

Eixo temático: Inovação e Sustentabilidade

‘ELA É COMO SE FOSSE UM HOMEM’: EMPREENDEDORISMO FEMININO NO SETOR DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS

‘SHE IS LIKE A MAN’: FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE BRAZIL ROAD TRANSPORT SECTOR

Ivanete Schneider Hahn, Jucelei Lins, Laleska Lebioda e Gabriela Ostrovski Cabral

RESUMO

Este estudo destinou-se a aprofundar as discussões sobre o empreendedorismo feminino em setores que são ‘dominados’ pelos homens, investigando, por este motivo, o setor de transporte rodoviário de cargas. Considerando a natureza exploratória do estudo, foi conduzido um estudo de caso junto com uma empresária que atua há 17 anos no segmento, sendo esta escolhida pelo critério de acessibilidade. Na construção do estudo, os preceitos de Yin (2005) foram seguidos. A análise de múltiplas fontes de evidência permitiu concluir algumas características empreendedoras se mostraram bastante presentes na empreendedora, como: assunção de riscos e detecção de oportunidades de mercado, persistência e força de vontade. Esses resultados fortalecem as evidências que as características empreendedoras são iguais entre os gêneros. Contudo, o estudo aprofundado permitiu verificar que, no caso do setor de transporte de cargas a empreendedora precisou ‘controlar’ ou desfazer-se de seus hábitos femininos para ser respeitada pelos funcionários, clientes e pares.

Palavras-chave: Estratégia. Empreendedorismo. Gênero. Carreira.

ABSTRACT

This study intended to deepen discussions on female entrepreneurship in sectors that are 'dominated' by men in Brazil, thus investigating the road transport sector. Considering the exploratory nature of the study, a case study was conducted with a businesswoman who has been working for 17 years in the segment, being chosen by the criterion of accessibility. The structure of the study followed the precepts of Yin (2005). The analysis of multiple sources of evidence allowed us to conclude some entrepreneurial characteristics that were quite present in the entrepreneur, such as: assumption of risks and detection of market opportunities, persistence and willpower. These results reinforce the evidence that the entrepreneurial characteristics are equal between the genders. However, the in-depth study allowed us to verify that, in the case of the road transport sector, the entrepreneur needed to 'control' or discard her feminine behaviors to be respected by employees, customers and peers.

Keywords: Strategy. Entrepreneurship. Gender. Career.

1 Introdução

As mulheres e o empreendedorismo têm se transformado em um importante tópico de pesquisa acadêmica (CARRASCO, 2014; JENNINGS; BRUSH, 2013; WELSH et al., 2016). As pesquisas brasileiras sobre empreendedorismo feminino, de modo comum, utilizam as informações do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que possui informações coletadas junto à 60 países, para definir a importância do tema (ACS; DESAI; HESSELS, 2008). As pesquisas acadêmicas, por sua vez, estão embasadas em pesquisas qualitativas, utilizando-se de modo geral de pequenas amostras de empreendedoras, como é exemplo das pesquisas de Ferreira e Nogueira (2013), Alperstedt et al. (2014), e outros. As poucas exceções estão basicamente concentradas na literatura internacional sobre o tema, à exemplo de estudos como Batsakis (2014), Kobeissi (2010), Lee e Osteryoung (2001), Verheul, Stel e Thurik (2006) e Welsh et al. (2016).

O olhar sobre o empreendedorismo feminino costuma voltar-se para avaliações da subjetividade da mulher (FERREIRA; NOGUEIRA, 2013), nas dificuldades encontradas pelas mulheres no ato do empreendedorismo (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016), e o mais comum, é a apresentação de casos de empreendedorismo feminino que perpassa o limite do investimento em um ramo que é ‘considerado para mulheres’- onde há estudos voltados ao empreendedorismo feminino no turismo (BOMFIM; TEIXEIRA, 2015), no comércio de material de construção (STROBINO; TEIXEIRA, 2014) e no setor salineiro (ALMEIDA NETO et al., 2011).

Esta pesquisa, destina-se a aprofundar as discussões sobre o empreendedorismo em setores que são dominados pelos homens, investigando, por este motivo, o setor de transporte rodoviário de cargas. Para tal, foi conduzido um estudo de caso junto com uma empresária que atua há 17 anos no segmento, sendo essa escolhida pelo critério de acessibilidade, ou seja, que aceitou colaborar com a pesquisa, colocando-se à disposição e os funcionários da empresa, para condução de entrevistas em profundidade, permitiu acesso a informações financeiras e estruturais da empresa, bem como, a informações importantes como os clientes da empresa. Na construção do estudo, os preceitos de Yin (2005) foram seguidos. Assim, este método destina-se a estudar uma situação específica com maior nível de profundidade, com vistas de que os resultados tenham potencial de generalização em nível teórico.

Deste modo, este estudo é capaz de gerar importantes ganhos teóricos e gerenciais. Primeiro, estende a aplicação teórica da teoria do empreendedorismo, que possui seus preceitos embasados em pesquisas conduzidas com homens. Segundo, estende a aplicabilidade do conceito para a indústria do transporte rodoviário de cargas – ramo este que, aos poucos algumas mulheres vêm conquistando seu espaço. Terceiro, o estudo levanta importantes reflexões sobre as atitudes esperadas de mulheres empreendedoras – especialmente pois se espera que estas adotem a postura de ‘homens’, o que traz implicações às discussões sobre gênero.

Após esta seção de introdução que levanta os aspectos gerais e as motivações para o estudo, a segunda seção apresenta os conceitos de empreendedorismo e empreendedorismo feminino. Em seguida, são apresentados os procedimentos e instrumentos utilizados para a coleta, tratamento e análise dos dados. A quarta seção apresenta os resultados da pesquisa, seguidos de suas implicações teóricas e práticas. Por fim, a última seção apresenta as considerações finais do trabalho, limitações e sugestões para estudos futuros.

2 O Empreendedorismo e o Empreendedorismo Feminino

A palavra empreendedorismo é formada por conjunto de conceitos, como inovação, ideias, criatividade, risco, descoberta e crescimento econômico (AUDRETSCH et al., 2015). Dornelas

(2008) explica que a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios tradicionais, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados, sobrepondo aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.

A natureza do empreendedor encontra-se embasada em diferentes perspectivas, sendo as principais apresentadas por Morris, Lewis e Sexton (1994) – conforme quadro 1 – e que servem de referência as pesquisas sobre o empreendedorismo (por exemplo: ABD-HAMID; AZIZAN; SOROOSHIAN, 2015; FERREIRA; ALCÂNTARA; FREITAS, 2013).

Quadro 1 – Perspectivas na natureza do empreendedorismo

Perspectiva	Descrição
Geração de riqueza	Envolve assumir riscos associados com a atividade produtiva em troca de lucro
Criação da empresa	Requer a criação de um novo negócio em um local onde não existia antes nenhum desse tipo
Geração de inovação	É a preocupação com combinações, sem igual, de recursos que farão os métodos ou produtos existentes ficarem obsoletos
Geração da mudança	Envolve a criação de mudanças ajustando, adaptando e modificando o repertório pessoal, abordagens e habilidade, para encontrar oportunidades diferentes disponíveis no ambiente
Geração de emprego	É a preocupação com emprego, administração e desenvolvimento dos fatores de produção, inclusive da força de trabalho
Criação de valor	É um processo de criação de valor para os clientes, utilizando oportunidades não exploradas
Geração de crescimento	Pode ser definido como uma orientação forte e positiva para o crescimento em vendas, recursos e empregos

Fonte: Adaptado de Morris, Lewis e Sexton (1994).

A respeito das perspectivas apresentadas em Morris, Lewis e Sexton (1994), Hisrich, Peters e Shepherd (2004) complementam que muitos empreendedores tiveram pais empreendedores, isto é, pode haver a influência familiar como parte da decisão e conhecimento do empreendedor – natureza essa, não evidenciada antes.

Quando entramos na discussão do empreendedorismo, não há na literatura distinção entre gêneros. O fator gênero no empreendedorismo surgiu no final dos anos 1970 (SCHWARTZ, 1976) o que coincide com a época em que os movimentos feministas ganharam força. A partir de então, vários estudos relacionados ao empreendedorismo feminino foram conduzidos (BOMFIM; TEIXEIRA, 2015; FERREIRA; NOGUEIRA, 2013; FIGUEIREDO et al., 2016; TEIXEIRA; BOMFIM, 2016; ALMEIDA NETO et al., 2011).

O perfil empreendedor, que vem sendo discutido ao longo dos anos por diferentes autores, não possui nenhum conceito aceito em unanimidade e também não possui distinção de gênero. Contudo, diversos autores corroboram com algumas características, que são consideradas fundamentais para o empreendedor, conforme apresentado na Quadro 2. Estas características servem de base de análise para esta pesquisa.

Quadro 2 – Características dos empreendedores

Características	Autores
Assumir riscos (calculados)	McClelland (1961); Drucker (1986); Schmidt, Bohnenberger (2009)
Buscar e detectar oportunidades e mudanças	McClelland (1961); Drucker (1986); Schmidt, Bohnenberger (2009)
Estabelecer objetivos e metas	McClelland (1961); Drucker (1986)

Inovação	McClelland (1961); Drucker (1986); Schmidt, Bohnenberger (2009)
Persistência, força de vontade	McClelland (1961); Schmidt, Bohnenberger (2009)
Planejamento a longo prazo	McClelland (1961); Schmidt, Bohnenberger (2009)

Fonte: desenvolvido pelos autores (2017)

A capacidade de assumir riscos é entendida como a aceitação do risco em atividades que possuem menos de cem por cento de chance de sucesso (KUIP; VERHEUL, 2003). Esta característica pode ser específica ou até mesmo momentânea (BEVERLAND; LOCKSHIN, 2001), sendo que alguns empreendedores param de assumir riscos elevados quando suas aspirações forem suficientemente realizadas (DAVIDSSON, 1989).

Outras características citadas pelos autores supracitados foram: buscar e detectar oportunidades, mudanças e também inovação. Esta última é considerada um instrumento dos empreendedores, e por meio dela é possível explorar a mudança como uma oportunidade de negócio (DRUCKER, 1986). Os autores explicam ainda a definição da aceitação de responsabilidade individual, autoconfiança, buscar e valorizar informações, capacidade de comunicação, comprometimento, eficiência, estabelecimento da cultura, independência, liderança, originalidade e persuasão.

No que se refere ao estudo do empreendedorismo feminino, Gimenez, Ferreira e Ramos (2017) explicam que na literatura estrangeira o tema é discutido há mais tempo do que no Brasil, sendo que estudos seminais sobre o tema foram conduzidos em meados da década de 1970 e a teoria foi amplamente discutida na década seguinte (GOMES et al., 2014).

Na análise da literatura estrangeira sobre o empreendedorismo feminino, Gomes et al. (2014) apontaram que esta literatura se ressentiu do desenvolvimento de teorias específicas sobre a distinção de gênero no processo empreendedor. Embora que, na análise Jennings e Brush (2013) três aspectos do empreendedorismo foram ressaltados, sendo: (1) que este é um fenômeno altamente influenciado por gênero; (2) o empreendedorismo é um processo que ocorre incrustado em um contexto de família; e (3) empreendedoras e empreendedores frequentemente buscam objetivos que vão além dos ganhos econômicos.

Sob esta perspectiva, esta pesquisa busca estudar como o empreendedorismo funciona em termos de análise de gênero, analisando um setor onde o empreendedorismo feminino é mais comum: o setor de transporte de cargas. A próxima seção destina-se a apresentar os procedimentos de coleta e análise dos dados.

3 Procedimentos Metodológicos

A pesquisa à campo deste artigo, encontra-se embasada em sua característica exploratória. Estudos exploratórios permitem ao “pesquisador aprofundar seu estudo nos limites de uma realidade específica, buscando mais conhecimento para, em seguida, planejar uma pesquisa descritiva” (TRIVIÑOS, 1987, p.109). Quanto à sua natureza, foi realizada sob uma orientação, basicamente, qualitativa, considerando-se o desejo de descobrir relações mais profundas entre elementos e processos (GONÇALVES; MEIRELLES, 2004).

Em relação à estratégia de pesquisa, foi operacionalizado um estudo de caso. A opção por estudar o caso de uma empreendedora do setor seguiu dois critérios fundamentais. O primeiro critério é o da pertinência, isto é, julgou-se que a empresária identificada para o estudo poderia de algum modo representar a população de empresárias no setor de transporte rodoviário de cargas. O segundo critério, considerado decisivo na operacionalização da pesquisa, é o da possibilidade – sendo que a população de empresárias, que possuem um histórico de gestão e atuação no setor de transporte rodoviário de carga, é pequena. Além disso, é difícil obter um levantamento formal de empresárias neste ramo – e que efetivamente atuam

nas empresas (não apenas participantes na composição societária). Assim, a empresária estudada, mostrou-se disposta a participar, permitindo acessá-la por meio de visitas à empresa, fornecimento de informações e a realização de entrevistas a própria empresária e com funcionários. A opção pelo “estudo de caso” também foi orientada pela essência das proposições de Yin (2005) no sentido de trazer um olhar mais aprofundado, como tentativa de capturar na íntegra as características do fenômeno.

Além da empreendedora, optou-se por entrevistar também funcionários da empresa, sendo: o gerente operacional, dois motoristas contratados pela empresa e um motorista terceirizado. Estes foram escolhidos, com base nos seguintes critérios: envolvimento com o fenômeno; conhecimento amplo das circunstâncias envolvidas na questão de pesquisa; disponibilidade de tempo para entrevista (TRIVIÑOS, 1987). As entrevistas foram gravadas e transcritas em sua literalidade. A entrevista com a empreendedora passou de duas horas, enquanto as demais entrevistas duraram, em média, 30 minutos cada. Desta maneira, em posse das evidências procedeu-se à análise seguindo aos preceitos de Bardin (2004), em três polos cronológicos: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferências e interpretação.

4 Resultados

A empresa em estudo encontra-se formalizada no mercado, por meio de sua empreendedora – e também principal sujeita desta pesquisa – desde o ano de 2012. A empresa possui 73 funcionários, sendo eles: um gerente operacional, dois funcionários de apoio (escritório), 10 motoristas contratados e 60 motoristas terceirizados. A empreendedora, possui 35 anos, formada em Administração de Empresas e atua há 17 anos neste setor.

Eu não posso passar batom, eu não posso passar um rímel entendeu? Eu preciso usar uma roupa mais certinha, nada de decote... porque a partir da hora que eu aparecer na empresa mais ‘arrumada’ eles (os motoristas) vão me ver com outros olhos...” (Empreendedora)

A citação supracitada, foi a primeira fala da empreendedora e retrata bem o desafio de gerenciar uma empresa de um setor basicamente masculino, e provavelmente carregado de significados machistas – auferidos no decorrer dos anos. A história da empreendedora no setor de transporte rodoviário de carga, iniciou em uma grande empresa do setor, ela atuava como secretária. Já nesta época, pelos relatos da empreendedora, é possível verificar seu espírito e ações empreendedoras para a empresa, quando esta lista que:

“Eu trabalhava praticamente de 12 a 18 horas por dia... eu vivia para a empresa”.

“Eu sempre fui uma pessoa muito centrada no que eu queria, eu queria vencer na vida”. (Empreendedora)

A empreendedora trabalhou nesta primeira empresa por cinco anos, e conquistou importantes clientes para a empresa. Contudo, com o nascimento de sua filha teve problemas em conciliar a vida pessoal com a vida profissional – e aliado aos problemas de clima de trabalho, pediu demissão da empresa.

Na semana seguinte recebeu convite de trabalho em outra empresa, que era familiar. Nesta empresa, a empreendedora teve alguns problemas, justamente por seu perfil assertivo e preocupado com resultados: o problema da autoridade. A empreendedora comenta:

“Entrei trabalhar em uma empresa que era familiar, onde pai, mãe, filhos, cachorros, gatos.... todo mundo mandava!” (Empreendedora)

Após esta experiência, a empreendedora investiu na própria empresa, voltada ao atendimento de um cliente – que possuía uma grande demanda por fretes. Esta empresa, tinha um problema

com caminhões que ficavam esperando em média 30 dias para descarregar em locais portuários – o que gerava um custo altíssimo. Esse problema foi uma oportunidade para a empreendedora em estudo ter uma chance de mostrar o seu trabalho nesta grande empresa, e conseguiu, especialmente por meio de sua rede de contatos, entregar o serviço, descarregando os caminhões em menos de dois dias. A partir daquele momento, a empresa em estudo - que iniciou tendo 2% dos fretes desta grande empresa, cresceu e hoje absorve mais de 30% dos fretes desta empresa.

A empreendedora mostrou possuir iniciativa, busca constantemente entregar um serviço de qualidade aos clientes, ousadia e possui ampla rede de contatos. Mostra-se independente e autoconfiante e sua meta é crescer. Os funcionários ainda levantaram características como: ser determinada, forte e humana: *“Ela nos trata como gente, ela chega cumprimenta todos de mão pegada”* (Funcionário 1); *“Ela é uma pessoa forte, entendida”* (Funcionário 2); *“A empreendedora é uma pessoa de muita coragem”* (Funcionária 3).

“Ela é uma pessoa forte, entendida. Porque, para uma mulher administrar este setor, não é só do transporte que ela tem que entender: é mecânica de caminhão, é borracharia, é cargas, tudo ela entende, então por isso que eu digo, ela é como se fosse um homem” (Funcionário 2).

“Eles não me veem como uma mulher. Eles me veem de homem para homem, e eu não me importo que eles me vejam assim”. (Empreendedora)

Em outro ponto da entrevista, a empreendedora ainda levanta a questão de oficinas mecânicas que não a respeitavam enquanto mulher; de concorrentes do mercado que não aceitavam perder serviços para sua empresa – por ela ser mulher; e de preconceito que enfrentou por parte de gestores da principal cliente da empresa. De modo geral, os resultados mostram que a adaptação ao segmento, por parte da empreendedora foi fundamental. Isto é, ele precisou parecer homem para ter o respeito de seus pares, funcionários, fornecedores e clientes – o que levanta relevantes discussões sobre a igualdade de gênero, algumas destas discutidas na próxima seção.

5 Implicações acadêmicas e gerenciais

Algumas características empreendedoras se mostraram bastante presentes na empreendedora estudada, como: assunção de riscos e detecção de oportunidades de mercado (corroborando com MCCLELLAND, 1961; DRUCKER, 1986; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009); e, persistência e força de vontade (conforme sugerido por MCCLELLAND, 1961; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009). Esses resultados fortalecem, até este ponto da análise, de que não há diferença nas características empreendedoras entre gêneros.

Contudo, na prática, o que se percebe que igualdade entre gêneros ainda não é uma realidade, isto é, as mulheres serem respeitadas como mulheres empreendedoras e homens serem respeitadas como homens empreendedores. No caso específico do setor de transporte de cargas, e da empresa analisada – verificou-se que a empreendedora precisou ‘controlar’ ou desfazer-se de seus hábitos considerados como femininos. A partir do momento que esta não pode mais usar batom ou uma saia – sob o risco de não ser aceita ou então de perder o respeito perante os funcionários, é possível verificar uma clara distinção de gênero que ainda perpassa o discurso igualitário entre gêneros. Não obstante, a própria empreendedora busca esconder as diferenças existentes entre os gêneros, com a tentativa de igualar a maneira de agir e de vestir com a dos homens (PORTO, 2002).

Outra questão importante que merece ser discutida, é a questão de multiplicidade de papéis - trabalho e família. A empreendedora demonstrou na entrevista que o lado ‘mulher frágil’, em teoria, foi desconstruído, porém, vemos que na realidade ele ainda existe, quando esta afirma amar sua vida e suas conquistas enquanto empreendedora, contudo, gostaria de ter um dia onde ela não tivesse as responsabilidades inerentes à função. Estes resultados fortalecem os achados

de Ferreira (2012) que explica que a conciliação entre os diversos papéis da mulher são fatores que dificultam o empreendedorismo.

Além disso, quando o *Funcionário 2* expressa que “*ela (a empreendedora) é como se fosse um homem*” – como forma de elogio, quando a comparação com o ‘homem’ é determinante para o respeito ao trabalho, os resultados deste estudo novamente corroboram com Ferreira (2012), quando esta expõe que muitas das dificuldades encontradas pelas mulheres ao longo do processo empreendedor foram agravadas por elas serem mulheres. Infere-se que este tipo de discriminação de gênero deve ser evitado (PORTO, 2002), e neste ponto se dá uma das principais contribuições práticas deste estudo.

A contribuição prática é destinada principalmente a docentes de cursos de empreendedorismo e gestão, que perpetuam modelos clássicos de ensino e aprendizagem sobre o tema – que privilegia o modelo de empreendedorismo e de gestão masculina. Isto se dá basicamente na aplicação de testes de personalidade que indicam os ‘melhores’ perfis de gestão; no exemplo de gestão das atividades práticas desenvolvidas em sala de aula – que incentivam (de modo geral) as características masculinas, como é o caso de atividades lógicas, de atividades que exigem foco e não avaliações completas ou 360 graus; o desenvolvimento da competitividade por meio de jogos – também amplamente masculinos, entre vários outros exemplos. Eis que uma questão merece ser levantada: há formas de ensinar empreendedorismo e gestão sem privilegiar determinadas habilidades? Por mais que haja a questão familiar, se as escolas de empreendedorismo e gestão agirem sobre a desigualdade e o preconceito, potencialmente será capaz de diminuir os impactos na gestão feminina do futuro – e, quiçá, as mulheres não precisarão se ‘tornar homens’ (em seu comportamento e características) para auferirem o respeito de seus pares e serem competitivas no mercado de trabalho.

Essa mesma discussão traz um importante questionamento a teoria do empreendedorismo no Brasil, especialmente ao setor em análise: existem realmente perfis ou características que determinam um empreendedor ou uma empreendedora? Ou estas características são apenas moldadas e assumidas pelos empreendedores ou empreendedoras como forma de se legitimar (e ser aceito) enquanto tal?

6 Limitações da pesquisa e indicações futuras

A questão levantada para a teoria do empreendedorismo indica possibilidade de diversas pesquisas futuras, especialmente destinadas ao estudo: do ambiente institucional na formação das características empreendedoras; na inferência das práticas de formação nos cursos de gestão e empreendedorismo – e na própria educação básica – nas práticas empreendedoras masculinas e femininas e na distinção entre gêneros; e, por fim, o aprofundamento do estudo do empreendedorismo feminino em setores basicamente masculinos.

Cabe inferir, ao final, que embora que os resultados ora apresentados representem de alguma forma a população empreendedora feminina, devem ser tomados com cuidado, bem como, deve-se evitar a generalização para mercados onde historicamente as mulheres auferiram mais espaço.

Referências

ABD-HAMID, Z.; AZIZAN, N.A.; SOROOSHIAN, S. Predictors for the Success and Survival of Entrepreneurs in the Construction Industry Regular. *International Journal of Engineering Business Management*, v.4, n.12, p.1-8, 2015

ACS, Z. J.; DESAI, S.; HESSELS, J. Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, v. 31, p. 219-234, 2008.

ALMEIDA NETO, F. S.; SIQUEIRA, E. S.; BINOTTO, E. Empreendedorismo feminino: o caso do setor salineiro – Mossoró/RN. *Revista de Administração da Unimep*, v. 9, n. 2, p. 153-175, 2011.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. *Revista de Ciências da Administração*, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

AUDRETSCH, D.B.; KURATKO, D.F.; LINK, A.N. *Making Sense of the Elusive Paradigm of Entrepreneurship Department of Economics*. University of North Carolina: Working Paper Series, 2015.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. 3.ed. Lisboa: Edições 70, 2004.

BATSAKIS, G. Impediments on the way to entrepreneurship. Some new evidence from the EU's post-socialist world. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v.21, n.3, p. 385-402, 2014.

BEVERLAND, M.; LOCKSHIN, L. Organizational life cycles in small New Zealand wineries. *Journal of Small Business Management*, v. 39, n. 4, p. 354-62, 2001.

BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo Feminino: desafios Enfrentados por Empreendedoras na Gestão de Pequenos Negócios no Setor de Turismo. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.

CARRASCO, I. Gender gap in innovation: An institutionalist explanation. *Management Decision*, v.52, n. 2, p. 410-424, 2014.

DAVIDSSON, P. *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*. The Economic Research Institute, Stockholm School of Economics, Stockholm. 1989.

DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira. 1986.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013.

FERREIRA, J.B. *Empreendedorismo feminino em Santa Catarina: um estudo a partir do relato de mulheres participantes do prêmio Sebrae*. 189 p. Dissertação (Mestrado) - Mestrado Profissional em Administração, Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Florianópolis, 2012.

FERREIRA, A. C.; ALCÂNTARA, V. C.; FREITAS, F. M. Adaptação, validação e discussões da aplicação de uma escala de medida do potencial empreendedor em universitários. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 7, n. 3, p. 115-138, 2013.

FIGUEIREDO, M. D.; MELO, A. N.; MATOS, F. R. N.; MACHADO, D. Q. Empreendedorismo Feminino no Artesanato: uma Análise Crítica do Caso das Rendeiras dos

Morros da Mariana, Piauí. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, v. 14, n. 2, p. 110-123, 2015.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017.

GONÇALVES, C. A.; MEIRELLES, A. de M. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2004.

GOMES, A.F.; SANTANA, W.G.P.; ARAÚJO, U.P.; MARTINS, C.M.F. Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 16, n.51, p. 319-342, 2014.

JENNINGS, J. E.; BRUSH, C. G. Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *The Academy of Management Annals*, v.7, n. 1, p. 663-715, 2013.

KOBEISSI, N. Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications. *Journal of International Entrepreneurship*, v. 8, n. 1, p. 1-35, 2010.

KUIP, I.; VERHEUL, I. *Early development of entrepreneurial qualities: the role of initial education*. SCALESScales-paper N200311, EIM Business & Policy Research: Zoetermeer, 2003.

LEE, S. S.; OSTERYOUNG, J. S. A comparison of determinants for business start-up in the U.S. and Korea. *Journal of Small Business Management*, v. 39, n. 2, p. 193-200, 2001.

McCLELLAND, D. C. *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand, 1961.

PORTO, M.F.S. *Com licença eu vou à luta! Mulheres empresárias de patos de minas – 1980 – 90*. Uberlândia, 2002. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia-MG, 2002. 250 p.
Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999a.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *RAC – Revista de Administração Contemporânea*, v. 13, n. 3, p. 450-467, 2009.

SCHWARTZ, E. Entrepreneurship: a new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, v.5, n.1, p. 47-76, 1976.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no comércio de material de construção da cidade de Curitiba. *Revista de Administração*, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

TEIXEIRA, R.M.; BOMFIM, L.C.S. Empreendedorismo feminino e os desafios encontrados para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

VERHEUL, I.; STEL, A.; THURIK, R. Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development*, v.18, n.2, p.151-183, 2006.

WELSH, D.H.B.; KACIAK, E.; THONGPAPANL, N. Influence of stages of economic development on women entrepreneurs' startups. *Journal of Business Research*, v.69, n.11, p. 4933-4940, 2016.

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