Caderno de Administração
ISSN 1516-1803
Universidade Estadual de Maringá - Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Departamento de Administração

DIFICULDADES DO PAPEL EMPREENDEDOR DESEMPENHADO POR MULHERES

Carolina Andrea Gomez Winkler (UEM)

Juliana Medeiros (UEM)

RESUMO

O aumento da presença da mulher no mercado de trabalho se deu, dentre diversos fatores, a transformações culturais, queda na taxa de fecundidade e maior nível de escolaridade. Assim, razões econômicas, sociais e psicológicas levaram parte destas mulheres a empreender e, segundo o relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2010), do total de empreendedores iniciantes no Brasil, 53% são mulheres e 47% são homens. Apesar disso, é fato que mulheres encontram dificuldades ao empreender desde falta de reconhecimento social até a tipificação do papel como a única responsável pelos cuidados com a família. Deste modo, o objetivo deste ensaio teórico foi compreender como questões de gênero estão associadas as dificuldades no desempenho do papel empreendedor por mulheres. Os resultados mostram que mulheres empreendedoras encontram dificuldades para criação e crescimento dos negócios associados ao gênero quanto ao desempenho de seu papel, tais como: baixa formação e experiência em área gerencial; pouco apoio da família; falta de tempo principalmente quando os filhos são pequenos (MACHADO, 2009); obtenção de recursos financeiros, sobretudo dos bancos que privilegiam empresas criadas e dirigidas por homens (KORHONEN, 2000); falta de estímulo para formação e participação das atividades em redes de negócios (MACHADO, 2010).

Palavras-chave: Gênero. Mulheres empreendedoras. Dificuldades.

1 INTRODUÇÃO

Até a década de 70 a criação de empresas por mulheres era relativamente pequena (MACHADO et. al., 2010). Entretanto os dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2010), mostraram que este cenário foi modificado desde então e as mulheres já superam os homens no que se refere à criação de empresas no Brasil. De acordo com o relatório, no Brasil, 53% das empresas foram criadas por mulheres e 47% por homens.

Isso se deu devido a mudanças culturais, queda na taxa de fecundidade, aumento da escolaridade, entre outros fatores (LINDO et al, 2007). Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2011) apontaram o crescimento da participação da mulher no mercado de trabalho, percebe-se que em 1976 estas representavam 11,4% das mulheres brasileiras, atingindo 36,5% em 2002. Nos anos de 1970 essas mulheres eram em sua maioria jovens, solteiras e sem filhos, perfil que permitia um pouco mais de dedicação para a carreira. Entretanto, na década de 90 este perfil se modificou e as mulheres casadas e com filhos passam a ter maior representatividade no mercado de trabalho.

Ao analisar o panorama mundial, esta transformação no campo empreendedor fica mais evidente. Dados da Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD,

2004) apontam que 821 mil mulheres no Canadá são empreendedoras e movimentaram 18 bilhões de CAD (dólar canadense) no referido ano. Nos Estados Unidos, 28% das 23 milhões de empresas foram criadas por mulheres, as quais geraram 9% dos empregos do setor privado. No Reino Unido as mulheres representam 28% dos trabalhadores por conta própria e na Suécia 28% das novas empresas foram criadas por mulheres. Neste país ainda, aproximadamente a cada 4 empregos gerados, 2 foram a partir de empresas criadas por mulheres.

Tendo em vista esta representatividade e o impacto gerado por tal na economia do país, é importante que sejam criadas medidas, principalmente governamentais, que estimulem a atividade empreendedora por mulheres, o que tem sido feito por alguns países (MACHADO, 2009). No Brasil, o Plano Nacional de Políticas para mulheres (SPM, 2008) já está em sua segunda edição e tem como objetivo proporcionar autonomia financeira para as mulheres; buscar igualdade de gênero nas relações de trabalho; e, proporcionar maior disponibilidade de tempo para a dedicação à carreira.

O contexto social que vivem mulheres empreendedoras e que pode diferir desde fatores religiosos até aspectos culturais , sendo que isto está diretamente relacionado com a construção social do papel da mulher na sociedade (AHL; NELSON, 2010; BOURNE, 2010; SMITH, 2010).

Assim, segundo Ahl (2010), é preciso um reenquadramento do gênero nas investigações e um engajamento dos pesquisadores neste sentido. É preciso entender desigualdades contextuais, as quais incorrem em conseqüências para o desempenho do papel, devido à tipificação do mesmo como responsável pelos cuidados com o lar (CRAMER et al , 2001). Deste modo, a falta de reconhecimento social da mulher no mercado de trabalho pode implicar em dificuldades de empreender.

Visto isto, este ensaio teórico buscou destacar dificuldades encontradas por mulheres na condição de empreendedoras, na finalidade de descrever os principais eixos analíticos que devem ser discutidos e investigados quando se aborda a questão de gênero no campo empreendedor. Tais eixos podem fornecem suporte para o desenvolvimento de políticas que realmente favoreçam a criação de empresas por mulheres.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para identificar dificuldades encontradas por mulheres ao empreender, é necessário compreender a importância do meio na criação dos negócios e também a construção do papel da mulher na sociedade. Julien (2010) considera o meio um elemento chave para a criação de negócios. Assim, as variáveis do meio influenciam a criação de novos negócios, como a disponibilidade de capital e de força de trabalho capacitada, acessibilidade a fornecedores, consumidores e novos mercados, além da influência do governo (BARON; SHANE, 2007; GARTNER, 1985; JULIEN, 2010; READ et al, 2011). Dessa forma, de acordo Julien (2010), o meio pode facilitar trocas de informações e oportunidades para estimular a criação e o desenvolvimento das empresas.

Entretanto, quando se refere as mulheres no mercado de trabalho, estas encontram diversas dificuldades relacionadas ao meio devido a questão de gênero. Gênero é considerado um fenômeno histórico, compreendido, desenvolvido e mudado em diferentes tempos e contextos culturais (ALVESSON; BILLING, 1997). Segundo os autores, os estudos sobre gênero focam as desigualdades que existem na sociedade entre homens e mulheres, e deve ser melhor direcionado em outras perspectivas, dando voz tanto ao homem como à mulher, em termos de pontos de vista e experiências, facilitando a aprendizagem organizacional e a criatividade. Calás e Smircich (2010, p.275) apresentam a diferença entre os termos sexo e gênero, em que o sexo se remete às duas categorias biológicas das pessoas, sendo masculino e feminino,

enquanto a palavra gênero é utilizada com relação ao conceito sociologicamente construído, termo considerado pelas autoras como “em construção”.

Quanto à construção do papel social, Berger e Luckman (1985) consideram que a realidade da vida cotidiana é compartilhada entre os seres humanos, criando conjuntamente um significado aos objetos, tendo assim um conhecimento sobre a realidade da interação social. O conjunto de significados criados pela sociedade é legitimado em um universo simbólico, que é expresso por regras e crenças, tornando padrões sociais.

Segundo os autores a realidade social da vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada subjetivamente, a qual é dotada de significados e sentidos na medida em que forma um mundo coerente. Portanto, a vida cotidiana se dá por meio das objetivações dos processos (dotados de significados) subjetivos, as quais constroem o mundo intersubjetivo do senso comum. Desta forma, os indivíduos não podem existir na vida cotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com os outros que nele existem. A atitude natural é a atitude da consciência do senso comum, pois se refere a um mundo que é comum a muitos homens. Assim, a vida cotidiana é admitida como sendo a realidade.

Se a realidade é desta forma que foi descrita, é possível afirmar que ela é tida como “dada” em um sentido de determinismo (BURRELL; MORGAN, 1979), ou seja, as ações já são determinadas pela sociedade após terem tornado habituais, garantindo a interação de indivíduos que dela compartilham (BERGER; LUCKMANN, 1985). Em outras palavras, a sociedade é uma realidade objetiva e subjetiva ao mesmo tempo, por meio da qual os indivíduos, simultaneamente, exteriorizam seu próprio ser no mundo social e interioriza este último como realidade objetiva. Sendo assim, os indivíduos não nascem membros da sociedade, nascem com predisposição para a sociabilidade e para tornarem-se membros dela.

Neste sentido, para Berger e Luckman (1985), os valores e as normas se tornam papéis, formais ou informais, que serão desempenhados pelos indivíduos que ocupam posições específicas em determinadas situações. Assim, de acordo com os autores, conforme os papéis são desempenhados cotidianamente de forma repetitiva, os valores e as normas são interiorizados, e ao longo do tempo se tornam obrigação, ou comportamento governado moralmente.

As ações tornadas habituais conservam seu caráter plenamente significativo para o indivíduo. Assim, ocorre a tipificação destas ações por tipos de atores, essas tipificações são compartilhadas e acessíveis a todos os membros do grupo social particular em questão, e a própria instituição tipifica os atores individuais assim como suas ações individuais. Além disso, as tipificações devem ser recíprocas e estabelecidas de acordo com uma história compartilhada, não podendo ser criadas instantaneamente (BERGER; LUCKMANN, 1985).

Belle (1993) considera que nos últimos anos a mulher passou a ocupar novos postos de trabalho não mais subalternos nas organizações, mas sim cargos de responsabilidades, implicando em uma redefinição de seu papel na sociedade. Porém, a antiga estrutura patriarcal da dominação masculina ainda é encontrada na sociedade de maneira discreta, onde a mulher encontra dificuldades no mercado de trabalho que não são encontradas pelos homens (BELLE, 1993). Uma destas dificuldades será apresentada no presente trabalho, relacionada com obstáculos enfrentados pelas mulheres ao criarem os seus negócios.

3 INDICATIVOS METODOLÓGICOS

Este estudo trata-se de um ensaio teórico, o qual buscou identificar dificuldades relacionadas a gênero encontradas por mulheres ao empreender. Para tanto foram analisados estudos realizados anteriormente sobre este tema. Como dados secundários foram analisados estudos

que abordaram mulheres empreendedoras, que criaram empresas, bem como estudos que demonstraram comparações entre homens e mulheres na condição de empreendedores.
Para tanto foi feita uma coleta de dados secundários nos principais journals relacionados ao campo de estudo, bem como em periódicos nacionais. Os journals consultados foram: *Internacional Small Business Jounrnal; Internacional Journal of Gender and Entrepreneurship; Entrepreneurship Theory and Pratice; Internacional Entrepreneurship Management Journal e Journal of Small Business Management*. Os periódicos nacionais pesquisados foram da área de Administração, pois ainda não há periódicos específicos no campo.
Assim, foi realizado um estudo indutivo das pesquisas, para a identificação de dificuldades associadas ao gênero. Procurou-se ainda identificar políticas que podem ser desenvolvidas, bem como perspectivas de pesquisas empíricas.

4 DISCUSSÃO

Bourne (2010) afirma que a grande maioria dos estudos de gênero no empreendedorismo focam nas diferenças e similaridades entre os sexos em termos de características, traços, atitudes e comportamentos. Porém, homens e mulheres fazem o gênero ativamente em cada situação, um processo criado e mantido por meio de interações sociais.
A importância dos negócios criados por mulheres foi destacada pela OECD (1998) como fator econômico, devido ao número de empregos criados por essas empresas, fato social na busca de um equilíbrio entre o trabalho e a família, e também o fator político, visto o aumento da autonomia destas mulheres. Os primeiros estudos sobre mulheres empreendedoras foram realizados na América do Norte (Estados Unidos e Canadá) que buscaram identificar o perfil de mulheres, que em sua maioria buscavam em seus novos negócios a independência, iniciando com pouco capital, e se deparavam com dificuldades em conciliar o trabalho e a família, bem como obter o capital para seus negócios (MACHADO et al, 2010). Além disso, a autora destaca que os primeiros estudos neste segmento levantaram as diferenças entre homens e mulheres ao empreender com relação ao perfil; obstáculos enfrentados; razões para iniciar os negócios; e, fatores considerados importantes para o sucesso.
Pesquisas realizadas por Machado (2009) identificaram o perfil de mulheres empreendedoras, visto que elas tinham a idéia de trabalho associado à vida, além do nível superior de escolaridade em áreas que já possuíam experiências anteriores. Machado et al (2003) também destacaram razões econômicas, sociais e psicológicas que levaram parte destas mulheres a empreender, razões circunstanciais ou determinadas pela vontade pessoal de empreender. Dentre elas está a realização pessoal; a necessidade de aumentar a renda; a insatisfação no emprego e a impossibilidade de ascender profissionalmente; a necessidade de um horário flexível; o desejo de independência; uma maneira de conciliar trabalho e família; e, a identificação de oportunidade de mercado.
De acordo com o relatório da OECD (2000) as razões para mulheres empreenderem podem ser distinguidas em três grupos, sendo eles empreendedoras por acaso; empreendedoras forçadas; e, empreendedoras criadoras. As empreendedoras por acaso são as mulheres que iniciam seus negócios sem terem realizado um planejamento ou sem terem definido um objetivo, sendo nesses casos a atividade realizada derivada de um hobby. As empreendedoras forçadas são aquelas que foram obrigadas a empreender devido a alguma circunstância, dificuldade financeira, separação ou até a morte dos pais. Por fim, as empreendedoras criadoras são mulheres que iniciaram seus negócios devido sua própria motivação e coragem, muitas vezes na procura de independência e autonomia.

Pesquisas anteriores, ainda, mostraram diferenças nas características gerenciais entre homens e mulheres. Machado (1999) e Silveira, Cautela e Gouvêa (2008) destacam que o processo decisório e o estilo de liderança valoriza a participação dos funcionários na gestão, juntamente com poder compartilhado dando importância na motivação dos mesmos. Com relação à postura frente aos riscos e o comportamento financeiro, segundo Machado (1999) as mulheres se apresentam de forma conservadora podendo ser justificado pela dificuldade em obter capital. O estilo estratégico e as escolhas estratégicas das mulheres empreendedoras se caracterizam pela ênfase na qualidade tanto dos produtos quanto do trabalho em si, assumindo uma abordagem ganha-ganha para resolver os conflitos além de possuir o perfil de escolhas estratégicas defensor, analítico e prospectivo. Apesar de diferenças gerenciais entre homens e mulheres, Gomes (2004) considera que o jeito feminino de administrar não é superior ou substituto do jeito masculino, mas sim são maneiras complementares que podem contribuir para o sucesso de uma organização.

Ao criar seus negócios, estudos mostram que mulheres encontram dificuldades comparadas com homens, primeiramente relacionadas com a experiência gerencial. Pesquisas mostram que homens empreendedores possuem mais experiência do que as mulheres empreendedoras (MACHADO et al, 2003). De acordo com Carter (2001) a experiência anterior é um fator importante para o estabelecimento e a viabilidade das empresas, e Machado et al (2003) e Cramer et al (2008) afirmam que a experiência anterior influencia na escolha do ramo de atividade do novo negócio, uma vez que implica em habilidades para o melhor desempenho da organização. Assim, a falta de experiência gerencial contribui para acentuar as diferenças entre gêneros na criação de empresas (MACHADO et al, 2010).

Na medida em que mulheres criam seus negócios, surge também a dificuldade com relação à falta de tempo para si mesma já que um novo empreendimento demanda uma dedicação intensa, evidenciando a dificuldade em conciliar trabalho e família (CRAMER et al, 2001; MACHADO, 2009). Assim, mulheres enfrentam a falta de suporte, existe um conflito entre o trabalho e os papéis familiares, principalmente quando os filhos são pequenos.

Cramer et al (2001) identificaram em seus estudos que ao criarem os seus negócios, as mulheres enfrentam uma concorrência entre atividades empreendedoras e a dedicação à família, pelo fato de a gestão da empresa implicar em uma dedicação maior de tempo. Dessa forma, segundo os autores, há conseqüências negativas nas relações familiares, e um desestímulo por parte dos mesmos quanto à abertura de negócios pela mulher. Além disso, Cramer et al (2001) afirmam que, pelo fato das mulheres serem mais sensíveis nas relações entre pessoas, elas se encontram em constante conflito, possuindo um sentimento de culpa tanto ao se dedicar mais à família e abrir mão de sua carreira, quanto ao se dedicar mais à carreira e abrir mão dos cuidados com a família.

Outro aspecto que foi identificado em inúmeras pesquisas é a dificuldade para obtenção de recursos principalmente financeiros, sobretudo os bancos que privilegiam a concessão de crédito para empresas criadas e dirigidas por homens. De acordo com o estudo de Carter, Willians e Reynolds (1997), foi corroborada a hipótese de que há uma relação direta entre estratégia e recursos iniciais com a sobrevivência das empresas. Na comparabilidade entre gêneros, tal estudo mostrou que as mulheres possuem maior dificuldade para adquirir recursos financeiros, principalmente de modo formal. Isto gera uma maior descontinuidade das empresas criadas e dirigidas por mulheres perante as empresas criadas e dirigidas por homens.

Adicionalmente, pesquisa realizada por Machado et. al. (2000) comparou a obtenção de recursos financeiros por homens e mulheres para criar seus negócios. Para a maioria, independente do gênero, a principal fonte foi pessoal (economias pessoais). Entretanto, ao se tratar da questão de recursos de terceiros, 13,9% dos homens mencionaram empréstimos informais e apenas 6,3% das mulheres apontaram esta fonte. Sobre fonte de recursos financeiros formais, 7% dos homens mencionaram esta fonte, porém nenhuma mulher a citou.

Estudos de Carter e Allen (1997) mostraram também que o crescimento dos empreendimentos iniciados por mulheres estava relacionado à dificuldade de acesso aos recursos financeiros e a falta de experiência em gestão financeira destas mulheres.

Outro aspecto refere-se ao mercado. Bates (2002) relatou uma pesquisa que mostrou a dificuldade de conquista de market-share, sobretudo em segmentos tradicionalmente constituídos por homens, nos quais os atores do mercado não tinham tanta confiança em construir relações comerciais com empresas que eram dirigidas por mulheres.

Como conseqüência dessas dificuldades, empreendimentos criados por mulheres, em sua maioria, possuem um baixo capital inicial pois este capital é adquirido por outras fontes, geralmente de economias pessoais, empréstimos com a família ou amigos. Ademais, existe a dificuldade para entrar no mercado internacional, devido à existência de restrições para exportações, e a dificuldade quanto ao acesso às redes, em que há uma carência em modelos de referências e de mentores para as mulheres empreendedoras (MACHADO, 2009).

Estudos apontaram a importância das redes para amenizar os obstáculos encontrados para o desempenho do papel empreendedor, sobretudo relacionado ao gênero como: aumento da visibilidade e legitimidade da mulher no mercado de trabalho; mudança nas relações com os homens; maior acesso à recursos; melhoria na rentabilidade dos negócios e nas vendas; aumento do respeito e apoio moral da sociedade; maior capacidade de análise crítica para participar das discussões; entre outros (WHARTON; BRUNETTO, 2007).

Entretanto, Tonge (2008) listou dezessete barreiras encontradas pelas mulheres não só na formação das redes, mas também no que tange a participação destas em tais redes. Essas barreiras são agrupadas em psicológicas, situacionais e sociais. Ainda, Foss (2010) afirmou que as mulheres possuem desvantagens perante os homens para a efetividade da participação nas redes. De acordo com o autor, estudos indicam que os homens utilizam-se das redes como ferramentas estratégicas para seus negócios.

Mulheres, por terem outros papéis como cuidados com os filhos, esposos e lar, acabam por não possuírem tanto tempo disponível para a participação nas redes. Ainda, devido à tipificação do seu papel, muitas vezes, as mulheres não possuem estímulos da própria família para a participação nas redes, já que é cobrada por dedicar maior tempo para outras atividades que não estão relacionadas com sua carreira (SMALLBONE; WELTER, 2008). Isso implica em dificuldades da formação e participação em redes pelas mulheres, distanciando-as das mesmas, principalmente quando suas identidades estão mais voltadas as crenças culturais do papel da mulher como responsável pelo lar (MORRIS et. al., 2006).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste ensaio teórico foi possível perceber a importância da criação de empresas por mulheres em diversos países e no Brasil, devido a benefícios e impactos gerados na sociedade por estas empresas. Foi apontada também a mobilização de alguns países, inclusive o Brasil (SPM, 2008), no desenvolvimento de políticas voltadas às mulheres, principalmente no que se refere ao mercado de trabalho. De fato, estas políticas contribuem para o desempenho do papel empreendedor e são realizadas devido à relevância do fenômeno. Entretanto, há ainda um gap em parte destas políticas, as quais precisam ser desenvolvidas com foco no atendimento adequado às necessidades específicas para mulheres empreendedoras.

Deste modo, políticas públicas precisam elaborar mecanismos voltados a maior equilíbrio entre o trabalho e família. Ainda, é preciso que haja um maior engajamento governamental no sentido de proporcionar capacitação e formação gerencial, principalmente no que tange ao desenvolvimento e gerenciamento dos negócios.

No que se refere aos recursos, é imprescindível o estímulo por meio de políticas públicas, principalmente às operadoras financeiras na concessão de créditos para criação e desenvolvimento das empresas criadas e dirigidas por mulheres. Muitas vezes isto desencoraja mulheres no estágio anterior da efetiva criação, ou seja, quando ainda não criaram empresas. Isto porque ao necessitarem de capital inicial, na maioria das vezes adquirem por meio informal e em pequena quantia. Ainda, mulheres que efetivam a criação acabam por ter maior probabilidade de descontinuidade, devido à falta de acesso ao crédito formal como forma de capital de giro.

Por fim, é preciso que sejam desenvolvidas políticas que incentivem e influenciem mulheres na formação e participação em redes, já que inúmeros estudos corroboram as contribuições destas redes no crescimento e desenvolvimento dos negócios. Além, da contribuição mais ampla no que tange à legitimação e valorização do desempenho do papel de mulheres empreendedoras na sociedade.

Segundo Ahl (2004) pesquisas com mulheres empreendedoras necessitam de um novo direcionamento, que incluam mais estudos comparativos, mais fatores contingenciais, construindo epistemologia de como a ordem social constrói e reconstrói gênero.

Como sugestão de pesquisas futuras, é preciso realizar pesquisas empíricas considerando o fenômeno da construção social na busca por acúmulo de estatísticas que gerem conhecimento na área e representem a realidade para o desenvolvimento de contribuições práticas. Para tanto é preciso que as pesquisas no campo se afastem da visão individualista e comparativa no que diz respeito apenas as características e perfil gerencial e considerem o contexto social.

REFERÊNCIAS

AHL, H. **The Sicentific Reproduction of Gender Indequality**. A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship. Sweden: Copenhagen Business Press, 2004.

AHL, Helene; NELSON, Teresa. Moving forward: Institutional perspectives on gender and entrepreneurship. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.2, n.1, p.5-9, 2010.

ALVESSON, Mats; BILLING, Yvone D. **Understanding gender and organizations.** London: Sage, 1997.

BELLE, Françoise. Executivas: quais as diferenças na diferença? In: CHANLAT, J. (coord) **O indivíduo na organização**. São Paulo: Atlas, v.3, p.195-231, 1993.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1985.

BOURNE, Kristina A. The paradox of gender equality: an entrepreneurial case study from Sweden. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.2, n.1, p. 10-26, 2010.

BURREL, Gibson; MORGAN, Gareth. **Sociological Paradigms and Organizational Analysis**. Londom: Heinemann Educational Books, 1979.

CALÁS, Marta B.; SMIRCICH, Linda . Do ponto de vista da mulher: Abordagens Feministas em Estudos Organizacionais. *In* CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. (Org). **Handbook de Estudos Organizacionais**. São Paulo: Atlas, 2010, p.273-327.

CARTER, N. M.; WILLIAMS, M.; REYNOLDS, P. D. Discontinuance among new firms in retail: the influence of initial resources, strategy, and gender. **Journal of Business Venturing,** v. 12, n. 2, p. 125-145, 1997.

CARTER, S. **Women's business ownership: a review of the academic, popular and internet literature.** Glasgow: University of Strathclyd**e**, 2001.

CRAMER, L.et al Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. In **Anais do II EGEPE**, Londrina/PR, p.46-59, 2001.
FOSS, L. Researh on entrepreneur networks: The case for a constructionist feminist theory perspective. **International Jounal of gender and entrepreneurship**, v.2, n.1, p.83-102, 2010.
GEM-Brasil 2010. Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. **Relatório Executivo 2010.** Curitiba: IBQP, 2010.
INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E PESQUISA - IBGE. **Estatística do cadastro central de empresas 2009**. Rio de Janeiro, 2009.
ILO-International Labour Organization. **Globalisation and Gender Briefs Seriares n.3. Commonwealth Secretariat**. Small & Medium Enterprise Development. p. 1-6, 2001. Disponível em <http://www.thecommonwealth.org>, acesso em 02 maio 2011.
JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. Saraiva, 2010.
KORHONEN, K. V. **Food, clothes and care finish female entrepreneurs from 1750 to 2000**. Turku: University of Turku, 2000.
LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; Wetzel, Ú. Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Contemporânea RAC-Eletrônica**, v.1, n.1, p. 1-15, 2007.
MACHADO, Ela V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: **Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração ENANPAD**, Foz do Iguaçu, 1999. CD-ROM.
MACHADO, Hilka V et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v.2, n.2, p.1-22, 2003.
MACHADO, Hilka V. **Identidade de mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.
MACHADO, Hilka V. et al. Mulheres empreendedoras: Retrospectiva e Perspectivas de Estudos. **Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração ENANPAD**, Rio de Janeiro, 2010. CD-ROM.
MORRIS, M. H. et. al. The dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, v.44, n.2, p.221-224, 2006.
ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **Women's etrepreneurship:** issues and policies. Tuquia: 2004.
READ et. Al. **Effectual entrepreneurship.** Rodtledge, 2011.
SILVEIRA, Amélia; GOUVÊA, Ana B.; Empreendedorismo feminino: Mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração Faces Journal**, v.7, n.3, 2008, p.124-138.
SMALLBONE, D.; WELTER, F. Women´s entrepreneurship from an institutional perspective: The case of Uzbekistan. **International Entrepreneurship Management Journal**. v.4, p.505-520, 2008.
SMITH, Robert. Masculinity, doxa and the institutionalisation of entrepreneurial identity in the novel Cityboy**. International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.2, n.1, p.27-48, 2010.
SPM - SECRETARIA DE POLÍTICAS PARA MULHERES. **II Plano nacional de políticas para mulheres**. Brasília: 2008.
TONGE, J. Barriers to networking for women in a UK professional service. Gender in Management: **An International Journal**, v. 23, n. 7, p.484-505, 2008.
WHARTON, R. F.; BRUNETTO, Y. Women entrepreneurs, opportunity recognition and government-sponsored business networks. **Women in Management Review,** v. 22, n. 3, p.187-207, 2007.