

Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas

Michele Maria Silva Franco¹

Resumo

Este artigo aborda as características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas. O empreendedorismo feminino vem crescendo, principalmente no setor de serviços, onde as mulheres assumem o papel de empreendedoras, gerando emprego e renda, revelando que a multiplicidade de papéis desempenhados no ambiente familiar e profissional são desafios que estão sendo vencidos com garra, coragem e determinação. Com as experiências de empresas criadas por mulheres e um número crescente de novos empreendimentos geridos por estas, diversos estudos vêm sendo realizados, ressaltando diversas características empreendedoras. Este estudo tem como objetivo analisar se as características empreendedoras femininas: cooperação, intuição e sensibilidade, são encontradas nas proprietárias-dirigentes das micro e pequenas empresas do setor de serviços de Campo Limpo Paulista. Confirmou-se que as entrevistadas possuem essas características, e verificou-se que os empreendimentos geridos por mulheres têm alcançado uma sobrevivência significativa e o estilo gerencial adotado por elas contribuiu para este sucesso.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Gestão. Características empreendedoras femininas.

1. Introdução:

Na sociedade contemporânea vem sendo percebido um movimento de mudança cada vez mais intenso com a 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 micro e pequena empresa.

A participação das mulheres vem crescendo também na área de empreendedorismo o que aponta um futuro em que ambos os gêneros atuem neste contexto em situação de equilíbrio.

De acordo com dados do Sebrae (2008), as mulheres representam 44% da PEA e 36% dos novos empreendimentos criados no Brasil. Entre outras causas, o avanço nos números é resultado do aumento da participação feminina no setor de serviços, que recentemente aumentaram sua relevância no PIB brasileiro. O resultado dessa maior inserção das mulheres no mundo dos negócios é uma melhora na saúde financeira de muitas empresas e do desempenho da economia no País como consequência.

As mulheres reconhecem no empreendimento a opção de vida mais promissora, no que diz respeito à busca por crescimento profissional e realização pessoal. Os estudos dedicados à questão da mulher no mundo do trabalho e a leitura de periódicos e publicações especializadas contribuem para que se perceba a importância do gênero feminino na construção da dinâmica empreendedora do futuro nas micro e pequenas empresas, (Grzybovski; Boscarim; Migott, 2002; Lim; Smith; Bottomley, 2003).

¹ Administração de Empresas. Mestranda em Administração da FACCAMP. michellysfranco@hotmail.com

Ao tentarem inserirem-se neste mercado várias questões tornam-se cotidianas na vida das mulheres. Barreiras como igualdade salarial, promoção para altos cargos, flexibilidade e autonomia, começam a levar um grande número de mulheres a optarem por novas formas de conciliar suas necessidades, (Munhoz, 2000).

Assim, vários pesquisadores têm se interessado em discutir o papel das mulheres pelo crescimento do empreendedorismo feminino nos pequenos negócios e também, pela representação e força de trabalho feminina nas empresas de médio e grande porte e seu avanço na liderança dos negócios, (Grzybovski; Boscarim; Migott, 2002; Lim; Smith; Bottomley, 2003).

Desse modo, a importância desse estudo é contribuir com a exploração do tema que, apesar de sua relevância, ainda é iniciante na academia. Por conseguinte, o objetivo geral deste estudo, consiste em analisar as características empreendedoras das proprietárias-dirigentes das micro e pequenas empresas de Campo Limpo Paulista.

Sugere-se através desta articulação um questionamento acerca do seguinte fenômeno: As características empreendedoras femininas cooperação, intuição e sensibilidade, são encontradas nas proprietárias-dirigentes das micro e pequenas empresas do setor de serviços de Campo Limpo Paulista?

O método de trabalho baseou-se em uma abordagem exploratório-descritiva e estudos multicase, e a análise dos dados. Este estudo está dividido em cinco seções; a primeira compreende esta introdução; a segunda apresenta a fundamentação teórica; a terceira é dedicada à apresentação da metodologia de pesquisa; a quarta apresenta os resultados das pesquisas realizadas e sua análise e a quinta seção apresenta as considerações finais.

2. Fundamentação Teórica

2.1. Empreendedorismo feminino

Empreendedorismo é um tema que vem sendo amplamente abordado juntamente às comunidades acadêmicas e empresariais nos últimos tempos. Segundo Schumpeter (1947), é o papel da inovação no processo empreendedor que resultam na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados:

o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos materiais e tecnologias. (Schumpeter, 1947, p. 158)

Os conceitos existentes de empreendedorismo não fazem distinção de gênero, visto que as características empreendedoras podem ser encontradas tanto em homens quanto em mulheres. O empreendedorismo feminino é crescente; e vem crescendo também os estudos científicos nessa área (Gomes; Santana; Araújo, 2009; Silveira & Gouveia, 2008). Porém, segundo Cassol; Silveira; Hoelgebaum (2007), ainda são iniciantes os estudos acerca da profundidade do empreendedorismo feminino. Um dos fatores que contribuiu significativamente para o aumento da importância que vem sendo dada aos estudos na área do empreendedorismo feminino está relacionado com o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho, (Cassol, 2006; Marasea & Andrade, 2006).

Nesta última década, o aumento do número de mulheres empreendedoras foi também favorecido pela estabilidade das condições econômicas no Brasil. O Relatório Mundial da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) realizada no ano de 2011, mostrou que elas já representam 49% do total de empreendedoras no país, uma evolução de 11 pontos percentuais

em comparação ao ano de 2001, quando somavam 38%. As estatísticas internacionais também dão destaque a esse aspecto. Dos 54 países participantes da pesquisa GEM, apenas quatro possuem um percentual de empreendedoras superior aos 49% encontrados no Brasil. A mesma pesquisa mostra que esse público investe em negócios tradicionalmente relacionados ao mundo feminino, como vestuário, serviços coletivos sociais e pessoais, educação, comércio varejista de produtos farmacêuticos, de beleza, perfumaria e cosméticos, bem como fornecimento de comida preparada.

As mulheres empreendedoras possuem alguns perfis específicos para empreender: (1) faixa etária entre 35-50 anos; (2) a maioria são casadas e com filhos; (3) possuem um nível de escolaridade alto; (4) geralmente atuam em pequenos negócios; (5) iniciam as empresas com baixo capital social; e (6) possuem experiências anteriores nos setores que desejam atuar, (Takahashi & Graeff, 2004). De fato, pesquisas recentes sobre o papel da mulher no mercado de trabalho mostram que a identidade feminina está voltada tanto para a atividade profissional como para a família, (Tonelli & Andreassi, 2013).

As mulheres avançaram no que se refere à conquista de espaço no mercado de trabalho, crescendo em diversos setores e, hoje em dia, conciliando as atividades profissionais com papéis familiares:

Em 1940, quase metade (48%) da população ativa feminina era focada no setor primário da economia, basicamente na agricultura. Em 1990, mais de dois terços (74%) da população economicamente ativa feminina era concentrada no setor terciário, ou seja, em serviços, principalmente em alguns setores da economia, como atividades comunitárias, áreas voltadas à educação, serviços de saúde e principalmente serviços domésticos. Hoje, versatilidade é a qualidade que resume a condição atual da vida feminina. (RAPOSO; ASTONI, 2007, p. 36-37).

Segundo Machado *et al.* (2003) as mulheres empreendem mais por necessidade do que por oportunidade; isso ocorre por diversos motivos: realização pessoal, frustração no emprego atual, mudança na situação pessoal, a exemplo de morte ou separação do cônjuge, ou ainda pela necessidade de buscar alternativas para suprir o sustento da família ou se auto sustentarem.

Muitos motivos podem explicar esse aumento da participação feminina no nível de ocupação: o crescimento do setor de serviços, cujo perfil é majoritariamente feminino, maior flexibilização do mercado de trabalho, permitindo a compatibilização entre o trabalho doméstico e o remunerado, a redução dos postos de trabalho na indústria, e o aumento da ocupação por conta própria e da informalidade em geral, (Takahashi & Graeff, 2004). Por outro lado, são apontados limitantes à atuação feminina nesse mercado de trabalho:

Apesar de a escolaridade das mulheres ser comparativamente mais elevada do que a dos homens, as condições de trabalho e remuneração tendem a ser inferiores e ainda, podem ser consideradas limitadas as oportunidades de inserção das mulheres em posições mais qualificadas, estando estas mais restritas a alguns setores do mercado (LAGES, 2008, p. 3).

Os estudos apontam ainda que muitas mulheres iniciam o empreendimento sem ter uma visão clara do negócio, e muitas, o fazem apenas para exercitar algum hobby, por não ter uma profissão definida e, por incentivo familiar que vêem no empreendedorismo uma alternativa, (Machado *et al.*, 2003). O empreendimento parece ser uma estratégia de vida e não meramente uma ocupação ou meio de ganhar dinheiro, (Hisrich & Peters, 2004).

Apesar deste aumento significativo, a inserção da mulher no mercado de trabalho não foi um processo fácil e simples. As mulheres enfrentaram e enfrentam várias barreiras no mundo do trabalho. Salários menores, deficiência nas políticas sociais, dificuldades na progressão de carreira, dupla jornada, falta de voz nos espaços de decisão e poder, são alguns das dificuldades. Essas e outras barreiras encontradas pela maioria das mulheres tornam-se as razões para optarem por deixar seus atuais empregos e se lançarem por conta própria como empresárias, na expectativa de alcançar êxito por meio de seu estilo, (Munhoz, 2000).

O fato real é que as mulheres estão marcando sua presença no mundo do trabalho, inclusive do trabalho por conta própria, apesar das dificuldades e barreiras impostas. No entanto, independente da natureza do empreendimento, o que se observa é que as mulheres estão à frente dos homens na abertura de empresas, principalmente em um setor que vem atraindo o crescimento da economia como a prestação de serviços, sobressaindo-se de forma inovadora, (Hisrich & Peters, 2004).

Empreender é uma tarefa tanto para homens quanto para mulheres, independente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa deseje, use da sua criatividade, inove, motive e assuma riscos. Segundo Dogen (1989, p. 11) [...] “O empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”.

2.2. Gestão feminina

As diferenças nos valores e princípios morais cultuados por homens e mulheres muitas vezes levam estas a preferirem um formato organizacional diferente do tradicional, de estrutura burocrática e rigidez hierárquica, o que permite caracterizar o modelo feminino de gestão como aquele que mais valoriza os indivíduos como seres humanos (Robins e Coulter, 1998). As pessoas são tratadas como portadoras de valores e necessidades individuais; os horários de trabalho são mais flexíveis; o aprimoramento educacional é incentivado.

Embora ainda se note desigualdade entre o gênero feminino e o masculino, a mulher vem conquistando seu espaço de forma eficaz, (Amorim e Batista, 2012).

A sobrevivência de empresas dirigidas por mulheres tem atingido um tempo além dos padrões encontrados como tempos médios de sobrevivência de micro e pequenos negócios. Em razão dessas experiências bem sucedidas, diversos estudos têm apontado características empreendedoras femininas como: encorajar a participação dos outros, partilhar o poder e a informação, assim como estimular, valorizar e motivar os outros para o trabalho (Oliveira; Souza Neto, 2010; Gomes, 2004). Esses estudos mostram também divergências nas características, perfil e estilo de gerenciar de homens e mulheres. Para Souza; Melo & Oliveira (2010), novas conclusões relativas a gênero ainda podem ser construídas com o objetivo de contribuir para os modelos de gestão dos empreendimentos e para o entendimento desta prática dentro do contexto social, econômico e político.

Desta forma as mulheres tem passado a representar expressiva importância no mundo corporativo, e contribuindo para uma gestão que venha a corresponder as expectativas do mercado, (Clegg; Hardy & Nord, 2004).

Quando a mulher parte de algo que lhe é comum e fácil, sua possibilidade de acerto aumenta. Existe um ditado popular que diz “faça o que você gosta, para nunca mais ter que trabalhar”. Assim empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor. Quando a atividade escolhida é um *hobbie*, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de sucesso, Segundo Dogen (1989, p. 28) “[...] São raros os hobbies que não representam oportunidades. É sem dúvida, a forma mais agradável de desenvolver um negócio próprio”.

As mulheres são capazes de executar várias atividades ao mesmo tempo e lidar com várias responsabilidades (lar, marido, filhos, trabalho). Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”, o que se torna um diferencial em relação aos homens e de acordo com (Grzybovski; Boscarim; Migott, 2002; Lim; Smith; Bottomley, 2003): A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão. (Grzybovski; Boscarim; Migott, 2002; Lim; Smith; Bottomley, 2003). Essa capacidade dá às mulheres um ponto positivo rumo ao sucesso do empreendimento. Elas demonstram esse estilo peculiar de administrar, utilizando diferentes formas para conquista da sintonia entre a vida pessoal e a profissional.

As diferenças do estilo feminino de gestão, em relação ao masculino [...] envolvem características como a intuição, a sensibilidade, a criatividade, o detalhismo, a flexibilidade, a disciplina, o maior senso de justiça, a organização, a paciência, a garra e a percepção mais acurada em relação às pessoas e aos negócios. (Betiol, 2000 apud Capelle *et al.*, p.9.). Algumas características são específicas das mulheres, como veremos a seguir.

2.3. Características das mulheres empreendedoras

O papel desempenhado pelas mulheres à frente das micro e pequenas empresas, nas últimas décadas, vem despertando o interesse da academia em compreender o crescimento do empreendedorismo feminino, pois é notável o quanto a participação feminina nos pequenos negócios tem proporcionado contribuições nas esferas econômica e social, levando-os a discutir quais as razões e fatores que influenciam as mulheres a gerenciarem os seus negócios de forma diferenciada dos empreendedores masculinos, (Oliveira; Souza Neto, 2010; Gomes, 2004). Para alguns autores, existem características semelhantes entre homens e mulheres, embora as mulheres revelem possuir características específicas como sensibilidade, versatilidade, flexibilidade, intuição, cooperação, atenção aos detalhes, deixar-se levar pela intuição, (Sina, 2005). Conforme Hisrich & Peters:

O crescimento significativo no número de mulheres trabalhando fora criou um novo campo de pesquisa interessado em verificar se mulheres trabalhadoras, administradoras e empreendedoras são diferentes dos seus colegas do sexo masculino. Está claro que empreendedores e empreendedoras têm muito em comum. Porém, apesar de algumas características de histórico e de personalidade serem muito semelhantes, há diferenças notáveis entre os sexos em termos de motivação, ponto de partida e habilidades para negócios levadas para o empreendimento (Hisrich & Peters, 2004, p. 90).

Segundo Machado *et al.* (2003) a mulher empreendedora combina características masculinas (iniciativa, coragem, determinação) com características femininas (cooperação, intuição, sensibilidade). Isso ocorre porque as mulheres, de modo geral, tem uma tendência para lidar com a multiplicidade de papéis desempenhados no ambiente familiar e profissional, além da habilidade para encontrar soluções criativas para as situações imprevistas, mesmo com a sobrecarga de atividade em família, (Stolcke, 1980). Assim, a atenção voltada para o papel da mulher, sobretudo de mulheres empreendedoras em função das conquistas de espaços no mercado de trabalho tem chamado atenção, não apenas pelas condições de trabalho a que se

submetem, pela já conhecida dupla jornada de trabalho, que inclui inúmeras responsabilidades assumidas no âmbito familiar, mas, sobretudo, pelo desempenho e resultados alcançados, (Nassif, Andreassi, Tonelli & Fleury, 2011).

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgado improvável e desnecessário, (Amorim & Batista, 2012).

De forma geral, essas características permitem que as mulheres adotem um estilo peculiar próprio, o que se torna um diferencial em relação aos homens, (Hisrich & Peters, 2004).

3. Metodologia

Para realização deste estudo optou-se pela abordagem exploratório-descritiva, a qual, de acordo com Sellitz *et al.* (1974, p. 60), além de ter “como objetivo a formulação de um problema para investigação mais exata ou para a criação de hipóteses”, pode ter outras funções, tais como “aumentar o conhecimento do pesquisador acerca do fenômeno [...]; o esclarecimento de conceitos; o estabelecimento de prioridades para futuras pesquisas”.

Como estratégia de pesquisa, utilizou-se o estudo de multicase e análise dos dados, em três empresas do setor de serviços. Esse tipo de estratégia de pesquisa contribui com o conhecimento dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e de grupo, buscando oferecer um conjunto de critérios para a discussão teórica e para a descrição do papel da mulher empreendedora nas pequenas empresas, (Yin, 2005).

Foram utilizados os procedimentos técnicos bibliográficos e campo. Bibliográfico porque tem seu suporte teórico baseado nos materiais publicados em livros, revistas, jornais e redes eletrônicas sobre o assunto. Para sua concretização foi necessário um respaldo teórico para a abordagem desses diferentes conceitos. A pesquisa é também de campo, sendo realizadas entrevistas não estruturadas com as proprietárias-dirigentes das micro e pequenas empresas de Campo Limpo Paulista, buscando elementos para explicar os conceitos, (Sellitz *et al.* 1974).

4. Resultados da pesquisa

Neste item, apresentam-se, primeiramente, as empresas que representam os casos estudados e, em seguida, os resultados da pesquisa das características empreendedoras das proprietárias-dirigentes das micro e pequenas empresas de Campo Limpo Paulista.

4.1. Apresentação dos casos estudados

a) Empresa: Confecção de Roupas

A empresa se localiza na cidade de Campo Limpo Paulista atua na prestação de serviços têxteis voltados à costura em geral. A empreendedora tem 53 anos de idade, casada e mãe de cinco filhos, segundo grau completo. Iniciou sua atividade pela necessidade de buscar alternativas para suprir o sustento da família, porém já tinha experiência nesse ramo, como funcionária de uma confecção. A empresa tem quinze anos de existência e atua na fabricação de roupas de adultos em geral, e conta com 04 funcionárias. Para crescimento e expansão dos negócios a empreendedora pensa na ampliação dos serviços com corte e modelagens.

b) Empresa: Salão de Beleza

A segunda empresa atua na prestação de serviços do ramo de beleza e se localiza na cidade de Campo Limpo Paulista. Nessa empresa, a empreendedora (38 anos de idade, casada e mãe de

três filhos, ensino superior incompleto) iniciou sua atividade por causa da realização pessoal, sempre gostou desse ramo e tinha um sonho de abrir um salão. A empresa tem sete anos de existência e atua na prestação de serviços do ramo de beleza, contando com 01 empregada. Sua principal atuação é na área de cabelereiros: corte, tintura, reflexos, relaxamentos, colorações e hidratações e manicure e pedicure. Pensando sempre em oferecer serviços de qualidade para seus clientes a proprietária busca sempre cursos de aperfeiçoamentos e novas tendências do ramo da beleza.

c) **Empresa: Escola de Idiomas**

Atuando na prestação de serviços educacionais, a terceira empresa localizada na cidade de Campo Limpo Paulista, onde a empreendedora tem 51 anos de idade, casada e mãe de dois filhos, ensino superior completo iniciou sua atividade por expansão do negócio, já que atuava na informalidade. Com formação superior em Letras, sempre ensinou idiomas, assim decidiu abrir uma escola de idiomas. A empresa tem nove anos de existência e atua na prestação de serviços educacionais de línguas, contando com 01 empregada.

4.2. **Análise dos resultados**

Na primeira empresa, a maior dificuldade encontrada pela proprietária é a falta de mão de obra qualificada, o que segundo ela desmotiva. No que tange a multiplicidade de papéis a proprietária diz que como todos os filhos são adultos, todos eles auxiliam nos serviços domésticos e às vezes até mesmo na confecção. A empreendedora adota um estilo de gestão liberal e participativo na maioria das situações, onde está presente a flexibilidade. Dentre suas características empreendedoras femininas observadas, destacam-se cooperação, intuição e sensibilidade.

Já na segunda empresa a maior dificuldade encontrada pela proprietária é a falta de capital de giro. No que tange a multiplicidade de papéis a proprietária diz que alguns dias da semana trabalha somente meio período para poder conciliar os serviços domésticos. A empreendedora adota um estilo de gestão liberal na maioria das situações. Foram observadas as características empreendedoras femininas intuição e sensibilidade.

As maiores dificuldades encontradas pela proprietária da terceira empresa são alta carga tributária e burocracia. Ela tem uma empregada em casa que auxilia nos serviços domésticos. A empreendedora adota um estilo de gestão participativo. Sobre suas características empreendedoras femininas, destacam-se cooperação e intuição.

Nesse sentido, a relação entre a dinâmica familiar e o empreendedorismo feminino se mostra muito instigante. Ao se desenvolverem, com a conquista de novos postos de trabalho e mais capital, as mulheres tendem a investir os recursos econômicos adicionais nas pessoas de seu entorno, seja na educação dos filhos ou familiares, ou na criação de empregos em sua comunidade. Investir nesse segmento tem efeito multiplicador, além de contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade mais próspera, (Tonelli & Andreassi, 2013).

5. **Considerações finais**

O objetivo deste estudo foi analisar se as características empreendedoras femininas cooperação, intuição e sensibilidade, são encontradas nas proprietárias-dirigentes das micro e pequenas empresas do setor de serviços de Campo Limpo Paulista, e de que forma elas influenciam na gestão.

Durante a pesquisa realizada ficou evidente que os obstáculos são inúmeros e aparentemente insolúveis. No entanto, todas as empreendedoras entrevistadas mostraram uma marca em

comum: determinação para perseguir objetivos, alcançar metas e superar dificuldades, mas é inegável que a vida particular das empreendedoras foi afetada de modo diferenciado.

Os resultados obtidos na pesquisa confirmaram a existência de características empreendedoras femininas específicas, como intuição, sensibilidade, a flexibilidade no que diz respeito ao relacionamento com os funcionários, através da compreensão e a cooperação, o que proporciona às empreendedoras adotarem um estilo de gestão diferenciado do sexo oposto.

No entanto, foi possível perceber durante a análise dos resultados que as empreendedoras adotam um estilo de gestão liberal e participativo, no que se refere aos processos decisórios, principalmente por se tratar de micro e pequenas empresas e deter um pequeno número de funcionários. Assim, as decisões são tomadas individualmente.

Também ficou patente o nível de profissionalização alcançado por estas pessoas, ainda que ao custo de anos de prática da conhecida dinâmica erro acerto. Essas empreendedoras apresentaram alto nível de conhecimento de seu negócio e, principalmente, disposição para crescer profissionalmente, ainda que existam inúmeras limitações, próprias do contexto brasileiro.

Muitos estudos têm sido feitos sobre empreendedorismo feminino, devido ao avanço das mulheres em vários setores, principalmente, no setor de serviços, no entanto, por ser o empreendedorismo um campo bastante vasto, outros estudos poderão surgir em outras áreas que contribuirão para um maior aprofundamento do papel da mulher como empreendedora e gestora.

Nesse sentido, sugere-se uma análise da gestão feminina em áreas ainda pouco exploradas, com enfoque no empreendedorismo rural e em organizações do terceiro setor.

Referências

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. Núcleo de Pesquisa da Finan, v.3, n. 3, 2012.

BETIOL, M. I. S. Ser administradora é o feminino de ser administrador? In: Encontro da associação nacional de pós-graduação em administração, Atibaia. Anais. Atibaia: ENANPAD, 2000 apud CAPELLE, M. C. A.; et al A Gerência Feminina em Perspectiva.

CASSOL, N. K. A produção Científica na Área de Empreendedorismo Feminino: Análise dos Estudos Indexados na Base de Dados do Institute for Scientific Information (ISI). Blumenau, 2006.

CASSOL, N. K. SILVEIRA, A.; HOELEBAUM, M. Empreendedorismo Feminino: Análise da Produção Científica da Base de Dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997 – 2006. XXXI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 22 a 26 set. 2007.

DOGEN, Ronald Jean. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-hill, 1989.

CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. R. Handbook de estudos organizacionais: ação e análise organizacionais. São Paulo: Atlas, v. 3, 2004.

GEM – Empreendedorismo no Brasil – Relatório Global 2005, publicado pelo IBQPPR/SEBRAE Nacional.

GEM – Empreendedorismo no Brasil – Relatório Global 2012, publicado pelo IBQPPR/SEBRAE Nacional.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de vitória da Conquista, Bahia. Revista Alcance – UNIVALI – v. 11, n.2 p. 207 – 226, maio/ago, 2004.

- GOMES, A. F. SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P. Empreendedorismo Feminino: o estado da arte. XXXIII Encontro da ANPAD. São Paulo, 19 a 23 set, 2009.
- GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIM, R.; MIGOTT, A. M. B. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 185-207, maio/ago, 2002.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael, P. Empreendedorismo. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. Revista Estação Científica, 2005.
- LIM, S.; SMITH, K.; BOTTOMLEY, C. Successful graduate female entrepreneurs: the Scottish experience. Paper. In: annual conference of small enterprise association of Australia and new Zealand, 16., 2003.
- MACHADO, H. P.; DE BARROS, G. V., PALHANO, D. Y. M., Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. Anais do III EGEPE, Brasília, Novembro/2003.
- MARASEA, D. C. C.; ANDRADE, P. Mulheres empreendedoras: análise de caso de uma cooperativa feminina. XIII SIMPEP. Bauru, SP, 6 a 8 Nov, 2006.
- MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? In: Encontro Nacional de Empreendedorismo. Maringá, 2000.
- NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; TONELLI, M. J., FLEURY, M. T. L. Mulheres Empreendedoras: Uma Discussão sobre suas Competências. III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho/EnGPR. João Pessoa, PB, 20 a 22 Nov, 2011.
- OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del-Rei, Minas Gerais. VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Florianópolis, SC, 23 a 25 maio, 2010.
- RAPOSO, Kariny C. de Souza; ASTONI, Sílvia A. Ferreira. A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade. Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.
- ROBINS, S. P.; COULTER, M. Administração. 5. ed. Rio de Janeiro: PHB, 1998.
- SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. Journal of Economic History, p. 149-159, nov, 1947.
- SEBRAE. Relatório dos 10 Anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas São Paulo (Estado). Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas / SEBRAE-SP. São Paulo: SEBRAE-SP, 2008.
- SELLTIZ, C. *et al.* Métodos de pesquisa nas relações sociais. Tradução de Dante Moreira Leite. 3. ed. São Paulo: Ed. da USP, 1974. 674 p.
- SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. T. de. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. FACES R. Adm. Belo Horizonte, v.7, p. 124-138, jul/set, 2008.
- SINA, A. Mulher e Trabalho: O desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.
- SOUZA, R. M. B. C. de; MELO, M. C. de O. L. OLIVEIRA, M. C. de S. M. de. Empreendedorismo na perspectiva das relações de gênero: perfil, características, desafios e satisfação de empreendedores de empresas de base tecnológica de Belo Horizonte, 2010.
- STOLCKE, V. Mulheres e Trabalho In Estudos CEBRAP, São Paulo, Cebrap/Vozes, n. 26, pp. 81-117, 1980.

TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F. Gestão Feminina e Planejamento Estratégico em MPE's: Uma Análise Preliminar do Perfil no setor educacional de Curitiba. VII SEMEAD, 2004.

TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. Mulheres Empreendedoras. GV-executivo. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo: FGV-EAESP, v. 12, n. 1, p. 50-53, jan/jun, 2013.

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

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.