



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

BRUNA RAFAELA SILVESTRE DA SILVA

**O PAPEL DA MULHER COMO GESTORA DE NEGÓCIOS: O CASO LUIZA
TRAJANO**

**ASSIS/SP
2016**



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

BRUNA RAFAELA SILVESTRE PINTO

**O PAPEL DA MULHER COMO GESTORA DE NEGÓCIOS: O CASO LUIZA
TRAZANO**

Trabalho de Conclusão do Curso Administração, apresentado ao Instituto Municipal de ensino Superior de Assis- IMESA e à Fundação Educacional do Município de Assis- FEMA, como requisito parcial obtenção do certificado de Conclusão.
Orientadora: Márcia Valéria Seródio Carbone

**ASSIS/SP
2016**

FICHA CATALOGRÁFICA

P659p PINTO, Bruna Rafaela Silvestre
O papel da mulher como gestora de negócios: o caso de Luiza
Trajano / Bruna Rafaela Silvestre Pinto.-- Assis, 2016.
31p.

Trabalho de conclusão do curso (Administração). – Fundação
Educativa do Município de Assis-FEMA
Orientadora: Dra. Márcia Valéria Seródio Carbone
1. Gestão de negócios 2. Gestão-mulher

CDD 658.4

**O PAPEL DA MULHER COMO GESTORA DE NEGÓCIOS: O CASO LUIZA
TRAZANO**

BRUNA RAFAELA SILVESTRE DA SILVA

Trabalho de Conclusão do Curso Administração, apresentado ao Instituto Municipal de ensino Superior de Assis- IMESA e à Fundação Educacional do Município de Assis- FEMA, como requisito parcial obtenção do certificado de Conclusão.

Orientador:_____

Analizador (1):_____

DEDICATÓRIA

A Deus, primeiramente, por ter me dado força durante os anos aos quais estive realizando este curso, apesar das tantas dificuldades, fui iluminada em minhas decisões, guiada para o caminho correto. À minha família, que me proporcionaram amor e dedicação, auxiliando em tudo para que eu obtivesse a oportunidade de concluir o curso. E assim eu vir a poder ter um futuro promissor.

Em especial dedico aos meus pais, Cleonice Silvestre e meu pai Wilson Aparecido, que fez todos os esforços possíveis para eu dar continuidade a essa jornada, sempre apoiando. Também ao meu esposo Maycon Fernandes da Silva, pelo amor e compreensão que sempre esteve ao meu lado dando apoio, ajudando e colaborando para que eu chegasse ao término deste curso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por mais essa vitória, entre tantas outras que ele tem me proporcionado.

Agradeço a minha família, que é a base mais sólida que tenho, onde sempre encontrei força para continuar.

Agradeço ao meu marido Maycon Fernandes, por me apoiar e ajudar durante a finalização deste projeto.

Agradeço a professora Márcia Valéria Seródio Carbone, pela orientação, apoio e confiança.

RESUMO

Este trabalho ao qual o título é O PAPEL DA MULHER COMO GESTORA DE NEGÓCIOS: o caso Luiza Trajano, tem como objetivo de demonstrar que usando as técnicas de empreendedorismo, pode-se desenvolver muitas conquistas, sobretudo a Mulher Para engrandecer este trabalho, trabalha-se uma das maiores organizações empresariais já constituídas neste caso estaremos abordando o exemplo do sucesso empreendedor chamado MAGAZINE LUIZA, a história de sucesso que teve início no dia 16 de novembro de 1957. Todo processo de sucesso desta empresa se deu também porque houve em sua trajetória a história de Luiza Helena Trajano, como e porque ela chegou aos mais altos poderes administrativos. Para tanto vamos discorrer desde de o início, quando era administrado pelo casal Luiza Trajano e Pelegrino José Donato. Contudo não podemos deixar de elencar os principais aspectos da Administração que surgiram como uma ciência que mudou a forma de gerenciar e supervisionar uma empresa.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Administração, Magazine Luiza.

ABSTRACT

This work to which the title is THE ROLE OF WOMAN AS BUSINESS MANAGEMENT : the case Luiza Trajano , aims to demonstrate that using entrepreneurial techniques , we can develop many achievements , especially Women To enhance this work , workers one of the largest business organizations already established in this case we will be addressing the example of entrepreneurial success called MAGAZINE LUIZA , the success story that began on November 16, 1957. Every successful process of this company occurred also because there was in its path the story of Luiza Helena Trajano , how and why it reached the highest administrative powers. Therefore we discuss since the beginning , when it was run by the couple Luiza Trajano and Pelegrino Jose Donato . However we must list the main aspects of management that have arisen as a science that has changed the way of managing and overseeing a company.

Keywords: Entrepreneurship, Management , Magazine Luiza .

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO	11
2.1 A MULHER QUANDO DEU INÍCIO AO MUNDO DO TRABALHO	12
2.2 A MULHER UTILIZANDO AS FERRAMENTAS DA ADMINISTRAÇÃO	13
2.3 A IMPORTÂNCIA DA ADMINISTRAÇÃO	14
3. A TRAJETÓRIA DO MAGAZINE LUIZA	16
3.1 SOBRE A INAUGURAÇÃO	16
3.2 MOMENTOS DE INOVAÇÃO	17
3.3 QUANDO DEU INÍCIO AO MOVIMENTO DE EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	24
3.4 A TRAJETÓRIA DE LUIZA HELENA TRAJANO	26
4. CONSIDERAÇÕES CONCLUSIVAS	28
REFERÊNCIA	29

1. INTRODUÇÃO

A escolha do tema para a realização da conclusão deste trabalho se deu a partir de um estudo sob a visão de sucesso empreendedor referente a empresa Magazine Luiza, havendo como principal administradora a "Mulher". Visando a importância de demonstrar o quanto a empresa em questão obteve sucesso através dos meios administrativos, e assim passando a competir com as demais.

A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória, classificada em bibliográfica e documental, que trata de leitura, análise e interpretação de livros, internet, jornais, revistas, periódicos, artigos científicos e, também, de documentos de órgãos públicos, exame das normas legais vigentes a cerca da Administração.

Com o objetivo de demonstrar que as mulheres exercem influência sobre o mercado de trabalho. A inserção da mulher no mercado de trabalho de acordo com Aquilini e Costa (2003), a taxa de desemprego entre as mulheres sempre foi superior à dos homens. Elas também são mais facilmente descoladas do desemprego para a inatividade, pois as representações sociais "normalizam" a concepção feminina de cuidar da casa ("dona de casa").

Segundo Bruschini (2007), o ingresso da mulher no mercado de trabalho foi possível, inclusive, pela expansão da escolaridade e pelo ingresso nas universidades da população feminina. A autora cita dados do Censo do Ensino Superior de 2005 (Ministério da Educação), o qual aponta a expressiva parcela feminina de 62% entre os formados em uma graduação. Segundo Aquilini e Costa (2003), a entrada da mulher no mercado de trabalho brasileiro foi tardia, assim como em outros países (ex.: Espanha). As conquistas foram sendo obtidas aos poucos, e foi neste ritmo que as mulheres começaram a ganhar voz ativa na sociedade.

A partir deste momento houve uma feminização de certos tipos de trabalho, como o setor terciário, principalmente na área de serviços de limpeza, educação, saúde e emprego doméstico.

Nos dias atuais as diferenças de gênero não são mais percebidas, pois já há várias mulheres ocupando cargos de direção e presidência em várias organizações. Além disso a sociedade vem promovendo em seus quadros de funcionários, o que seria contraditório

gerar e/ou suportar práticas discriminatórias em suas políticas de gestão de pessoal.

A mulher no mercado de trabalho aparece, como um resgate da realização. Outra justificativa apresentada é a de que, diante deste mundo ao qual elas se envolveram no mundo do trabalho a mulher aparece como um elemento que vai usar a seu favor o empreendedorismo e a administração.

Neste sentido vamos propor de forma sucinta a trajetória da empresa fundada pelo casal Luiza Trajano e Pelegrino José Donato, Magazine Luiza. Dessa forma apontar como a história de sucesso se deu por uma mulher desempenhando funções de gerência, foi um acontecimento bem-sucedido.

2. A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

A partir do século XX, ocorreu a inserção da mulher no campo do trabalho, devido a fatores econômicos, culturais e sociais. O crescimento da industrialização no Brasil proporcionou a transformação da estrutura produtiva, o contínuo processo de urbanização e a redução das taxas de fecundidade nas famílias.

Realizada pesquisa pelo Brasil Escola o tema a Mulher no mercado de trabalho segundo a PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio) realizada pelo IBGE em 2007, a população brasileira chega a quase 190 milhões de brasileiros, com a estimativa de 51% de mulheres. Segundo dados do IBGE de 2000, a PEA (População Economicamente Ativa) brasileira, em 2001, tinha uma média de escolaridade de 6,1 anos, sendo que a escolaridade média das mulheres era de 7,3 anos e a dos homens de 6,3 anos.

(www.brasilecola.uol.com.br/sociologia/a-mulher-mercado-trabalho.htm).

Conforme estudos recentes, verifica-se, mesmo que de forma tímida, a mulher tem tido uma inserção maior no mercado de trabalho. Ainda não foram superadas as recorrentes dificuldades encontradas pelas trabalhadoras no acesso a cargos de chefia e de equiparação salarial com homens que ocupam os mesmos cargos/ocupações.

Ainda nos dias de hoje é recorrente a concentração de ocupações das mulheres no mercado de trabalho, sendo que 80% delas são professoras, cabeleireiras, manicures, funcionárias públicas ou trabalham em serviços de saúde. Mas o contingente das mulheres trabalhadoras mais importantes está concentrado no serviço doméstico remunerado; no geral, são mulheres negras, com baixo nível de escolaridade e com os menores rendimentos na sociedade brasileira.

Em dados obtidos pela pesquisa Brasil escola, o Seade – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados, do Governo do Estado de São Paulo, no que diz respeito ao desemprego feminino;

Observa-se que, em 1985, essa taxa era de 15,5% para as mulheres e de 10,1% para os homens, aumentando, em 2000, para 20,9% e 15,0%, respectivamente. Isso significa que na RMSP [Região Metropolitana de São Paulo], em 2000, uma em cada cinco mulheres que integravam a População Economicamente Ativa, encontrava-se na condição de desempregada'.

Dessa forma vale lembrar que o total das mulheres no trabalho precário e informal é de 61%, sendo 13% superior à presença dos homens (54%). A mulher negra por sua vez tem uma taxa 71% superior à dos homens brancos e 23% delas são empregadas domésticas.

Sendo assim, a análise da situação da presença feminina no mundo do trabalho passa por uma revisão das funções sociais da mulher, pela crítica ao entendimento convencional do que seja o trabalho e as formas de mensuração deste, que são efetivadas no mercado.

(www.brasilecola.uol.com.br/sociologia/a-mulher-mercado-trabalho.htm).

O trabalho não remunerado da mulher, especialmente o realizado no âmbito familiar, não é contabilizado por nosso sistema estatístico e não possui valorização social - nem pelas próprias mulheres - embora contribuam significativamente com a renda familiar e venha crescendo. O que se conclui com os estudos sobre a situação da mulher no mercado de trabalho é que ocorre uma dificuldade em separar a vida familiar da vida laboral ou vida pública da vida privada, mesmo em se tratando da participação no mercado de trabalho, na população economicamente ativa.

2.1 A MULHER QUANDO DEU INÍCIO AO MUNDO DO TRABALHO

As mulheres com ou sem o seu próprio negócio estão com possibilidades de inserção nos diversos setores econômicos, as ocupações que desempenham. A jornada semanal de trabalho, a posse de carteira de trabalho assinada ou de contrato formal e a contribuição para a previdência oficial são tradicionais indicadores de regulação e proteção do trabalho.

A jornada semanal de trabalho, até 1990, era adotada para trabalhadores de ambos os sexos era a de 40 a 48 horas semanais, conhecida como "período integral". Desse ano em diante, contudo, cresceram as proporções de trabalhadores de ambos os sexos, mas particularmente de mulheres, que passaram a trabalhar até 39 horas por semana, ou em "meio-período". Assim, chega-se em 2002 com proporções semelhantes de trabalhadoras com jornadas de trabalho semanal em " período integral" (42%) e em "meio-período" (45%), índices que apresentam ligeira reversão em 2007: aqui prevalece novamente o contrato em período integral para 46% das trabalhadoras, enquanto as proporções das que trabalham em meio-período decaem para 43%.

A partir dos anos 1990, houve grande redução do emprego formal, principalmente o industrial, flexibilização das formas de contratação de mão-de-obra e das normas de exercício do trabalho, entre as quais podem-se citar os horários e os locais de trabalho.

Cresce o número de mulheres em postos de trabalho diferenciados, são mulheres que conseguem se organizar de ordenada no mundo do trabalho, e é nesse contexto que se faz necessário o conhecimento sobre a Administração as ferramentas.

Trabalhar fora de casa é uma conquista relativamente recente das mulheres. Ganhar seu próprio dinheiro, ser independente e ainda ter sua competência reconhecida é motivo de orgulho para todas.

A luta da mulher na busca de um espaço no mercado de trabalho foi marcada por uma série de acontecimentos que mudaram as concepções da sociedade e derrubaram alguns preconceitos. Além de buscar seus direitos e poder ajudar no sustento da casa estas mulheres que se uniram com as demais e saíram à luta.

2.2 A MULHER UTILIZANDO AS FERRAMENTAS DA ADMINISTRAÇÃO

A sociedade em que vivemos necessita de um profissional de administração para organizar bens e serviços. Para uma gestão eficiente é necessário que a organização alcance um bom relacionamento entre funcionários e empresa.

É neste contexto que as mulheres necessitam de uma prática administrativa que oriente na busca de seus objetivos. As mulheres, em sua maioria, e pela sua própria natureza, são profissionais atentas aos detalhes de cada situação, fazendo com que elas tenham uma visão ampla da organização. Em função de suas características pessoais, costumam ser bem-sucedidas nos processos de comunicação e de negociação. Por terem uma jornada dupla de trabalho (aquele exercido no emprego e aquele dentro de casa), as mulheres conseguem ser mais flexíveis no ambiente corporativo e ainda fazer diversas atividades ao mesmo tempo. E, usando seu instinto maternal, conseguem obter melhores resultados com as pessoas (JORDÃO, 2012). (www.fcc.org.br/bdmulheres/serie6.php?area=series).

Embora a Organização Internacional do Trabalho (OIT) (apud CARREIRA ET AL, 2001, p.32), tenha salientado que, “as mulheres chegarão à igualdade de condições com os

homens, se as conquistas continuarem no ritmo atual, somente daqui a 470 anos”, elas vêm se destacando cada vez mais, principalmente em cargos de chefia, onde administram com seriedade e competência.

Segundo estudo da Great Place to Work (www.greatplacetowork.com.br), nas 100 melhores empresas para se trabalhar no Brasil, 36% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres. Parece pouco, mas, se lembrarmos que até pouco tempo à traz elas não podiam nem votar, constatamos esse grande avanço.

Estudos recentes na área de gestão, comprovam que administrar para a mulher não é um fardo, é algo mesmo familiar, pois, durante muito tempo ela foi criada para administrar sua casa e sua família, que não é- salvaguardas as devidas proporções- muito diferente de uma empresa, se compararmos as cobranças do marido e dos filhos, assim como a, competição acirrada entre eles para chamar sua atenção, cada um pedindo algo diferente ao mesmo tempo. Essa mulher, mesmo numa jornada muito pesada, consegue atendê-los, com carinho e dedicação. Talvez por isso ela se sinta tão à vontade e se destaque tanto em cargos administrativos. Sua competência, criatividade, dedicação, intuição, capacidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo e de lidar com conflitos, aliados ao seu jeito humano e conciliador, fazem dela um profissional que consegue realizar muitas tarefas, de maneira mais humanizada, com facilidade de se relacionar e gerando um ambiente de trabalho mais favorável e produtivo.

2.3. A IMPORTÂNCIA DA ADMINISTRAÇÃO

Administrar sempre foi sinônimo de gerir, governar ou dirigir, mas hoje vai muito além. Para administrar é necessário um aprendizado constante e para entender como funciona a administração no Brasil é obrigatório conhecer a sua História.

Segundo o Conselho Federal de Administração (CFA) em 1941, foi criado o primeiro curso de administração no Brasil, na Escola Superior de Administração de Negócios-ESAN/SP. Somente onze anos depois, ou seja, em 1952 foi criada a Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, da Fundação Getúlio Vargas (FGV) no Rio de Janeiro- EBAPE/FGV. Ainda de acordo com CFA (2005), a profissão de administrador foi regulamentada em 1965, com a promulgação da lei nº 4.769, de 09 de setembro de 1965.

A administração surgiu a partir de um ensino no Brasil passando por dois momentos, marcados pelo currículo mínimo aprovado em 1966 e 1993.

As diretrizes curriculares para os cursos de graduação em Administração foram elaboradas pelos autores em 1998, quando eram membros da Comissão de Especialistas de Ensino de Administração da SESu/MEC.

Os cursos de Administração no Brasil têm uma história muito curta, principalmente se comparamos com os EUA, onde os primeiros cursos na área se iniciaram no final do século XIX, com a criação da Wharton School, em 1881. Em 1952, ano em que se iniciava o ensino de Administração no Brasil, os EUA já formavam em torno de 50 mil bacharéis, 4 mil mestres e cem doutores por ano, em Administração.

A formação do Administrador no Brasil começou a ganhar contornos mais claros na década de quarenta. A partir desse período, acentua-se a necessidade de mão-de-obra qualificada e, conseqüentemente, da profissionalização do Ensino de Administração.

A grande preocupação com os assuntos econômicos teve seu marco em 1943. Naquele ano, realizou-se, no Rio de Janeiro, o primeiro Congresso Brasileiro de Economia, no qual se manifestou grande interesse pela industrialização do país, postulando-se iniciativas concretas por parte do Estado para motivar a pesquisa em assuntos econômicos.

Em 1945 surgiram os primeiros resultados quanto à implantação do ensino, nesse ano, Gustavo Capanema, Ministro da Educação e Saúde, encaminhou à Presidência da República um documento que propunha a criação de dois cursos universitários: Ciências Contábeis e Ciências Econômicas. O documento afirmava que as atividades de direção e orientação, tanto nos negócios públicos como nos empresariais, haviam atingido um nível de maior complexidade, exigindo de seus administradores e técnicos conhecimentos especializados. Isso possibilitou que os cursos de economia passassem a ter um caráter de especialização, não mais de natureza genérica, como anteriormente. Portanto a criação desses cursos assumiu um papel relevante, por ampliar a organização escolar do país.

3. A TRAJETORIA DO MAGAZINE LUIZA

Vamos discorrer sobre a trajetória de sucesso da empresa fundada pelo casal Luiza Trajano e Pelegrino José Donato, que deram início à organização, quando compram uma pequena loja na cidade de Franca, interior de São Paulo, chamada “A Cristaleira”, e a inauguram no dia 16 de novembro de 1957.

O nome da loja foi escolhido em um concurso cultural, promovido em uma rádio local – um exemplo de que, desde então, a empresa ouve e respeita a opinião de seu público sendo a partir de então O Magazine Luiza.

Dona Luiza e Seu Pelegrino no ano de 1966, ampliam o espaço da loja, que possuía 500m² na época. O crescimento é impulsionado por uma nova dupla de sócios: Wagner Garcia e Maria Trajano Garcia, sua esposa e irmã de Dona Luiza. A primeira sede administrativa da empresa é implantada em Franca.

3.1 SOBRE A INAUGURAÇÃO

No ano de 1974, o Magazine Luiza reinaugura, a chamada Loja Número 1 - primeira grande loja de departamentos, com mais de 5.000m² para receber um número cada vez maior de clientes fiéis.

Novos sócios trazem ainda mais alegria e conhecimentos para a empresa, no ano de 1976, Wagner Garcia Jr, Luiza Helena Trajano e Onofre de Paula Trajano se juntam ao grupo. A sede administrativa da empresa é implantada no novo e imponente espaço: o Escritório Central. O Magazine Luiza adquire as Lojas Mercantil, que possuía filiais em Barretos-SP, Igarapava-SP e Francas, sendo a primeira importante aquisição da rede. O Magazine Luiza é uma das primeiras redes a implementar um sistema de computação nas lojas, no ano de 1981 com vocação visionária, de fazer o futuro acontecer.

A partir de 1983 começa a expansão para fora do Estado de São Paulo. O Magazine Luiza chega a diversas cidades do Triângulo Mineiro, uma das regiões mais ricas e desenvolvidas do Estado de Minas Gerais. Mais e mais clientes começam a ser conquistados.

O 1º Centro de Distribuição (CD), é inaugurado 1986 em Ribeirão Preto SP. Totalmente automatizado, o CD é um grande passo para consolidar o crescimento da rede, por meio de uma logística ágil e inteligente.

No ano de 1991 criada a Holding LTD, para preparar o grupo para a expansão dos negócios. Logo a seguir, uma nova liderança assume o comando da rede, com Luiza Helena Trajano à frente. Uma grande transformação no modelo de gestão é iniciada, com objetivo de fortalecer a empresa para os novos desafios que surgem.

O primeiro modelo de comércio eletrônico do mundo criado 1992, as Lojas Eletrônicas (hoje chamadas Lojas Virtuais). Resultantes de um projeto inovador, essas lojas vendem produtos por meio de terminais multimídia, com vendedores orientando aos clientes, sem necessitar de produtos em exposição ou no estoque.

O Magazine Luiza no ano de 1993 sempre inovador e pioneiro, muda o conceito de varejo para o mês de janeiro no Brasil, com a criação da 'Liquidação Fantástica', um saldo de Natal realizado imediatamente após a virada do ano. Neste dia, os clientes levam tudo o que conseguirem carregar da loja, com descontos de até 70% - ano após ano, megafilas são formadas nas entradas das lojas, comprovando o sucesso da ação.

Mesmo sendo uma empresa de capital fechado, o Magazine Luiza divulga seu primeiro balanço financeiro, 1996 auditado externamente, exigência necessária somente em empresas de capital aberto.

O Magazine Luiza no ano de 1998 entra, pela primeira vez, na lista das melhores empresas para se trabalhar no Brasil, em pesquisa do Instituto Great Place to Work, publicado pela Revista Exame (Editora Abril).

3.2 MOMENTOS DE INOVAÇÃO

Após a experiência adquirida em vendas virtuais foi levada para a internet, a partir de 1999, com a criação do site magazineluiza.com, um dos gigantes do e-commerce brasileiro.

Criação da Financeira Luiza Cred, em 2001 a empresa formada por meio de uma associação entre o Magazine Luiza e o Itaú/Unibanco, para ampliar a oferta de crédito aos

clientes, por meio do Cartão Luiza, Empréstimo Pessoal e Crédito Direto ao Consumidor (CDC).

Em 2003 O Magazine Luiza é eleito A Melhor Empresa para se Trabalhar no Brasil. A avaliação, realizada pela Revista Exame e pelo Instituto Great Place to Work, leva em conta a opinião dos próprios colaboradores das empresas avaliadas. Pela primeira vez no Brasil e no mundo, uma empresa de varejo ganhou o prêmio.

Inicia-se a maior expansão da história da rede, com a aquisição das Lojas Líder, na região de Campinas-SP, e da rede Wanel, na região de Sorocaba-SP. No ano de 2004, mais de 60 pontos-de-venda são integrados e um processo de transição de marca é iniciado. A expansão da empresa segue a todo vapor, com a aquisição das Lojas Arno, no Rio Grande do Sul.

O crescimento alcança também os estados de Santa Catarina e Paraná, além do próprio Rio Grande do Sul, em 2005 com a aquisição das Lojas Base, Kilar e Madol. É realizada uma inauguração histórica de 76 lojas simultaneamente.

O Magazine Luiza reforça a premissa de que 'o cliente só será feliz se o colaborador estiver feliz' com a criação da TV Luiza, da Rádio Luiza e do Portal Luiza, veículos de comunicação interna exclusivos para informar os colaboradores da rede. Dessa forma, a empresa ratifica sua política de transparência e comunicação direta, criando canais de mão-dupla entre liderança e colaboradores. A rádio e a TV são transmitidas para mais de 350 pontos, entre escritórios, centros de distribuições e lojas, integrando a todos da rede.

O Magazine Luiza traduz, para a sua comunicação de marketing, a filosofia que sempre norteou a empresa, o "Vem ser feliz" - um convite à alegria e à felicidade, bem ao estilo franco e aberto da companhia. Muito mais que um simples slogan, trata-se de um posicionamento que transmite toda a história e essência do Magazine Luiza, longe de ser apenas uma feliz coincidência.

Por sua ousadia e inovação, o Magazine Luiza se torna um case de sucesso, estudado por alunos da Universidade de Harvard, nos EUA, uma das mais conceituadas escolas de ensino superior do mundo. Atributos como Agilidade nas decisões, Liderança pujante, Fidelidade dos funcionários e Manutenção dos valores da empresa são destacados pelos norte-americanos como diferenciais da rede.

A partir da criação da LuizaSeg, empresa de seguros (hospitalar, odontológico, residencial, de vida) e garantia estendida viabilizada por meio de parceria com a Cardif, que é um "braço" segurador do banco francês Paribas.

Também em 2006 houve a Inauguração de mais três Centros de Distribuição (CDs), em Caxias do Sul-RS, Contagem-MG e Navegantes-SC. Com seu jeito simples e simpático de fazer varejo, o Magazine Luiza posiciona-se entre as três maiores redes do Brasil.

O Magazine Luiza ganha mais um sócio, o fundo internacional Capital Group, que escolhe anualmente apenas três empresas no mundo todo para investir. Com a aquisição de 12,36% da empresa, o novo parceiro amplia os investimentos e possibilita a grande expansão que vem a seguir.

A empresa comemora 50 anos em 2007, atribuindo seu crescimento a um contínuo trabalho em equipe. Fato confirmado pelos nove anos consecutivos em que foi eleita pelo Instituto Great Place to Work como uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil.

A empresa abre o maior e mais moderno Centro de Distribuição (CD) da América Latina, em Louveira-SP. Com investimentos de R\$ 57 milhões e área total de 240 mil m², o CD tem localização estratégica, por situar-se próximo à capital do Estado e às vias rodoviárias de melhor acesso para o restante do País. Além disso, o CD foi construído com uma tecnologia que permite o aproveitamento e a otimização dos recursos naturais do local, como a água da chuva e a madeira reciclável, e dispõe de um ambiente acolhedor de trabalho para os colaboradores.

Em comemoração ao seu aniversário de 50 anos, o Magazine Luiza lança a maior campanha da história do varejo nacional: "50 anos, 50 casas". A cada R\$ 50 em compras de qualquer produto da rede, os clientes ganham um cupom para participar de um sorteio no programa Domingão do Faustão, da TV Globo. Os vendedores que efetuaram a venda para o cliente sorteado também ganham uma motocicleta 0 km na promoção.

Por suas atitudes inovadoras e voltadas ao público feminino, o Magazine Luiza recebe o título de A Melhor Empresa para a Mulher Trabalhar no Brasil, em pesquisa do Instituto Great Place to Work, publicada pela Revista Época. O prêmio é um reconhecimento à política de Recursos Humanos baseada na valorização do trabalho da mulher e na crença de sua evolução na empresa.

Firma com o gigante da internet Google a primeira parceria do gênero na América Latina, que permite com que os vídeos de demonstração dos produtos vendidos pela empresa sejam veiculados pelo portal YouTube, em um canal exclusivo.

O jeito de ser do Magazine Luiza chega à capital do Estado de São Paulo em 2008. De uma única vez, a empresa inaugura 44 lojas na cidade de São Paulo - um recorde no setor brasileiro - e um megaevento, noticiado em diversas mídias, convida os cidadãos paulistanos para conhecerem as lojas da rede.

Por dez anos consecutivos, o Magazine Luiza figura no ranking das melhores empresas para se trabalhar no Brasil, de acordo com pesquisa do Instituto Great Place to Work, um dos mais conceituados institutos nesta área.

Luiza Helena Trajano, Presidenta do Magazine Luiza, é eleita para presidir o Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV), uma iniciativa de empresários e presidentes das maiores empresas varejistas para representar o setor no Brasil, no biênio 2009-2010.

Como presidente do Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV), Luiza Helena Trajano leva ao Presidente da República, Luis Inácio Lula da Silva, proposta para redução do IPI, o Imposto de Produtos Industrializados, para toda a linha branca - geladeiras, fogões, máquinas de lavar e tanquinhos. Em 17 de abril, Lula faz publicar, no Diário Oficial da União, a redução do imposto, com objetivo de estimular as vendas, gerar novos empregos e dar suporte à cadeia produtiva.

No ano de 2010, Inauguração do Escritório de Negócios em São Paulo-SP, que fica ao lado da loja conceito na Marginal Tietê. Toda a diretoria-executiva do Magazine Luiza passa a trabalhar no prédio.

Aquisição das Lojas Maia, que possuía 141 lojas nos nove Estados da região Nordeste, um dos momentos mais importantes da história do Magazine Luiza. Com isso, a companhia conquista a expressiva marca de 20 milhões de clientes em suas lojas, passando a estar em 16 Estados do Brasil, e atinge a marca de 16,6 mil colaboradores. Todos os funcionários das lojas adquiridas são incorporados ao quadro funcional da companhia, ação que ratifica a postura da empresa de “crença e respeito às pessoas”, e passam a receber todos os benefícios da rede, como o cheque-mãe, cheque educação, convênio médico, entre outros.

Enquanto o comércio cresceu 10,3% no País, o Magazine Luiza encerra o ano com crescimento recorde de 30%, mantendo uma expansão histórica da rede, que não registra prejuízos desde 1992.

Cinco anos após a criação dos veículos de comunicação interna da companhia (Portal Luiza, Rádio Luiza e TV Luiza), o Magazine Luiza é premiado como a “Melhor Empresa na Prática do Falar com seus Colaboradores”, pelo renomado Instituto Great Place To Work.

No ano de 2011 - O Magazine Luiza abre o capital da empresa. Com um custo inicial de investimento considerado baixo, revoluciona o mercado de ações e atrai uma grande participação de pessoas físicas, tornando-se uma das oito empresas mais populares na Bolsa de Valores do Brasil. Realiza a 13ª aquisição de redes em sua história, com a compra das 121 Lojas do Baú da Felicidade, junto ao Grupo Silvio Santos.

O Magazine Luiza é premiado como a “Melhor Empresa na Prática do Escutar seus Colaboradores”, pelo renomado Instituto Great Place to Work.

Traz ao mercado a primeira iniciativa de social commerce do Brasil, o Magazine Você, novidade que mudou o jeito de fazer negócios nas redes sociais, oferecendo a oportunidade de empreender sem a necessidade de um investimento financeiro.

O Magazine Luiza lança o Chip Luiza, Projeto inédito no País, com o objetivo de democratizar o acesso à internet e se consolidar como um novo canal de relacionamento e vendas no ano de 2012.

O Chip Luiza é um chip de celular, com um menu exclusivo do Magazine Luiza, em parceria com a operadora Claro, e tem diversos benefícios para o cliente, como acesso gratuito às redes sociais e promoções exclusivas.

Em agosto de 2013 o Magazine Luiza assinou um contrato de compra e venda de 100% do capital social da Campos Floridos, detentora do site Época Cosméticos - especializado na venda online de produtos de beleza.

O Magazine Luiza inaugurou, em 2013, sua mais tecnológica loja de toda a rede. A filial foi aberta no shopping Iguatemi, em Ribeirão Preto-SP e conta com um mostruário interativo, criado pela Omni Labs, que possibilita a exposição dos produtos de uma forma inédita no Brasil.

Magazine Luiza foi a única rede de varejo que patrocinou a transmissão da Copa do Mundo pela Rede Globo no ano de 2014 a emissora presente em 98% dos domicílios brasileiros. A empresa entrou para o rol das grandes marcas nacionais ao associar-se ao evento mais importante do Brasil.

Magazine Luiza criou o Luizalabs, um laboratório de Tecnologia e Inovação, dentro do núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento, com o objetivo de criar produtos e serviços com foco no varejo, oferecendo aos clientes mais benefícios e uma melhor experiência de compra.

O Magazine Luiza lança o “Na Mosca” é uma ferramenta gratuita desenvolvida para quem quer acertar na escolha do presente para diversas ocasiões. O presenteador monta uma lista com 3 opções de presentes, a lista é enviada ao presenteado que os avalia de forma bem-humorada, o presenteador recebe a preferência do convidado, compra e acerta na mosca na escolha.

Magazine Luiza lançou seu aplicativo oficial para smartphones e tablets, tem interface intuitiva e milhares de produtos em diferentes categorias para melhorar a experiência de compra pelo celular, a ferramenta está disponível para Android e iOS.

O Quero de Casamento é um serviço online de lista de casamento desenvolvido pelo Magazine Luiza. Além de ser uma ferramenta online, o principal diferencial desse serviço é que todos os presentes comprados na lista dos noivos viram créditos para compra de produtos nas lojas físicas ou no próprio site da empresa. Tudo de forma rápida e descomplicada para o casal e seus convidados.

Hoje com mais de 740 lojas, 9 centros de distribuição e 3 escritórios, espalhados por 16 estados brasileiros, a companhia figura entre os maiores varejistas do País, oferecendo produtos para a casa da família brasileira, onde o cliente quer e do jeito que ele quer, por meio de multicanais como lojas físicas, lojas virtuais, televendas, e-commerce e até nas redes sociais, com o Magazine Você.

Os principais produtos comercializados pela empresa estão nos setores de móveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, presentes, brinquedos, hobby e lazer, informática e telefonia. No site há um mix mais amplo do que nas lojas físicas, contando com cerca de 44 mil modelos de produtos.

Nas 13 aquisições que fez até hoje, o Magazine Luiza nunca deixou de lado o jeito diferenciado de ser e de tratar clientes e colaboradores.

Crescer de forma sustentável, mantendo o espírito inovador, respeitando as pessoas e buscando o desenvolvimento do país, fez o Magazine Luiza se tornar uma referência nacional e internacional em gestão empresarial. É desta forma que a empresa pretende continuar expandindo-se nos próximos anos.

A empresa tem a Missão de ser uma empresa competitiva, inovadora e ousada que visa sempre o bem-estar comum. Com a Visão de Ser o grupo mais inovador do varejo nacional, oferecendo diversas linhas de produtos e serviços para a família brasileira. Estar presente onde, quando e como o cliente desejar, seja em lojas físicas, virtuais ou online. Encantar sempre o cliente com o melhor time do varejo, um atendimento diferenciado e preços competitivos.

A partir de Valores e Princípios;

- Respeito, Desenvolvimento e Reconhecimento: nós colocamos as pessoas em primeiro lugar. Elas são a força e a vitalidade da nossa organização;
- Ética: nossas ações e relações são baseadas na verdade, integridade, honestidade, transparência, justiça e bem comum;
- Simplicidade e Liberdade de Expressão: buscamos a simplicidade nas nossas relações e processos, respeitamos as opiniões de todos e estamos abertos a ouvi-las, independentemente da posição que ocupam na empresa;
- Inovação e Ousadia: cultivamos o empreendedorismo na busca de fazer diferente, por meio de iniciativas inovadoras e ousadas;
- Crença: acreditamos em um Ser Supremo, independentemente de religião, bem como nas pessoas, na empresa e no nosso País.

Portanto ao analisar esta fabulosa trajetória percebemos o quanto o sucesso de uma empresa em crescimento está interligado a fatores administrativos, sendo que nada foi realizado sem uma soma de ações positivas, sempre pautada em qualidade na prestação de serviço.

Todos os anos seguiram com um novo empreendimento, sendo que nada fosse feito por acaso, a maneira mais ordenada possível para não perder na hora de avaliar os serviços prestados, não se pode descartar que a Administração tem uma porcentagem muito grande nestes 59 anos de sucesso da então chamada Magazine Luiza.

3.3 QUANDO DEU INÍCIO AO MOVIMENTO DE EMPREENDEDORISMOS NO BRASIL.

Segundo Dornelas; José Carlos Assis 2001,p25 o movimento do empreendedorismo começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas.

Portanto podemos avaliar que a história de sucesso do Magazine Luiza obteve força a partir do olhar empreendedor de Luiza Helena. Ela teve o envolvimento à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.

A palavra empreendedora (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Antes de partir para definições mais utilizadas e aceitas, é importante fazer uma análise histórica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo (Hisrish, 1986).

(José Carlos Assis Dornelas cita no livro). O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de geração de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas; é preciso ousadia e ânimo apesar de falhas e erros.

Podemos avaliar que a senhora Luiza Helena Trajano, é uma a grande mulher por trás da gestão do Magazine Luiza e duas grandes lições de empreendedorismo. Uma das mulheres mais poderosas do país, Luiza Helena Trajano, à frente da rede Magazine Luiza há cerca de 20 anos, inspira e motiva empreendedores e empreendedoras por todo o Brasil.

Sob o comando de Luiza Helena Trajano, também conhecida como Dona Luizinha, o Magazine Luiza saiu do interior para ganhar a capital do Estado de São Paulo e também o Brasil. A rede, hoje, opera em 16 estados e, ao longo dos anos, comprou outras redes concorrentes para crescer. Entre as empresas adquiridas estão: as lojas Líder, de

Campinas (SP); a Wanel, de Sorocaba (SP); as redes Arno, do Rio Grande do Sul; e Base, Kilar e Madol com lojas no Paraná em Santa Catarina.

A empreendedora que, à frente do Magazine Luiza, foi pioneira em vendas pela internet no Brasil, começou a trabalhar cedo. Desde os 12 anos aproveitava as férias escolares para cuidar do balcão da loja de sua família. Mas, oficialmente, começou a trabalhar na rede de varejo somente aos 18 anos, a partir daí, passou por todas as áreas da empresa até chegar ao topo do comando onde está até hoje.

A história de vida de Luiza Helena Trajano se confunde com a do próprio Magazine Luiza. O que poucos sabem é que o nome da empresa não é uma referência à própria Luiza, mas sim à sua tia, fundadora de uma pequena loja em Franca (SP) nos anos 50.

Segundo André Rezende*, da Endeavor (2008), Pessoas com espírito empreendedor dentro das empresas são um recurso muito valioso: atitude de dono, paixão pelo negócio, autoconfiança, otimismo, vontade de realizar, criatividade, perseverança, visão de conjunto e pro-atividade são características valiosas que toda empresa ou instituição deveria buscar em seus líderes atuais e futuros.

Certamente Luiza Helena sempre esteve atenta ao que se refere ao desenvolvimento da empresa. Com o slogan “PRIMEIRO FAÇA O NECESSÁRIO, DEPOIS FAÇA O POSSÍVEL E, DE REPENTE, VOCÊ VAI PERCEBER QUE PODE FAZER O IMPOSSÍVEL”, esta bela frase é o lema de Luiza Helena Trajano. Quem já esteve em algum evento com ela pode comprovar: para inspirar empreendedores e empreendedoras por aí, ela distribui panfletos com essa mensagem para todos. E a frase combina bem com a missão e os desafios do empreendedorismo no país.

Luiza, uma das poucas CEOs mulheres da América Latina, também é uma das mais fortes defensoras do empoderamento feminino e da maior participação das mulheres em cargos de comando de empresas. Ela, inclusive, defende a adoção de cotas para mulheres em empresas como forma de combater a desigualdade histórica de mulheres no mercado de trabalho em relação aos homens.

Dona Luiza Helena como grande empreendedora que é, sabe muito bem o que representa um funcionário motivado e comprometido com uma empresa. E parece que a cultura da empresa dá bons resultados: de acordo com o Great Place to Work, o Magazine Luiza figura entre os melhores lugares para se trabalhar.

3.4 A TRAJETÓRIA DE LUIZA HELENA TRAJANO

Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues é uma empresária brasileira que comanda a rede de lojas de varejo Magazine Luiza e outras empresas integradas a sua holding. Formada em direito pela Faculdade de Direito de Franca, em 1972, conseguiu transformar uma rede de lojas localizadas em Franca, interior de São Paulo, em uma rede suficientemente forte para brigar com gigantes do segmento como Casas Bahia e Ponto Frio. Passou por diversos setores, como cobrança e vendas, antes de se tornar diretora-superintendente do Magazine Luiza.

Segundo o Blog por Junior Borneli (2014), Luiza Helena Trajano é considerada a mulher de negócios com melhor reputação do Brasil – InfoMoney. Começou sua trajetória na empresa criada por seus tios, na década de 50, aos 12 anos, como balconista. Exerceu diversas funções na empresa até chegar ao comando do negócio, em 1992. Ela foi pioneira ao desenvolver o conceito de lojas virtuais, no início da década de 90, antes mesmo da popularização da internet, o que fez o alcance dos seus produtos chegasse a consumidores que até então não tinham acesso às lojas físicas. Hoje são mais de 700 lojas físicas, com presença em 16 estados. Na internet a empresa disputa diariamente a liderança do mercado com outras gigantes do varejo, mostrando assim sua força não só no Brasil, mas como uma das maiores empresas varejistas da América Latina.

O modelo de gestão adotado por Luiza Helena é baseado no relacionamento. A companhia acredita no potencial de cada um dos seus colaboradores e os incentiva a ser empreendedores. Por isso foi eleita diversas vezes, como a melhor empresa para se trabalhar no Brasil.

Segundo José Carlos Assis Dornelas cita no livro; Empreendedorismo Transformando Ideias em Negócios, Conceituando empreendedorismo, a melhor definição para Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. Para o termo “empreendedor” existem muitas definições, mas uma das mais antigas e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Joseph Schumpeter (1949, p 12): “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços,

pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Especificamente quanto à figura feminina de empreendedora bem-sucedida no Brasil, papel que tem representado tão bem Luiza Trajano, podemos depreender as seguintes peculiaridades: a) atitude planejadora; b) vasto aporte tecnológico; c) capacitação continuada dos gestores e dos colaboradores; d) atendimento excepcional; e) respeito e ética.

4. CONSIDERAÇÕES CONCLUSIVAS

Muito ainda há para ser estudado quanto à gestão empreendedora por parte das mulheres. Contudo, este breve estudo nos possibilitou identificar que:

Administrar uma organização depende de uma visão sistêmica, em função de sua ampla área de atuação que abrange uma infinidade de segmentos entre as múltiplas funções exercidas pelo administrador estão gerenciamento, supervisão, planejamento e execução. Um administrador é o personagem principal de qualquer empresa que pretenda atingir suas metas, para tanto é necessário que obtenha capacidade de liderança e, principalmente, comprometimento e valores éticos

Vale destacar que a partir da evolução da mulher no mercado de trabalho, elas conseguiram transpor as barreiras do papel de ser apenas esposa, mãe e dona do lar, ficou, para trás. Foram conquistando um espaço maior no mercado de trabalho

É importante, no entanto, ressaltarmos que a inserção de Luiza Helena Trajano, trouxe um novo formato de administração, Luiza sempre ouve a opinião das pessoas, a organização por ela administrada obteve êxito a partir do empreendedorismo por ela executado, sendo hoje o Magazine Luiza uma das mais bem-sucedidas empresas.

Para finalizar salientamos que as mulheres têm lutado para acabar com o preconceito e provar para a sociedade, que elas são tão competentes quanto os homens, e podem exercer funções, antes estritamente masculinas, em pé de igualdade. Para isso, as mulheres enfrentam as jornadas duplas, tendo que trabalhar, estudar, cuidar de casa e de filhos, entre outras coisas.

REFERÊNCIAS

AQUILINI, Guiomar de Haro; COSTA, Patrícia Lino. **O sobre desemprego e a inatividade das mulheres na metrópole paulista**. Estudos Avançados, São Paulo, v.17, n.49, 2003, p.17-33. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-401420030003000003&lng=en&nrm=iso> Acesso em 15 de Fevereiro de 2016.

BORNELI, Junior, **Luiza Helena Trajano: a mulher de negócios com melhor reputação do Brasil** – Disponível em <<http://www.infomoney.com.br/blogs/start-se-investimento-anjo-e-startups/post/3407415/luiza-helena-trajano-mulher-negocios-com-melhor-reputacao-brasil>> Acesso em 03/05/2016

BRASIL, Conselho Federal de Administração - **História da Administração** — CFA - <www.cfa.org.br/administração/história-da-profissao>. Acessado em 12 de fevereiro de 2016.

BRASIL, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em <www.ibge.gov.br>. Acesso em 03/05/2016

BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha. **Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos**. São Paulo, v.37, n.132, Sept./Dec. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-157420070003000003&script=sci_arttext> Acesso em 15 de fevereiro de 2016.

CAMARGO, Orson. **A mulher e o mercado de trabalho**; Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/sociologia/a-mulher-mercado-trabalho.htm>>. Acesso em 16 de fevereiro de 2016.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro 2001, Editora Cumpus.

ENDEAVOR, Brasil, **Do caixa da loja à bolsa de valores Luiza Trajano**, <<https://endeavor.org.br/do-caixa-da-loja-a-bolsa-de-valores-luiza-trajano-day1/>>, Acesso em 10 de março de 2016

ENDEAVOR, Brasil, **Luiza Helena Trajano: empreender, empoderar e alcançar** <<https://endeavor.org.br/luiza-helena-trajano/>> Acesso em 10 de março de 2016.

FERNANDES - Mônica Aparecida - **A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO: UM ESTUDO SOB A PERSPECTIVA DA PSICOLOGIA**, Disponível em

<https://www.pucpcaldas.br/graduacao/administracao/revista/artigos/v2013/Artigo01_2013.pdf>. Acesso em 15 de Fevereiro de 2016.

FRAGOSO, Carolina, **A EVOLUÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO - RH Portal**. Disponível em <www.rhportal.com.br/artigos-rh/a-evolucao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho/> Acesso em 15/05/2016

GEMCONSORTIUM, **Global Entrepreneurship Monitor**. Disponível em <www.gemconsortium.org>. Acesso em 03/05/2016

GUIRRA, Joana D'Arc Rios, **A Mulher e a Administração** <http://admacontece.no.comunidades.net/a-mulher-e-a-administracao>. Acessado em: 16 de fevereiro 2016.

JORDÃO, Sonia. **O poder da liderança feminina**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/u/sonia/>> Acessado em: 16 de fevereiro 2016.

Magazine Luiza, **Nossa história** - Disponível em www.magazineluiza.com.br/quem-somos/historia-magazine-luiza Acessada em 29 de fevereiro de 2016.

Magazine Luiza, **Perfil da Empresa – Quem Somos** – Disponível em <<http://www.magazineluiza.com.br/quem-somos/perfil-da-empresa/>> Acessado em 29 de fevereiro de 2016.

REZENDE, André, **Como incentivar o empreendedorismo na sua empresa**.- Revista Exame- Disponível em <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/como-incentivar-o-empreendedorismo-na-sua-empresa>>. Acesso em 15/05/2016

SEBRAE, **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em 03/05/2016

SERRA GAUCHA, Faculdade, **Como anda o mercado de trabalho para o Administrador de Empresas?** Disponível em <<http://fsg.br/blog/como-anda-o-mercado-de-trabalho-para-administracao/>>Acesso em 15/05/2016