

**Prof. Dr. Marcelo T. Okano**  
*Professor do Mestrado Profissional em Gestão e Tecnologia em Sistemas Produtivos*  
*Doutor em Engenharia de Produção*  
*Doutorando em Administração de Empresas – EAESP/FGV*  
*CEETEPS - Unidade de Pós-Graduação, Extensão e Pesquisa*

**Prof. Dr. Marcelo Eloy Fernandes**  
*Doutor em Engenharia de Produção*  
*Fatec Barueri / Universidade Paulista – UNIP / Uninove*

**Prof. Dr. Osmildo Sobral dos Santos**  
*Doutor em Engenharia de Produção*  
*Universidade Potiguar*

FATEC Sebrae – Faculdade de Tecnologia Sebrae - CEETEPS – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – São Paulo, Brasil.

Revista FATEC Sebrae em debate  
gestão, tecnologias e negócios

**Editor Geral**  
Prof. Dr. Mário Pereira Roque Filho

**Organização e Gestão**  
Prof. Ms. Clayton Pedro Capellari

**Correspondência**  
Alameda Nothmann, nº 598 Campos Elíseos,  
CEP 01216-000 São Paulo – SP, Brasil.  
+55 (11) 3224 0889 ramal: 218

## **MULHERES EMPREENDEDORAS: A EVOLUÇÃO DA REALIDADE BRASILEIRA NA ÚLTIMA DÉCADA**

### **Resumo**

Ter o negócio próprio é o sonho de 44% dos brasileiros entrevistados pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2012. Eles preferem ter uma empresa ao invés de ter um emprego formal. Isso mostra como a qualidade do empreendedorismo está mudando ao longo dos últimos anos, porque está crescendo em um momento em que o nível de emprego está alto. O objetivo deste artigo é explorar e contextualizar que as mulheres são empreendedoras ao longo do tempo, mesmo com diversas adversidades como falta de emprego formal, salário etc. Para alcançar o objetivo deste trabalho foi realizada uma pesquisa bibliográfica e para a coleta das informações necessárias à análise, foi usada a pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, em dados estatísticos oriundos de pesquisas estatísticas de diversos órgãos com o GEM, DIEESE, SEBRAE, entre outros. Esta pesquisa demonstrou que as mulheres estão se destacando como empreendedoras e atuaram principalmente nas atividades de vestuário, da beleza e higiene pessoal e dos serviços domésticos.

**Palavras-chave:** Mulheres, Empreendedoras, Empreendedorismo

---

## **Abstract**

Having your own business is the dream of 44% of Brazilians interviewed by Global Entrepreneurship Monitor survey (GEM) 2012. They prefer to have a company rather than have formal employment. This shows how the quality of entrepreneurship is changing over the past few years because it is growing at a time when the employment level is high. The purpose of this article is to explore and contextualize that women are entrepreneurs over time, despite many hardships such as lack of formal employment, salary etc. To achieve the objective of this research a literature search was performed and for the collection of information required for analysis, exploratory research was used, qualitative, statistical data from statistical surveys of different organs with GEM, DIEESE, SEBRAE, between others. This research has shown that women are excelling as entrepreneurs and acted mainly in the clothing activities, beauty and personal care and domestic services.

**Keywords:** Women, Entrepreneurs, Entrepreneurship

## Introdução

Ter o negócio próprio é o sonho de 44% dos brasileiros entrevistados pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2012. Eles preferem ter uma empresa ao invés de ter um emprego formal. Isso mostra como a qualidade do empreendedorismo está mudando ao longo dos últimos anos, porque está crescendo em um momento em que o nível de emprego está alto. Hoje, de cada 10 empresas abertas, 7 são por uma questão de oportunidade e não de necessidade, como ocorria no passado (GEM, 2012).

O estilo familiar que estávamos acostumados com o pai sendo o provedor e a mãe responsável pela educação dos filhos, está mudando. É comum verificar que em algumas famílias, os dois trabalham e são os provedores financeiros do lar, pois somente o esforço laboral do pai não é o suficiente para o sustento da casa.

Em outros lares, somente os maridos trabalham em empregos formais com salários e benefícios, mas as esposas procuram uma forma de auxiliar no sustento da casa, seja através de tarefas informais, produtos artesanais ou caseiros, etc. Estas iniciativas “caseiras” demonstram o espírito empreendedor que existem nas mulheres e que podem transformar uma simples tarefa em um grande empreendimento.

Voltadas para a gestão e produção de bens e serviços exclusivos para suas unidades familiares, as mulheres estiveram, ao longo da evolução das sociedades humanas, envolvidas em laços fortes e protegidas por uma densa rede de relações familiares. Os homens, ao dedicarem-se a diferentes funções externas, associadas a negócios, gestão do Estado, política, guerra, ciência e arte, foram capazes de desenvolver redes mais abertas, dotadas de laços fracos. Nesse contexto, homens e mulheres estiveram, historicamente, imersos em diferentes tipos de relações sociais. Enquanto a trajetória masculina foi marcada pela influência dos laços fracos, a feminina foi condicionada pela presença de laços fortes. Tal fato poderia estar repercutindo, ainda hoje, na situação das mulheres, enquanto empreendedoras (Vale et al., 2011).

Segundo o GEM (2013), as mulheres estão comandando a abertura de novos negócios no Brasil. A pesquisa mostra que 52% dos novos empreendedores – aqueles com menos de três anos e meio de atividade – são mulheres. A força empreendedora feminina é maioria em quatro das cinco regiões brasileiras. Apenas no Nordeste elas ainda não

ultrapassaram os homens, mas estão quase lá, com aproximadamente 49% de participação entre os novos empresários.

A relação estabelecida entre a mulher empreendedora e o marido tanto pode auxiliar no processo empreendedor, como pode se revelar um entrave. Muitas mulheres recorrem ao marido como fonte de recursos, apoiando e financiando suas ideias. A figura masculina também é comumente citada como conselheira na tomada de decisão (Alpers-tedt et al., 2014).

Segundo Martins et al. (2010), um movimento de mudança cada vez mais intenso vem sendo percebido na sociedade contemporânea com o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho, revelando uma tendência de equilíbrio no espaço de homens e mulheres no ambiente empresarial e isso não é diferente no universo da pequena empresa.

A crescente participação das mulheres, também na área de empreendedorismo, possibilita, ainda, vislumbrar um futuro em que ambos os gêneros venham a atuar neste contexto em situação de equilíbrio. A concretização desta possibilidade, considerando o cenário econômico brasileiro para os próximos anos, representaria mais do que uma perspectiva particularmente otimista, mas um acontecimento necessário, tendo em vista a exigência de crescimento da economia brasileira (Martins et al., 2010).

As empreendedoras de alta tecnologia enfatizam problemas relativos ao financiamento de seus negócios, à competição no mercado e à busca de autonomia. Na esfera pessoal, elas vivenciam certa discriminação de gênero e de idade, além do desafio de buscar o equilíbrio entre as demandas pessoais, familiares e profissionais (Jonathan, 2003).

O objetivo deste artigo é explorar e contextualizar que as mulheres são empreendedoras ao longo do tempo, mesmo com diversas adversidades como falta de emprego formal, salário etc.

## **Revisão da literatura**

### **Empreendedorismo**

Empreendedorismo é um marco no caminho para o progresso econômico, e faz uma enorme contribuição para a qualidade e esperanças futuras de um setor, economia ou mesmo um país. O empreendedorismo é tão importante nas pequenas e médias

empresas (PME) e os mercados locais como nas grandes empresas, e os mercados nacionais e internacionais, e é tão fundamental uma consideração para as empresas públicas como para as organizações privadas. Empreendedorismo ajuda a estimular a competição no ambiente atual que leva aos efeitos da globalização (Soriano & Huarng, 2013).

Shane e Venkataraman (2000) definem o empreendedorismo como o "exame acadêmico de como, por quem e com que efeitos, as oportunidades para criar produtos e serviços futuros são descobertos, avaliados e explorados" atividade Empreendedorismo, em termos gerais, impactando positivamente o crescimento econômico porque é necessário ter um grupo de pessoas dispostas a assumir o risco, usando seus recursos para gerar novas empresas e negócios. Esta é a melhor maneira de conseguir um crescimento econômico sustentável (NISSAN et al., 2011).

- 1- A definição leva em conta o comportamento dos agentes econômicos. Por esta razão, o empreendedorismo não significa uma ocupação, mas uma atividade que considera as diferentes circunstâncias e aspectos de uma pessoa.
- 2- Empreendedor deve considerar incertezas e os obstáculos inerentes ao processo de criação de empresas.
- 3- Eles devem ter informações ou ideias sobre processos de produção eficientes, bem como novas formas organizacionais. Isto não significa que os empreendedores tenham que ter frequentado cursos acadêmicos especiais sobre gestão. Eles devem ter a ideia e podem pedir informações ou conselhos de especialistas para executar a ideia.
- 4- Os empreendedores podem também ser encontrados em grandes empresas. Neste caso, eles são chamados de "intra-empreendedores" ou "empreendedores corporativos" (Arendt e Brettel 2010).

O fator de empreendedorismo também inclui pessoas que buscam informações ou ideias sobre processos de produção eficientes, bem como novas formas organizacionais. Tendo em conta estas ideias, diferentes tipos de empreendimentos podem ser considerados (Nissan et al., 2011).

Segundo Hisrich & Peters (2002), o empreendedorismo se caracteriza por uma capacidade de identificar oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos. Persistência e visão de futuro envolvem o processo de empreender que tem como resultantes uma nova maneira de realizar um trabalho – um novo produto, serviço ou atividade – ou a criação de um novo empreendimento.

### **Mulheres empreendedoras**

O crescimento significativo no número de mulheres trabalhando fora criou um novo campo de pesquisa interessado em examinar as mulheres trabalhadoras, administradoras e empreendedoras são diferentes de seus colegas masculinos. Está claro que empreendedores e empreendedoras tem muito em comum, mas apesar de algumas características de histórico e de personalidade serem muito semelhantes, há diferenças consideráveis entre os sexos em termos de ponto de partida, motivação e habilidades para negócios levadas para o empreendimento (PEREIRA & MACHADO, 2013).

A entrada em larga escala das mulheres no mundo do trabalho – e particularmente no universo do empreendedorismo – trouxe mudanças significativas nos modos de se conceber as relações profissionais e as estratégias empresariais nas pequenas empresas, além de interferir nas formas de se perceber os clientes no que diz respeito às suas demandas e aspirações (Martins et al., 2010).

As mulheres tomam posse do empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, tendo como objetivo o sustento de si mesma e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e também pela independência financeira (GEM, 2011).

Segundo o GEM (2013), as mulheres estão comandando a abertura de novos negócios no Brasil. A pesquisa mostra que 52% dos novos empreendedores – aqueles com menos de três anos e meio de atividade – são mulheres. A força empreendedora feminina é maioria em quatro das cinco regiões brasileiras. Apenas no Nordeste elas ainda não ultrapassaram os homens, mas estão quase lá, com aproximadamente 49% de participação entre os novos empresários.

Existem três grupos diferentes de mulheres empreendedoras: (1) as empreendedoras por acaso, que são aquelas que iniciam seus negócios sem terem seus objetivos ou até mesmo seus planos claros, elas normalmente possuem pouca experiência em negócios; (2) as empreendedoras forçadas, que por algum motivo ou circunstância tiveram que assumir um negócio; e (3) as empreendedoras criadoras que são aquelas que tiveram coragem e motivação para criar suas empresas. (MACHADO, 2009; PEREIRA & MACHADO, 2013).

### **Metodologia da Pesquisa**

Para alcançar o objetivo deste trabalho foi realizada uma pesquisa bibliográfica e para a coleta das informações necessárias à análise, foi usada a pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, em dados estatísticos oriundos de pesquisas estatísticas de diversos órgãos com o GEM, DIEESE, SEBRAE, entre outros.

Para Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito.

Zikmund (2002) considera que estudos exploratórios são conduzidos para clarificar problemas ambíguos, a pesquisa é necessária para entender melhor as dimensões dos problemas.

A abordagem qualitativa apresenta uma realidade que não pode ser quantificada ou mensurada e envolve itens subjetivos da realidade da pesquisa. É possível trabalhar com os dados sem tratamento estatístico específico, buscando a compreensão da realidade (COSTA, 2001).

### **Análise dos Resultados**

#### **Participação feminina na população economicamente ativa**

No mundo do trabalho, é inegável o crescimento da participação feminina na composição da população economicamente ativa no Brasil. Em três décadas, esta participação cresceu de 20%, em 1970, para aproximadamente 43% no início do século XXI (GEM, 2005).

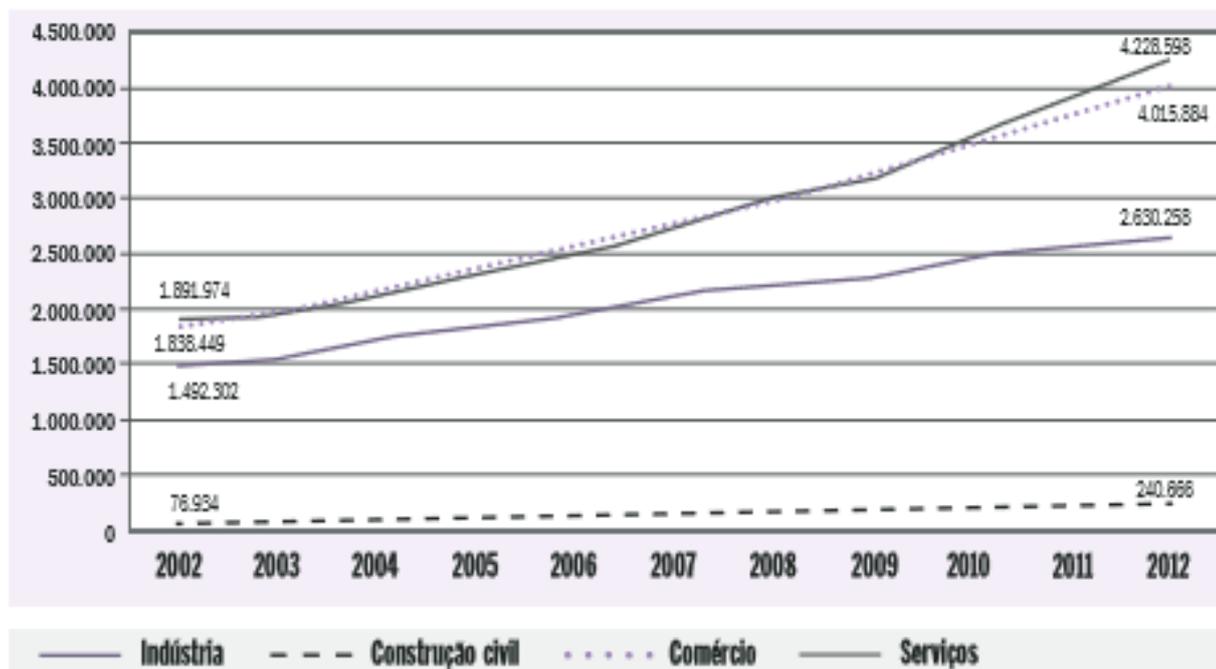
## Empregos formais

Podemos verificar o crescimento dos empregos formais das mulheres na Indústria, construção civil, comércio e serviços durante os anos de 2002 a 2012, vide gráfico 01, e na micro e pequena empresa, vide gráfico 02, e a tabela 01 apresenta um sumário das % de crescimentos dos empregos formais.

Tabela 01 – % de crescimento de empregos formais das mulheres – 2002 a 2012

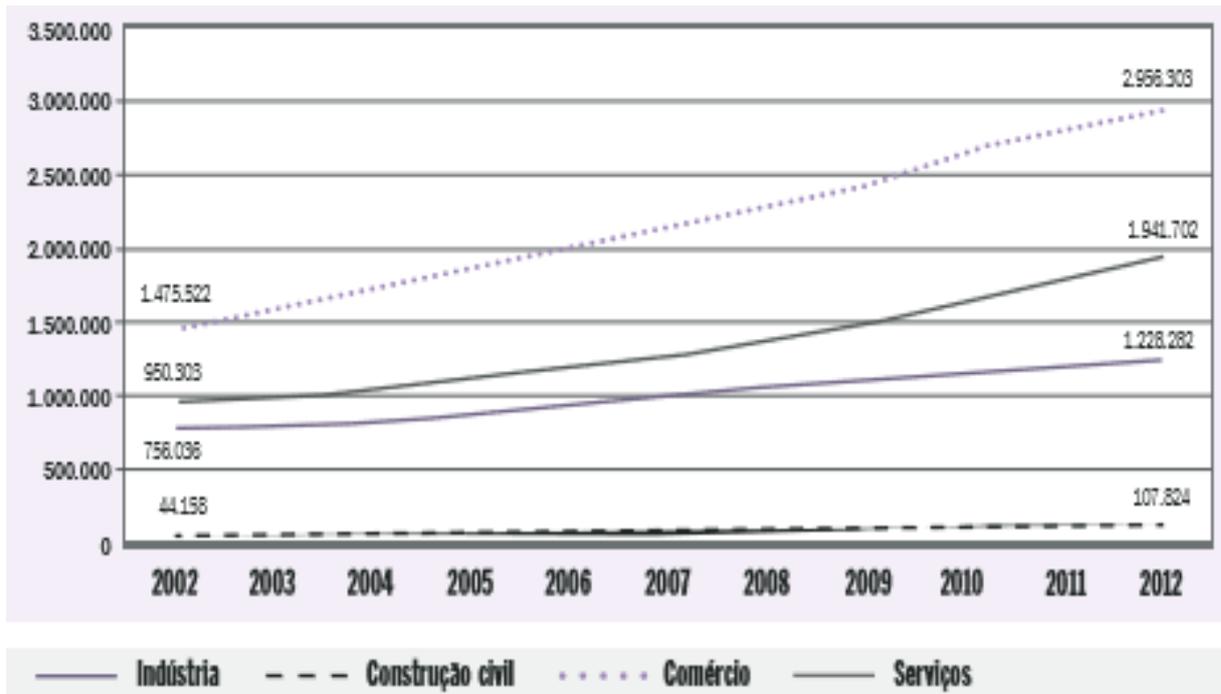
Setor	% de crescimento de empregos formais das mulheres – 2002 a 2012	% de crescimento de empregos formais das mulheres nas micro e pequenas empresas – 2002 a 2012
Indústria	223%	204%
Construção civil	218%	244%
Comércio	305%	200%
Serviços	176%	162%

Gráfico 01 - Evolução dos empregos formais das mulheres por setor de atividade Brasil-2002-2012 (em n. absolutos)



Fonte: MTE, Rais  
Elaboração: DIEESE

Gráfico 02 - Evolução dos empregos formais das mulheres nas micro e pequenas empresas por setor de atividade – Brasil -2002-2012 (em n. absolutos)

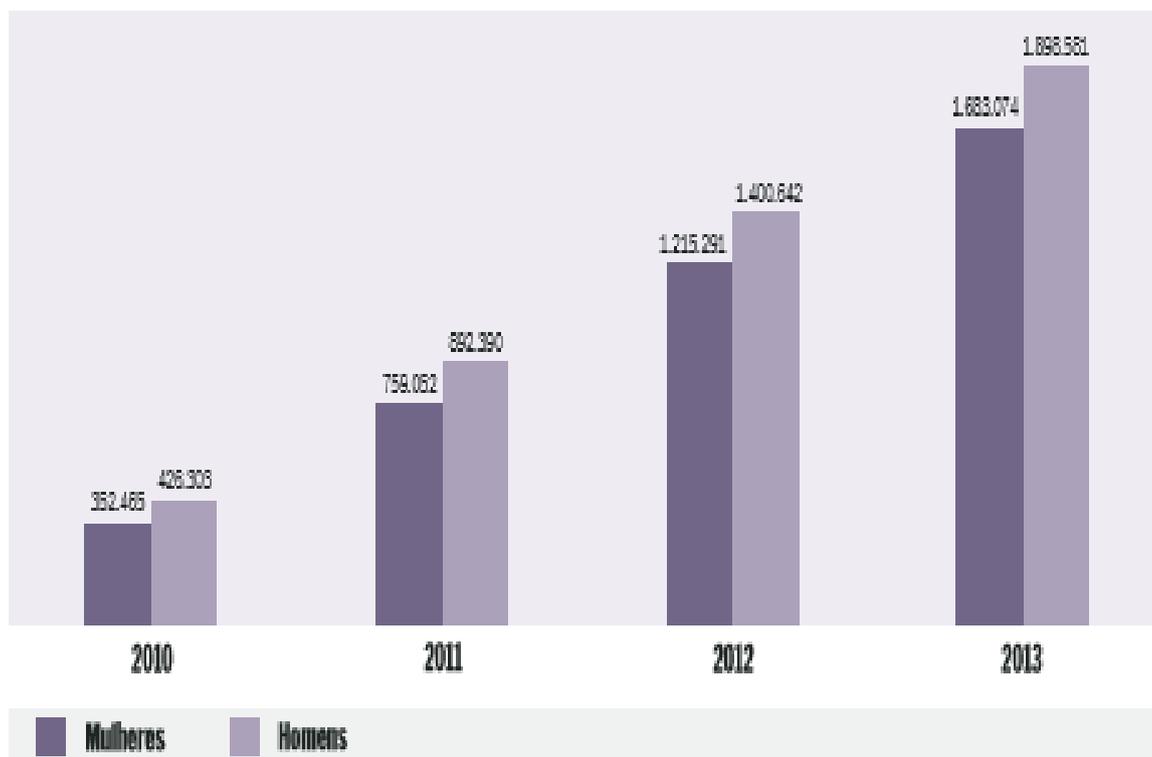


Fonte: MTE, Rais  
Elaboração: DIEESE

### Mulheres como empreendedoras

A evolução das mulheres empreendedoras também aconteceu, podemos ver no gráfico 03, que o número de empreendedoras individuais passou de 352.465 em 2010, para 1.683.074 em 2013, um aumento de 477%.

Gráfico 03 - Evolução Do Número De Empreendedoras Individuais Por Sexo No Brasil – 2010-2013 (Em No. Absolutos)



Fonte: SEBRAE  
 Elaboração: DIEESE  
 Obs.: Foram considerados os empreendedores individuais ativos em 31/dezembro

O crescimento pode ser observado também nas distribuições percentuais dos empreendedores iniciais (gráfico 04) e estabelecidos (gráfico 05) segundo gênero de 2002 a 2014.

Nos empreendedores iniciais, a diferença era de 57,6% para homens e 42,4% para mulheres em 2002, mas em 2014, esta diferença caiu para 51,2% para homens e 48,8% para mulheres, chegando a ser 50% e 50% em 2005 e ter ficado na frente em 2006 com 47,6% para os homens e 52,4% para as mulheres.

Já nos empreendedores estabelecidos, a maioria sempre foram os homens, mas a diferença caiu consideravelmente ficando em 2014, 54,9% para homens e 45,1% para as mulheres.

Gráfico 04 - Evolução da distribuição percentual dos empreendedores iniciais segundo gênero – Brasil – 2002:2014

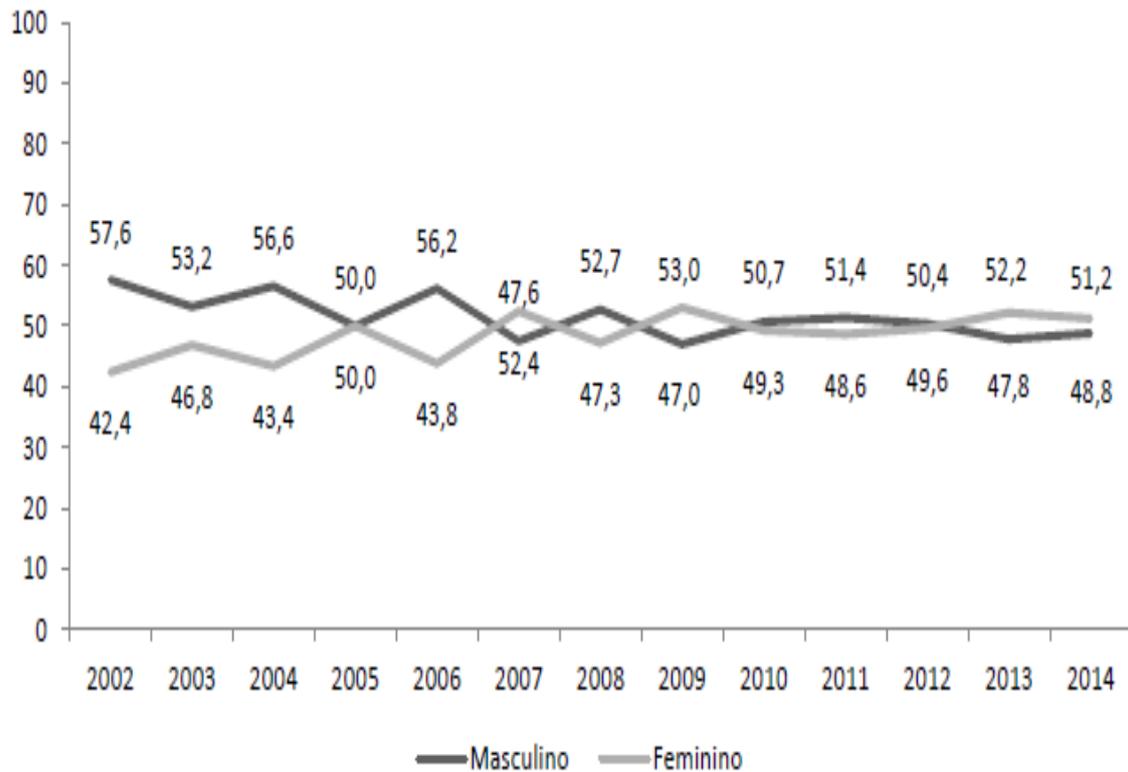
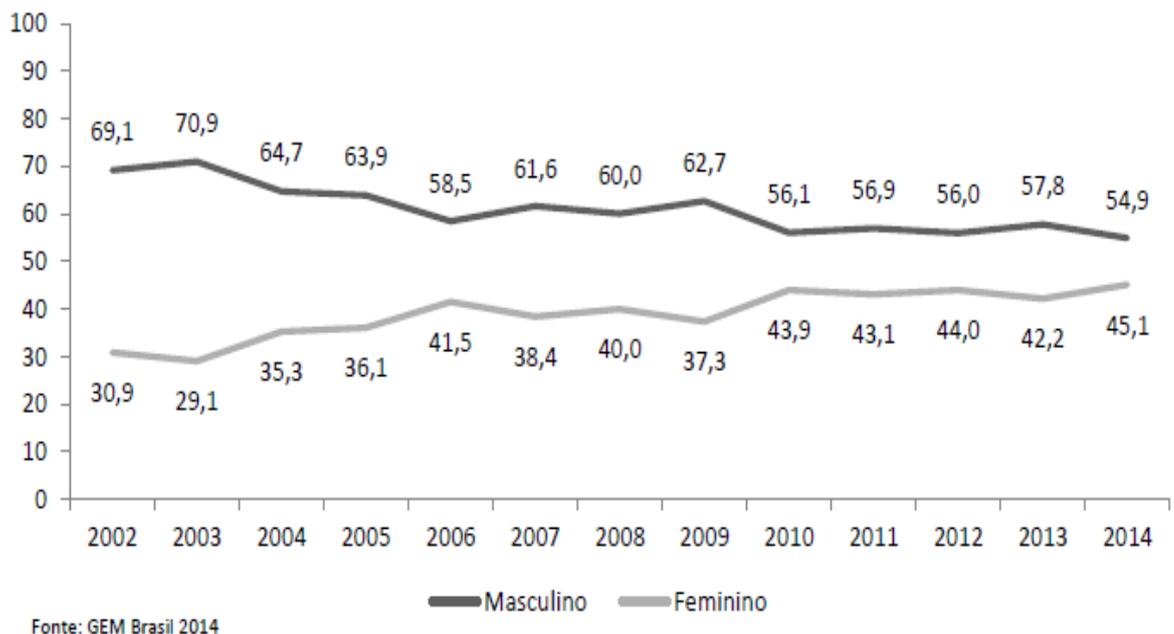


Gráfico 05 - Evolução da distribuição percentual dos empreendedores estabelecidos segundo gênero – Brasil – 2002:2014



## Distribuição de crédito

Entre 2010 e 2013, os valores concedidos pelo programa nacional de microcrédito produtivo foram para as mulheres, como pode ser verificado na Tabela 02, a distribuição ficou em média 62% para as mulheres e 38% para os homens. Comprovando-se assim, que as mulheres estão cada vez mais empenhadas com os próprios negócios, buscando formas de financiamentos e créditos para os empreendimentos.

Tabela 02 - Distribuição dos microempreendedores atendidos e dos valores concedidos pelo programa nacional de microcrédito produtivo orientado, segundo sexo – Brasil – 2010-2013

Sexo	Microempreendedores atendidos							
	Em nº absolutos				Em %			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Mulheres	1.349.974	1.738.915	2.522.646	3.528.370	65,2	65,0	63,8	62,3
Homens	721.633	935.242	1.430.760	2.136.086	34,8	35,0	36,2	37,7
<b>Total</b>	<b>2.071.607</b>	<b>2.674.157</b>	<b>3.953.406</b>	<b>5.664.456</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Sexo	Valores concedidos							
	Em 1.000 R\$				Em %			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Mulheres	1.869.481	2.535.343	3.976.964	6.113.179	62,3	61,9	61,1	60,2
Homens	1.130.680	1.562.947	2.527.822	4.048.117	37,7	38,1	38,9	39,8
<b>Total</b>	<b>3.000.161</b>	<b>4.098.289</b>	<b>6.504.786</b>	<b>10.161.297</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: MTE, PRMPO

Elaboração: DIEESE

Obs.: a) Instituído pela Lei nº 11.110, de 25 de abril de 2005, tem por objetivo incentivar a geração de trabalho e renda entre os microempreendedores populares

b) O Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado é destinado às pessoas físicas e jurídicas empreendedoras de atividades produtivas de pequeno porte, com renda bruta mensal de até R\$120 mil

## Principais atividades empreendedoras

A tabela 03 apresenta a evolução das principais atividades empreendedoras em microempresas e conta própria entre 2002 e 2012, as principais áreas foram beleza e higiene pessoal, serviços de alimentação - exceto ambulantes e comércio varejista.

Em 2013, as mulheres atuaram principalmente nas atividades de vestuário, da beleza e higiene pessoal e dos serviços domésticos. No Brasil, esses três segmentos

responderam pela atividade de 49,5% das empreendedoras em estágio inicial (Tabela 04) e 53,9% das empreendedoras estabelecidas (Tabela 05). Nesse tipo de comércio, predomina a venda de produtos de beleza por meio de catálogo, o que é muito difundido no Brasil (GEM, 2014).

Tabela 03 - RELAÇÃO DAS 10 PRINCIPAIS ATIVIDADES DE EMPREENDEDORES EM MICROEMPRESAS E CONTA-PRÓPRIA POR SEXO –BRASIL - 2002-2012

Atividades	Mulheres - 2002			Mulheres - 2012		
	Em 1.000 pessoas	Em %	Posição no ranking	Em 1.000 pessoas	Em %	Posição no ranking
Cabeleiros e outros tratamentos de beleza	594	9,6	2	1.080	14,7	1
Outros serviços de alimentação - exceto ambulantes	383	6,2	4	682	9,3	2
Comércio varejista realizado em pontos móveis, instalados em vias públicas ou em mercados	840	13,5	1	589	8,0	3
Confecção de artigos do vestuário e acessórios - exceto sob medida	126	2,0	11	481	6,6	4
Comércio de artigos do vestuário, complementos e calçados	227	3,6	7	456	6,2	5
Comércio de produtos alimentícios, bebidas e fumo	339	5,5	5	411	5,6	6
Saúde particular	175	2,8	9	246	3,4	7
Fabricação de artefatos têxteis e partir de tecidos - exceto vestuário	321	5,2	6	236	3,2	8
Confecção sob medida de artigos do vestuário e acessórios	584	9,4	3	233	3,2	9
Comércio de produtos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, odontológicos, cosméticos e de perfumaria	72	1,2	22	191	2,6	10
<b>Total (10+)</b>	<b>3.660</b>	<b>58,9</b>	<b>-</b>	<b>4.605</b>	<b>62,8</b>	<b>-</b>
<b>Outros</b>	<b>2.552</b>	<b>41,1</b>	<b>-</b>	<b>2.727</b>	<b>37,2</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6.212</b>	<b>100,0</b>	<b>-</b>	<b>7.332</b>	<b>100,0</b>	<b>-</b>

Tabela 04 - Distribuição percentual das atividades dos empreendedores iniciais segundo o gênero – Brasil – 2014

Atividades			
Descrição da Cnae	Masculino	Descrição da Cnae	Feminino
% dos empreendedores iniciais por gênero			
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	12,1	Serviços domésticos	17,5
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	10,1	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	11,6
Manutenção e reparação de veículos automotores	6,7	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	9,4
Obras de acabamento	4,2	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	8,6
Serviços ambulantes de alimentação	2,7	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	8,5
Instalações elétricas	2,5	Comércio varejista de mercadorias em geral, sem predominância de produtos alimentícios	4,0
Comércio ambulante e outros tipos de comércio varejista	2,2	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	3,6
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	2,1	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	2,7
Instalações hidráulicas, de sistemas de ventilação e refrigeração	2,1	Serviços ambulantes de alimentação	2,3
Transporte rodoviário de táxi	2,1		
Transporte rodoviário de carga	2,0		
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	2,0		
Outras atividades	49,1	Outras atividades	31,9

Fonte: GEM Brasil 2014

Tabela 05 - Distribuição percentual das atividades dos empreendedores estabelecidos segundo o gênero – Brasil – 2014

Atividades			
Descrição da Cnae	Masculino	Descrição da Cnae	Feminino
% dos empreendedores estabelecidos por gênero			
Serviços especializados para construção não especificados anteriormente	14,0	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza	18,6
Obras de acabamento	9,9	Serviços domésticos	15,0
Manutenção e reparação de veículos automotores	5,2	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	8,8
Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	4,0	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	6,6
Transporte rodoviário de carga	3,1	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	5,5
Instalações elétricas	2,7	Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas	4,0
Transporte rodoviário de táxi	2,6	Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada	3,3
Reparação e manutenção de computadores e de equipamentos periféricos	2,2	Fabricação de outros produtos têxteis não especificados anteriormente	3,1
Reparação e manutenção de equipamentos eletroeletrônicos de uso pessoal e doméstico	2,1	Criação artística	2,9
Comércio ambulante e outros tipos de comércio varejista	2,0		
Serviços domésticos	1,9		
Serviços ambulantes de alimentação	1,8		
Fabricação de móveis com predominância de madeira	1,7		
Outras atividades	46,8	Outras atividades	32,3

Fonte: GEM Brasil 2014

## Conclusões

Esta pesquisa demonstrou, através da pesquisa exploratória, em dados estatísticos oriundos de pesquisas estatísticas de diversos órgãos com o GEM, DIEESE, SEBRAE, entre outros que as mulheres estão se destacando como empreendedoras como o inegável o crescimento da participação feminina na composição da população economicamente ativa no Brasil (cresceu de 20% em 1970, para aproximadamente 43% no início do século XXI), evolução das mulheres empreendedoras também aconteceu (número de empreendedoras individuais passou de 352.465 em 2010, para 1.683.074 em 2013, um aumento de 477%) e a distribuição do microcrédito, entre 2010 e 2013, ficou em média 62% para as mulheres e 38% para os homens.

A forte participação feminina na motivação de empreendedorismo por sobrevivência, cabe ressaltar a importância de incentivar políticas públicas que tenham reflexo nos negócios com essas características.

As mulheres atuaram principalmente nas atividades de vestuário, da beleza e higiene pessoal e dos serviços domésticos, comprovando que estes empreendimentos podem iniciar-se na informalidade, dentro de casa e transformar-se em negócios lucrativos.

## Referências Bibliográficas

Alperstedt, Graziela Dias. Ferreira, Juliane Borges. Serafim, Maurício Custódio EMPREENDEDORISMO FEMININO: DIFICULDADES RELATADAS EM HISTÓRIAS DE VIDA. 2014.

ARENDR, S.; BRETTEL, M. UNDERSTANDING THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON CORPORATE IDENTITY, IMAGE, AND FIRM PERFORMANCE". Management Decision, v. 48, n. 10, p. 1469-1492, 2010

COSTA, M. A. F.; COSTA, M. F. B. METODOLOGIA DA PESQUISA – CONCEITOS E TÉCNICAS, Rio de Janeiro, Ed. InterCiência, 2001.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor . EMPREENDEDORISMO NO BRASIL : 2004 / Paulo Alberto Bastos Júnior... [et al.].— Curitiba : IBQP ; SEBRAE, 2005

GEM. Global Entrepreneurship Monitor EMPREENDEDORISMO NO BRASIL : 2013 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco ; autores : Mariano Macedo Matos... [et al] -- Curitiba: IBQP, 2013.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. EMPREENDEDORISMO NO BRASIL 2010 – Relatório Executivo.

Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade [IBQP], 2011.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. EMPREENDEDORISMO NO BRASIL : 2012 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; autores : Tales Andreassi, Mariano de Matos Macedo... [et al] -- Curitiba : IBQP, 2012.

Gil, Antonio Carlos. COMO ELABORAR PROJETOS DE PESQUISA. São Paulo. 2002  
Hisrich, R. D., & Peters, M. P. Entrepreneurship (5nd ed.). Boston: Irwin/McGraw Hill. (2002)

JONATHAN, Eva G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE – ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. Anais... Brasília, UEM/UEL/UnB, 2003

MACHADO, H. V. IDENTIDADES DE MULHERES EMPREENDEDORAS. Maringá: Eduem, 2009.

MARTINS, CIBELE BARSALINI CRNKOVIC, LUCIANA HELENA PIZZINATTO, NADIA KASSOUF MACCARI, EMERSON ANTONIO EMPREENDEDORISMO FEMININO: CARACTERÍSTICAS E PERFIL DE GESTÃO EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS. Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 3, n. 2, p. 288-302, mai./ago. 2010

Nissan, E., Galindo, MA e Mendez, MT, "RELAÇÃO ENTRE ORGANIZAÇÕES, INSTITUIÇÕES, EMPREENDEDORISMO E PROCESSO DE CRESCIMENTO ECONÔMICO", *Jornal Internacional Empreendedorismo e Gestão* Vol. 7 No. 3, pp. 311-24. (2011)

Pereira, Jaiane Aparecida. Machado, Viviane dos Santos. A MULHER EMPREENDEDORA COMO PARTE DA DISSEMINAÇÃO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO NOS COLÉGIOS PARTICULARES DA CIDADE DE JANDAIA DO SUL – PR *Caderno de Administração* - v. 21, n. 1 (2013)

Soriano, Domingo Ribeiro. Huarng,, Kun-Huang. INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP IN KNOWLEDGE INDUSTRIES, *Journal of Business Research*, Volume 66, Issue 10, October 2013

G. M. V. Vale, A. C. F. Serafim, A. dos S. de S. Teodósio Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes? *RAC*, Curitiba, v. 15, n. 4, art. 4, pp. 631-649, Jul./Ago. 2011

ZIKMUND, W.G. "BUSINESS RESEARCH METHODS". 6th edition . The Dryden Press. Fort Worth. 2000