

**FACULDADE DOCTUM DE ADMINISTRAÇÃO DA SERRA**

**CLAUDILENE FELIX CORREA**

**THAYARA RODRIGUES GALACHO**

**EMPREENDEDORISMO MOTIVACIONAL:  
MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS DA SERRA/ES**

**Serra**

**2016**

**CLAUDILENE FELIX CORREA**  
**THAYARA RODRIGUES GALACHO**

**EMPREENDEDORISMO MOTIVACIONAL:  
MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS DA SERRA/ES**

Artigo de conclusão de curso submetido à Faculdade Doctum de Administração da Serra, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. Antônio Carlos Nascimento Valente.

**Serra**

**2016**

CLAUDILENE FELIX CORREA  
THAYARA RODRIGUES GALACHO

EMPREENDEDORISMO MOTIVACIONAL: MICROEMPREENDEDORAS  
INDIVIDUAIS DA SERRA – ES

Artigo Científico apresentado à Faculdade Doctum de Administração da Serra como  
requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em 24 de Junho de 2016.



COMISSÃO EXAMINADORA

---

Prof. Esp.: ANTÔNIO CARLOS NASCIMENTO VALENTE

(Faculdade Doctum de Administração da Serra)



---

Prof.ª Esp.: ANA MARIA BONI MAZOLINI

(Faculdade Doctum de Administração da Serra)



---

Prof. Me.: LEONARDO FAGUNDES BRAGANÇA

(Faculdade Doctum de Administração da Serra)

## **EMPREENDEDORISMO MOTIVACIONAL: MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS DA SERRA – ES<sup>1</sup>**

CORREA, Claudilene Felix; GALACHO, Thayara Rodrigues<sup>2</sup>

### **RESUMO**

A economia brasileira é fortemente sustentada pelos pequenos negócios, os chamados MEIs. Segundo Sebrae (2014), os pequenos negócios respondem por mais de um quarto do Produto Interno Bruto brasileiro. Cerca de 9 milhões de micro e pequenas empresas no País representam 27% do PIB nacional, um resultado que vem crescendo nos últimos anos.

O objetivo proposto no estudo foi descrever os principais motivos que levam as mulheres a iniciar um pequeno negócio, bem como apurar e revelar quais as principais dificuldades encontradas por elas, em face aos seus projetos.

A pesquisa se apoiou em uma metodologia qualitativa e exploratória, cujos resultados, frutos de pesquisas por meio da aplicação de entrevistas com 10 microempendedoras do bairro de Serra Sede, município da Serra no Espírito Santo no ramo de vestuário.

**Palavras-chave:** Empreendedora, Negócios, Mercado, Motivação.

### **1 INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo é de suma importância para o progresso do Brasil, pois é uma forma em que os indivíduos têm para inovar, realizar e conduzir seu próprio empreendimento, e assim impulsionar a economia, o desenvolvimento social e a empregabilidade no país.

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).

Segundo pesquisa da Global Entrepreneurship (GEM) realizado em 2015 e patrocinado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) no

---

<sup>1</sup> O presente texto corresponde ao trabalho de Conclusão de Curso de Administração e foi produzido como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

<sup>2</sup> Alunas do curso de Administração da Faculdade Doctum de Serra, turma 2016/01. Email das autoras: thayga@hotmail.com e klaudynhafc@hotmail.com

Brasil, diz que “empreender se tornou uma necessidade, devido à crise e o crescimento do desemprego”. Quatro entre dez indivíduos Brasileiros com faixa etária entre 18 e 64 anos tem ou estão envolvidos no desenvolvimento de uma empresa e a taxa de empreendedorismo no país em 2015 foi de 39,3% o maior dos últimos 14 anos, esse crescimento se teve pelo empreendedorismo por necessidade.

O gênero feminino tem uma grande influência nesse crescimento, pois segundo a pesquisa da GEM (2015), a proporção de empreendedores iniciais são as mesmas tanto para homens e mulheres. “Empreender é uma tarefa tanto para homens quanto para mulheres, independentemente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa deseje, use da sua criatividade, inove, motive e assuma riscos” (AMORIM, 2008, p.2).

A visão mais atual do desempenho dessas mulheres empreendedoras pode ser explicada como:

A visão mais atual que passa a permear o interesse refere-se ao papel da mulher enquanto empreendedora e gestora de negócios. Este gênero tem desempenhado papel ativo na sociedade como um todo, participando, ativamente na geração de emprego e renda em vários países (SILVEIRA, 2008, p.2).

O Brasil possui uma das maiores taxas de empreendedorismo feminino, quarta posição entre os 54 países que fizeram parte da pesquisa GEM 2010. E atualmente segundo dados da consultoria Serasa Experiam (2015), 8% de todas as mulheres do país são empreendedoras, total de 5,7 milhões, e de todos os donos de empresas no país o estudo mostrou que 43% são do sexo feminino. “Por conta da multiplicidade de papéis desempenhados pelas mulheres o sucesso de um empreendimento é mais desafiador para elas do que para os homens” (ROCCA, 2006, p.20).

Os motivos que podem levar as mulheres a empreender é a flexibilidade a conciliação dos horários com a educação dos filhos e administração do lar, também inclui a base salarial inferior ao gênero masculino.

Segundo GEM (2015) as mulheres preferem atividades ligadas aos setores:

- 33% comércio varejista;
- 20% investem em alimentação;
- 12% apostam na indústria de transformação e
- 35% outros setores diversos.

Muitas das vezes as empreendedoras têm dificuldades em empreender devido aos aspectos negativos, devido às tensões, forte pressão em resolução de conflitos, compromissos, no cotidiano empresarial, mãe e dona do lar. Outros segundo ALPERSTEDT (2014) são devido a questões de saúde pessoal, bem-estar emocional e stress.

Segundo Nogueira, Alvarez Urbano(2013, p. 3), “O medo do fracasso e a percepção de capacidades são os fatores sócios culturais que mais influenciam no empreendedorismo feminino. ”

Segundo relatório da GEM (2010), 25% das mulheres acreditam que são tratadas de forma diferente pelas instituições financeiras. Frente a isso, a busca de recursos para empreender, no caso das mulheres, ainda se configura como um entrave no processo.

Dessa forma, esse artigo terá a finalidade de descrever os principais motivos que levam as mulheres a iniciar um pequeno negócio, bem como apurar e revelar através de uma aplicação de entrevistas estruturadas de modo qualitativo e exploratório, onde serão analisadas Microempreendedoras do bairro de Serra Sede.

Tendo como foco a motivação dessas mulheres, os principais motivos e dificuldades encontradas por elas, em face aos seus projetos. Descrevendo em relatos a trajetória das dez mulheres microempreendedoras de sucesso.

Escolhemos o tema “Empreendedorismo motivacional: Microempreendedoras Individuais da Serra/ES”, por se tratar de um assunto atual, que vem sendo constantemente abordado por diversos meios de comunicação, tais como: Revistas, Jornais, Programas de TV, Artigos da internet dentre outros.

O tema tem sido fortemente abordado no Brasil e fora com uma nova visão. O empreendedor por si só desenvolve a ação de empreender e ao mesmo tempo ser o principal gestor de idéias, proporcionando ao país novos empregos, oportunidade e impulsionando a economia local.

Por fim, por se tratar de um tema instigante e motivacional, possui um vasto caminho para novas pesquisas futuras.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Definição de Empreendedor**

Atribuir uma definição a empreendedorismo seria necessário se aprofundar em vários estudos de especialistas nessa área, entretanto iremos fazer uma abordagem minuciosa de alguns autores que relatam a evolução do empreendedorismo.

De acordo com Knight (1921), ele vem trazer uma visão de empreender com incertezas, visando o lucro do empreendedor, ele diz que a forma que o gestor lida com incertezas é particular e subjetiva. Que mesmo sendo o melhor em sua área ainda possui imperfeições de conhecimento, pois o tomador da decisão não raciocina sobre conhecimento, mas julgamento, senso comum, ou intuição. "Nós inferimos a partir de nossa experiência do passado como um todo" (Knight, 1921, p. 2013).

Para Druker (1974) empreendedorismo é o envolvimento de pessoas com processos, fazendo com que suas idéias se tornem oportunidades, gerando um negócio de sucesso, motivacional.

Trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje serem capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente. Empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática (DRUKER, 1974, p.25).

Schumpeter (1997) afirma que, o empreendedor consiste em fazer as coisas acontecerem. Mostrando que o empreendedor veio impulsionar a inovação e impactando no crescimento econômico. Schumpeter(1997) descreve o processo onde a inovações mais recentes substituem as inovações mais antigas como "destruição criativa".

Dolabela (1999) conceitua empreendedor analisando seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e acrescenta, "Por ser um fenômeno cultural, o empreendedorismo exige soluções que tenham a nossa cara, o nosso jeito, o nosso sistema de valores, a forma brasileira de ver o mundo". (DOLABELA, 1999, p.24)

"O empreendedor é um trabalhador incansável. Como gosta do que faz, trabalha a noite, em finais de semana. Mas ele tem consciência da qualidade que deve impor às suas tarefas, ou seja, visa sempre os resultados, e não ao trabalho em si" (DOLABELA, 1999, p.61).

Shane e Venkataramann (2000) conceituam empreendedorismo como a possibilidade de explorar oportunidades.

Stevenson e Jarillo (1990) consolidam as propostas mais aceitas em três escolas:

- **Escola econômica:** que se concentra nos resultados da atividade empreendedora;
- **Escola psicológica:** que se concentra no empreendedor como indivíduo;
- **Escola administrativa:** que procura conhecer as habilidades, técnicas e métodos de gestão do empreendedor.

Foram citados apenas alguns desses grandes professores e autores que debatem o tema empreendedorismo, entretanto, devido à amplitude desse assunto por existir diversos outros estudos que abordam essa temática. Podemos resumir com o auxílio desses citados acima que o tema empreendedorismo pode ser visto como: **Motivação, Inovação e Lucro.**

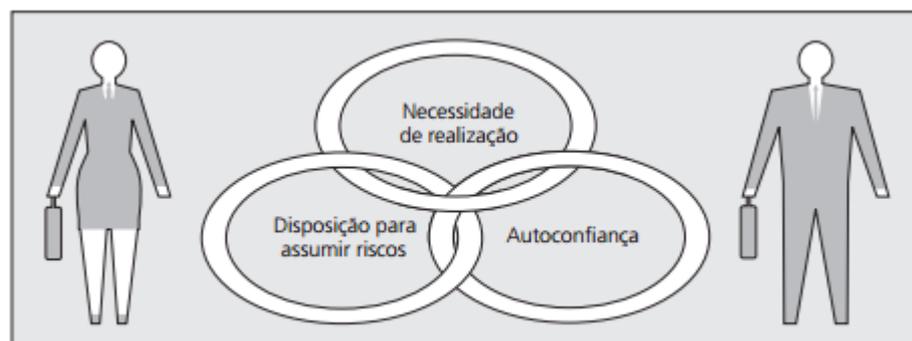
O termo empreendedorismo também tem sido constantemente associado a políticas de combate ao desemprego, uma vez que aborda as mudanças introduzidas no mercado de trabalho pela economia globalizada. Contudo, o empreendedorismo é uma decorrência direta dos novos padrões de relações sociais e políticas, e não apenas uma resposta à retração do nível atual de emprego.

Para que um profissional possa vim a empreender com sucesso, são necessárias algumas características que Segundo Chiavenato (2007) são:

**1-Necessidade de realização:** Uma necessidade pessoal, que a diferencia dos outros.

**2-Disposição para assumir riscos:** Financeiros e de demais ordens assumidas ao iniciar o próprio negócio.

**3 -Autoconfiança:** Segurança ao sentir que pode enfrentar os desafios e problemas. Abaixo uma ilustração mostrando como as três características básicas de um empreendedor estão interligadas.



**Figura 1.1** As três características básicas do empreendedor.

Nas organizações, as pessoas também participam desse ambiente de mudanças, encontrando no empreendedorismo uma nova forma de agir, desenvolver e identificar novos conhecimentos e oportunidades (HISRICH; PETERS, 2004).

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 conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal.(HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

Segundo esses autores Hisrich e Peters, é constatado que milhões de empreendimentos são iniciados apesar da recessão, inflação, taxas de juros elevados, falta de infraestrutura, instabilidade econômica e a alta probabilidade de fracasso.

Eles asseguram que o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita.

Envolvendo iniciar e constituir mudança na estrutura do negócio e da sociedade. Empreendedor é aquele que tem características para empreender com sucesso.

Segundo BISPO (2007, p. 6), por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado.

Dados da GEM (2015), demonstram que como condição favorável para empreender as políticas governamentais implementadas na última década, que compreendem a instituição do SIMPLES, do MEI e mais recentemente do Programa Bem Mais Simples. O objetivo principal desses programas foi reduzir a burocracia, principalmente para abertura e fechamento de empresas, e simplificar o sistema de arrecadação de tributos.

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”.

O Governo brasileiro tem buscado mecanismos, objetivando formalizar os empreendedores indivíduos por meio do portal do empreendedor, o qual permite a abertura de uma empresa via internet em poucos minutos.

Nesse contexto, de corajosos empreendedores, vários representam o sexo feminino.

## **2.2 O que é ser um Microempreendedor Individual**

O Sistema Tributário Brasileiro (STN) envolve um número variado de tributos (impostos, taxas, contribuições, entre outros), neste caso, para se manter uma empresa atuando no mercado é imprescindível ter sempre uma orientação e um bom planejamento tributário (ARAUJO, 2011). Atualmente no Brasil o que mais afeta negativamente os negócios é a alta carga tributária, segundo os próprios empresários (FUCS, 2010).

Com a publicação da Lei Complementar 128/2008, que institui a figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI), o governo tem expectativa que este número de informais diminua cada vez mais.

Com esse número elevado de empresas na informalidade, o MEI surgiu com a finalidade de aumentar o número de pequenos empresários formais, a se tornarem, com o mínimo de imposto uma pessoa legalizada perante o governo.

Para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar hoje até R\$ 60.000,00 por ano ou até R\$ 5.000,00 por mês, não ter participação em outra empresa como sócio ou titular e ter no máximo um empregado contratado que receba um salário-mínimo ou o piso da categoria, de acordo com os dados encontrados no Portal microempreendedor, (2015):

O MEI será enquadrado no Simples Nacional e ficará isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL). Com essa legalização eles têm seus direitos e deveres como cidadão formal. Como por exemplo.

Direito: O MEI tem direito aos benefícios previdenciários, como: Auxílio maternidade, Auxílio doença, Aposentadoria, entre outros;

Na cidadania empresarial, tem como direito: CNPJ, Emissão de nota Fiscal, Crédito para Pessoa Jurídica, entre outros.

Deveres: Ele terá como despesas apenas o pagamento mensal, que corresponde a R\$ 45,00 (Comércio ou Indústria), R\$ 49,00 (prestação de Serviços) ou R\$ 50,00 (Comércio e Serviços).

O cálculo corresponde a 5% do salário mínimo, a título da Contribuição para a Seguridade Social, mais R\$ 1,00 de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) e/ou R\$ 5,00 de Imposto sobre Serviços (ISS).

O pagamento deve ser feito por meio do Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), uma guia de recolhimento emitida através do Portal do Empreendedor (BORGES; NASCIMENTO; SOUZA; 2015).

As atividades mais crescentes encontradas na Listagem do Sebrae (2015): em primeiro lugar estão os Vendedores Ambulantes (roupas), em segundo lugar Beleza (salões, maquiagem, manicure), e em terceiro lugar o Ramo de Alimento, entre outros.

Com essa pesquisa efetuada pelo Sebrae (2015) teve um relato de que as mulheres têm ajudado muito no crescimento do estado através da saída da informalidade para a legalidade de seu trabalho.

### **2.3 MEI não legalizado – Desvantagens**

Algumas das principais desvantagens que conseqüentemente acarretam em prejuízos diretamente as empresas são:

**a) Concorrência:** Com a concorrência devidamente legalizada, fica difícil a competição visto que o MEI legalizado sempre estará um paço a frente do não legalizado, por fornecer produtos e serviços ao governo seja ele Municipal Estadual ou Federal, além de contar com o apoio gratuito do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que é especialista no auxílio de pequenos negócios “O SEBRAE atua como um órgão de capacitação desses sujeitos, agindo principalmente através da realização de cursos, consultorias, palestras, treinamentos, seminários, eventos e publicações” (SEBRAE, 2015).

**b) Confiabilidade:** Sem dúvida alguma o consumidor preza pela confiança em seu fornecedor, e o MEI não legalizado definitivamente não passa essa confiança por não emitir nota fiscal, assim não garantindo os direitos do consumidor previstos em LEI.

**c) Vendas ou Serviços ao Governo:** O MEI não legalizado está impedido de participar de qualquer licitação pública fornecer ou prestar qualquer tipo de produto ou serviço ao Governo seja ele Municipal Estadual ou Federal visto que o mesmo se encontra na irregularidade estando assim impedido de emitir nota fiscal.

Ao persistir na informalidade, o trabalhador informal carrega diretamente várias desvantagens perante o governo seja ele Municipal Estadual ou federal, gerando assim prejuízos diretos para o seu negócio e não tendo a possibilidade

de de concorrer diretamente com o MEI já cadastrado. (BERNARDES, 2010, p.3).

Com a ilegalidade a MEI não cadastrada perde força com a concorrência pela falta de Confiabilidade e fica impedido de participar de qualquer licitação ou prestar qualquer outro tipo de serviço ao Governo ou de vendas por falta de fornecedores por não poder emitir Nota Fiscal.

Ilustrado na figura abaixo:



Figura 1.2 - Funil das desvantagens de não ser um MEI legalizado.

## 2.4 As Diferenças entre Empreendedor e Administrador

Empreendedor é aquele que assume riscos, constitui e estabelece seu próprio negócio, direciona e limita suas atividades para o campo estratégico das organizações, utiliza os recursos disponíveis, transforma o ambiente onde vive e aceita assumir a possibilidade de fracassar.

Enquanto o Administrador limita e coordena as atividades diárias, ocupam atividades e detém conhecimentos práticos.

Segundo Dornelas (2001, p.11), “as diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégia, análise das oportunidades, estrutura gerencial, comprometimento e controle dos recursos”.

Consideramos o planejamento com visão de futuro um dos principais diferenciais entre o empreendedor e o administrador. Porém, se planejar é uma das funções básicas do administrador, apontadas na abordagem clássica.

Dornelas (2001, p. 37), considera isso um paradoxo, pois, “o empreendedor estaria sendo um administrador completo, que incorpora as várias abordagens existentes sem se restringir a apenas uma delas se interage com seu ambiente para tomar as melhores decisões”.

Mesmo com as diferenças, cada profissional é importante dentro de uma organização. Nenhum é melhor do que o outro. Cada um tem seu perfil e seu papel nos negócios.

## **2.5 Breve histórico da mulher brasileira**

No Brasil colonial, a mulher tinha imagem configurada apenas como esposa e era instruída para o casamento, obrigada a ser subordinada a seu esposo. Deseja-se fechar a mulher na armadura da aparência para que ela não seja a imagem falaciosa de si mesma (PRIORE, 1994, p. 16).

Embora a posição das mulheres variasse em cada cidade, em cada âmbito cultural, é fato que elas permaneceram à margem da vida pública, sem direitos à participação na política, restringidas em seus direitos individuais, tuteladas e dominadas por homens que consideravam o lar, o espaço doméstico, como o único apropriado ao gênero feminino (MESQUITA, 2005, p.23).

A política feminista alcançou seu auge na ditadura militar, entre os anos de 1960 e 1970, período que as mulheres assumiram o controle de sua vida reprodutiva, com a propagação da pílula anticoncepcional e ampliação da sua participação na educação, no mercado de trabalho e na política. (Scotti,1994).Foi usada pela sociedade por décadas a diferença biológica para justificar a desigualdade entre homens e mulheres, como forma de reter a mulher de várias atividades.

Porém, segundo Oliveira (1997, P.11), “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”.A revolução Industrial começou a mudar o ditado popular que diz, “Lugar de mulher é em casa”.

De acordo com Amorim (2008), foi nesse período que a mulher começou a deixar de ser apenas dona de casa para ter empregabilidade nos processos fabris, devido à falta de mão-de-obra masculina, em decorrência de irem para as batalhas nas guer-

ras e perderem suas vidas e também para o aumento da produtividade, mas com uma grande desigualdade salarial ao dos homens.

Mesmo tendo sua jornada de trabalho nas fábricas, a mulher tinha uma dupla jornada não deixando de cuidar dos seus deveres de seus lares e no século XIX, buscam melhorias pelos seus direitos trabalhistas e igualdade na jornada de trabalho.

O gênero masculino tinha muito medo de perder sua autonomia na sociedade e no ceio familiar, com a inserção da mulher no mercado de trabalho. Quando as mulheres descobriram que através das organizações, processos de movimentações e sindicatos poderiam ter a liberdade para tomar suas próprias decisões e ter seu âmbito perante a sociedade, começa a ter seu próprio reconhecimento e participação como qualquer outro ser humano, colocando em prática o que diz a Constituição Federal no art. 5, ou seja, que todos são iguais perante a lei.

De acordo com Villas Boas (2010) 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.

Villas Boas (2010) relata a história da mulher no mercado de trabalho, no Brasil, está sendo escrita com base, fundamentalmente, em dois quesitos: a queda da taxa de fecundidade e o aumento no nível de instrução da população feminina. Estes fatores vêm acompanhando, passo a passo, a crescente inserção da mulher no mercado e a elevação de sua renda.

Relata também que a redução no número de filhos é um dos fatores que tem contribuído para facilitar a presença da mão-de-obra feminina. Com menos filhos, a mulher tem mais facilidade em conciliar melhor o papel de mãe e trabalhadora, pois a atividade produtiva fora de casa passou a ser tão importante quanto à maternidade. As mulheres são mais sensíveis, têm características naturais, capacidade de compreender o sentimento ou reação da outra pessoa imaginando-se nas mesmas circunstâncias e mais comprometida.

Esses são alguns atributos, que ajudam a mulher a ser uma empreendedora de sucesso, em qualquer área.

Segundo Rocca (2006, p.5), “essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades, etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador.” Complementa, quando a

atividade escolhida é um hobby, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de sucesso.

Dogen (1989, p. 28) conclui “são raros os hobbies que não representam oportunidades. É sem dúvida, a forma mais agradável de desenvolver um negócio próprio”.

Estudar o mercado é essencial, ter conhecimento sobre o assunto, analisar e saber administrar sem perder a satisfação em executar o negocio

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, demográficos, legais. (DOLABELA, 2010, p.111).

As mulheres são capazes de executar várias atividades e responsabilidades ao mesmo tempo (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 contribuem para o progresso da empresa”, esse é um diferencial do gênero.

De acordo com Grzybovski (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 2002, p. 20).

As mulheres tendem a ter mais sucesso no empreendedorismo com essa habilidade.

Possuem um estilo mais democrático de liderança, como diz Robbins (2000):

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. (ROBBINS 2000, p. 48).

ROCCA (2006) conclui,

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. (ROCCA, 2006, P.07).

### **3 METODOLOGIA**

Para alcançar o objetivo proposto nesse estudo, descreveremos através de entrevistas quais são os principais motivos que levam as mulheres a iniciar um pequeno negócio apurar e revelar quais as principais dificuldades encontradas por elas em face aos seus projetos.

O processo de escolha do local da pesquisa foi escolhido por se tratar de um lugar onde há poucas MEIs cadastradas. E a maioria destas investiu no ramo de vestuário (roupas femininas e masculinas), visto que muitos ainda são ambulantes não formalizadas, e assim demonstrar nesse artigo, uma motivação para se legalizarem como uma MEI, perante a lei.

O tipo de estudo escolhido será apoiado através de uma pesquisa de forma qualitativa e exploratória. Serão realizadas por meio de entrevista estruturada, com análise de conteúdo com 10 Microempreendedoras Individuais (MEIs) do município da Serra, no bairro Serra Sede, Espírito Santo, no ramo de vestuário.

De acordo com Boaventura (2004) uma pesquisa importante para garantir precisão dos resultados e evitar distorções de análise e interpretação. Visto que a pesquisa qualitativa possibilita a investigação de conceitos, sentimentos e motivações que antecedem ou estão presentes no comportamento do indivíduo.

O método é o ordenamento que se deve auferir aos diferentes processos necessários para alcançar determinado fim estabelecido, ou seja, é uma condição necessária para que o trabalho científico tenha rumo, direção e que possa ser analisado e avaliado criticamente por quem lê-lo ou estudá-lo (Beuren, 2003, p.5).

#### **4 Relatos das MEIs da Serra Sede**

**Rosinéia M. B. Dias** – Proprietária da loja Rose Confecções, com idade entre 36 a 49 anos, casada, tem três filhos, possui o primeiro grau incompleto, atuando como MEI um pouco mais de um ano, mas trabalha como vendedora de roupas a mais de 15 anos. Batalhando sempre com muitas dificuldades, mas em nenhum momento se deixou fraquejar por discriminações ou preconceitos. Hoje bem realizada em seus sonhos e projetos, sente-se muito feliz pelas suas conquistas. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Nunca desista de um sonho, pois todos no mundo são capazes de vencer pelo trabalho”.

**Marcelina Pereira Nunes** – Proprietária da loja Marcelina Modas, 52 anos, casada, tem mais de 05 filhos, possui o primeiro grau incompleto, atuando como MEI, um pouco mais de um ano, mas trabalha como vendedora de roupas a mais de 05 anos

e sempre trabalhou como vendedora de porta em porta. Trabalhando desde os 12 anos sua história é bonita e motivadora, hoje vive a realização de um dos seus sonhos, em ter sua loja no centro da serra e estar cadastrada como MEI e ser legalizada. Sofreu muitos preconceitos pela cor, por não ter estudos, iniciou no ramo de vendas por uma necessidade para sustentar os filhos, hoje ela ama o que faz. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Ser pobre não é vergonha, basta lutar e trabalhar muito para realizar seus sonhos”.

**Irene Ribeiro de Andrade** - Proprietária da loja Nathalia Moda, com idade entre 36 a 49 anos, casada, tem uma filha, possui o terceiro grau incompleto, atuando como MEI há quatro anos. Sempre trabalhou como cabeleireira até montar seu próprio negócio, hoje possui seu salão de beleza e a loja de roupas que leva o nome da filha Nathalia, sempre teve esse sonho de ter seu próprio negócio, ainda não se sente realizada por completo em sua conquista, estar em busca de algo mais. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Seja persistente sempre! ”.

**LissaniMencshNass** - Proprietária da loja Liluc Moda e Acessórios, com idade entre 26 a 35 anos, casada, não tem filhos, possui o segundo grau completo, atuando como MEI há cinco anos. Ao iniciar seu negócio em casa viu seu horizonte ampliando quando alugou uma pequena sala de comércio para conforto e conquistar mais clientes, pois eles não se sentiam a vontade de estar indo até sua residência sendo desconhecida, como essa área sempre foi sua paixão conseguiu uma lojinha maior no centro da Serra e ampliou ainda mais seu projeto. Sofreu muitas discriminações de parentes e amigos por “entrar com a cara e a coragem” nesse negócio. Hoje realizada ajuda os familiares com sua renda, sente-se feliz e uma empreendedora de sucesso. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “A certeza para sua persistência não pode vir dos outros, se você tem certeza do que deve fazer não espere incentivos, talvez “o outro” não tenha a capacidade e a habilidade que você tenha e faça de tudo para você desistir!”.

**Klincia Evangelista Oliveira** - Proprietária da loja Klin lingerie, com idade entre 26 a 35 anos, União Estável, tem um filho, possui o segundo grau completo, atuando como MEI há dois anos, mas trabalha como vendedora de lingerie e roupas em geral a mais de 05 anos. Trabalhava em um salão de beleza como vendedora, se apaixonou pela profissão e quis abrir um negócio próprio com vendas, uma mulher comunicativa e com sua simpatia conquista seus clientes. Lutadora, não se importa com ne-

nhum tipo de discriminação ou preconceito, uma mulher de muita atitude. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Com fé e perseverança você conseguiu realizar todos seus sonhos”.

**Valdenice Evangelista Souza** - Proprietária da loja Nice Modas, com idade acima de 50 anos, divorciada, tem quatro filhos, possui o primeiro grau incompleto, atuando como MEI há de três anos, uma senhora que sempre trabalhou com a costura, hoje se sente realizada em ter seu próprio negócio, confeccionando e vendendo suas criações. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Confiar em Deus e buscar pelos seus sonhos, nunca desistir”.

**Maísa Rodrigues Dias** - Proprietária da loja RD Atelier, com idade entre 26 a 35 anos, solteira, não tem filhos, possui o terceiro grau completo, atuando como MEI cadastrada há um ano, sempre trabalhando com sua mãe ajudando a costurar ela estudou e hoje a quase dois anos abriu seu atelier para conquistar mais clientes e está em busca de realizar mais sonhos no ramo em que atua. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Conhecimento é Poder! ”.

**Ana Claudia Souza** - Proprietária da loja Mel Collection, com idade entre 36 a 49 anos, casada, tem três filhos, possui o segundo grau completo, atuando como MEI há cinco anos, ao se encontrar desempregada viu nessa área uma oportunidade de empreender e ganhar dinheiro. O negócio deu tão certo que está a mais de cinco anos no mercado e expandindo por bairros vizinhos. E deixa para os novos empreendedores uma frase: “Determinação e foco, quem acredita sempre alcança! ”

**LoyraniLaube Andreatta** - Proprietária da loja Lu Modas, com 20 anos de idade, solteira, não tem filhos, possui o terceiro grau incompleto, uma jovem empreendedora de sucesso a mais de dois anos cadastrada como MEI está no mercado, estudante, com o sonho de ter seu próprio negócio resolveu investi no ramo de vestuário, sentir-se feliz, e em busca de novas realizações, pois tem muito a conquistar como ela diz, “sou muito jovem tenho muito caminho a trilhar ainda”! E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Se você sonha em ter independência própria, realize”

**Luciene da Silva** - Proprietária da loja Lu Atelier, com idade entre 36 a 49 anos, casada, tem uma filha, possui o terceiro grau incompleto, atuando como MEI há um ano. Sempre teve o sonho de ter seu próprio negócio. Hoje com sua loja já conse-

que se sentir realizada, mas não pensa em parar de buscar novas conquistas, continua estudando para conquistar sonhos maiores, mas já se sente uma vencedora pela conquista de um grande sonho. E deixa para os novos empreendedores uma frase que diz: “Melhor fracassar por tentar, do que a frustração de não ter tentado! ”.

#### **4.1 Análise Dos Dados.**

Através das pesquisas efetuadas com essas 10 mulheres microempreendedoras individuais da Serra Sede, no mês de abril de 2016. Foi constatado que:

##### **Idade:**

- 40% dessas mulheres possuem idade entre 36 a 49 anos;
- 30% têm idade acima de 50 anos;
- 20% entre 26 a 35 anos e
- 10% entre 18 a 25 anos.

##### **Estado Civil:**

- 60% das mulheres são casadas;
- 20% Solteiras;
- 10% Divorciada e
- 10% União Estável/ e outros.

##### **Filhos:**

- 30% possuem 01 filho,
- 20% possuem 03 filhos
- 10% possuem acima de 05 filhos e
- 10% possuem 04 filhos.

Podemos observar que 70% das mulheres têm filhos independentemente de quantidade e 30% não possuem filho.

##### **Nível de escolaridade:**

- 10% das mulheres possuem o 1º Grau Completo;
- 30% possuem o 2º Grau Completo;
- 20% possuem o Superior Completo;
- 20% possuem o 1º Grau Incompleto e
- 20% possuem o Superior Incompleto.

**Há quanto tempo você atua como MEI?**

- 20% atuam há mais de 05 anos;
- 20% atuam há 03 anos;
- 10% atuam há 04 anos;
- 10% atuam há 02 anos;
- 10% atuam há 1 ano e
- 30% das mulheres atuam a menos de um ano, cadastrada como MEI.

**Antes de iniciar o seu negócio você estava?**

- 80% das mulheres estavam empregadas, trabalhando de carteira assinada ou como autônoma;
- 20% desempregada e
- 10% estudando.

**Renda Anterior:**

- 60% das mulheres tinham como renda o valor de R\$ 500,00 à R\$ 1000,00ao mês;
- 40% de R\$ 1000,00 à R\$ 3000,00 ao mês e
- 10% não tinham nenhuma renda.

**O que te motivou a empreender como MEI?**

- 50% das mulheres motivaram-se a empreender para obter seu próprio negócio;
- 20% das mulheres motivaram-se a empreender pela oportunidade de ganhar mais dinheiro;
- 20% das mulheres motivaram-se a empreender pela necessidade e
- 10% das mulheres motivaram-se a empreender pela paixão, por amor ao que faz.

**Qual foi sua maior dificuldade ao enfrentar esse mercado?**

- 40% das mulheres consideram “o risco” de investimento como uma dificuldade, pois tem o receio de perder o investimento em pouco tempo nessa crise. Mesmo com esse receio elas não deixaram de investir e empreender;
- 30% das mulheres consideram a concorrência;

- 20% das mulheres consideram o medo e
- 10% das mulheres consideram a falta de conhecimento.

#### **Sofreu algum tipo de discriminação?**

- 60% das mulheres disseram que não sofreu nenhum tipo de preconceito ou discriminação;
- 30% disseram que sofreram discriminação por não ter experiência e
- 10% optaram pela opção outros (discriminações pela família, amigos, cor, raça, vida financeira, posição social e outros).

#### **Porque escolheu empreender na área de Vestuário?**

- 70% das mulheres acreditam que esse tipo de produto tem uma saída mais rápida;
- 10% gostam de estar ligada nas tendências da moda;
- 10% trabalhavam com esses tipos de produtos e
- 10% disseram que escolheu essa área por buscar mais clientes.

#### **Você se considera uma empreendedora de sucesso?**

- 90% se consideram uma empreendedora de sucesso e
- 10% dessas mulheres mostram uma pequena insegurança de não se achar uma empresária de sucesso, apesar de ter seu próprio negócio.

#### **Você se considera uma mulher realizada que conquistou seus sonhos e objetivos?**

- 40% dessas mulheres já se sentem realizadas e
- 60% dessas mulheres ainda querem conquistar algo a mais em suas vidas, ainda está em busca de algo maior, estão estudando e se dedicando mais e mais a cada dia, para que venha no futuro sentir-se realizadas por completo.

## **4.2 RESUMO DA ANÁLISE DOS DADOS**

A pesquisa revelou que, as mulheres com idade entre 36 a 49 anos, 40% dessa faixa etária empreendem mais.

Observamos também que as mulheres acima de 50 anos, enfrentam mais o mercado do que as mulheres com a faixa etária de 18 a 35 anos, pois ocupa o segundo lugar na faixa etária da pesquisa, com 30% da análise.

E que 60% das mulheres são casadas.

Observamos também através da pesquisa, que 70% dessas mulheres têm filhos, possui em média de 01 a 03 filhos.

30% dessas mulheres possuem o 2º Grau Completo.

O que também nos chama atenção é que 20% dessas mulheres nem concluíram o ensino fundamental e estão empreendendo a todo vapor.

Podemos constatar também, que 60% possuem um nível de escolaridade completo e 40% ainda tem algum nível de escolaridade a concluir.

Foi constatado que, 30% dessas mulheres que estão no mercado hoje cadastradas como MEI, elas estão a menos de um ano legalizadas. Visto que, o programa MEI entrou em vigor em 01/07/2009, há sete anos e muitas pessoas desconhecem o (Portal do Empreendedor - MEI).

80% das MEIs estavam trabalhando e saíram do seu trabalho para ter seu próprio negócio. A maioria das mulheres com 60% tinham como renda um valor estimado de R\$ 500,00 à R\$ 1000,00 reais mensais.

50% dessas mulheres informaram que a motivação a empreender foi à vontade de ter seu próprio negócio.

40% das mulheres tiveram a dificuldade com o alto grau de risco para enfrentar o mercado.

As mulheres estão bem confiantes e não é qualquer coisa que as abalam, pois na análise pudemos constatar que 60% disseram que não sofreram nenhum tipo de discriminação.

70% dessas mulheres optaram pelo ramo de vestuário, pela questão de ter uma saída mais rápida dos produtos.

90% dessas mulheres microempreendedoras individuais se consideram mulheres de sucesso e 60% delas ainda estão em busca de conquistas maiores.

## **5 CONCLUSÃO GERAL**

Esse artigo teve como objetivo, descrever os principais motivos que levam as mulheres a iniciar um pequeno negócio, bem como apurar e revelar quais as principais dificuldades encontradas por elas, em face aos seus projetos.

Com base na legislação aplicada, o Microempreendedor individual, surgiu para que os trabalhadores saíssem da informalidade e assim impulsionar a economia, o desenvolvimento social e a empregabilidade de acordo com Sebrae (2014).

Conforme o conteúdo descrito no decorrer do artigo e a pesquisa aplicada, a mulher tem enfrentando dificuldades até os dias atuais tais como: por ser mulher, mãe, dona de casa e sem experiência.

Com persistência, garra e determinação, essa realidade vem mudando com o passar dos anos, visto em suas conquistas do dia a dia.

Respondendo ao nosso objetivo principal, podemos destacar que:

50% das microempreendedoras entrevistadas, o principal motivo que as levou a querer empreender foi: “O sonho de obter seu próprio empreendimento comercial e assim constituir sua independência financeira”.

40% das mulheres consideram “o risco” de investimento como uma dificuldade, pois tem o receio de perder um recurso que vem juntando a anos e perder esse investimento em pouco tempo por motivo da crise que passamos em nosso País.

Mesmo com esse receio elas não deixaram de investir e empreender. Com essa visão elas vêm fazendo um planejamento e análise do local onde elas resolveram investir e empreender, tendo em vista que o local escolhido foi Serra Sede, um local onde circulam muitas pessoas no dia a dia

O resultado também nos mostrou que 40% dessas mulheres normalmente são discriminadas recebendo assim algum tipo de discriminação, resistência da sociedade, principalmente daqueles que estão a sua volta, tais como: familiares e amigos, portanto isso não as abalaram e elas estão no mercado firme e forte. E 60% delas dizem que não se sentem abaladas com preconceitos ou discriminações.

Desta forma, podemos constatar através de todo estudo efetuado, que as mulheres dessa pesquisa se esforçam em busca da realização de seus sonhos e objetivos, pois 40% somente sentem-se realizada por completo, e 60% ainda estão em busca de querer conquistar algo a mais.

Entretanto, 90% dessas mulheres consideram-se empreendedoras de sucesso.

Esse tipo de empreendedorismo nos faz refletir, pois nos traz o espírito motivacional. Essas mulheres nos trouxeram uma visão de que não importa o tamanho da dificul-

dade, deve-se ir à luta e ser feliz. Se não deu certo na primeira vez não desista, siga em frente, pois a vida é cheia de obstáculos, onde deve ser ultrapassar um a um!

Encerramos com uma frase de uma das nossas Microempreendedoras Individuais entrevistadas:

“A certeza para sua persistência não pode vir dos outros, se você tem certeza do que deve fazer não espere incentivos, talvez “o outro” não tenha a capacidade e a habilidade que você tenha e faça de tudo para você desistir!”. (Lissani Mencsh Nass, dito acima nesse artigo, 2016).

## 6 REFERÊNCIAS

- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. **Empreendedorismo feminino: dificuldades vivenciadas em histórias de vida**. VIII Encontro de Estudo Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Goiânia, 2014.
- AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**, 2008.
- ARAUJO, Oziris de Oliveira. **Um estudo sobre as vantagens e desvantagens da lei do microempreendedorismo individual para os trabalhadores informais**. Congresso anual, SC, 2011.
- BERNARDES, Eduardo Pimenta. **As desvantagens do microempreendedor individual não legalizado**. Encontro de iniciação científica. SP, 2010.
- BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.
- BISPO, C. S.; SOUZA, D. J.; ARAÚJO, F. P.; CARDOSO, N. H.; SILVA, P. S.; SANTOS, V. R. **Empreendedorismo e inovação**. Instituto Baiano de Ensino Superior IBES, 2007.
- BOAVENTURA, Edivaldo Machado. **Pesquisa e ética nas organizações de educação superior**. Revista Metodologia, 2004.
- BORGES, Aduil Lúcio; NASCIMENTO, Argemiro Pereira do; SOUZA, Sidiney Coelho. **Uma abordagem teórica sobre o microempreendedor individual – MEI**. Associação de educação e cultura de Goiás Faculdade Padrão. Goiânia 2015.
- BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 17 mai. 2016.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.
- DOGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-hill, 1989.
- DOLABELA, F., **“Uma revolução no ensino universitário de empreendedorismo no Brasil. A metodologia da Oficina do Empreendedor”**, 44th ICSB World Conference, Nápoles, junho de 1999a.
- \_\_\_\_\_, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores. 1999b.

\_\_\_\_\_, F. **Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

DRUCKER, P. F. **O gerente eficaz.** São Paulo: Editora Zahar, 1974.

FUCS, José. **A trava dos impostos.** Época, São Paulo, n. 632, p.57-57, 28 jun. 2010. Semanal.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2010.** DISPONÍVEL EM <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=Gem%202010>.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2011.** DISPONÍVEL EM [http://www.ibqp.org.br/upload/tiny\\_mce/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202011.pdf](http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202011.pdf)

GEM. **Empreendedorismo no Brasil 2015.** DISPONÍVEL EM <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS>.

GRZYBOVSKI, Denize; BOSCARIN, Roberta. **Estilo Feminino de Gestão em Empresas Familiares Gaúchas.** Maio/agosto. 2002.

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

HISRICH, Robert. **Entrepreneurship, and Venture Capital.** Ed. Robert D. Hisrich Lexington, MA: Lexington Books, 1986.

INSTITUTO BRASILEIRO GEOGRAFIA ESTATÍSTICA (IBGE). **Economia Informal Urbana.** Brasília. 2003. Disponível <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/ecinf/2003/ecinf2003.pdf>>.

Knight, F. H. (1921). **Risk, uncertainty and profit.** Washington, DC: Beard Books.

MESQUITA, A. A. **Com licença, eu vou à luta! O desafio de inserção das mulheres da periferia carioca no mercado de trabalho.** Rio de Janeiro. 2005. 208f. Dissertação (Mestrado em Política Social) – Escola de Serviço Social – UFF, 2005.

NOGUERA, M.; ALVAREZ, C.; URBANO, D. **Socio-cultural factors and female entrepreneurship.** Springer Science+Business Media New York, 2013.

OLIVEIRA, M. **Homem e mulher a caminho do século XXI.** São Paulo: Editora Ática, 1997.

PORTAL DO EMPREENDEDOR (2015) **Brasil comemora marca de 5 milhões se MEIS.** DISPONÍVEL EM <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/noticias/noticias-do-portal/brasil-comemora-marca-de-5-milhoes-de-meis>.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Definição de Microempreendedor.** DISPONÍVEL EM <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>

PRIORE, M. D. **A mulher na história do Brasil.** 4ª ed. Coleção Repensando a História. São Paulo: Contexto, 1994.

ROBBINS, Stephen. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

ROCCA, Marília. **Mulheres maravilha**. Instituto Empreender Endeavor, São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.endeavor.org.br/wp-content/themes/endeavor/downloads/artigos/Mulheres%20maravilha.pdf>.

SCHUMPETER, Joseph Alois, **Teoria do Desenvolvimento Econômico, uma investigação sobre lucro, capital, crédito, juros e o Ciclo Econômico**. Editora Nova Cultural, São Paulo, 1997.

SCOTT, Joan. **Gênero**: uma categoria útil de análise histórica. In: Educação e Realidade. Porto Alegre, v.16, n.2, p., 5-22, jul/dez. 1994.

SEBRAE. (2014). **Apoio ao microempreendedor**. Disponível em, <http://www.microempreendedor.net/apoio-microempreendedor>.

SILVEIRA, A; CAUTELA, T. G. **Empreendedorismo feminino**: Mulheres gerentes de empresas. Revista de Administração FACES Jornal, vol7, julho-setembro, p. 2. 2008.

SHANE, S., VENKATARAMAN, S. **The promise of entrepreneurship as a field of research**. Academy of Management. The Academy of Management Review, 2000.

STEVENSON, Howard H.; JARILLO, J. Carlos. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. Strategic Management Journal, v. 11, n. 5, 1990.

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