissional e pessoal.

3 O NOVO PERFIL DAS EMPREENDEDORAS

Atualmente, a maior parte dos empreendimentos é gerida por mulheres (Figura 1).

Figura 1. Comparação de homens e mulheres no mercado empreendedor.

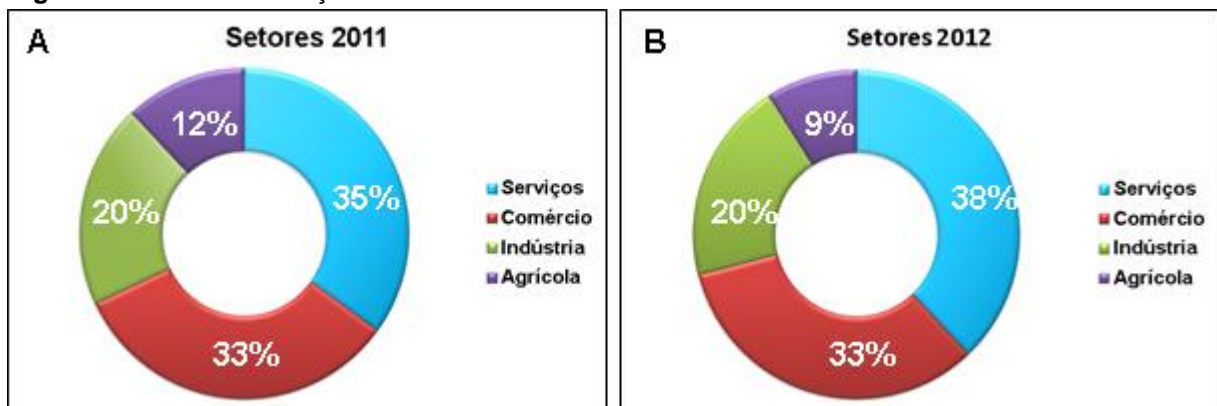


Fonte: Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios (2015, p. 01).

De acordo com o percentual apresentado acima, o estudo do SEBRAE (apud REVISTA PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS, 2015) mostra ainda que as empresas comandadas por mulheres estão mais aglomeradas em lojas, oficinas, fábricas ou escritórios. São esses os setores escolhidos por 36% das empresárias para tocar suas empresas, embora 34% das donas de negócios empreendam na própria casa.

A figura 2 mostra os setores em que as mulheres mais atuaram nos anos de 2011 (Figura 2A) e de 2012 (Figura 2B). Observa-se que houve aumento da atuação das mulheres no setor de serviços (de 35% para 38%), e recuo no agrícola (de 12% para 9%). A atuação nos setores do comércio e da indústria permaneceu estável.

Figura 2. Setores de atuação das mulheres 2011-2012



Fonte: Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (2015, p. 01).

Quanto às horas de trabalho, o grupo de empresárias que dedica de 15-39 horas por semana reduziu de 39% (2001) para 37% (2011), mas ainda é predominante. Na década, a média das horas trabalhadas ficou próxima de 35 horas por semana, com aumento de 17% para 24% no grupo de empresárias que dedicam 40-44 horas ao negócio.

“Percebemos que o empreendedorismo ainda é uma alternativa para inserir a mulher na economia formal, sem afastá-la dos cuidados da casa e dos filhos, o que não impede que as empreendedoras busquem abrir empresas motivadas por uma oportunidade” (BARRETO, SEBRAE, 2013, s.p.).

“Outra pesquisa do SEBRAE, a GEM 2012, mostra que 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%” (SEBRAE, 2013, s.p.).

O estudo “As Mulheres Empreendedoras no Brasil”, ressalta que a proporção de empresárias com, no mínimo, Ensino Superior incompleto é quase o dobro do percentual de homens com a mesma escolaridade. Entre as empresárias, 18% cursam universidade ou já têm diploma de graduação, enquanto 11% dos empresários donos de negócio estão na mesma situação (SEBRAE, 2013, s. p.).

“A busca por mais qualificação faz com que a mulher empreenda mais tarde. Entre 2001 e 2011, a média de idade da dona de negócio passou de 41 para 43 anos. Atualmente, 27% delas têm entre 40 e 49 anos e, no início da década passada, a faixa etária de 29% das empreendedoras estava entre 30 e 39 anos” (SEBRAE, 2013, s. p.).

O levantamento do SEBRAE aponta que as mulheres têm mais acesso à informação e aos meios de comunicação do que os homens. Quase 95% das empresárias têm telefone fixo ou celular em casa, contra 89% dos donos de negócio. A proporção de empreendedoras que possui microcomputador no domicílio é de 54%, frente a 44% da proporção de homens. O acesso à internet é realidade para 48% das mulheres e restrito a 37% dos homens. (SEBRAE, 2013, s. p.)

“A procura por informação também se repete na procura por orientação no SEBRAE. Em 2011, 38% do atendimento da instituição oferecido a empresários foi destinado a mulheres. No ano passado, as donas de negócio responderam por 46% das consultorias do SEBRAE.” (SEBRAE, 2013, s. p.)

Para elaborar o estudo As Mulheres Empreendedoras no Brasil, o Sebrae utilizou dados da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio (PNAD) do IBGE, de 2011, e da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), divulgada pelo próprio Sebrae, de 2012. O levantamento considerou como empreendedor, homens e mulheres, aquele que já possui um negócio (SEBRAE, 2013, s. p.)

4 HISTÓRIAS DE SUCESSO

A primeira história é a de Carina Rosin, 37 anos, fazer as noivas caberem no vestido com malhação e regime é o negócio da empresa paulistana “Noiva em Forma”, fundada pela *personal trainer*. Por mês, ela atende cerca de 30 clientes e fatura R\$ 30 mil.

Para entregar seu "produto" à clientela, ela cria rotinas de treinos e dietas personalizadas, que são elaboradas após uma avaliação física e nutricional no início do programa, segundo Rosin, são estabelecidas metas mensais para perda de peso, e a cada mês a noiva passa por novas avaliações para medir os resultados.

Os treinos duram uma hora e são feitos de duas a cinco vezes por semana na casa da cliente, na academia que frequenta ou em um parque público. Os preços variam de R\$ 880,00-R\$ 2.000,00 por mês, dependendo da quantidade de aulas semanais.

De acordo com a empresária, o ideal é que as noivas comecem o treino pelo menos seis meses antes do casamento.

A ideia do negócio surgiu em 2009, quando a *personal trainer* resolveu presentear a cunhada com um programa de treinos seis meses antes do casamento. "Ela reclamava que estava acima do peso e que não poderia vestir o vestido que queria", declara Rosin. Ao fim do programa, a cunhada perdeu 10 kg e conseguiu "entrar" no vestido desejado.

Após a experiência, a empresária pesquisou sobre o mercado e notou uma carência por esse tipo de serviço. Investiu cerca de R\$ 5.000,00, na montagem de um site, abertura da empresa e registro da marca. Para atrair clientes, a *personal trainer* participa de feiras voltadas para o setor de casamentos e faz parcerias com bufês, assessorias de casamento e outros negócios para indicação de noivas.

Com o bom resultado, Rosin criou o serviço “Mamãe em Forma”. O objetivo é ajudar mulheres a voltar ao peso considerado ideal após a gravidez. "Em geral, as mulheres ganham de 10-12 kg durante a gestação, mas, em alguns casos, podem ganhar até 20 kg", afirma.

Atualmente, a empresa conta com oito funcionários e atende apenas na Grande São Paulo. No entanto, Rosin afirma ter planos para expandir o negócio por meio de franquias e atender cidades do interior paulista e outras capitais.

O mercado de casamentos faturou R\$ 14,8 bilhões em 2012, segundo levantamento mais atual da Associação dos Profissionais, Serviços de Casamento e Eventos Sociais (ABRAFESTA). A entidade ainda não consolidou os dados de 2013.

"Sempre há espaço para negócios criativos, mas é preciso ter planejamento e estrutura para atender a clientela. Não entregar o que foi prometido pode decretar a ruína de uma empresa nesse mercado", declara.

Maria Fernanda Rizzo, 35 anos, professora de educação física, faz o segundo depoimento e conta que sofria com a jornada dupla de profissional e mãe em 2007, quando identificou uma oportunidade de negócio: produzir para fora as papinhas orgânicas que fazia em casa. "Todas as noites, quando chegava em casa depois do trabalho, eu preparava papinhas orgânicas para minha filha. Até que me perguntei se não havia alguém que as vendesse. Pesquisei e vi que tinha em outros países, mas não no Brasil", conta. Hoje, sua empresa produz 30 mil refeições por mês, que são comercializadas em 40 pontos de venda no país. A rede faturou R\$ 1,1 milhão no primeiro semestre de 2014 e espera chegar à marca dos R\$ 2 milhões até o fim do ano. A professora precisou de R\$ 600 mil e de um ano e meio de preparação antes de abrir o negócio para aprender sobre o mercado de orgânicos e escolher o modelo de produção. As refeições são congeladas sem conservantes em um processo que garante validade média de seis meses.

Entre papinhas e sopinhas, a empresa oferece 27 sabores, como a de banana, a de manga ou a mistura de cenoura, maçã, mamão e beterraba. Os preços, de porções de 100 g, variam de R\$ 6,60 a R\$ 8,55.

Rizzo conta que seu público-alvo é mulheres das classes A e B que trabalham fora e já conhecem ou consomem alimentos orgânicos, por isso, procuram essa opção para seus bebês.

Ela também criou uma linha de alimentos congelados para a família, que vêm em porções individuais de 100-500 g e custam de R\$ 6,75 (arroz integral 250 g) a R\$ 34,00 (panqueca de frango com molho de tomate 500 g).

De acordo com dados do Instituto de Promoção do Desenvolvimento (IPD), entidade que acompanha o mercado de orgânicos no país, o setor cresce de 30% a 40% ao ano desde 2012.

A falta de matéria-prima também é um risco do negócio, segundo Liu. "Regularidade de fornecimento e qualidade são as principais dificuldades. A maioria

dos produtores de orgânicos, atuam em pequena escala e de maneira pulverizada. Dessa forma, não conseguem fornecer grandes volumes."

Já a terceira empreendedora Deb Xavier é idealizadora do Jogo de Damas - plataforma de conteúdo e eventos para a mulher com foco em empreendedorismo, carreira e negócios. É embaixadora brasileira do Dia Global do Empreendedorismo Feminino, que foi lançado na ONU. Expert em economia feminina, e colunista da edição brasileira do The Huffington Post e parceira pioneira do Lean In, ONG de Sheryl Sandberg (décima mulher mais poderosa do mundo de acordo com a Forbes), que promove o avanço profissional da mulher.

Em 2014, Deb foi participou do Fórum Mundial de Direitos Humanos, em Marrakesh, no Marrocos, onde participou de um painel sobre Liderança e Empreendedorismo Feminino.

Como convidada da Secretaria Geral da Presidência da República, participou do Seminário Juventude e Política Internacional, em Brasília, com participação da ONU e do Itamaraty.

As três histórias relatadas mostram a garra dessas mulheres que viram a oportunidade de transformar em negócios suas ideias e não abriram mão. Encaram a dupla jornada como mães, esposas e empresárias e demonstram que determinação e planejamento são ingredientes fundamentais para o sucesso do empreendimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, apresentamos conceitos gerais do empreendedorismo, suas características e a importância para o desenvolvimento de uma sociedade, das pessoas que a compõem, bem como a influência na qualidade de vida dos indivíduos nela inseridos.

Paralelamente, foram mostrados fatos históricos relacionados ao empreendedorismo no Brasil e no cenário mundial, com citações que fundamentam os argumentos apresentados.

O trabalho buscou abordar ainda, como foco principal, sobre a presença cada vez maior das mulheres no mercado de trabalho, seja como assalariada ou até mesmo como proprietária de seu negócio, agregando valor a um seguimento e gerando empregos, fomentando assim positivamente a economia do país.

Com o desenvolvimento do tema, destacamos também exemplos reais de mulheres atuantes em variados nichos de mercado, com histórias de sucesso, de empresárias que entraram em um negócio não somente para complementar a renda familiar, mas sim por identificar uma deficiência ou uma oportunidade de negócio, fazendo a diferença e imprimindo sua visão feminina na empresa.

Portanto, nos fica evidente que devemos abandonar a ideia retrógrada da crença de incapacidade de mulheres a frente de negócios, e com isso todos temos a ganhar, pois capacidade de gerenciamento e inovação em empreendimentos, independe do sexo do indivíduo, mas sim de dedicação e aperfeiçoamento contínuo, cooperando assim para o bem da sociedade.

REFERÊNCIAS

AYRES, Lorena. Empreendedorismo, tecnologia e a chegada da economia criativa. Disponível em <<http://www.dm.com.br/opiniaio/2016/01/empreendedorismo-tecnologia-e-a-chegada-da-economia-criativa.html>> Acesso em 17 de set. 2016.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

COLLINO, Rodrigo. Mulheres na liderança. 2015. Disponível em: <http://www.revistabemmais.com.br/index_desessao_det.asp?cod_sessao=657>. Acesso em: 21 set. 2015.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

_____. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

_____. Empreendedorismo. Disponível em <<http://www.josedornelas.com.br/wp-content/uploads/2011/11/Empreendedorismo-capitulo-2.pdf>> Acesso em 17 de set. 2016.

EXAME.COM. Empreendedorismo feminino avança nas últimas décadas. 2013. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/empreendedorismo-feminino-avanca-na-ultima-decada>>. Acesso em: 29 mar.2016.

FROTA, Estefania Dos Reis etall. O empreendedorismo feminino e sua presença nas mpe's. disponível em < file:///C:/Users/abrazil/Downloads/949-2720-1-PB.pdf> Acesso em 17 de set. 2016.

MONDLANE, Danúbio. Empreendedorismo. Disponível em <http://www.verdade.co.mz/tema-de-cap/13365-empreendedorismo>. Acesso em 17 de set. 2016.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. De mulher para mulher: frases inspiradoras para empreendedoras. 2014. Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/01/de-mulher-para-mulher-frases-inspiradoras-para-empendedoras.html>. Acesso em: 21 abr. 2016

ROCHA, Joaquim Jose Fagundes da. Empreender: inteligência, comportamento e desafio. Disponível em <http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/empreendedorismo/empreender-inteligencia-comportamento-e-desafio/87999/> acesso em 21 de abr. 2016.

SANTOS, Célio Barbosa dos. O que é empreendedorismo. Disponível em <http://www.tec_gaspa.jex.com.br/empreendedorismo/aqui+se+ensina+empreendedorismo+>. Acesso em 17 de set. 2016.

SILVEIRA, Ailton Carlos da, et all. Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender. Disponível em <http://docplayer.com.br/1540804-Empreendedorismo-a-necessidade-de-se-aprender-a-empreender.html> Acesso em 17 de set. 2016.