

# A BUSCA POR IGUALDADE E AUTONOMIA E O EMPREENDEDORISMO FEMININO

ANA PAULA COSTA LIMA DE SOUZA VIEIRA<sup>1</sup>  
VANE RODRIGUES SOARES<sup>2</sup>

## Resumo

O estudo tem como objetivo central compreender como questões de gênero estão associadas à capacidade, eficiência e habilidade na questão feminina e por outro lado às barreiras enfrentadas por elas na obtenção de sucesso profissional. O empreendedorismo feminino vem ganhando espaço, e consequentemente aumento de empreendimentos organizados por mulheres, demonstrando cada vez mais sua importância no cenário econômico, destacando as razões que as mulheres têm para ingressar no mercado financeiro e ainda revelar uma parcela das particularidades de seu dinamismo econômico, demonstrando a desigualdade entre os gêneros, e a busca por liberdade e autonomia. As características específicas do estilo de gestão feminina e o impacto de seu crescimento para a sociedade estão segmentados pela necessidade e/ou oportunidade. O trabalho consistiu em uma revisão de literatura com recorte que articula questões de gênero e o empreendedorismo feminino. E se utiliza desse conjunto teórico para verificar como se estabelecem as relações entre elas e o desempenho empreendedor. Atualmente a abertura de empresas por mulheres supera as expectativas, e elas vem se mostrando cada vez mais ativo no mercado.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino. Gênero. Igualdade.

## 1 Introdução

Os estudos sobre o tema empreendedorismo vêm crescendo gradativamente, e ganhou um enfoque maior a partir da década de 1980, pois despertou o interesse nos pesquisadores de diversas áreas relacionadas ao assunto, devido à importância da prática no desenvolvimento de alguns países. Tendo em vista que o mercado vem estabelecendo condições contrárias, fazendo com que os empregos tradicionais tornem-se cada vez mais escassos e os indivíduos sentem a necessidade de se manterem economicamente ativos (GOMES, 2004).

O mercado nacional é carente de iniciativas capazes de produzir riquezas, gerando frente de trabalho, valorizando a sociedade e o cidadão. Os empreendedores “não são

---

<sup>1</sup> Acadêmica do 8º período do Curso de Administração da Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá FAPAC – e-mail: anapaulaadm2014@gmail.com

<sup>2</sup> Acadêmica do 8º período do Curso de Administração da Faculdade Presidente Antônio Carlos de Ubá FAPAC – e-mail: vanerodriguessoares@outlook.com

simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos de uma economia em constante transformação e crescimento” (CHIAVENATO, 2007, p.18). De acordo com Dolabela (2008) empreendedorismo não está ligado diretamente a indivíduos, mas a sociedade, cidades, regiões e países. O empreendedor promove o desenvolvimento social e o crescimento econômico, e através da inovação, fomenta a economia.

Com o aumento do número de empresas e a diversidade em suas atividades fez surgir novas contradições neste espaço de interação social relacionado com a questão de gênero, passando a surgir conflitos, cuja mediação depende das práticas de gestão. Assim esta questão ganha espaço na academia e permite o aprimoramento teórico-metodológico trabalhando questões de relações sociais entre homens e mulheres no mercado de trabalho (ANDRADE *et al*, 2002).

A inserção feminina no mercado de trabalho e consequentemente o incremento do número de empreendedoras nas últimas décadas motivaram o interesse de pesquisas sobre o exercício do papel empreendedor por mulheres. Segundo a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor*<sup>3</sup> (GEM, 2012), 49,6% do total dos empreendedores iniciais são mulheres, sendo que as regiões Nordeste e Sul concentram proporções de empreendedorismo feminino na ordem de 51,8% no total de cada região. No GEM (2013) ocorreu uma inversão nessa situação onde o percentual de empreendedores iniciais do gênero feminino 52,2% se tornou maior do que o masculino 47,8%. Essa diferença também ocorreu em relação às regiões onde as mulheres são maioria dos empreendedores iniciais, com 56,6% no norte em relação aos homens, 56,5% no centro-oeste, 51,2% no sudeste e 56,8% no sul. As pesquisas sobre mulheres empreendedoras têm crescido consideravelmente, caracterizando um campo de estudo importante dentro desta área, buscando características de comportamento e personalidades.

A proposta deste estudo é analisar o empreendedorismo feminino como uma das formas de manifestação de uma disputa entre gêneros e busca por independência, visto que as mulheres estão cada vez mais presentes na condição de empreendedoras. Mesmo assim, há uma persistência de um preconceito que dificulta o progresso na medida em que as mulheres desempenham seu papel. Neste sentido o estudo possui relevância social abordando as necessidades que as mulheres têm em conquistar seu espaço, lutando por igualdade e reconhecimento diminuindo as diferenças encontradas na busca pelos seus direitos. O estudo

---

<sup>3</sup> O maior estudo contínuo do mundo sobre empreendedorismo, realizado todos os anos desde 1999 pela britânica *London Business Scholl* e pela *Babson College*, dos Estados Unidos (VILAS BOAS, 2012, P.10).

visa contribuir para o universo acadêmico a medida em que cresce a procura por informações sobre o empreendedorismo feminino: Gomes (2004), Probst (2005), Andreoli e Borges (2007) e Oliveira e Neto (2008), e a dificuldade encontrada por estes sobre o tema relacionado a gênero: Andrade (2002), Grybovski, Boscarin e Migott (2002), Machado (2003) e Cramer (2012).

A fim de coordenar a discussão proposta, o trabalho foi dividido em seis partes além da introdução. Na primeira parte, apresentou-se uma fundamentação teórica, baseado nas diferenças de gênero e nas desigualdades existentes entre eles. Na segunda, discute-se o empreendedorismo feminino e a inserção da mulher no mercado de trabalho. Na terceira, vem abordando o processo de criação de empresas por mulheres, em seguida, na quarta a área em que a mulher empreende e seu perfil. Na quinta parte, apresenta-se o estilo de gestão feminina e suas características gerenciais. E, finalmente, na última parte, as considerações finais do trabalho são apresentadas e discutidas, além das limitações do estudo e das sugestões de novos trabalhos.

## **2 Mudanças no papel da mulher na sociedade**

Até os anos 1970, as mulheres eram restritas apenas a cuidar dos lares e de seus filhos, somente as viúvas ou as de situação financeira precária que precisavam se virar para sustentá-los, fazendo doces por encomendas, arranjos de flores, bordados e crivos, davam aulas de pianos, etc. Estas atividades eram mal vistas pela sociedade e por isso seus trabalhos não eram valorizados (PROBST, 2005). A partir de 1970 elas conseguiram ultrapassar as barreiras e deixaram de ser apenas esposas, mães e donas do lar, foram conquistando um espaço maior no mercado de trabalho (SOUSA, 2005). “Com o passar dos anos, elas começaram a se preocupar com a formação profissional, passaram a trabalhar fora para contribuir com as despesas da casa e buscar a realização pessoal” (BARBOSA, 2011 *apud* OLIVEIRA, 2013, p.4). O fato é que as mulheres estão cada vez mais presentes na economia e na condição de empreendedora, tendo em vista sua relevância econômica, social, política e cultural (GOMES, 2004). Segundo o relatório da GEM (2012, p. 70), entre os anos 2002 a 2009 período em que a taxa de crescimento da economia brasileira apresentou-se relativamente elevada, a taxa de participação feminina aumentou de 50,3% para 52,7%, com intensidade maior na faixa etária de 20 a 60 anos.

De acordo com Julien (2010) para compreender as dificuldades que as mulheres encontraram para empreender, é necessário conhecer a importância do meio na criação de

negócios, que é um elemento chave, fornecendo capital e força de trabalho capacitada, acessibilidade a fornecedores, consumidores e novos mercados, além da influência do governo. Para Munhoz (2000) as barreiras encontradas pela maioria das mulheres tornam-se razões para que elas optem por deixar seus atuais empregos e se lancem por conta própria como empresárias, na expectativa de poder alcançar êxito por meio de seu estilo.

De acordo com Belle (1993 *apud* WINKLER; MEDEIROS, 2011) atualmente as mulheres possuem cargos mais importantes e estão assumindo postos de chefia, porém uma pequena parcela da antiga estrutura patriarcal da dominação masculina ainda é encontrada na sociedade, dificultando o acesso da mulher no mercado de trabalho. Segundo GEM (2012), perante os desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho, cresce a participação empreendedora, mas nem sempre relacionado às atividades formais.

Segundo Yannoulas (2002) o conceito de pirâmide ocupacional baseada em gênero, demonstra a baixa presença das mulheres em cargos hierarquicamente superiores, nos setores de atividade é evidente a maior participação delas para a mão de obra, diferente dos homens que ocupam cargos de nível mais altos, ficando assim no topo da pirâmide enquanto as mulheres ocupam a base, criando assim uma barreira imperceptível de ascensão profissional.

As maiores dificuldades que as mulheres encontram no mercado de trabalho estão relacionadas à desigualdade entre os gêneros ainda impostas pela sociedade. Conforme esclarece Araújo (2002, p.136):

Apesar do aumento do nível de escolaridade da população feminina e de sua crescente participação em ocupações técnicas ou consideradas não manuais, o caráter excludente desta feminilização do mercado de trabalho se expressa no seu confinamento em ocupações de menor prestígio social, na alta instabilidade, nas reduzidas chances de mobilidade, na desigualdade de oportunidades para homens e mulheres e nas assimetrias salariais entre eles, assim como na desvalorização das atividades qualificadas como femininas e nas dificuldades de acesso aos postos considerados masculinos.

Segundo Sousa (2005) apesar das evoluções no mercado de trabalho conquistadas pelas mulheres, elas ainda estão em desvantagem em relação aos homens, havendo ainda muito preconceito e discriminação, além da desigualdade salarial, uma vez que as mulheres ganham cerca de 30% menos que os homens. De acordo com Yannoulas (2002) elas possuem níveis de escolaridades mais elevados que os homens, e mesmo com esta diferença não impede que eles obtenham salários mais altos que elas, apesar de exercerem o mesmo tipo de atividade. A diferença salarial entre ambos não se mede pela atividade exercida nem mesmo a produção, mas pelo preconceito em relação à figura feminina, mesmo tendo esta um maior nível de escolaridade, têm por hipótese uma superior capacidade produtiva em relação aos homens. Tal discriminação pode ser devido a um deslocamento, do tempo de escolaridade

para o tipo de escolaridade, onde as mulheres possuem especialização em determinado tipo de profissão e ocupações consideradas femininas e coincidentemente recebem menores salários (YANNOULLAS, 2002).

### **3 Empreendedorismo Feminino**

Desde o século XVII, quando o movimento feminista começou a adquirir características de ação política, as mulheres vêm tentando conquistar sua igualdade perante os homens. A partir da I e II Guerras Mundiais, as mulheres foram obrigadas a assumir muitas vezes o papel dos homens, nos negócios da família e no mercado de trabalho, mesmo com o fim da guerra, alguns dos que sobreviveram ao conflito foram mutilados e impossibilitados de voltarem ao trabalho. No século XIX, depois de consolidado o sistema capitalista, ocorreram várias mudanças na produção do trabalho feminino, uma delas é a tecnologia em máquinas, transferindo boa parte da mão de obra feminina nas fábricas (PROBST, 2005).

Surgiram assim, algumas leis que passaram a beneficiar as mulheres, ficando estabelecido na Constituição de 1988 que trabalho igual correspondia a salário igual, foi garantido o direito à mulher grávida de não trabalhar quatro semanas antes e quatro semanas depois do parto, inclusive no horário das vinte e duas horas às cinco horas da manhã, além de ser vedada a demissão da mulher por motivo de gravidez. Mesmo assim, as diferenças salariais ocorriam, na justificativa de que o homem trabalha para sustentar a mulher, desse modo não tinha necessidade das mesmas ganharem salários iguais ou superiores aos homens. (PROBST, 2005).

No passado, as mulheres se resumiam em donas de casa, hoje, dão prioridade à sua formação profissional, ocupando as mais variadas funções e cargos (OLIVEIRA, 2008, p.2). Embora ainda se note desigualdade entre o gênero feminino e o masculino, a mulher vem conquistando seu espaço de forma eficaz, mesmo possuindo habilidades diferentes dos homens. Com as mulheres ingressando no mercado de trabalho, assumindo cada vez mais cargos superiores e estando sempre prontas a enfrentar desafios, elas conseguiram se destacar e conquistar seu espaço, tendo em vista possuir características de um grande empreendedor, cujas habilidades são seu maior potencial, além de sua inovação. Para Jonathan (2011, p. 67), “a crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico e a significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país”. Machado (2009 *apud* GEM, 2013, p.47) afirma ainda que o desenvolvimento econômico de muitas localidades tem-se favorecido com a atuação de

mulheres empreendedoras. A participação das mulheres em seus próprios negócios tende a continuar crescendo nos próximos anos, visto que sua participação no último ano da pesquisa da Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA) voltou a crescer chegando em 52% em 2013 (SEBRAE, 2013).

#### **4 O Processo de Criação de Empresas por Mulheres**

O desenvolvimento econômico e social tem se favorecido devido ao incremento à criação de empresas (GEM, 2013). Sendo assim Machado (2003) ressalta que a abertura de novos empreendimentos por mulheres tem sido muito importante para o desenvolvimento do país, principalmente nas micro e pequenas empresas. Por conseguinte, pesquisadores têm se interessado pelo assunto devido sua importância para uma sociedade onde o trabalho tradicional está cada vez mais carente e assim os indivíduos sentem a necessidade de descobrir novas carreiras para manter-se economicamente. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012) o número de mulheres que têm seu próprio negócio no período de 2002 a 2012 cresceu 18% enquanto os homens neste mesmo período foi apenas 8%. Nestes últimos dez anos, o número de mulheres empreendedoras se expandiu em 1,1 milhões de pessoas (SEBRAE, 2014).

Enquanto os homens e as mulheres compartilham dos mesmos desejos de realização e autonomia, em relação ao seu próprio negócio, as mulheres em especial, têm motivos que são de outra natureza, quais sejam: dificuldades de crescer na carreira profissional em outras empresas, insatisfação com a carreira anterior, necessidade de sobrevivência ou como forma de conciliar trabalho e família (MACHADO, 2003). Segundo Jonathan (2011, P.72) “outro expressivo motivo para ser empreendedora é a busca de independência e/ou estabilidade financeira”.

As mulheres possuem características que colaboram para que as tornem empreendedoras de sucesso, pois de maneira geral possuem como característica natural maior sensibilidade, empatia, comprometimento, vontade de ajudar, além da facilidade de relacionamento, possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador (OLIVEIRA, 2013). Para Vilas Boas (2012) a relação entre determinação e sucesso é obvio e entre as mulheres o que mais contribui para ser uma boa empreendedora, é determinação, facilidade de relacionamento, boa comunicação, saber pedir ajuda, força de vontade, criatividade, dedicação, comprometimento, ética, boa formação, multitarefas, aprender com erros e ser

mais racional. De acordo com Cramer (2012, p.62) para as mulheres, o mundo gira em torno de pessoas e relacionamentos; elas aprendem a ser sensíveis às relações entre pessoas e a prezar e manter seus relacionamentos e estão conscientes de como seus atos afetam outros sujeitos. Para Dolabela (2008, P.197) “as mulheres têm melhor estrutura afetiva para aceitar e apreciar o empreendedorismo”.

Conforme Guess (2012 *apud* GEM, 2013) pesquisas revelam que o número de jovens empreendedores vem crescendo ano a ano, isso é decorrente de vários motivos, como por exemplo, o desejo de ter seu próprio negócio, fazer o que gosta, ter rendimento superior, liberdade de horário, além de ser seu próprio patrão. Dornelas (2001) ressalta a importância de o empreendedor ser um visionário e de possuir habilidades para realizar seus sonhos. Quando se empreende em algo que lhe é comum e fácil ou se a atividade for algo que goste de fazer a probabilidade de acerto aumenta significativamente, favorecendo uma maior oportunidade de sucesso (OLIVEIRA, 2013).

De acordo com Dolabela (2010, p.87):

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 práticas do mercado; as variáveis que influenciam os negócios na área em termos tecnológicos, políticos, sociais, econômicos, financeiros, democráticos, legais.

Para Dolabela (1999, p.68) “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio”. Os empreendedores são pessoas motivadas para atuar em seus negócios, desejam sua independência e autonomia.

## **5 Área em que a Mulher Empreende e seu Perfil**

Hoje o perfil das mulheres tem sido diferente daquele do início do século XIX. Além de trabalhar e ocupar cargos de responsabilidade assim como os homens, ela aglutina as tarefas tradicionais: ser mãe, esposa e dona de casa (PROBST, 2005, p.6). Jonathan (2011) afirma que o perfil encontrado nas mulheres empreendedoras são em sua maioria mulheres casadas, com filhos, possuem um nível superior de escolaridade, são mulheres maduras em média de 45 anos. O perfil das mulheres foi se modificando ao longo do tempo, hoje elas trabalham e ocupam cargos de responsabilidade assim como os homens, e conquistaram cargos elevados em grandes empresas, tribunais superiores, nos ministérios e até comandam tropas, pilotam jatos e perfuram poços de petróleo (PROBST, 2005). Segundo Cramer *et al*

(2012, p.1) muitas mulheres já estão alcançando postos mais elevados e importantes, como gerentes, diretoras, ou até mesmo empreendedoras de seus próprios negócios.

Para Bayagan (2000, *apud* BARBOSA *et al*, 2011, p. 127) as mulheres atuam em pequenos negócios, iniciam as empresas com baixo capital social e encontram nas associações de mulheres empresárias uma fonte importante de informações e apoio às empresas. Jonathan (2011) afirma ainda que as mulheres trabalham em seus empreendimentos a cerca de dez horas diárias e geralmente são microempresas com fins lucrativos, que apesar da grande diversidade de setores identifica-se, mais no setor de serviços e no setor de comércio. De acordo com o relatório GEM (2013, p.64) as mulheres atuam principalmente nas atividades de vestuário, da beleza e higiene pessoal e dos serviços domésticos. Segundo Dolabela (2008, p.197) “Negócios empreendidos por mulheres estão crescendo em numero, variedade, diversidade e força de faturamento”.

De acordo com Jonathan (2011) as mulheres a partir do momento que optam a empreender, fazem disso, um desafio, e todo esse processo visa uma conquista, harmonizando sempre as demandas pessoais, familiares e profissionais promovendo transformações em si mesmas e em contexto socioeconômico onde vive. Para Vilas Boas (2012) as mulheres buscam empreender para melhor conciliar a vida pessoal com a profissional, sendo possível organizar melhor sua agenda, e assim participar mais da vida dos filhos, além de participar de reuniões com clientes e professores da escola.

## **6 Gestão Feminina**

O jeito feminino de administrar não é superior ou substituto ao modelo masculino, mas complementar, quando conduzido por mulheres há uma tendência para que os objetivos sejam claros e difundidos entre todos da organização, numa tentativa de satisfazer à totalidade dos envolvidos. As mulheres encorajam a participação dos outros, compartilham o poder e informação, valorizam e motivam os outros no trabalho (OLIVEIRA, 2013, p.5). As empreendedoras são, geralmente, mais detalhistas, sensíveis e intuitivas, características que podem contribuir para a gestão do negócio. Além de aliar as características de coragem, iniciativa e determinação, com a sensibilidade, intuição e cooperação (EXAME.COM, 2013). Para Andreoli (2007, p.7) as mulheres como desprovidas do “eu”, sendo muito pelo “nós”,



isto é, com o espírito de cooperação, entendem e desenvolvem relacionamentos com mais facilidade que os homens, instigando o *empowerment*<sup>4</sup> dentro da empresa.

As mulheres tendem a adotar um estilo de liderança mais democrático, como menciona Grzybovski; Bosacrin e Migott (2002, p.193), “as mulheres encorajam a participação, a partilha do poder e da informação e tentam aumentar a autoestima dos seguidores. Preferem liderar pela inclusão e recorrem a seu carisma, experiência, contatos e habilidades interpessoais para influenciar os outros.” Conforme Jonathan (2011, p.77) “fica evidente que a liderança das empreendedoras se caracteriza por ser o exercício do poder com os outros e não do poder sobre os outros”.

Habitualmente as mulheres tem mais disponibilidade de transmitir os seus conhecimentos, tem maior facilidade de formar equipes e está atenta a detalhes e valorizam a colaboração (OLIVEIRA, 2013). Suas características como objetividade, perseverança, estilo cooperativo, disposição de trabalhar em equipe, compartilhar poder e informação, dividir decisões e solução de problemas, assim como estimular e motivar os outros no trabalho contribui para um bom relacionamento entre os colaboradores em uma organização (OLIVEIRA, 2008). De acordo com Machado (2002, *apud* JONATHAN, 2011, p.81) “em relação às características do exercício do poder, verifica-se que na condução de seus empreendimentos, estruturados com pouca hierarquia, as empreendedoras tendem a exercer uma liderança compartilhada com seus funcionários”. Conforme Dolabela (1999, p.79) “podemos dizer que a liderança decorre principalmente da visão e da capacidade de sua realização, apoiada pelo conhecimento do setor, das relações estabelecidas, e alimentada pela energia empregada nesses processos”.

No processo de gestão conduzido por mulheres, há uma tendência para que os objetivos sejam claros e difundidos entre todos da organização, numa tentativa de satisfazer à totalidade dos envolvidos (CRAMER, 2012, p.58). Por esse motivo, Machado (2002 *apud* OLIVEIRA, 2008, p.4) a estrutura organizacional de empresas geridas por empreendedoras é semelhante a uma roda, com a proprietária no centro, conectada diretamente com seus empregados e estes, unidos um ao outro ao longo da borda.

## 7 Considerações Finais

---

<sup>4</sup> É uma ação que permite melhorar a qualidade, a produtividade e, conseqüentemente, o serviço prestado aos clientes através da delegação de autoridade e de responsabilidade, favorecendo na criação entre os diversos níveis hierárquico nas empresas (CHIAVENATO, 2007).

A mulher vem se instruindo, crescendo, conquistando seu espaço, administrando áreas que antes era do sexo masculino, ganhando respeito, lutando para diminuir as diferenças em relação a gênero.

Através da literatura usada neste trabalho chegamos a resposta do nosso objetivo de que o empreendedorismo feminino vai além da inserção da mulher no mercado de trabalho, é a busca constante de auto realização, de independência financeira e principalmente a conquista por igualdade. Nota se que essa desigualdade não é recente, vem dos antigos modelos patriarcais estabelecido pela sociedade trazidas para os dias de hoje.

Ter seu próprio negócio é algo que as empreendedoras se identificam e se dedicam com paixão, possibilitando a criação e afirmação de seus próprios valores, na medida em que há autonomia, independência e liberdade.

Hoje, o processo de criação de empresas por mulheres já superam os homens e apesar das diferenças encontradas principalmente em relação a cargos e salários, muitas vezes elas possuem a mesma capacitação e habilidade e não recebem a mesma retribuição, simplesmente pelo fato de serem mulheres. O empreendedorismo feminino contribui para a geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando trabalho que sustente seu crescimento pessoal nas conquistas de seus valores profissional, demonstrando suas capacidades e financeiro na busca por estabilidade.

É importante resaltar que esse estudo por ser uma revisão de literatura, teve como limitação a quantidade escassa de obras a respeito do empreendedorismo feminino em relação a gênero. E que o estudo possa contribuir para futuras pesquisas acadêmicas.

## THE QUEST FOR EQUALITY, AUTONOMY AND FEMALE ENTREPRENEURSHIP

### ABSTRACT

Female entrepreneurship is gaining ground, thus causing a gradual increase in projects organized by women, making it increasingly important to understand its importance in the economic environment, and primarily the reason that women have to undertake, and reveal even a portion of the particularities of female entrepreneurship, highlighting gender inequality, and the quest for freedom and autonomy for women, entrepreneurial sectors, highlighting the specific characteristics of the female management style and consequences for society, segmenting by necessity and / or opportunity. The purpose of this article is to understand how gender issues are associated to female entrepreneurship and its emergence today as well as deepen their knowledge of entrepreneurship and the main characteristics of the female management style. The work consisted of a literature review that articulates with clipping issues of gender and women's entrepreneurship. And if you use this set of variables to see how they establish relationships between them and entrepreneurial performance.

Keywords: Women Entrepreneurship. Gender. Style Management.

### Referências

ANDRADE, Áurea Lúcia Silva. *et al.* Gênero nas organizações: um estudo no setor bancário. **RAE- eletrônica**, v.1, n. 2, p. 1-15, jul./dez. 2002.

ANDREOLI, Taís Pasquotto; BORGES, William Antonio. **Empreendedorismo Feminino: uma análise do Perfil Empreendedor e das Dificuldades Enfrentadas por Mulheres Detentoras de um Pequeno Negócio**. In: XI Encontro Paranaense dos Estudantes de Administração, 2007, Maringá, dez. 2007, p. 1-11.

BARBOSA, Felipe Carvalhal *et al.* Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju – Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Faccamp, v.5, n. 2, maio/ago. 2011 *apud* OLIVEIRA, Aline Hilsendeger Pereira, Desafios e oportunidades do empreendedorismo feminino em Araranguá - SC, **9º Colóquio de moda**, 6º edição Internacional, Fortaleza-Ceará, p.1-10, 2013.

BAYAGAN, G. Women Entrepreneurs in SMEs: realising the benefits of globalisation and the Knowledge – based Economy. OECD: Workshop 4: Improving knowledge about women`s entrepreneurship. Paris: OECD, 2000.

BELLE, Françoise. **Executivas: quais as diferenças na diferença?** In: CHANLAT, J. (coord) **O indivíduo na organização**. São Paulo: Atlas, v.3, p.195-231, 1993 *apud* WINKLER, Carolina Andrea Gómez; MEDEIROS, Juliana. Mulheres empreendedoras: uma questão de gênero? **II Simpósio Gênero e Políticas Públicas**, Londrina-PR, 18/19 ago. 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2007. 281 p.

CRAMER, Luciana. *et al.* Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE**, v. 1, n. 1, jan/abr. 2012.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Editora. de Cultura, 1999. p. 280.

\_\_\_\_\_. **O segredo de Luísa**. Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 299 p.

\_\_\_\_\_. **Sonhos e riscos bem calculados**: o que é e o que faz o empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2010. 129 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

EXAME.COM. Empreendedorismo feminino aumenta mais de 20%. São Paulo: Abril, out. 2013.

GEM. **Empreendedores no Brasil**: 2012/ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores: Tales Andreassi, Mariano de Matos Macedo... [et al] – Curitiba: IBQP, 2012.162 p.: il.

\_\_\_\_\_. **Empreendedores do Brasil**: 2013\ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores: Mariano Macedo... [et al] – Curitiba: IBQP, 2013. 170p.: il.

GRZYBOYSKI, Denize; BOSCARIN, Roberta; MIGOTT, Ana Maria Bellani. **Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas**. Disponível em [http://scielo.php?pid=S1415-65552002000200011&script=sci\\_arttext](http://scielo.php?pid=S1415-65552002000200011&script=sci_arttext) Acesso em 16 Ago 2014.

GOMES, Almiralva Ferraz. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**, v.5, n. 1, p. 207-226, maio/ago. 2004.

JONATHAN, Eva. Gertrudes. Mulheres empreendedoras: o Desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. In: PSICOLOGIA CLINICA. **Psicologia clinica: afinal, o que querem as mulheres?** Rio de Janeiro, v.23, n. 1, p.65-85 2011.

JULIEN, Pierre André. **Empreendedorismo regional e a economia do conhecimento**. Tradução Márcia Freire Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010. p. 399. Disponível em <http://online.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502111141/recent>. Acesso em 16 de ago. 2014.

MACHADO, Hilka Vier. (2002). Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. (Tese de Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina *apud* JONATHAN, E. G.. Mulheres empreendedoras: o Desafio da ESCOLHA fazer empreendedorismo e o Exercício do Poder. *Psicol. clin.* , Rio de Janeiro, v.23, n. 1, p.65-85 2011.

MACHADO, Hilka Vier. Identidade empreendedora de mulheres no Paraná. Florianópolis: UFSC, 2002 *apud* OLIVEIRA, Pâmella Gabriela; NETO, Bazamat Souza. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma Análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del-Rei/ MG. In: XXV SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 2008, Brasília. Anais... Brasília: ANPAD, 2008. P. 1-14.

MACHADO, Hilka Vier. V. *et al*. O processo de criação de empresas por mulheres. *RAE-Eletrônica*, v. 2, n. 2, jul./dez. 2003.

MUNHOZ, Glaucia de Souza. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras?. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 1, 2000. Maringá. Anais... Maringá: EGEPE, out. 2000, p. 164-176.

OLIVEIRA, Aline Hilsendeger Pereira, Desafios e oportunidades do empreendedorismo feminino em Araranguá – SC. **9º Coloquial de moda**, 6º edição Internacional, Fortaleza-Ceará, p.1-10, 2013.

OLIVEIRA, Pâmella Gabriela; NETO, Bazamat Souza. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma Análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João del-Rei/ MG. In: XXV SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 2008, Brasília. Anais... Brasília: ANPAD, 2008. P. 1-14.

PROBST, Elisiana Renata. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. 2005. 8f. Artigo (Gestão Estratégica de Recursos Humanos) – Instituto Catarinense de Pós-Graduação – ICPG, 2005.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - Sebrae. (Brasília/ DF). **Os Donos de Negócios no Brasil: Análise por Sexo (2002-2012)**. Brasília, 2014. 32 p. Disponível em [HTTP://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas](http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas).

SOUSA, Maria Angela Machado. **MULHER EMPREENDEDORA: O perfil extraído de casos de sucesso**, 2005. 62f. Monografia (Curso de Administração) – Centro Universitário de Brasília, Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FASA, Brasília, 2005.

WINKLER, Carolina Andrea Gómez; MEDEIROS, Juliana. Mulheres empreendedoras: uma questão de gênero? **II Simpósio Gênero e Políticas Públicas**, Londrina-PR, 18/19 ago. 2011.

YANNOULAS, Silvia Cristina. **Dossiê: Políticas públicas e relações de gênero no mercado de trabalho**. Brasília: CFEMEA; FIG/CIDA, 2002. 93 p.

VILAS BOAS, Andréia; DIEHL, Bruna Vilas Boas. **Elas Empreendedoras**. São Paulo: Ed. Dos Autores. 2012. 296 p.