

EMPREENDEDORISMO FEMININO: RAZÃO DO EMPREENDIMENTO

AMORIM, Rosane Oliveira¹

BATISTA, Luiz Eduardo²

RESUMO

O empreendedorismo feminino está em evidência, por conta do processo de feminização do mercado de trabalho, e ocorre assim um aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres, tornando-se cada vez mais importante conhecer sua importância no cenário econômico, e primordialmente as razões que as mulheres têm para empreender e ainda revelar uma parcela das particularidades do empreendedorismo feminino, destacando a trajetória da mulher no mercado de trabalho, setores de empreendimento, gestão feminina e consequências para a sociedade, segmentando por necessidade e/ou oportunidade. Esse Artigo trata-se de uma pesquisa teórica, partindo de leituras sobre empreendedorismo, o perfil empreendedor, administração de empresas, desigualdade do gênero, dando ênfase na mulher como empreendedora uma vez que a literatura se encontra muito carente de obras específicas ao assunto. Através do levantamento teórico, foi constatado que as mulheres no decorrer da história passam a assumir tarefas que diferem do ambiente familiar e doméstico por conta das mudanças na sociedade e que possuem características similares e diversas na sua busca por seu lugar no mercado de trabalho, características estas decorrentes da trajetória do feminismo e na necessidade de sustentação da sociedade durante as 1ª e 2ª Guerras mundiais, ainda pode-se constatar que as mulheres tendem a empreender por necessidade de autonomia e sustento, com um estilo de gestão peculiar, o resultado do empreendedorismo feminino gera empregos, expansão econômica para a sociedade e crescimento pessoal, profissional e financeiro para a então empreendedora.

Palavras - chave: Empreendedorismo feminino, mercado de trabalho, oportunidade e necessidade.

INTRODUÇÃO

Como a atuação feminina no papel de empreendedora é relativamente recente, encontra-se maior quantidade de dados sobre empreendedores do sexo masculino, na maioria das vezes ainda as informações não estão divididas conforme

¹ AMORIM, Rosane Oliveira. Discente do 8º semestre do curso de Administração do Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI). Rosaneamorim33@hotmail.com

² BATISTA, Luiz Eduardo. Orientador – Docente do Curso de Administração do Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI). luizeduardo@gmail.com

o gênero. Apesar dessa falta de informação constituir um fator de dificuldade, torna-se também uma importante justificativa para a execução deste trabalho e de outros trabalhos sobre o tema.

Os chamados empreendedores exercem a função de atender às necessidades mutantes da sociedade, auxiliando o crescimento do mercado. Os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento.” (CHIAVENATO, 2007, p.18). Para Dolabela (2006, p. 29) “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. A atividade empreendedora não é recente, existe desde ‘sempre’, pois inovar é parte da natureza humana. Dolabela (2006, p. 30) mostra ainda que [...] “o empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia”.

O empreendedor é o detentor da capacidade de reinventar os meios para atender às crescentes necessidades da sociedade e proporcionar grandes transformações tanto econômicas como sociais e até mesmo ambientais.

O empreendedorismo assume variadas formas e para fazer uma descrição da situação atual, esta pesquisa pergunta: **por qual razão a mulher empreende?**

Para isso, torna-se necessário identificar a mulher empreendedora Brasileira; conhecer a história dessa mulher no mercado de trabalho; levantar os setores em que o empreendedorismo feminino é maior e a importância do estilo de gestão feminino para a sociedade atual.

Empreender é uma tarefa tanto para homens quanto para mulheres, independente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa deseje, use da sua criatividade, inove, motive e assuma riscos. Segundo Dogen (1989, p. 11) [...] “O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”.

TRAJETÓRIA DA FEMINIZAÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO E DO EMPREENDEDORISMO

Para mostrar a feminização do mercado de trabalho e do empreendedorismo precisamos listar alguns fatos históricos que impulsionaram e justificaram esse caminho.

Durante o decorrer da história verificou-se que, quando ocorrem mudanças na sociedade, a mulher passa a assumir tarefas que diferem do ambiente familiar e doméstico, costumeiros dos períodos em questão.

Entretanto a sociedade usou, por muito tempo, o argumento da diferença biológica para justificar a desigualdade entre homens e mulheres, porém foi observado por Oliveira (1997, p.11) que “O funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas”.

Inicialmente as mulheres eram consideradas menos capazes para o trabalho fora de casa que os homens, “lugar de mulher é em casa” como diz um velho ditado.

A Revolução Industrial começou a modificar lentamente esse quadro. O número de mulheres empregadas aumentou significativamente, trouxe a mulher para trabalho fabril quando o aumento da produtividade era necessário, apesar disso tanto a jornada de trabalho quanto os salários eram muito desiguais. Ainda no século XIX iniciaram-se algumas reivindicações sobre direitos trabalhistas, igualdade de jornada de trabalho, dentre outros. Com a crescente industrialização, as mulheres empregam-se como assalariadas nas indústrias e oficinas, mas sem abandonar seus lares e suas funções, começam a sim a ter uma dupla jornada.

Um forte impulsionador da entrada da mulher no mercado de trabalho deu-se no século XX com as 1ª e 2ª Guerras Mundiais (1914 – 1918 e 1939 – 1945, respectivamente). A ausência dos homens enviados para combate e posteriormente a quantidade de homens mortos durante o conflito tornou imprescindível a contratação de mulheres para funções que antes eram exclusivamente masculinas. As mulheres ganharam mais espaço no mercado de trabalho. Nesse período nascem os primeiros movimentos feministas. As mulheres começaram uma luta mais organizada por seus direitos e pela igualdade de oportunidades no trabalho.

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

de 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica, sendo considerada tão capacitada quanto o homem.

Essa evolução do comportamento humano, das mudanças e quebras de tantos tabus e ricamente comentada por Villas Boas (2010, p. 35) “A cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens”.

SETORES EM QUE A MULHER EMPREENDE

O Brasil conta atualmente com 18,8 milhões de empreendedores em estágio inicial ou com menos de 42 meses de existência. Desse total, 53% são mulheres e 47%, homens. É o que aponta os dados da última pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor³ – GEM (2009, p. 56). A pesquisa do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP *apud* GEM (2007, p. 78) mostra ainda que a ação de empreendedorismo feminino efetua-se expressivamente no comércio varejista (37%) - artigos de vestuário e complementos, na indústria de transformação (27%) – confecções, fabricação de produtos alimentícios, fabricação de malas, bolsas, valises e outros artefatos para viagem de qualquer material, e na atividade de alojamento e alimentação (14%).

De acordo com Orban *apud* Vieira (2007) Uma característica importante do serviço consiste no fato dele apresentar dois níveis: o serviço imediato e o resultado. O serviço imediato é medido por qualidade do atendimento, rapidez da execução, tempo de espera; e o resultado dependente do beneficiário e de sua capacidade em tirar proveito de serviço imediato.

Segundo Vieira⁴ (2011) para a revista Pequenas Empresas Grandes Negócios “o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE aponta o setor de serviços como maior gerador de empregos formais do país e também como a área em que as mulheres mais inovam e onde têm maior potencial de crescimento” e ainda “o levantamento do IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade), conclui

³GEM. *Empreendedorismo No Brasil 2009. Disponível em* <http://www.gemconsortium.org/download/1318951092213/EMPREENDEDORISMO_NO_BRASIL_2009.pdf> Acesso 05 Abr 2011.

⁴VIEIRA, Andreza. *A Expansão Do Trabalho Feminino No Setor De Serviços: Uma análise Nas Cinco Regiões Do Brasil. Disponível em* <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia293503>> Acesso em 19 Out 2011.

que, em 33% dos casos, as mulheres preferem atividades ligadas ao comércio varejista; 20% investem em alimentação; e 12% apostam na indústria de transformação”, comprovando a tendência feminina para a área de serviços.

A GESTÃO FEMININA E AS CONSEQÜÊNCIAS PARA A SOCIEDADE

Embora ainda se note desigualdade entre o gênero feminino e o masculino, a mulher vem conquistando seu espaço de forma eficaz. Como mencionado anteriormente, mulheres e homens possuem habilidades diferentes.

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

Quando a mulher parte de algo que lhe é comum e fácil, sua possibilidade de acerto aumenta. Existe um ditado popular que diz “faça o que você gosta, para nunca mais ter que trabalhar”. Assim empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor. Quando a atividade escolhida é um *hobbie*, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de sucesso, Segundo Dogen (1989, p. 28) “[...] São raros os hobbies que não representam oportunidades. É sem dúvida, a forma mais agradável de desenvolver um negócio próprio”.

Entretanto não basta gostar do que faz é preciso estudar o mercado, ler sobre o assunto, pôr no papel todos os riscos e analisar se está disposto a corrê-los. É necessário ainda saber administrar o *hobbie* como negócio sem perder o prazer em executá-lo.

Conhecer profundamente o ambiente em que irá empreender é um ponto crucial da viagem e implica as características e necessidades de público-alvo; os concorrentes e as experiências de terceiros; o ciclo de vida do setor; as praticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, financeiros, demográficos, legais. (DOLABELA, 2010, p.111).

As mulheres são capazes de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades (lar, marido, filhos, trabalho). Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”, o que se torna um diferencial em relação aos homens e de acordo com Grzybovski⁵ et. al. (2002):

A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão. (GRZYBOVSKI et. al. 2002).

Essa capacidade dá às mulheres um ponto positivo rumo ao sucesso do empreendimento. Elas demonstram esse estilo peculiar de administrar, utilizando diferentes formas para conquista da sintonia entre a vida pessoal e a profissional.

A mulher tem assumido características antes comuns ao universo masculino, como a competitividade, liderança, ambição, capacidade de assumir riscos, aceitação de mudanças, possuindo um pensamento analítico e objetivo, independência, e autoconfiança. As mulheres tendem a adotar um estilo de liderança mais democrático, como menciona Robbins apud Grzybovski et. al. (2002):

As mulheres encorajam a participação, a partilha do poder e da informação e tentam aumentar a auto-estima dos seguidores. Preferem liderar pela inclusão e recorrem a seu carisma, experiência, contatos e habilidades interpessoais para influenciar os outros. (ROBBINS apud GRZYBOVSKI et. al. 2002)

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

Nenhuma empresa consegue funcionar sem as pessoas. Mais do que isso: são as pessoas que proporcionam a excelência, a qualidade, a produtividade e a competitividade da empresa. Daí a sua importância vital para o sucesso do negócio. Além disso, convém não esquecer que o cliente avalia a sua empresa e o seu produto

⁵GRZYBOVSKI, Denize. *Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas*. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552002000200011&script=sci_arttext> Acesso 17 Out 2011.

pelas pessoas que o servem e o atendem. (CHIAVENATO, 2007, p.161).

Acompanhando esse raciocínio, de acordo com Arnold (1996, p. 28) “[...] O líder é absolutamente responsável pela atmosfera em que os outros trabalham [...]”. Essa forma peculiar que a mulher possui de administrar é aceita de forma favorável pelos consumidores e colaboradores.

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgado improvável e desnecessário.

RAZÃO: OPORTUNIDADE E/OU NECESSIDADE

A razão para iniciar uma atividade empreendedora é um tema diverso e importante para identificar a natureza do empreendedorismo. Quando se trata de empreendedorismo feminino, tanto razões econômicas quanto sociais e psicológicas são apontadas. As motivações diferem de pessoa para pessoa, indo de encontro com as necessidades de cada um.

A motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas. (CHIAVENATO, 2007, p. 172.)

A evolução dos tempos deixa cada vez mais evidente na mulher a mudança de suas necessidades, dando a ela uma motivação diferente, para atitudes a serem tomadas. Aqueles que empreendem diante de uma necessidade, usando o empreendedorismo como ferramenta para obtenção de renda e de sustento e desenvolvimento próprio, precisa de apoio e capacitação e sua motivação os movem em busca desse objetivo, fazendo com que busquem todo o tipo de informação e ajuda.

As pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. Como o

trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam. (CHIAVETO, 2007, p. 174).

O empreendedorismo por oportunidade indica quem iniciou sua atividade para melhorar sua condição de vida, ao observar uma oportunidade para empreender. Segundo o manual do empresário elaborado pelo SEBRAE⁶ (2005), o empreendedor por oportunidade tem sensibilidade para fazer coisas novas, acertando o momento e o lugar, sendo capacitado a perceber e assimilar as mudanças no ambiente onde está inserido, podendo assim identificar no mercado as necessidades atuais e/ou futuras de clientes em potencial e criando e produzindo bens e serviços a fim de satisfazer essa necessidade da sociedade. Em concordância com esse ponto Dogen (1989, p. 8) define como “Após identificar uma oportunidade e vencer as barreiras à entrada no negócio, a empresa se desenvolve, realizando e atendendo a uma necessidade do mercado”. O empreendedor oportunista detém um nível melhor de conhecimento, e está em constante busca de informações, tendo uma visão de futuro, estabelecendo metas e resultados, sendo nesses casos considerado inovador.

A necessidade financeira é grande impulsionador do empreendedorismo feminino. Como podemos constatar nas porcentagens demonstradas pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade – IBQP apud GEM⁷ (2007) na pesquisa referente Empreendedores Iniciais por Gênero no Brasil “Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção aumenta para 63% para as mulheres.” Para Dolabela (2006, p.31) “Os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados a empreender por motivos alheios à sua vontade, como é o caso de desempregados, imigrantes etc.)”.

Em grande parte dos casos, por falta de empregos formais, a mulher busca no empreendedorismo uma alternativa de trabalho e renda, participando na complementação da renda familiar. Seja pela necessidade de contribuir para o aumento da renda ou sustento da família, ou pelo desejo de realização profissional, as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho. Segundo

⁶SEBRAE. Fascículo 1 - Manual do empresário, Disponível em <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BECA25B60A8F51D8032570F8006539AF/\\$File/fasciculo_1.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BECA25B60A8F51D8032570F8006539AF/$File/fasciculo_1.pdf)> Acesso 30 Mar de 2001.

⁷GEM. Empreendedorismo no Brasil – 2007. Disponível em <<http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=672>> Acesso em 03 Abr 2011.

dados do DIEESE⁸ “Apesar de os homens ainda terem uma participação bem mais expressiva no mercado de trabalho (74,5% dos homens fazem parte da força de trabalho) que as mulheres (50,2% encontram-se na mesma situação), de 1989 até 1996 a taxa de participação feminina cresceu 8,9%, enquanto a masculina caiu 3,6%.”

Ainda sobre a necessidade pela qual a mulher empreende o relatório Empreendedorismo no Brasil 2010 - GEM⁹ (2010) mostra que “As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que o homem, ou seja, visando o sustento de si mesma, de suas famílias, o enriquecimento de vidas pela carreira e pela independência financeira”

Ainda de acordo com o Relatório GEM (2010) “Uma tendência indica que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, além do que nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família, ampliando a participação na economia do país.” O total de famílias chefiadas por mulheres no Brasil aumentou de 200 mil (1993) para 2,2 milhões (2006). Em 13 anos, esse modelo da família se expandiu 10 vezes, evoluindo de 3,4% para 14,2%, segundo a pesquisa Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça, elaborada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA¹⁰ (2008), juntamente com o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para a Mulher. A maior representatividade das mulheres nas famílias tem uma correlação direta com sua entrada no mercado de trabalho e o aumento do divórcio reflete uma gradual mudança de comportamento da sociedade brasileira.

A mulher empreendedora não busca somente um novo objetivo na vida. Abrindo negócios, busca livrar-se de situações incômodas, como por exemplo, as Refugiadas feministas descritas como “mulheres que sentem discriminações ou restrições em uma empresa e preferem iniciar um negócio que possam dirigir independentemente dos outros” (CHIAVENATO, 2007, p.11).

As razões para iniciar um empreendimento diferem na opinião de diversos estudos, Pastel apud Machado et. al. (2003), por exemplo, as classifica como:

⁸DIEESE, Cresce a Participação da Mulher no Mercado de Trabalho, Disponível em < <http://www.dieese.org.br/esp/es2mai97.xml>> Acesso em 28 Mar 2011.

⁹ GEM. Empreendedorismo no Brasil 2010. Disponível em < http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf > acesso 20 Out 2011.

¹⁰IPEA. Cresce número de mulheres chefes de família, Disponível em <<http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/cresce-numero-de-mulheres-chefes-de-familia-diz-pesquisa/17121>> Acesso em 22 de Ago 2011.

empreendedoras por acaso (empreendedoras que criaram suas empresas derivadas de algum hobby): empreendedoras forçadas (causadas por viuvez, divórcio, desemprego ou dificuldades financeiras); empreendedoras criadoras (independência e autonomia ou insatisfação com trabalho anterior).

Seguindo essa linha o OECD apud Machado¹¹ et al (2003) mostra a seguinte classificação: aquelas que não têm profissão e empreendem de forma individual e limitada; aquelas que se originam do meio familiar, os empreendimentos são negócios familiares e aquelas que criam empresas como estratégias de conquistas, por autonomia.

Em 2002, de acordo com GEM (2010) o número de novos negócios empreendidos por mulheres não chegava a 38,4% em 2009, o índice alcançou os 53,4%. Essa conquista significa o aumento da contribuição feminina na economia do País.

Em dados disponibilizados pelo SENAI¹² (2007) na pesquisa que mede a importância da mulher na força de trabalho, mostra que a importância pode ser medida na sua crescente participação na população economicamente ativa (PEA) e em 1976 a parcela feminina na PEA era de 29%, em 2002 ela atingiu 43%.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando os aspectos relativos ao empreendedorismo feminino, observou-se que a maioria dos estudos é focada nos motivos pelos quais as mulheres empreendem. No que se refere aos benefícios e conseqüências do empreendedorismo feminino para a sociedade, pouco tem sido explorado. Os estudos e pesquisas tratam o assunto de forma generalizada, percebendo as contribuições do empreendedorismo, mas não a dividindo por gênero.

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.

¹¹ MACHADO, Hilka Vier et al. O Processo De Criação De Empresas Por Mulheres, Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482003000200007> acesso em 29 Ago 2011.

¹² SENAI. Especial- Revolução feminina, Disponível em <<http://www.senai.br/sb/sb106/Especial.pdf>> Acesso em 01 Mar 2011.

Os dados apresentados nas pesquisas confirmam a ascensão da mulher no empreendedorismo e mostram que mulheres encontraram no empreendedorismo um caminho para 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 empregado doméstico, para auxiliá-la nas atividades do lar, mesmo diante de tantas conquistas a mulher nunca será dispensável dessa responsabilidade.

Sendo assim além de empreender as mulheres de hoje, mantêm as tarefas tradicionais: ser mãe, esposa e dona de casa, tendo então uma jornada dupla. Mulheres motivadas para empreender, em função dos cuidados necessários a família, muitas vezes empreendem em sua própria residência, pois assim conciliam os dois afazeres.

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.

Percebe-se ainda que as características e habilidades natas no sexo feminino, unidas ao que ela absorve do sexo oposto, favorecem a administração de um negócio, bem como na escolha do mesmo.

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 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 se pode 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 à 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 BIBLIOGRÁFICAS

ARNOLD, Willian W. **Liderança Orientada Para Pessoas: O Toque Humano Como Fator De Produtividade E Lucro**, 2ª Ed. - São Paulo: Atlas, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

DIEESE. **Cresce a Participação da Mulher no Mercado de Trabalho**, Disponível em <<http://www.dieese.org.br/esp/es2mai97.xml>> Acesso 28 Mar 2011.

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

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. 30ª ed. São Paulo: Cultura, 2006.

DOLABELA, Fernando. **Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2010.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2007**. Disponível em <<http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=672>> Acesso 03 Abr 2011.

GEM. **Empreendedorismo No Brasil 2009**. Disponível em <http://www.gemconsortium.org/download/1318951092213/EMPREENDEDORISMO_NO_BRASIL_2009.pdf> Acesso 05 Abr 2011.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2010**. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/livro_gem_2010.pdf> Acesso 20 Out 2011.

GRZYBOVSKI, Denize. **Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas**. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552002000200011&script=sci_arttext> Acesso 17 Out 2011.

IPEA. **Cresce número de mulheres chefes de família**. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/cresce-numero-de-mulheres-chefes-de-familia-diz-pesquisa/17121>> Acesso 22 de Ago 2011.

MACHADO, Hilka Vier et al. **O Processo De Criação De Empresas Por Mulheres**, Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482003000200007> Acesso 29 Ago 2011.

MOURA, Ana Maria De Almeida. **As Mulheres Empreendedoras no Desenvolvimento do Micro e Pequeno Negócio**. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/informe-se/producao-academica/as-ulheres-empendedoras-no-desenvolvimento-do-micro-e-pequeno-negocio-um-estudo-de-caso-do-consorcio-sol-bahia/537/>> Acesso 04 Abr 2011.

OLIVEIRA, Malu. **Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

SEBRAE. **Fascículo 1 - Manual do empresário**, Disponível em <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BECA25B60A8F51D8032570F8006539AF/\\$File/fasciculo_1.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BECA25B60A8F51D8032570F8006539AF/$File/fasciculo_1.pdf)> Acesso 30 Mar de 2001.

SENAI. **Especial- Revolução feminina**. Disponível em <<http://www.senai.br/sb/sb106/Especial.pdf>> Acesso 01 Mar 2011.

SOUZA, Rosana Silva e. **O Diferencial da Mulher Empreendedora**, Disponível em <<http://colunas.pegn.globo.com/mulheresempreendedoras/2010/05/05/o-diferencial-da-mulher-empreendedora>> Acesso 28 Mar 2011.

VIEIRA, Andreza. **A Expansão Do Trabalho Feminino No Setor De Serviços: Uma análise Nas Cinco Regiões Do Brasil**. Disponível em <<http://tcc.bu.ufsc.br/Economia293503>> Acesso 19 Out 2011.

VIEIRA, João Luiz. **Especial: Mulheres Empreendedoras**. Disponível em <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI272006-18512,00-ONDE+E+QUE+EU+ME+ENCAIXO.html>> Acesso 18 Out 2011.

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