
Empreendedorismo feminino: das dificuldades às conquistas

Daiane de Oliveira Aguiar

Graduada em Administração pela Libertas Faculdades Integradas

Dalva Kellen Dizaró Rafael Antonio

Mestra em Linguística e professora da Libertas Faculdades Integradas

RESUMO

O sucesso da empresa depende de um planejamento adequado, a maioria das pessoas se preocupam somente no lucro que vão ter, e esquece o mais importante, o plano de negócios, o planejamento minimiza os riscos e erros que a empresa poderá sofrer futuramente. O empreendedor é aquele que tem iniciativa para criar, inovar e assumir riscos, mas não perde a esperança de evoluir e crescer profissionalmente. Um empreendedor precisa saber errar e aprender com os próprios erros cometidos, as pessoas não nascem com o perfil empreendedor, na verdade o conhecimento é adquirido ao longo do tempo, com experiência e dedicação qualquer um consegue obter sucesso na carreira empreendedora. As mulheres passaram por diversas dificuldades pra chegar onde está hoje, o preconceito e críticas eram muitas. Apesar dos obstáculos a mulher não desistiu e conquistou o mercado de trabalho com o seu perfil empreendedor. A pesquisa tem o objetivo de relatar como a mulher chegou onde está hoje, o que ela enfrentou desde o começo, os mitos e as verdades sobre empreendedores de sucesso, e o caso da empresária brasileira Luiza Helena Trajano. Com seu perfil empreendedor avançado e com sua força de vontade, ela conseguiu transformar uma rede de lojas localizadas na cidade de Franca, São Paulo, em uma das maiores redes do Brasil. O Magazine Luiza começou com uma pequena loja conhecida como a Cristaleira, e com o tempo o número de lojas foram multiplicando, sistemas foram aplicados às lojas, e o número de clientes aumenta cada vez mais. Luiza é um grande exemplo no quesito empreendedorismo feminino, sua história serve como motivação para várias pessoas que pretendem abrir seu próprio negócio.

Palavras – chave: Plano de negócios; Empreendedorismo; Mulheres empreendedoras.

1 INTRODUÇÃO

O fato de o empreendedorismo feminino ser cada vez mais reconhecido, o torna um assunto muito discutido atualmente, principalmente pela quantidade de mulheres inseridas no mercado de trabalho, hoje elas ocupam cargos de grande importância, e assumem grandes responsabilidades. Apesar dos desafios enfrentados, as mulheres conquistaram seu espaço no

mercado, e trabalham cada vez mais com intuito de se tornarem independentes, assim como os homens.

O trabalho mostra a evolução da mulher no mercado de trabalho, desde as dificuldades, até as conquistas do empreendedorismo feminino, faz uma análise do empreendedorismo feminino de acordo com o tema proposto, relata a evolução da mulher no mercado de trabalho, as dificuldades e conquistas, e caracteriza o caso da empreendedora Luiza Helena Trajano, proprietária do Magazine Luiza, a qual é reconhecida mundialmente e obtém sucesso no mercado de trabalho.

2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

Séculos atrás houve grandes acontecimentos importantes na história mundial, como, a Idade da pedra, muralha da China, as pirâmides do Egito, dentre outros, esses acontecimentos podem ser considerados como empreendimentos de grande sucesso.

O que diferencia o empresário do empreendedor é sua capacidade de empreender, ou seja, a capacidade de detectar e concretizar a realização das oportunidades, e é esse fator que constitui a capacidade de gerir uma empresa (LUPETTI, 2003, p.2).

O conceito de empreendedorismo tem diversos significados. Segundo Hisrich e Peters (2002), é a inovação e identificação de oportunidades, de uma maneira incerta, assumindo riscos calculados. Sendo assim o empreendedorismo pode ser considerado como um investimento em um negócio e a possibilidade de poder fracassar ou então obter sucesso.

Já Dolabela (1999), relata que empreendedorismo envolve algo inovador, diferente, que torne a empresa cada vez melhor. Ou seja, alguma atividade econômica que propõe crescimento da organização.

O empreendedor é aquele que tem iniciativa para criar, inovar e assumir riscos, mas não perde a esperança de evoluir e crescer profissionalmente. De acordo com Alves (2008), empreendedor em francês, *entrepeneur* significa aquele que se compromete com algum tipo de trabalho ou atividade específica. Portanto ser empreendedor significa realizar coisas novas e colocar em prática suas próprias ideias.

De acordo com Dolabela, o economista austríaco Schumpeter (1961) associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, a inovação e aproveitamento de oportunidades.

O empreendedor é visualizado como aquele que busca a melhor combinação possível de diferentes recursos produtivos, situados dentro ou fora da empresa, criando uma unidade produtiva em melhores condições de negociar no mercado (AMÂNCIO; VALE; WILKINSON; 2008, p.4).

O ato de empreender gera novos obstáculos, com esses obstáculos é possível adquirir novos conhecimentos e experiência prática. Quanto mais erros cometidos, maior a chance de acertar na próxima vez. Apesar dos obstáculos, há maneiras administrativas que ajudam na hora de empreender. De acordo com Chiavenato (2003), uma das maneiras de administrar uma empresa começa pelo plano de negócios, expondo os objetivos, e as maneiras corretas para alcançá-los.

“Plano de negócios é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros (SALIM; HOCHMAN; RAMAL; 2005, p. 3).”

O planejamento pode ser considerado como a exposição das características que a empresa possuiu, tanto as despesas, como o lucro.

2.2 Tipos de empreendedores

Cada empreendedor tem sua maneira de desenvolver uma empresa, alguns conseguem garantir o sucesso da organização, outros inexperientes, acabam se prejudicando. De acordo com Dornelas (2007) serão expostos alguns dos tipos de empreendedores existentes:

Empreendedor nato: são os que começam do nada e crescem rapidamente, muito conhecidos e começam a trabalhar geralmente na adolescência. Normalmente estes nascem de famílias empreendedoras, são pessoas modernas, otimistas, e muito comprometidas, seguem os exemplos da cultura familiar.

Empreendedor inesperado: é aquele que impressiona, nunca imaginava ser empreendedor, e de uma hora pra outra descobre algo inesperado, muda sua rotina completamente para dedicar ao seu próprio negócio. Essa mudança ocorre geralmente quando

alguém o convida a formar uma sociedade, ou ele próprio toma essa decisão. Às vezes a decisão demora a ser tomada, ou a pessoa decide na mesma hora, principalmente quando corre o risco de ficar desempregado.

Empreendedor serial: é apaixonado pelo o que faz não se contenta apenas em desenvolver um negócio, é dinâmico, gosta de adrenalina, tem uma ótima postura e sabe liderar. Normalmente sabe tudo o que se passa na empresa e adora conversar com os amigos, tem habilidades de motivar pessoas, e gosta de finalizar o que começou. Acaba tendo vários compromissos ao mesmo tempo e fracassando em alguns, só que isso serve de motivação para continuar tentando.

Empreendedor corporativo: são pessoas com facilidade em gerenciar, possuem necessidades de criar novos negócios e muito conhecimento na área administrativa.

Empreendedor social: só se sente realizado, quando os outros também estão, tem o intuito de sempre ajudar as pessoas, quer mudar o mundo de uma maneira em que todos sejam beneficiados.

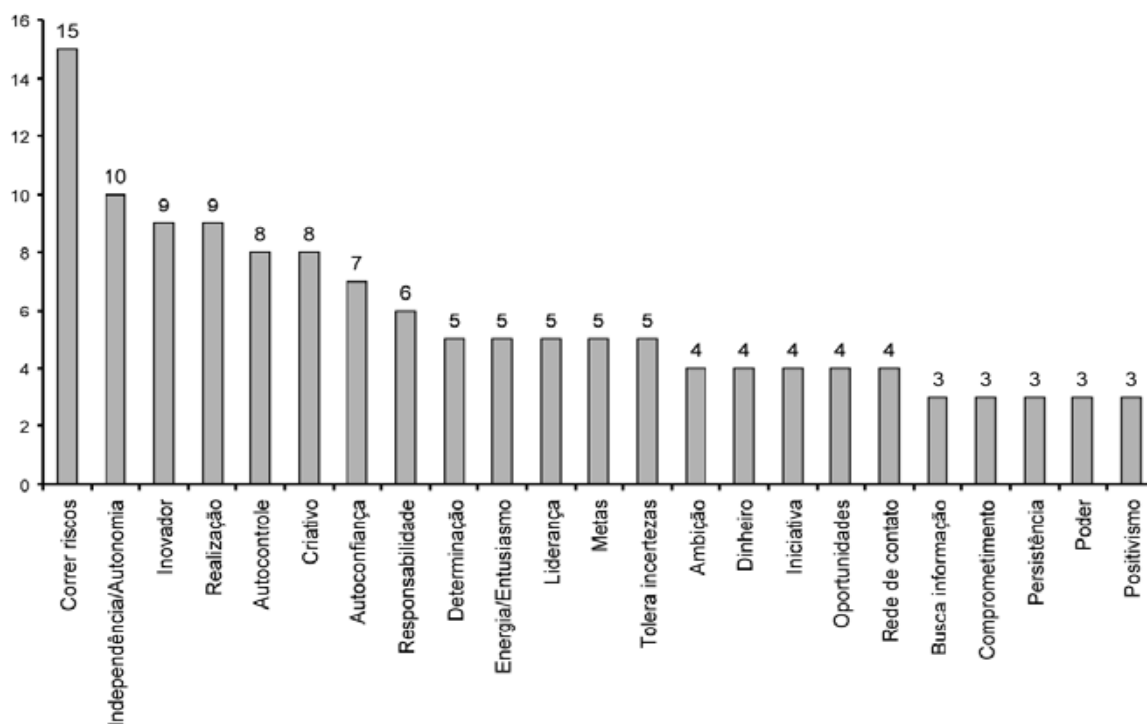
Empreendedor por necessidade: aquele que não tem alternativa a não ser abrir seu próprio negócio, alguns são demitidos do emprego e resolvem ganhar dinheiro de outra forma, resultando em pouco lucro, a maioria não teve acesso à educação e não tem experiência na área empreendedora.

Empreendedor herdeiro: aquele que herda os negócios da família e precisa multiplicar a renda da empresa, esse tipo de empreendedor se torna cada vez mais difícil, pois eles seguem o exemplo de empreender da família, não atualizam as informações por medo de mudar o que já tem dado certo.

Empreendedor normal: aquele que visa diminuir os riscos, e possui um planejamento futuro da empresa, é considerado um empreendedor normal.

Apesar dos vários tipos de empreendedores, fica claro, que alguns erros podem prejudicar a empresa, assim é preciso amenizar os riscos, visando diminuir os erros. O gráfico a seguir mostra a porcentagem quanto às características dos empreendedores:

Gráfico 1. Características dos empreendedores



Fonte: Dornelas, JCA. Empreendedorismo na Prática. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

De acordo com o gráfico, é possível ver que a característica mais comum do empreendedor é correr riscos, muitos assumem grandes riscos, sem antes planejar. A segunda característica comum entre eles é a busca pela independência financeira, logo após vem à realização, criatividade, liderança, Iniciativa e busca de informações. O poder é algo pouco encontrado nos empreendedores, eles buscam primeiramente ser reconhecidos.

Piccini (2010) revela que empreendedores que pensam grande são aqueles com comportamento diferenciado, são mais qualificados profissionalmente e tem ambição de construir algo sólido.

3 EMPREENDEDOR DE SUCESSO, MITOS E VERDADES

Há algumas divergências quanto ao perfil e características dos empreendedores, alguns estudiosos dizem que o sujeito já nasce com o perfil empreendedor, ou seja, corajoso, criativo,

ousado entre outros, e que aprender o que é o empreendedorismo e descobrir suas competências empreendedoras é algo ilusório, pois isso não se aprende. Há também, o senso de que o empreendedor é aquele sujeito irresponsável e descomprometido. Dornellas (2007) esclarece muito bem quais são os mitos e verdades a respeito desses profissionais:

É considerado mito dizer que todos os empreendedores nascem para o sucesso, pois na verdade algumas pessoas nascem com uma facilidade maior em aprender, outras demoram mais para assimilar novidades, o sucesso é adquirido ao longo do tempo, é preciso adquirir novas experiências e praticá-las.

Dizer que os empreendedores assumem riscos altíssimos, também é considerado um mito, na realidade, o risco é controlado de maneira que não prejudique a empresa, dividem os riscos com outras pessoas e evitam arriscar sem que seja necessário.

É errado dizer que empreendedores não conseguem trabalhar em equipe, o fato é que eles sabem liderar muito bem a empresa, possuem um ótimo relacionamento tanto com clientes, quanto fornecedores e colegas de trabalho. Conseguem lidar com dificuldades do dia a dia trabalhando em equipe.

O empreendedor quando possui experiência no ramo pretendido tem mais facilidade em obter sucesso, com planejamento é possível identificar as falhas, e minimizar os erros. São vários os fatores que influenciam no sucesso do empreendedor, principalmente a ação e o planejamento, estes andam juntos (LEITE, 2013).

4 EVOLUÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Ao final da década de 60, a sociedade era baseada em um modelo patriarcal, o qual o homem era o único e exclusivo provedor de seu lar, dando alimentação e conforto a sua família. Para a mulher, cabiam as tarefas do lar para com a casa e com os filhos. Somente aquelas mulheres que tinham condições financeiras menos favoráveis que trabalhava fora, fazendo doces, bordados, costuras. As mulheres mais favorecidas financeiramente não eram criadas para serem bem sucedidas e as que pensavam e agiam de forma contrária eram mal vistas pela sociedade.

Após a evolução industrial, a qual trouxe o desenvolvimento econômico e tecnológico e o uso de maquinarias, aliada às duas primeiras Guerras Mundiais e a revolução feminista na

década de 70, as mulheres começaram a ser requisitas no mercado de trabalho. Nos dias atuais, principalmente no mercado ocidental as mulheres assumem além de provedoras, cargos de responsabilidade como executivas, políticas e empreendedoras de seu próprio negócio.

No século XX as mulheres começaram a exercer profissões que exigiam informação intelectual, porém, os cargos de chefia ainda eram confiados aos homens.

O mundo tem apostado em valores femininos, como a capacidade de trabalho em equipe contra o antigo individualismo, a persuasão em oposição ao autoritarismo, a cooperação no lugar da competição (PROBST, 2003 p.1).

Um diferencial entre ambos os sexos, é que a mulher possui um nível escolar maior do que o homem, quanto maior sua instrução acadêmica, mais ela fica ativa no mercado de trabalho.

Grande parte delas tem trajetórias profissionais contínuas, como os homens. Porém, elas permanecem sensivelmente menos bem pagas que eles têm carreiras profissionais mais estagnadas, experimentam um sobre desemprego e um subemprego patentes. Além disso, a segregação dos empregos continua forte (BRUSCHINI, COSTA; HIRATA, SORJ, 2008).

Pesquisas expostas pelo IBGE, 2012, divulgam que em 2010 as empresas com alto crescimento, empregaram 31,5% de mulheres e nas empresas com mais ou menos dez assalariados, o número de mulheres empregadas são 34,3%.

Já se percebe que o número de mulheres é muito maior do que os homens, daqui alguns anos a mulher será maioria nas profissões existentes. A desigualdade social entre ambos é notável, ainda exercendo o mesmo trabalho a mulher acaba ganhando menos IBGE, 2012.

Seja como executivas de carreira, fundadoras do próprio negócio ou até como herdeiras, um grupo seletivo de brasileiras estão desbravando um universo que até pouco tempo era dominado apenas pelos homens. Segundo a revista Forbes, 14% dos presidentes das grandes companhias com operação no Brasil são mulheres.

Bruschini, Costa, Hirata e Sorj. (2008) relatam que as desigualdades salariais em 2001, variam de 6% e 21%, e entre 11% e 30%, apesar de que as diferenças são calculadas na base

de salários por hora ou anuais. Esses resultados estão cada vez mais complexos e as variedades se explicam pela concentração de empregos femininos.

A vida profissional compartilhada com as mulheres tem se revelado mais ativa, mais colorida, e mais interessante. Esse intercâmbio de conhecimentos e sensibilidades tem se mostrado proveitoso para ambas as partes. Troca-se razão por criatividade, matemática por poesia, disciplina por afetividade. E vice-versa. Reafirmo a necessidade de aprendizado permanente e as mulheres são boas professoras por natureza. Enfim, diria que não importa o sexo ou a opção sexual. Quem aspira a uma carreira de sucesso tem que assumir, de agora em diante, um perfil mais feminino. E este conselho vale também para as mulheres que ainda não descobriram suas próprias virtudes (JULIO, 2002, p. 136).

A mulher é sensível e detalhista, trabalha naturalmente conseguindo um bom espaço no mercado de trabalho, pessoas assim possuem mais criatividade para resolver problemas que parecem insolúveis, nos dias atuais vemos muitos exemplos de competência feminina nos postos de gerência e diretoria (PROBST, 2003).

O perfil da mulher é diferente do começo do século, hoje ela ocupa cargos de responsabilidade, além de ser mãe, esposa e dona de casa. No próximo capítulo será esclarecido melhor o perfil dos empreendedores, focando no perfil feminino.

4.1 O perfil da mulher empreendedora

Cada empreendedor possui um aspecto diferenciado e adequado ao seu perfil, alguns não são donos de um perfil empreendedor, mas adquirem ao longo do tempo. Cerbase e Barbosa (2009) relatam que pessoas com perfil corporativo têm grandes vantagens de se dar bem, possuem mais segurança, perfil de liderança e melhor estrutura profissional. O sócio-capitalista é considerado como aquele que possui capital, mas não sabe administrar seu negócio, acaba dando vantagem para o empreendedor que não possui capital suficiente, por esse motivo comemoram juntos, os resultados do negócio.

A capacidade de empreender requer do empreendedor algumas habilidades: correr riscos na tomada de decisão, saber aproveitar as oportunidades, conhecer o mercado de atuação, saber organizar os recursos disponíveis, saber liderar, ter talento, ser independente e, sobretudo; ser otimista (LUPETTI, 2003, p. 3).

Algumas características devem estar presentes no empreendedor, Cerbase e Barbosa (2009) expõem seus conhecimentos esclarecendo sobre estas características:

- Visão - o empreendedor sempre vê o que os outros não enxergam, ele é quem encontra oportunidades onde ninguém imagina.
- Riscos - todo empreendedor corre riscos o tempo todo, não é possível prognosticar o que vai dar certo, ou não, lembrando que, com um plano de negócios, é possível amortecer esses riscos.
- Relacionamentos - é preciso manter contatos e estabelecer bons relacionamentos com os colaboradores,
- Persistência: se o empreendedor não for persistente, ele não enfrentará os desafios diários, persistência diz respeito à ambição e comprometimento.

Além do perfil ousado, outros aspectos são considerados características do perfil empreendedor, como o perfil decidido, observador, curioso, organizado, líder, talentoso, independente, otimista, entre outros.

O perfil ousado do empreendedor é aquele que sabe enfrentar os riscos e é desafiador, riscos fazem parte do cotidiano, é possível encontrá-lo em qualquer lugar, além disso, o que importa é a tomada de decisão utilizada para enfrentar esses riscos, o empreendedor deve escolher a solução do problema, percorrendo o melhor caminho (LUPETTI, 2003).

O perfil empreendedor é marcado por inúmeras características, ter iniciativa é apenas o início, é necessário ser confiante e determinado em seu propósito, independente, bastante persistente e perseverante (atitudes muitas vezes deixadas de lado frente às possíveis dificuldades), com sua intuição focaliza seu alvo estando aberto a sugestões e críticas (flexível), é original e gosta como ninguém de um desafio (SILVA 2011, pp. 19-20).

Lupetti (2003) esclarece melhor sobre o perfil empreendedor. De acordo com ele, o empreendedor decidido é aquele que sabe identificar oportunidades e é atento às mudanças. O talentoso é considerado como o que possui motivação, e é dedicado ao trabalho. Já o independente é o que sabe lidar com diversos tipos de personalidades.

As mulheres possuem alguns diferenciais em relação ao perfil masculino. Empreendedoras são mais dedicadas ao negócio e colocam a empresa como um plano central em suas vidas. Jonathan e Silva pronunciam que,

“As empreendedoras são, em sua maioria, mulheres altamente escolarizadas, de meia-idade, casadas, mães, e possuem microempresas principalmente no setor de prestação de serviços (JONATHAN e SILVA 2007, p.82)”.

As empreendedoras estão em busca de independência financeira e querem mostrar que são capazes de gerir uma empresa, de acordo com IBGE, 2012, o maior número de mulheres empresárias são as que possuem filhos e possuem melhor estabilidade. Baygan (2000, *apud* Machado, 2002) informa que as mulheres com faixa etária entre 35 e 50 anos, possuem um nível educacional formal e normalmente são casadas e com filhos.

A mulher tem vários motivos para se tornar empreendedora, um deles é o circunstancial e ocorre quando ela possui um *hobby* e pretende dar continuidade a esta atividade. Outra maneira é a vontade pessoal, quando a empreendedora inicia o negócio começando do zero, como foi dito anteriormente, ela busca independência financeira.

5 METODOLOGIA

Metodologia é o estudo dos melhores métodos aplicados em determinadas áreas, metodologia de um trabalho científico é a parte que é feita uma descrição do objeto de estudo e técnicas utilizadas na pesquisa. Com relação à coleta de dados, conforme Lakatos e Marconi, a etapa da pesquisa se inicia com a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de efetuar a coleta de dados previstos (LAKATOS e MARCONI, 1991, p. 165).

Escolheu-se para a metodologia desse trabalho o estudo de caso, mediante pesquisa dos dados da loja Magazine Luiza, fornecido pelo *site* da própria loja, trazendo a história do início de suas atividades, todo o trajeto, desde a atualidade enfatizando o sucesso obtido através de anos de atuação.

5.1 Caso da empresária da Rede Magazine Luiza

O Magazine Luiza foi fundado em 16 de novembro de 1957, na cidade de Franca, SP. Tudo começou quando o casal Pelegrino José Donato e Luiza Trajano Donato construíram uma humilde loja de presentes nomeada, A Cristaleira. Logo após fundaram o Magazine Luiza, considerada uma extensa rede de varejo, fornecendo aos clientes produtos para a casa

das famílias brasileiras. Com o passar do tempo o aumento das vendas cresceu mutuamente, lojas físicas, virtuais, *e-commerce* e tele vendas, foram implantadas (MAGAZINE LUIZA, 2013).

O casal Donato decidiu contratar alguns parentes para ajudá-los no andamento da empresa, a sobrinha Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues, obteve destaque, e em pouco tempo deixou de ser balconista e se tornou gerente da loja.

Ela começou a trabalhar na empresa aos 12 anos como balconista e passou a gerente geral. Em 1981, foi uma das primeiras redes a implantar um sistema de computação em suas lojas. Além disso, em 1983, a empresa iniciou sua expansão para fora do Estado de São Paulo, com a inauguração de diversas lojas na região do Triângulo Mineiro. O crescimento da rede culminou com a inauguração em 1986 do primeiro centro de distribuição, localizado na cidade de Ribeirão Preto, interior de São Paulo. Em 1991, surgiu a necessidade de se criar uma *holding* e Luiza Helena assumiu o cargo de superintendente do MAGAZINE LUIZA (MUNDO DAS MARCAS, 2006).

Luiza é considerada uma grande referência no que diz respeito ao empreendedorismo feminino, hoje presidente da rede Magazine Luiza, que é conhecida com uma das maiores redes de lojas do Brasil.

Sendo um grande exemplo de inspiração, Luiza obteve destaque por sua atuação e desenvolvimento, frequentemente é convidada a dar palestras por todo Brasil com intuito de passar às pessoas sua sabedoria. Em 2012 ministrou 25 palestras para públicos diferenciados, além do Brasil também realizou conferências no Japão, com temas sobre o presente e o futuro do setor de varejo brasileiro (MAGAZINE LUIZA, 2013).

Em 1992 foram criadas as lojas virtuais a comando de Luiza, essas lojas nasceram devido à vontade de expandir a rede de empresas para várias cidades do interior paulistano, elas existiam mesmo antes da população se acostumar com a idéia de fazer compras online. No começo não obtiveram sucesso, pois não tinha produtos em exposição, a vantagem é que possuía vendedores treinados para atendimento online, outro benefício é que o produto era entregue na casa do cliente dentro de 48 horas (MATTAR 2011).

Em 1996, o MAGAZINE LUIZA inaugurou de uma só vez 23 lojas no mercado paranaense, antes pertencentes à Casa Felipe. (MUNDO DAS MARCAS, 2006).

Foi constatado que a empresa não parava de crescer, além disso, o comércio eletrônico se expandiu visando facilitar a vida do cliente, uma página na internet foi criada com mais de

cinco mil produtos para mostruário. Sendo o único site que possui diferencial na hora das compras:

O site Magazine Luiza possui diferencial, pois é o único do varejo on-line, que tem em sua rede uma vendedora virtual, chamada *Tia Luiza*, a vendedora ajuda a tirar dúvidas dos clientes, facilitando na hora da compra, através de conteúdos prontos (MUNDO DAS MARCAS, 2006).

De todas as características implantadas na empresa, pelo menos 70% foi idéia de Luiza Helena Trajano, com seu conhecimento empreendedor transformou uma única loja em uma rede de empresas, considerada uma das maiores do Brasil.

As segundas-feiras pela manhã são realizadas os ritos de comunhão em todas as lojas do Magazine Luiza, além de causar motivação, este rito faz com que os funcionários se unam e saibam trabalhar em grupo. Os funcionários cantam o hino nacional, hino do Magazine Luiza, realiza-se orações, e compartilham dos resultados da empresa, datas comemorativas, entre outros (MAGAZINE LUIZA, 2013).

Apaixonada pelo empreendedorismo, Luiza revelou sua receita para o sucesso nos negócios. “É preciso acreditar. Ter um objetivo claro. Traçar um plano e trabalhar. Muita gente vai dizer que não dará certo, mas você precisa acreditar no seu sonho e não desistir. As pesquisas mostram que 70% dos empresários vencedores começaram pobres, mas com muita vontade de fazer diferença.”

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

São vários os motivos que levam uma pessoa a se tornar empreendedor, aquele que se torna um, precisa identificar oportunidades, ter uma visão diferenciada, entre outros.

No Brasil é constatado que muitos se tornam empreendedores por estarem desempregados, ou até mesmo por querer se tornar independente, é preciso lembrar sempre que sem um planejamento não é fácil obter sucesso empresarial, neste componente a mulher empreendedora obtém vantagens, elas possuem medo em arriscar, e preferem fazer um plano de negócio, e evitar surpresas. As mulheres precisam acreditar em seu potencial, pois com pensamento positivo conseguimos alcançar nossos ideais.

A estratégia também é considerada algo fundamental para a empresa, assim como na rede Magazine Luiza é comprovada que primeiramente obtiveram um planejamento. Todas as empresas que alcançaram o sucesso têm algo em comum, através da força de vontade souberam lidar com crises e barreiras, e por isso hoje são consideradas grandes potências.

Os resultados práticos obtidos com a pesquisa mostraram às mulheres que elas podem obter sucesso na área empresarial, basta fazer um plano de negócios, identificarem oportunidades existentes, colocar em práticas suas idéias, e não ter medo de arriscar. O perfil feminino apesar de se diferenciar do masculino possui características diferentes e positivas nas empresas, hoje em dia vemos que as mulheres estão cada vez mais adaptadas aos negócios, o número de mulheres que possuem educação completa é bem maior do que o número de homens, elas possuem maior facilidade em lidar com o público, e maior delicadeza na hora de administrar uma empresa.

Para um constante crescimento e expansão, o empreendimento tem que ter à frente um administrador capacitado e aberto para enfrentar os desafios costumeiros que demandam uma organização. Cabe ressaltar que, além da força de vontade o empreendedor tem que conhecer e entender o seu ramo de atividade de atuação.

Assim com as características exigidas para o sucesso, percebe-se que há uma identificação através do relato histórico da família Trajano, iniciando com a dona Luiza e seu esposo e pelo perfil bem sucedido de sua sobrinha Luiza Helena, que até hoje está à frente dos negócios.

6 REFERÊNCIAS

- ALVES JUNIOR, Maiso Dias. **Sustentabilidade na gestão de organizações do terceiro setor**: um estudo dos empreendimentos sociais apoiados pela Ashoka. Dissertação (mestre em administração) – Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2008.
- AMÂNCIO, R; VALE, G.V.; WILKINSON, J. **Empreendedorismo, Inovação e Redes**: uma nova abordagem. Revista FGV, São Paulo, v.7, p. 4, jun. 2008.
- BRUSCHINI, C; COSTA, A. O; HIRATA, H; SORJ, B. **Mercado de Trabalho e Gênero**: comparações internacionais. Rio de Janeiro: FGV, 2008.
- CERBASI, Gustavo; BARBOSA, Christian. **Mais Tempo Mais Dinheiro**: estratégias para uma vida mais equilibrada. Rio de Janeiro: Copyright, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo: Sextante gmt, 1999.

_____. **O Segredo de Luísa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na Prática: mitos e verdades do Empreendedor de sucesso**. São Paulo: Elsevier, 2008.

HISRICH, R. D; PETERS, M. P. **Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes**. Rio de Janeiro: T.M.R, 2006.

HOFFMANN, R; LEONE, E. T. **Participação da mulher no mercado de trabalho e desigualdade da renda domiciliar per capita no Brasil**. 2004. 57 f. Monografia (Revista do Departamento de Ciências Econômicas da UFMG), Belo Horizonte, 2004.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Empreendedorismo: Empresas de alto crescimento geraram mais da metade dos novos empregos em três anos**. Censo Demográfico 2012.

JONATHAN, E. G; SILVA, T. M. R. **Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes**. 2007. 84 f. (Pontifca Universidade Católica do Rio de Janeiro) Rio de Janeiro. p. 82.

JÚLIO, Carlos Alberto. **Reinventando você: a dinâmica dos profissionais e a nova organização**. Rio de Janeiro: Campus, p. 136, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**; 3 ed., São Paulo: Atlas, 1991.

LEITE, Jônatas. **Como ser um Empreendedor de Sucesso**. Disponível em: <<http://reidarenda.com/como-ser-um-empreendedor-de-sucesso/>> Acesso em: 27 de maio. 2013.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em Publicidade: a verdadeira alma do negócio**. São Paulo: Thomson, 2003.

MACHADO, Hilka Pereira Vier. **Empreendedoras e o preço do sucesso**. REO - Revista de Estudos Organizacionais, Maringá, vol.1, n.2, pp.75-88, jul./dez.2000.

MAGAZINE LUIZA – **Vem ser feliz**. Disponível em: <<http://www.magazineluiza.com.br/gptw2013/informacoesgerais.html>>. Acesso em: 18 jun 2013.

MATTAR, Fauze Najib. **Administração de Varejo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MUNDO DAS MARCAS. **Magazine Luiza**. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/09/magazine-luiza-vem-ser-feliz.html>>. Acesso em: 20 jun 2013.

PICCINI, Marcos. **Os três diferentes tipos de empreendedores no Brasil**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/noticias/administracao-e-negocios/os-tres-diferentes-tipos-de-empresarios-no-brasil/35372/>> Acesso em: 25 de maio. 2013.

PROBST, Elisiana Renata. **A Evolução da Mulher no Mercado de Trabalho**. 2003. 8 f. Monografia (Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Recursos Humanos) – Instituto Catarinense de Pós-Graduação – ICPG, Santa Catarina, p. 1. 2003.

SALIM, C. S; HOCHMAN, N; RAMAL, A. C. **Construindo Planos de Negócios**: Todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 4. 2005.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SILVA, C. R. **Empreendedorismo e o Profissional de Biblioteconomia**: uma abordagem da competência. João Pessoa: LTI, pp. 19-20, 2011.