

EMPREENDEDORISMO FEMININO: A BUSCA DE ESPAÇO NO MUNDO DOS NEGÓCIOS

Autoria

Ana Caroline Martins

Administração/Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium

Professor Orientador

Maris de Cássia Ribeiro Vendrame

Resumo

O empreendedorismo tem crescido em todo o mundo e a mulher empreendedora tem buscado seu espaço no mundo dos negócios. Durante o desenvolvimento do seu empreendimento, assim como no mercado de trabalho, sofre dificuldades e preconceitos. A inserção da mulher no mercado de trabalho ainda encontra-se em pauta visto que ela ainda sofre preconceito de gênero em diversos sentidos como salário menor, menos oportunidades, dentre outros. O objetivo deste trabalho foi identificar quais são as dificuldades e preconceitos que sofrem quando optam por empreender através de uma revisão bibliográfica, observando os problemas encontrados. Com a realização do trabalho, observa-se que o empreendedorismo feminino está cada vez mais forte no mercado de trabalho, buscando condições e oportunidade iguais aos homens, galgando posições cada vez mais relevantes e contribuindo com o crescimento econômico no país. Sendo assim, pode-se dizer que não se trata de uma comparação entre sexos e sim o que o empreendedorismo feminino traz para o cenário empresarial, algumas características natas das mulheres acabam impactando positivamente no dia a dia dos negócios.

EMPREENDEDORISMO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: A BUSCA DE ESPAÇO NO MUNDO DOS NEGÓCIOS

RESUMO

O empreendedorismo tem crescido em todo o mundo e a mulher empreendedora tem buscado seu espaço no mundo dos negócios. Durante o desenvolvimento do seu empreendimento, assim como no mercado de trabalho, sofre dificuldades e preconceitos. A inserção da mulher no mercado de trabalho ainda encontra-se em pauta visto que ela ainda sofre preconceito de gênero em diversos sentidos como salário menor, menos oportunidades, dentre outros. O objetivo deste trabalho foi identificar quais são as dificuldades e preconceitos que sofrem quando optam por empreender através de uma revisão bibliográfica, observando os problemas encontrados. Com a realização do trabalho, observa-se que o empreendedorismo feminino está cada vez mais forte no mercado de trabalho, buscando condições e oportunidade iguais aos homens, galgando posições cada vez mais relevantes e contribuindo com o crescimento econômico no país. Sendo assim, pode-se dizer que não se trata de uma comparação entre sexos e sim o que o empreendedorismo feminino traz para o cenário empresarial, algumas características natas das mulheres acabam impactando positivamente no dia a dia dos negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. Negócios.

INTRODUÇÃO

Percebe-se que a mulher empreendedora sente dificuldades e sofre preconceitos relacionados a diversos fatores, como por exemplo, os históricos, que identificam o papel dela na sociedade ao longo do tempo. A mulher, antes vista apenas como dona de casa e subordinada ao marido, conquistou, ao longo dos anos espaço no mercado de trabalho e tem buscado, cada vez mais, se desenvolver e se realizar profissionalmente. Espaços antes inacessíveis, como por exemplo escolas, faculdades e empresas é cada vez mais comum observar a presença de mulheres.

Nos dias atuais, o crescimento das atividades empreendedoras está cada vez mais fortalecido pelo equilíbrio de gênero. E o avanço dos números de novos empreendimentos vem sendo realizado por mulheres que acabaram apresentando um alto índice de influência 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” (ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONOMICO – 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”, às mudanças drásticas como separação ou morte do cônjuge.

Muitas mulheres aproveita a decisão de empreender e acaba associando-a como um *hobbie*, tornando assim a gestão mais sustentável. Para Franco (2014), a participação feminina na gestão empresarial melhora a saúde financeira de muitas empresas.

A gestão feminina acaba sendo diferenciada por diversos fatores e atributos que só as mulheres possuem. A alta capacidade de persuasão e a preocupação com os clientes e fornecedores, contribuem de forma a preservar 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 ao estilo de gestão masculina. (VILLAS BOAS, 2010).

Nessa ótica, o objetivo geral deste estudo, consiste em descrever os desafios enfrentados pelas mulheres sobre a forma de gerenciamento dos negócios.

O artigo será dividido em cinco seções: a primeira etapa compreende a introdução referente ao tema abordado; a segunda o conteúdo teórico de empreendedorismo feminino e a gestão de negócios; a terceira os desafios e preconceitos enfrentados; a quarta os resultados e discussões dos dados e a quinta seção apresenta as considerações finais, onde a metodologia empregada é a de revisão bibliográfica.

1. EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedor é derivada da palavra francesa *entrepreneur*, que foi utilizada pela primeira vez em 1725 pelo economista irlandês Richard Cantillon para designar o indivíduo que assumia riscos.

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (SEBRAE, 2007, p. 15).

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com motivação e criatividade. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos.

O empreendedorismo é importante não somente para aplicar uma gestão estratégica eficiente e eficaz, mas, especialmente, por permitir mudanças no mercado de trabalho, desenvolver conceitos inovadores de empregabilidade, além de causar mudanças radicais nas organizações.

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução de *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividade, seu universo de atuação e é antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços de diferentes áreas (DOLABELA, 1999).

O empreendedorismo é visto mais como um fenômeno individual, ligado a criação de empresas, quer através de aproveitamento de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade de sobrevivência, que também um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, isto é, de gerar Capital Social e Capital Humano (ZARPELLON, 2010).

A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir, em quantidade suficiente, os bens e serviços necessários ao bem estar da população. Assim, a terminologia empreendedorismo é utilizada para identificar pessoas que tem uma visão e transformam o ambiente em que atuam.

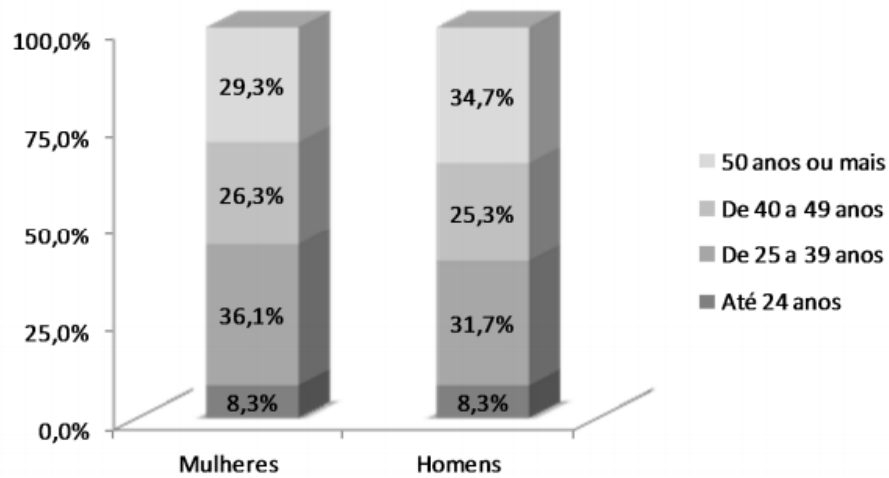
Portanto, é notório que o progresso não para e aquele que não antecipa suas próprias mudanças está condenado a ser um perdedor. O sucesso aparece apenas para aqueles que embarcam em um processo de aprimoramento contínuo, e para se manter no mercado, é preciso ter espírito empreendedor.

1.1 Mulheres empreendedoras

O empreendedorismo virou um assunto muito frequente e acaba sendo motivo de discussão do quanto ele pode mudar o mundo e de como as mulheres empreendedoras podem ser os canais desta grande mudança. De fato, elas acabam empreendendo mais, seja para escapar do ambiente árido do mundo corporativo, seja para buscar flexibilidade ou ter uma causa para defender.

O levantamento do SEBRAE (2010), traçou o perfil das empresárias, as quais são sobretudo mais jovens do que os homens.

Gráfico 1: Distribuição dos empreendedores por gênero e faixa etária



Fonte: SEBRAE (2010, p. 15)

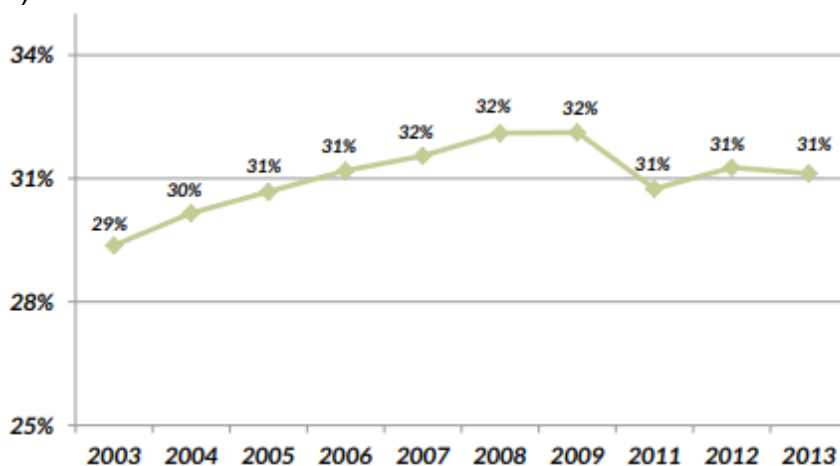
Machado et al (2003), dizem que as mulheres representam a metade da população mundial e é crescente o número de empresas que são criadas e administradas por elas.

Segundo relatório do SEBRAE (2015), a tendência do aumento da participação da mulher no empreendedorismo como dona do próprio negócio é compatível com a de expansão da participação das mulheres no mercado de trabalho, que está diretamente ligada ao menor número de filhos que estão tendo, à redução do tamanho da família, ao crescimento do número de casais sem filhos, famílias unipessoais, a urbanização e a maior escolaridade.

Morais (2015), diz que o empreendedorismo no Brasil vem aumentando, com destaque para as mulheres que através da necessidade ou falta de oportunidade nas organizações optam pela carreira empreendedora.

A capacidade de construir e gerenciar riqueza não é mais meritocracia tipicamente masculina, as mulheres com uma visão sistêmica e um *feeling* altamente instintivo vem atuando nos mais diversos segmentos do mercado, ocupando cargos estratégicos e adquirindo respeito entre seus pares.

Gráfico 2: Participação da mulher no total de donos de negócios no Brasil, entre 2003 e 2013 (em%)



Fonte: SEBRAE (2015, p. 11)

As discussões científicas envolvendo o papel das mulheres no mercado de trabalho, em especial na criação de novos negócios, demonstram sua importante participação no crescimento da economia e na melhoria da qualidade de vida das famílias chefiadas por essas empreendedoras que enfrentam uma diversidade de riscos para alinhar a carreira aos objetivos pessoais. (JONATHAN, 2011; MACHADO, 2012).

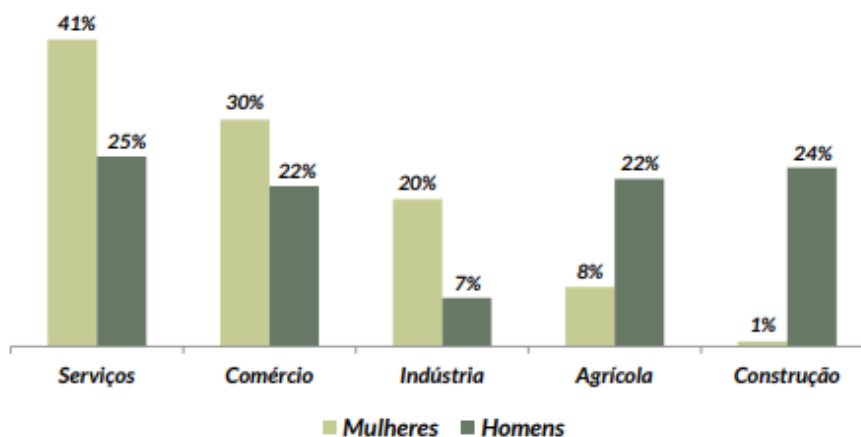
A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nas últimas décadas e dados estatísticos mostram que as mulheres estão presentes em todos os segmentos e classes empresariais, apesar de ainda existir desigualdades de oportunidades no mundo do trabalho, diferenciais de rendimentos entre os dois sexos, obstáculos aos planos de ascensão a cargos de chefia etc.

De acordo com Jonathan (2005), as mulheres empreendedoras caracterizam-se por serem destemidas, autoconfiantes, apaixonadas, dinâmicas, sem medo e autoconfiantes do que querem e se identificam com seus empreendimentos.

Hisrich (2004), aponta que existe uma diferença da natureza do empreendimento entre homens e mulheres e que elas possuem empreendimentos de menor porte e, conseqüentemente, menor lucro líquido. Apesar disso, o setor que mais cresce é o de serviço onde as mulheres exibem melhores resultados. Morais (2015) destaca que homens tem tendência para fabricação, finanças ou áreas técnicas enquanto as mulheres tem tendência para áreas ligadas a prestação de serviços.

No gráfico 3, pode-se observar que as mulheres com negócio tem uma presença mais elevada nos setores de serviços e comércio, com 38% no total de empreendedoras. Já os homens, possuem uma proporção alta nos setor agrícola e da construção, segundo dados da pesquisa realizada pelo SEBRAE (2015). É liderado pelas mulheres empreendedoras e, segundo os dados da pesquisa realizada pelo SEBRAE (2015), as atividades mais frequentes conduzidas por mulheres são atividades historicamente associadas ao sexo feminino como o serviço de beleza (cabeleireiras, manicures e esteticistas). Já os homens, lideram o setor de construção ligado a atividades da construção, fabricação de produtos de metal, máquinas e equipamentos.

Gráfico 3: Distribuição por setor de atividade (2013)



Fonte: SEBRAE (2015, p. 21)

De acordo com Hisrich (2004) os empreendedores estão normalmente inseridos em algo relacionado ao seu emprego anterior ou até mesmo complementam o mesmo. Já as empreendedoras abandonam sua antiga ocupação com alguma frustração e assim passam a buscar realização e não apenas profissional. Machado et al (2003) dizem que as mulheres criam novas empresas por diferentes razões e esses são alguns exemplos de motivos tanto mundialmente como no Brasil: desejo de realização pessoal e independência, oportunidade de mercado, dificuldade em ascender profissionalmente em outras empresas e por necessidade. As mulheres tem empreendido mais pela necessidade do que pela oportunidade, conforme apontado no Relatório do GEM (2015).

O empreendedorismo feminino cresce decorrente de uma gama de oportunidades e necessidades identificadas por essas atrizes, sejam na forma de atuação em papel principal ou coadjuvante, é perceptível a sua capacidade de reconhecer oportunidades e implantar ideias em formas de novos negócios no ensejo de encontrar sua satisfação pessoal e independência profissional-financeira.

É notável que o empreendedorismo exerça um papel de independência na vida das mulheres, que ao abrir seu próprio negócio vivenciam uma combinação de sensação de prazer com as expectativas do enfrentamento de novos desafios à realização das suas necessidades pessoais e profissionais.

1.2 Empreendedorismo por oportunidade x necessidade

O olhar tradicional do empreendedorismo é que empreendedores conseguem ver onde há a necessidade de melhoramento e assim preenchem estas lacunas. Assim, os empreendedores são participantes no mundo, ou seja, interpreta as condições ao seu redor e ao mesmo tempo influenciam seu mundo de forma natural.

Para ser empreendedor é preciso ter habilidades como planejar, ter a facilidade de resolver problemas, ter e aplicar o poder de liderança, ser hábil em negociar, dentre outras habilidades. No entanto, essas habilidades não garantem sucesso em seu empreendimento.

Segundo Miranda, Silvana e Hoelgebaum (2008), a falta de oportunidade afeta mais mulheres do que homens o que possibilita a elas a inserção no mercado de trabalho principalmente em países de baixa renda.

De acordo com o GEM (2008), os empreendedores podem ser motivados e orientados tanto por oportunidade, visto que o mercado de trabalho está em ascensão, quanto por necessidade pela falta de trabalho e renda. No entanto, Oliveira e Souza Neto (2010) afirmam que as empreendedoras se destacam por elas sentir paixão pelo que faz.

Capowski (1992) enfatiza também o empreendedorismo como uma alternativa atraente de geração de trabalho e renda para as mulheres, uma vez que as corporações teriam fracasso em lhes oferecer chances de trabalho que garantissem estabilidade e flexibilidade.

Por esta razão, como dito anteriormente, o empreendedorismo se tornaria uma escolha para que se pudesse controlar seu tempo, seu futuro e vida profissional. Assim fica claro que, as carreiras das mulheres se diferenciam das dos homens, pois os homens dedicam-se primeiramente a vida profissional, enquanto as mulheres dedicam-se a ambas as vidas (BUTTNER; MOORE, 1997).

No que diz autoridade à liderança feminina em uma pequena empresa e seu tamanho, nota-se que elas buscam conservar um pausado crescimento de sua organização, visando proteger sua qualidade de vida, manter contato mais imediato

com empregados e clientes, e principalmente, ficar à frente das operações, o que lhes dá prazer. Para as mulheres, um dos motivos de continuar com uma empresa pequena também é influenciado pela questão trabalho e família: quanto maior for o porte do empreendimento, mais tempo terão para gastar com o trabalho e, conseqüentemente, menos tempo terão para a vida familiar (GOSSELIN; GRISE, 1990).

Dessa maneira, muito dos empreendimento não são levados a sério por ser de pequeno porte. Por isso, os autores recomendam a necessidade de um novo critério para definir o que seja verdadeiro negócio, que possa incluir também este novo modelo de negócio: pequeno e que deseja permanecer pequeno. (LINDO et al, 2007).

A esse respeito Diener da sua contribuição e afirma que:

Sentir bem-estar particular significa experimentar a vida de forma positiva, julgando que há satisfação com diferentes domínios da experiência vivida tais como: o self, o trabalho, a vida familiar, a saúde, o contato social, entre outros. Em jogo, portanto, a forma de lidar com a tensão ou o estresse associado aos diversos contextos da experiência vivida. Neste sentido, dar valor ao que se faz autonomia e poder de decisão são aliados das empreendedoras no exercício dos múltiplos papéis que dão a estas mulheres o sentimento de autorrealização. (DIENER, 1984, p.542-575).

Assim, fica claro que as mulheres empreendedoras buscam, quer seja por oportunidade, quer seja por necessidade, uma satisfação pessoal em sua independência financeira.

A esse respeito, Jonathan (2001, p.3) ressalta que “num estudo comparativo entre executivas e donas de negócios próprios indica que estas apresentam maiores índices de satisfação do que as primeiras”. As principais fontes de satisfação das empreendedoras são os ritmos de trabalho, o mínimo de interferência de outras pessoas e interesses individuais satisfeitos. O ambiente do negócio próprio proporciona às mulheres empreendedoras reconhecimento por concretizações e autoridade para fazer decisões com impacto na organização, além de possibilitar trabalho com ideias inovadoras e a oportunidade de desenvolver novas competências, atividades estratégicas e, em última análise, a atuação de seus próprios valores e a realização de sonhos.

Por outro lado, de acordo com Csikszentmihalyi (1998 *apud* JONATHAN, 2001, p.3), “o bem-estar subjetivo é produto concomitante da ação e, portanto, o contentamento decorre da atividade em si e não do atendimento de metas”. O autor recomenda o conceito de fluxo para propagar a adequação perfeita, causadora de satisfação, entre a intensidade dos desafios enfrentados e a desenvoltura para lidar com eles. A sensação de fluir diz respeito ao próprio método de lidar com obstáculos, à experiência em si, mais do que o sentimento de ter vencido ou alcançado determinado objetivo.

1.3 Gerenciamento de negócios

O gerenciamento evoca pensamentos clássicos de gestão, como o planejamento, operacionalização e avaliação de resultados. Porém, à medida que se

define o que será gerenciado, vai se apresentando especificidades inerentes a complexidade de negócio.

No caso de empreendimentos, seja eles de pequeno porte, é quase inevitável a criação do vínculo com a figura do proprietário ou empreendedor. Com isso, há a necessidade de se discutir tópicos do empreendedorismo e do gerenciamento. Conforme retratado no segundo tópico, o empreendedorismo envolve características pessoais e comportamentais sendo necessário a tomada de decisão perante aos desafios existentes.

Já o gerenciamento de negócios refere-se à “organização, ou seja, um conjunto de recursos (equipamentos e principalmente funcionários) reunidos para produzir bens ou serviços” (JULIEN, 2010, p. 136) e seu funcionamento é sustentado por diferentes tecnologias materiais e imateriais e defende que a organização é um complemento para o empreendedor, a aplicação de esforços para atingir um mercado e mobilizar recursos humanos e materiais.

A sobrevivência das pequenas empresas depende de sua capacidade de competir no mercado. Ao identificar suas principais necessidades, a empresa consegue adotar um sistema que aprimore sua gestão.

Na medida em que a empresa cresce, pouco a pouco vai se diferenciando do empreendedor, tomando sua própria marca e direção, com autonomia e substituindo o modelo empírico de gestor profissionalizado. (JULIEN, 2010).

Para que o negócio tenha sucesso no mercado, é necessário que haja um gerenciamento de algumas técnicas que são primordiais, como o planejamento, organização, controle com visão para o ambiente externo, relações entre a organização e o ambiente interno e externo.

Quando é aplicado a gestão de negócios no seu empreendimento, conseqüentemente haverá uma organização para investimento que foi realizado, uma vez que todos os processos são minimamente planejados, visando aumentar as chances de acertos e reduzir os impactos de erros, trilhando o caminho do sucesso com maior facilidade.

1.4 Desafios e preconceitos

O núcleo de Estudos da Mulher e Relações Sociais de Gênero, da Universidade de São Paulo (NEMGE) destaca preconceito e estereótipo como “(...) uma opinião predeterminada, que afeta as relações interpessoais. O estereótipo aparece como uma forma rígida, anônima, reproduz imagens e comportamentos, separa os indivíduos em categorias”. (USP-NEMGE, 1996, p.3).

Nessa mesma linha de pensamento Queiroz (1995, p.16) destaca “(...) preconceito é um conceito prévio, formulado sem o cuidado de permitir que os fatos sejam investigados e possam contrariar nossos julgamentos ou opiniões”. Formiga, Neta e Medeiros (2008), dizem que o preconceito pode ser então oriundo de construções sociais influenciadas pelas normas vigentes.

Queiroz (1995), diz que as diferenças de gênero são conseqüências do dimorfismo sexual da nossa espécie atribuindo à mulher uma inferioridade de base biológica.

Para conduzirem seu próprio negócio, as mulheres acabam utilizando suas criatividade e características empreendedoras, construindo alternativa de inclusão ou permanência no mercado de trabalho. Por esse motivo, é importante que se conheça os reais fatores que estimulam as mulheres a assumirem os desafios e os riscos de constituírem seu próprio negócio.

Cramer et al (2012), dizem que as mulheres necessitam estar sempre provando que são capazes de administrar seus negócios para conseguirem conquistar seus espaços como empreendedoras. A tabela 1 mostra algumas barreiras e desafios que enfrentam as mulheres empreendedoras.

Tabela 1: Barreiras do Empreendedorismo Feminino

• Ausência de modelos de empreendedoras;	• Dificuldades de obter confiança de clientes e fornecedores;
• Falta de treinamento adequado;	• Falta de tempo pra si;
• Divisão desvantajosa de tarefas domésticas;	• Problemas culturais que afetam seu desempenho;
• Dominação social dos homens na área de negócios;	• Dificuldade de autoconfiança e aceitação;
• Falta de suporte afetivo e social;	• Dificuldade para atuar no mercado;
• Dificuldades para conseguir financiamentos;	• Acesso a rede e mentores;
• Obrigação versus Desejo;	• Tamanho das empresas;
• Trabalho versus Família;	

Fonte: Silvia (2007, p.49)

Estudo de Buttner e Moore (1997) destacam a influencia familiar como a pressão do marido e dos filhos como uma dificuldade que essas mulheres empreendedoras sofrem ao administrarem seus negócios. Nessa linha de pensamento Cramer et al (2012) dizem que a mulher necessita estar com a família porém em função do negócio elas abrem mão do tempo destinado a convivência com a família e de suas tarefas de “mãe” e “esposa” para se dedicarem ao empreendimento. Powell e Eddleston (2013), relatam que o apoio familiar para ambos os sexos está diretamente ligada ao sucesso empreendedor.

Como empreendedoras, as mulheres possuem também o desafio de se manterem atualizadas e aproveitarem as oportunidades que o mercado oferece, quase que diariamente. À frente de micro e pequenas empresas, enfrentam hoje o desafio de adotar atividades inovadoras, suprir as necessidades dos clientes, reter talentos, implementar processos e melhorar sua competitividade.

CONCLUSÃO

No sentido de estudo, pode-se observar que as mulheres estão cada vez mais ingressando na área de empreendedorismo, apesar de seus desafios e riscos. Mulheres que deixaram de lado o papel de dona de casa, em busca de seus sonhos e de suas realizações pessoais. Muitas embarcaram na onda do empreendedorismo para fazer a diferença e trazer algo de novo e positivo para o mundo.

Pode-se destacar, de acordo com o estudo realizado, que a presença das mulheres no empreendedorismo trouxe uma nova visão para o negócio e acabou influenciando tendências que acima de tudo tem incentivado e inspirado outras mulheres a empreenderem. Embora o número de mulheres seja grande, os desafios a serem vencidos até chegarem a estes postos ainda são grandes. Sendo assim, além

de empreender, as mulheres de hoje mantem as tarefas tradicionais: ser mãe, esposa e dona de casa, tendo então uma jornada dupla.

Os dados apresentados nas pesquisas podem confirmar a ascensão da mulher no empreendedorismo e mostram que as mesmas encontraram no empreendedorismo um caminho para a sobrevivência. Normalmente, um empreendimento feminino gera apenas o próprio emprego e/ou o emprego de familiares, porém, pode gerar, quando o empreendimento tem sucesso, duas frentes de trabalho, pois a empreendedora necessita também de um emprego doméstico para auxiliá-la nas atividades do lar, mesmo diante de tantas conquistas a mulher nunca será dispensável dessa responsabilidade.

O trabalho feminino fora de casa é uma conquista relativamente recente. Não foi simples para as mulheres conseguirem ganhar seu próprio dinheiro, obter independência e ainda ter sua competência reconhecida. Atualmente, não há dúvidas sobre a capacidade intelectual feminina, sendo esse um progresso para a sociedade.

Os empreendimentos femininos, na maioria das vezes, desenvolvem atividades orientadas aos consumidores finais em atividades de prestação de serviços. Essas atividades são desenvolvidas como alternativa para o desemprego ou complementação de renda familiar.

O mercado nacional é carente de iniciativas capazes de produzir riquezas, gerando fontes de trabalho, valorizando a sociedade e a si próprio enquanto cidadão. E o empreendedorismo feminino caminha nessa direção favorecendo a sociedade de forma geral, pois o modelo de gestão feminino trata as pessoas como possuidoras de caráter, culturas e necessidades individuais diferenciadas.

Quanto a isso pode-se dizer que a necessidade obriga a criação e a insatisfação conduz à inovação. Essa é a ligação da razão e motivação ao empreendedorismo feminino. Seja qual for sua razão, motivação ou necessidade, o empreendedorismo tem dado à sociedade e a mulher caminhos de sucesso.

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

REFERÊNCIAS

BUTTNER, E. H.; MOORE, D. P. (1997, January). **Women's organizational exodus to entrepreneurship**: self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35, 34-46.

CAPOWSKI, G. S. (1992, March). **Be your own boss? Millions of women get down to business**. *Management Review*, 81(3), 24-31

DIENER, E. (1984) **"Subjective Well-being."** *Psychological Bulletin*, 95: 542-575.
DORNELAS, Jose Carlos Assis. *Transformando idéias em negócios – 2º ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. P. 39-40*

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados.

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

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. Global Report, 2008. Disponível em

[http://biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00687DC7/\\$File/NT0003EF2A.pdf](http://biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/5D1CAC412448B0428325757B00687DC7/$File/NT0003EF2A.pdf)> Acesso em 29 de abril de 2018

GOSSELIN, L.; GRISE, J. (1990, abril/maio). ***Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship?*** An in-depth survey. Journal of Business Ethics 9(4-5), 423-434.

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

JONATHAN E. G. (2001) "**Mulheres empreendedoras: quebrando alguns tabus.**" Anais CDROM(n.69), III Encontro Nacional de Empreendedorismo (ENENPRE), UFFC, Florianópolis, Santa Catarina, 5 e 6 de dezembro.

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.

MIRANDA, C. M. S.; SILVEIRA, A.; HOELGEBaum, M. **Empreendedorismo feminino: características das gestoras em uma instituição de ensino superior**. V Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Minas Gerais: Belo Horizonte, 18 a 20 de jun. 2008.

MORAIS, S. **Mulheres empreendedoras no Brasil: fatores que as levam a empreender**. Disponível em: <
<http://www.administradores.com.br/mobile/artigos/empreendedorismo/mulheresempreendedoras-no-brasil-fatores-que-as-levam-a-empreender/85498/>>. Acesso em 04 de maio de 2018

Organização para a cooperação e desenvolvimento econômico (OECD, 2001,1998). Acesso: <http://www.oecd.org/general/convention>. Acesso em 05 de maio de 2018

POWELL, N.; EDDLESTON, K. A. ***Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: do female and male entrepreneurs experience different outcomes?*** Journal of Business Venturing, v.28, n.2, 2013

SEBRAE. **Os donos de negócio no Brasil: análise por sexo (2003-2013)**. 2015. Disponível em: <
[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b813ba67e266bbdc48177dd04726c87/\\$File/5452.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4b813ba67e266bbdc48177dd04726c87/$File/5452.pdf)>. Acesso em 04 de maio de 2018

SEBRAE: **Perfil das mulheres empreendedoras**. 2013
https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/perfil_mulheres_empreendedoras.pdf Acesso em 04 de maio de 2018