

MULHERES EMPREENDEDORAS: CONQUISTANDO ESPAÇO NO SETOR EMPREENDEDOR

Antônia Maria Gimenes¹, Jaqueline de Brito Silva², Emily Cardozo de Souza³, Leticia Cristina Nunes⁴

RESUMO

Diante da competitividade empresarial e dos estudos políticos, sociais e econômicos em nosso país nota-se a necessidade de um estudo mais apurado sobre o tema de empreendedorismo. O empreendedorismo atualmente vem se expandindo no Brasil, devido a situação econômica em relação a crise, e o ingresso das mulheres no mercado empreendedor surge mediante ao aumento de sua independência econômica e social. De tal forma, a crise brasileira é uma consequência imediata, pois a falta de emprego e de oportunidades no mercado faz com que ex-funcionários comecem a criar novos negócios, utilizando o pouco que lhes restou de economias pessoais. Alguns permanecem na atividade informal, abrindo seu próprio negócio motivados pela falta de crédito, excesso de impostos e pelas altas taxas de juros. No entanto, faz necessário que se compreenda sobre plano de negócios empreendedor seja qual for o segmento. O recorte desta pesquisa terá como foco o mercado empreendedor feminino e como as mulheres aderiram a este segmento, relatando a participação da mulher neste cenário. Assim, o objetivo principal do presente estudo é analisar o mercado empreendedor feminino, retratando a progressão deste segmento atualmente. E os específicos foram: Realizar levantamento histórico da desigualdade social das mulheres no mercado empreendedor; Analisar as dificuldades e desafios enfrentados atualmente pelas mulheres; Verificar o quesito oportunidade e necessidade para aderir ao empreendedorismo. Justifica-se a relevância do presente artigo sobre os levantamentos das necessidades de empreendedorismo onde despertou interesse para mulheres ser empreendedoras do próprio negócio. A metodologia proposta no presente estudo foi de caráter descritivo e qualitativo, com pesquisas com levantamentos bibliográficos em livros de referência ao estudo e a artigos científicos em sites competentes.

Palavras Chave: Oportunidade. Conquistas. Mulheres. Crise. Auto satisfação.

ABSTRACT

In the face of business competitiveness and political, social and economic studies in our country it is necessary to study more accurately the theme of entrepreneurship. Entrepreneurship is currently expanding in Brazil, due to the economic situation in relation to the crisis, and the entry of women into the entrepreneurial market arises through the increase of their economic and social independence. Therefore, the Brazilian crisis is an immediate consequence because the lack of jobs and opportunities in the market makes former employees start to create new businesses, using what little they have left from personal savings. Some remain in the informal business, opening up their own business because of lack of credit, excessive taxation and high interest rates. However, it does require understanding of entrepreneurial business plan regardless of the segment. The focus of this research will focus on the entrepreneur female entrepreneur and how women have joined this segment, reporting the participation of women in this scenario. Thus, the main objective of the present study is to analyze the female entrepreneurial market, portraying the progression of this segment today. And the specifics were: Perform a historical survey of the social inequality of women in the entrepreneurial market; Analyze the difficulties and challenges currently faced by women; Check the question opportunity and need to adhere to entrepreneurship. It is justified the relevance of this article on the surveys of entrepreneurship needs where it aroused interest for women to be entrepreneurs of the business itself. The methodology proposed in the present study was descriptive and qualitative, with researches with bibliographical surveys in reference books to the study and scientific articles in competent websites.

Keywords: Opportunity. Achievements. Women. Crisis. Self satisfaction.

¹ Administradora, Especialista em gestão de negócios, Gestão de Pessoas e de Recursos Humanos, Palestrante, Professora e Coordenadora do Ensino Superior de Londrina-FACULDADE INESUL e de Cursos Técnicos.

² Administradora, Especialista em Gestão Financeira e Controladoria; Metodologia do Ensino da Matemática; Metodologia Ensino Superior; Licenciatura em Matemática; Mestra em Ensino.

³ Acadêmica do Curso de Administração do Instituto de Ensino Superior de Londrina - Inesul

⁴ Acadêmica do Curso de Administração do Instituto de Ensino Superior de Londrina - Inesul

INTRODUÇÃO

Diante da competitividade empresarial e dos estudos políticos, sociais e econômicos em nosso país nota-se a necessidade de um estudo mais apurado sobre o tema de empreendedorismo. O empreendedorismo atualmente vem se expandindo no Brasil, devido a situação econômica em relação a crise, e o ingresso das mulheres no mercado empreendedor surge mediante ao aumento de sua independência econômica e social.

O problema que se coloca é que a crise econômica é uma consequência imediata, levando as pessoas a buscar no empreendedorismo a saída para a recuperação de crédito, pois falta de emprego, faz com que ex-funcionários comecem a criar novos negócios, utilizando o pouco que lhes restou de economias pessoais e de acertos salariais. Outro problema é que muitos aderem a economia informal, devido a altas taxas de impostos. Ainda outros aderem a econômica formal, porém ambos sem conhecimento sobre o que é empreendedorismo e plano estratégico de negócio, tentando de forma errônea a tentativa e erro. Isto ocasiona um período de curto prazo para a vida útil da empresa.

O objetivo principal do presente estudo é analisar o mercado empreendedor feminino, retratando a progressão deste segmento atualmente. E os específicos foram: Realizar levantamento histórico da desigualdade social das mulheres no mercado empreendedor; Analisar as dificuldades e desafios enfrentados atualmente pelas mulheres; Verificar o quesito oportunidade e necessidade para aderir ao empreendedorismo.

Justifica-se a relevância do presente artigo sobre os levantamentos das necessidades de empreendedorismo onde despertou interesse para mulheres ser empreendedoras do próprio negócio. A metodologia proposta no presente estudo foi de caráter descritivo e qualitativo, com pesquisas com levantamentos bibliográficos em livros de referência ao estudo e a artigos científicos em sites competentes.

O empreendedorismo no Brasil tem se expandido devido a competitividade empresarial, onde estudos apontam que a situação econômica do país tem influencia nesse aumento. O tema vem conquistando seus

espaços, o avanço tecnológico tem proporcionado oportunidades para ser dono do próprio negócio.

REFERENCIAL TEÓRICO

Conceitos, Origem e Evolução do Empreendedorismo.

O empreendedorismo tem origem francesa, onde o estudo é voltado ao desenvolvimento e competências de habilidades, a fim de assumir riscos e começar algo novo busca de resultados positivos. O primeiro uso do termo empreendedorismo no Brasil começou na década de 1990 antes disso não se falava no tema para criação de pequenas empresas. O empreendedor não possuía informações propícias para abertura de empresa, pois a política econômica do país não favorecia todo suporte necessário para iniciar as atividades como empresa.

Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o oriente. Como empreendedor Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativos correndo todos os riscos físicos e emocionais. O termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esses indivíduos não assumiam grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país. (DORNELAS,2005, p.29)

Segundo as pesquisas realizadas por Dornelas, (2005), o SEBRAE é um dos órgãos mais procurados pelos pequenos empresários para obter informações precisas para abertura de empresa, a fim de solucionar problemas e melhorias estratégicas no negócio. A entidade Softex foi criada com intuito de proporcionar aos empresários a capacitação em gestão e tecnologia. Este programa atingiu todo país e o tema empreendedorismo despertou interesse na sociedade brasileira, antes disso um plano de negócios era desconhecido e inutilizado pelos empresários.

O empreendedorismo está relacionado com criação de empresas e negócios a fim de agregar valor e transformar conhecimentos em novas oportunidades e produtos, o empreendedor não é somente o fundador de uma nova empresa ele é principalmente a energia da economia que alavanca

recursos, obtém talentos e busca de ideias. Além de buscar oportunidades de lucro, precisa ser ágil com a concorrência. Como já diz origem da palavra empreendedora é aquele que assume riscos e começa algo novo.

Afirma Dornelas, a nova realidade econômica traz desafios que exige do empreendedor habilidades para enfrentar a globalização com responsabilidade, competência e autonomia. A escolha de se tornar empresário precisa ser um projeto de vida profissional, desta forma requer um planejamento minucioso.

Ainda o mesmo autor, ao optar pela vida de empreendedor, a escolha deve ser feita para criar uma carreira como projeto de vida profissional, ou seja, os esforços devem ocorrer para começar o negócio, e capacidade de enfrentar as dificuldades que ocorrem no início da abertura da empresa.

O empreendedor, segundo Chiavenato, (2006) é aquele que faz as coisas acontecerem além de ser capaz de identificar oportunidades de mercado, possui uma aguçada sensibilidade financeira e de negócios para transformar ideias em um fato econômico em seu benefício.

Ainda sobre o mesmo autor, o espírito do empreendedor está associado em tomadas de decisões com perseverança, determinação, dinamismo, otimismo, ser líder independente, ter conhecimento sobre a área de atuação, saber se relacionar, gerenciar uma equipe e assumir riscos além de ser inovador e criativo. Deve ser atribuída a responsabilidade sobre o desenvolvimento da economia, ou seja, ele cria e destina valores para pessoas e para a sociedade, esse fator de inovação tecnológica está ligado ao crescimento econômico.

Oportunidade x Necessidade Empreendedora

Há várias vantagens e desvantagens para uma pessoa que pretende abrir seu próprio negócio, assim como também existem vantagens e desvantagens para as pessoas que trabalham para outras empresas, afirma Chiavenato,(2006).O que é essencialmente necessário para quem optar para abrir seu próprio negócio, é ter conhecimento profissional, bom senso e agir com cautela.

Para identificar a oportunidade de um bom negócio é necessário analisar fatores existentes, como a aceitação do produto ou serviço no mercado, ramo

de atividade pública alvo e um plano de negócios que deve ser elaborado para organizar os pontos de partida.

Ainda sobre Chiavenato, (2006) existem dois pontos de partida para analisar uma oportunidade, iniciar um negócio que se tem em mente e analisar a sua viabilidade. Para cada tipo de negócio existem variáveis críticas básicas, como, analisar qual é a melhor região para montar o negócio, os clientes podem ser atendidos, a facilidade de localização, entre outros. Pesquisar sobre seu mercado e explorar o novo nicho, iniciando assim o plano de negócios.

Segundo Dornelas, (2005) a necessidade humana é atendida através das empresas que são classificadas como direta e indireta essas necessidades atendidas são como viajar, se vestir, comer, comprar, pagar, repousar, estudar entre outros. As empresas tem a finalidade de atender, produzem, vendem, informam e prestam serviços. Empresas classificadas como diretas se relacionam com produção e comércio de bens e prestação de serviços, aquelas que são indiretas relacionam com lucro, satisfação de necessidade dos clientes e finalidades sociais, como finalidade de geração de novo empregos.

O empreendedorismo por necessidade são aqueles que buscam abrir o seu próprio negócio com o objetivo de seu sustento e de sua família. Já os empreendedores por oportunidades buscam por um novo negócio a fim de uma melhor renda, e independência no trabalho.

Plano de negócio

O Plano de negócios está diretamente ligado ao empreendedorismo, ou seja, deve ser o primeiro passo a ser realizado, pois através dele o empreendedor irá traçar seus objetivos, planejar e delinear as ações que serão realizadas no decorrer da empresa que será criada ou até mesmo um plano de crescimento. Sua principal ferramenta é o planejamento da gestão e desenvolvimento inicial. DORNELAS,(2005).

O plano de negócio deve ser escrito de maneira que todos possam entender e aplicado não somente no início de empreendimento, mas também quando a empresa já estiver aberta, e com anos de mercado. Além de o plano de negócio ter como principal objetivo a viabilidade de um negócio, ele também orienta desenvolver as operações estratégicas que permite gerir a empresa de

forma mais eficaz e tomar decisões corretas, permitindo monitorar a empresa, ou seja, é uma ferramenta de aprendizagem e autoconhecimento, de tal forma, expandindo a chance de sucesso no negócio. DORNELAS, (2005).

O mesmo autor diz que o plano de negócio é parte fundamental para criação e avaliação de um negócio. Ele é um documento que permite que o empreendedor descreva de forma clara o seu negócio e ao mesmo tempo adquirindo maior conhecimento de aprendizagem em relação ao seu ambiente de negocio.

A falta ou falha de planejamento adequado é um dos principais motivos do qual as empresas não conseguem se manter no mercado. Para reduzir esse índice o empreendedor deve planejar as ações do negocio, podendo reduzir riscos e aumentar a capacitação de gerenciar do empreendedor.

As ideias do mesmo autor sobre a melhor maneira de se manter atualizado é o empreendedor investir no aprendizado constante no ramo que atua, a consequência gera experiência e um planejamento periódico contendo ações, para enfretamento de problemas, assim como tal empreendedor adquire conhecimento para gerir soluções de forma rápida, ações que acrescentam melhoria e lucro para a empresa.

Mulheres Empreendedoras

O trabalho feminino no Brasil vem aumentando a atuação em posições de liderança dentro das empresas e conquistando mais terreno nos espaços públicos segundo a obra de Bruschini, (1994), que em ambiente de micro e pequenas empresas é comum serem lideradas ou criadas por mulheres, que dessa forma não somente constroem uma alternativa de permanência no mercado econômico, mas geram consigo empregos promovem inovações e riqueza que contribui para o desenvolvimento da economia do país.

Nas últimas décadas do século XX, o país passou por importantes transformações demográficas, culturais e sociais que tiveram grande impacto sobre o trabalho feminino: queda da taxa de fecundidade, sobretudo nas cidades e nas regiões mais desenvolvidas do país, de 4,4 filhos por mulher, em 1980, para 2,3 filhos no final da década de 90; redução no tamanho das famílias que, no final dos anos 1990, passaram a ter apenas 3,4 membros; envelhecimento da população brasileira, com maior expectativa de vida das mulheres e, conseqüentemente, aumento do percentual de viúvas na população;

aumento do número de famílias chefiadas por mulheres que, no final do século, chegam a 26% do total das famílias brasileiras.

Em 1998, a mais alta taxa de atividade, superior a 66%, é encontrada mulheres de 30 a 39 anos e cerca de 63% das de 40 a 49 anos também são ativas. Entretanto, apesar de todas essas mudanças, muita coisa continua igual: as mulheres continuam as principais responsáveis pelas atividades domésticas e cuidados com os filhos e demais familiares, o que representa uma sobrecarga para aquelas que também realizam atividades econômicas. Segundo dados da Pesquisa de Padrão de Vida, do IBGE, realizada em 1996-97, 79% das mulheres se dedicam a afazeres domésticos e gastam neles cerca de 36 horas semanais. Em contrapartida, apenas 28,6% dos homens realizam atividades semelhantes e gastam nelas somente 14 horas por semana. A presença de filhos pequenos continua sendo um fator que dificulta a ocupação feminina. Em 1998, as taxas de atividade das mães são muito mais baixas quando os filhos têm menos de dois anos (47%), ou mesmo entre dois e quatro anos (58%), em comparação àquelas das mães de filhos maiores, que giram entre 62% e 65%. A expansão da escolaridade, à qual as brasileiras têm tido cada vez mais acesso, é um dos fatores de maior impacto sobre o ingresso das mulheres no mercado de trabalho. As taxas de atividade das mais instruídas (mais de 11 anos de estudo) são muito mais elevadas do que as taxas gerais de atividade, em todos os anos analisados. Em 1998, a taxa feminina de atividade era de 47,5%, mas a de mulheres com 15 anos ou mais de estudo era superior a 81%. Além disso, as trabalhadoras têm escolaridade mais elevada do que os trabalhadores, reproduzindo o que ocorre na população de modo geral. Nesta, o predomínio feminino ocorre a partir do ensino médio (nove a 11 anos de estudo), no qual 55,1% das matrículas são femininas. No ensino superior, as mulheres ampliaram sua presença na década, atingindo percentual superior a 61%. No entanto, elas se concentram em determinadas áreas do conhecimento, como Linguística, Letras e Artes (83%), Ciências Humanas (82%), Ciências Biológicas (74%) e Ciências da Saúde (67,6%), que as preparam para ocupar os chamados “guetos” femininos. Entretanto, a presença feminina nas universidades tem ultrapassado a dos estudantes também em redutos masculinos, como Administração, Arquitetura/Urbanismo e Direito. (BRUSCHINE e PUPPIN, 2004, p. 107e 108)

Os mesmos autores enfatizam que as mulheres passaram a ter menos filhos, e começaram a desenvolver um grau de instrução e ser economicamente ativas e independentes, provocando mudanças socioculturais e econômicas.

Segundo Osório, (2011) na realidade atual a mulher vem se destacando em vários setores da economia, tanto em comércios, indústrias, serviços terceirizados e estão mostrando o talento em empreendedorismo que não é exclusividade masculina. Devido à situação econômica do país, muitos pais de família perderam seus empregos ou não estão satisfeitos com o salário que recebem, por questão de necessidade são obrigados a realizar trabalhos

informais, ou seja, para conseguir uma renda extra se dedicam a outros serviços em horários diferenciados para complementar a renda da família. Por questões de melhorias tanto mulheres quanto homens decidem serem donos do próprio negócio, com intuito de melhoria, muitas vezes sem orientação, e sem pesquisar se há viabilidade.

Tal crescimento do empreendedorismo feminino tem sido uma ferramenta onde diretos femininos e masculinos tem sido igualados na medida em que buscam posições mais relevantes nos negócios. Segundo pesquisa feita por Osório, (2016) analisa-se que a presença das mulheres em pequenos negócios, aqueles que faturam até R\$ 3,6 milhões por ano, entre os anos de 2001 até 2011, as mesmas vem conquistando cada vez mais espaço á frente das pequenas empresas e medias do Brasil.

Segundo mesmos autores no Brasil muitos homens ainda resistem em relação a serem subordinados por mulheres chefes, pois eles acreditam que elas não capacitadas e competentes para esse cargo. O empreendedorismo feminino é um caso de indiferença onde às mulheres são lesadas. A base para ser uma mulher empreendedora certamente encaixa-se no requisito auto satisfação, pois uma mulher empreendedora busca muito além de capital, busca fazer a diferença através de sua visão e sua competência no mercado.

Diversos obstáculos ao empreendedorismo no Brasil são, reiteradamente, mencionados: Os altos custos e a burocracia para regulamentar e formalizar um empreendimento; as dificuldades para acessar créditos e serviços financeiros; os altos impostos. Para além destes obstáculos, enfatizo duas questões apontadas como dificuldades enfrentadas pelas mulheres: as barreiras impostas pela discriminação e os empecilhos associados a dupla / tripla jornada. (SCHLEMM, 2007)

Apesar dos grandes desafios e da formalidade dos tempos antigos as mulheres estão a cada dia ganhando força e sendo incentivadas a empreender criando seu próprio negócio. Mesmo ciente de suas responsabilidades profissionais no local de trabalho muitas mulheres tem também que cumprir com seu dever de mãe e dona de casa diferenciando-se dos homens que só focam em seu crescimento profissional e deixam a desejar em ser presente na relação familiar, acreditando que o dever de casa é da mulher que tem em si a responsabilidade dentro e fora de casa.

As mulheres empreendedoras pelo fato de suas características naturais e motivadoras, gerenciadas por suas intuições e detalhes observados, a fim de buscar sempre novas opções para o crescimento do negocio.

O espaço profissional de uma mulher empreendedora é gerado por varias condições, entre elas a auto satisfação e a qualidade de vida no trabalho, onde sentem- se orgulhosas por oferecerem suas habilidades a fim de gerar reconhecimento e auto realização, onde contribuem para o desenvolvimento sócio- econômico do país, composto por suas experiências em busca de seu reconhecimento.

No entanto não se justifica que mulheres são melhores que os homens, e sim que o empreendedorismo feminino oferece pontos positivos no trabalho gerando bons negócios. Cada vez mais o ciclo de incentivo de mulheres empreendedoras aumenta.

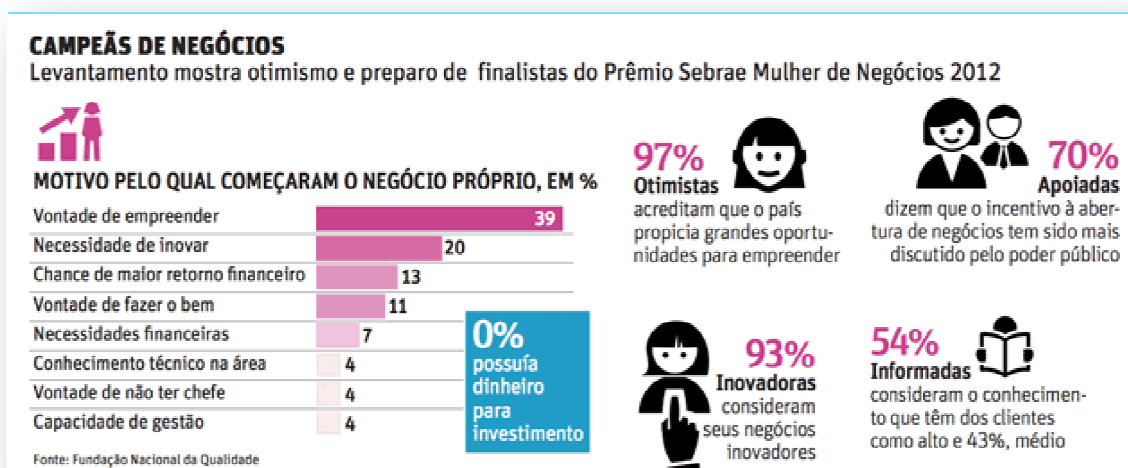
Segundo Jonathan, (2001) as mulheres tem participação significativa no empreendedorismo, onde sua demanda é melhor e as compreensões referentes a questões que as mesmas enfrentam, estes são reflexos da qualidade de vida. Revela-se que o comprometimento das mulheres com a empresa é grande, onde mostra que são destemidas e autoconfiantes, embora fique preocupado com aspectos financeiros, crescimento, satisfação dos clientes, segurança no trabalho e satisfação dos empregados. Suas preocupações tendem a diminuir conforme seus esforços trazem resultados positivos para o negocio, proporcionando sentimento de conquista e comprometidas com seu trabalho. O reconhecimento pessoal é alto do sucesso alcançado pelos esforços e realização de diversas tarefas. O ritmo com que trabalham há uma mínima interferência de terceiros e interesses pessoais.

Mulheres Chefes no Brasil



Fonte: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) 2014.

Motivação para terem o próprio negócio



Fonte: editora de arte/ folhapress 2013

As mulheres ao longo dos anos estão em busca de melhores condições de vida para sua família, cada uma tem seu motivo particular para que tomassem a decisão de empreender. Muitas não são apoiadas e não se sentem motivadas, mas a grande maioria de 97% (editora de arte, 2013) sentem se otimistas com a escolha do negócio. No Brasil a região sul e

norteconcentra-se o maior numero de empreendedoras de todos os segmentos, resultado que motiva outras mulheres a terem a mesma escolha.

CONCLUSÃO

O mercado empreendedor está cada vez mais competitivo entre os homens e as mulheres. Cada vez mais as mulheres empreendedoras estão se esforçando para terem maior destaque empresarial. Com este estudo constatou-se que o mercado empreendedor feminino é um segmento promissor, pois há oportunidades de sucesso, mediante ao fator motivação, dedicação, realização profissional onde se comprometem com sua carreira e bem estar dos seus clientes e economia do país.

Sobre a progressão do segmento empreendedor atualmente, verificou-se que as mulheres passaram a ter menos filhos, e começaram a desenvolver maior interesse pelo estudo e entender melhor sobre assuntos que antes somente os homens entendiam. A cada dia estão adquirindo grau de instrução e ser economicamente ativas e independentes, provocando mudanças socioculturais e econômicas.

Mediante o levantamento histórico frente à desigualdade social das mulheres no mercado empreendedor, onde as mesmas ainda sofrem para obterem oportunidades de emprego com remuneração superior a dos homens, ainda analisou que no Brasil muitos homens ainda resistem em relação a serem subordinados por mulheres chefes. Os homens ainda acreditam que elas não aguentam um cargo com responsabilidades e pressão, sendo que na verdade as mulheres vêm se destacando nos segmentos de vendas onde fidelizam seus clientes e alcançam os objetivos de realização profissional.

O empreendedorismo feminino é um caso de indiferença onde às mulheres acabam sendo lesadas e perdendo oportunidades no mercado da economia.

Quanto às dificuldades e desafios enfrentados as mulheres sobre a formalidade dos tempos antigos as mulheres estão a cada dia ganhando força e sendo incentivadas a empreender criando seu próprio negocio tanto nos segmentos de comércios, indústrias ou empresas terceirizadas.

Sobre oportunidade e necessidade para aderir ao empreendedorismo por necessidade são aqueles que buscam ser dono do próprio negocio onde

surge oportunidade de obter melhores condições de vida para a família e realização profissional, que esta vinculada a dedicação e conciliar a vida com filhos e carreira, com objetivo de seu sustento e de sua família. Já os empreendedores por oportunidades buscam por um novo negócio a fim de uma melhor renda, e independência no trabalho.

A sociedade como um todo se deve atualizar e realinhar toda a maneira que possibilite auto satisfação tanto da parte feminina, quanto masculina, a fim de gerar poder de decisão e transformar dificuldades em oportunidades.

REFERÊNCIAS

BRUSCHINI, Cristina. (1994). **O trabalho da mulher no Brasil: tendências recentes**. Em HIB. Safiotti & M. Muñoz-Vargas (orgs), Mulher brasileira é assim. Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, pp 63- 93.

BRUSCHINI, C.; PUPPIN, A.; **Trabalho de Mulheres Executivas no Brasil no Final do Século XX**. In. Cadernos de Pesquisa da Fundação Chagas, v. 34, n. 121, p. 105-138, janeiro/ abril, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto- **Dando asas ao espírito empreendedor** 3ª edição.

Editora Saraiva. São Paulo: 2006. 1ª edição, p. 4, 5, 10, 21, 22, 23, 27.

DORNELAS, José Assis – **Transformando ideias em negócios** 2ª edição.

Editora Campos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005- 4ª impressão. 21, 23, 30,

93, 94, 96, 97, 107.

JONATAN, E. G. (2001). **Mulheres empreendedoras: quebrando alguns tabus**. Em III Encontro Nacional de Empreendedorismo (ENEMPRES). Canais do Encontro. Florianópolis: USFC.

PUPPIN, A. **Mulheres em cargos de comando**. In: **Novos olhares: mulheres e relações de gênero no Brasil**. Cristina Bruschini e Bila Sorj (org). 1ª Edição, v. 1, p. 13-36. Fundação Carlos Chagas, São Paulo, 1994.

SCHLEMM, M. M. (2007). **Empreendedorismo no Brasil**. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Paraná.

Disponível em <http://www.mulheresempreendedoras.net.br/empreendedorismo-feminino/> acesso em 08-03-17 as 21h03min.

Imagem disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/03/1240090-crescem-opportunidades-para-mulher-empresadora-no-brasil-indicam-pesquisas.shtml>

Acesso dia 30-05-17 as 23h34min.

Imagem disponível em <https://plus.google.com/communities/107318220649789741805>

Acesso dia 30-05-17 as 23h41min.