

Correspondência para/
Correspondencia para/
Correspondence to
Estrada do Bem Querer,
Km 4,
Bairro Universitário.
Cep: 45 083-900
Vitória da Conquista - BA
Tel. Com (077) 424 8658
Tel. Res. (077) 423 2551
E-mail: podion@uesb.br

Artigo recebido em: 22/07/
2004
Aprovado em: 30/10/2004

O PERFIL EMPREENDEDOR DE MULHERES QUE CONDUZEM SEU PRÓPRIO NEGÓCIO: UM ESTUDO NA CIDADE DE VITÓRIA DA CONQUISTA-BA

EL PERFIL EMPRENDEDOR DE MUJERES QUE CONDUCEN SU PROPIO NEGOCIO: UN ESTUDIO EN LA CIUDAD DE VITORIA DA CONQUISTA - BA

THE ENTREPRENEURIAL PROFILE OF WOMEN RUNNING THEIR OWN BUSINESS: A STUDY IN THE TOWN OF VITÓRIA DA CONQUISTA-BA

Almiralva Ferraz Gomes

Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB/DCSA
podion@uesb.br

Palavras-chave:
Empreendedorismo;
Perfil Empreendedor;
Mulher Empreendedora.

Palabras-clave:
Emprendedorismo; Perfil
Emprendedor; Mujer
Emprendedora.

Key words:
Entrepreneurship;
Entrepreneurial Profile;
Entrepreneurial Women.

RESUMO: A criação de pequenas empresas por mulheres está sendo importante econômica e socialmente para muitos países. De acordo com pesquisas, as mulheres respondem por 42% das empresas brasileiras ficando, inclusive, acima da média internacional de 39,9%. Pouco se sabe, porém, sobre o seu perfil empreendedor. Este trabalho, portanto, objetiva verificar se as características empreendedoras estabelecidas na literatura são encontradas em mulheres que trabalham por conta própria na cidade de Vitória da Conquista-Ba-, afinal de contas, esses estudos não levaram em conta a questão do gênero na sua formulação. A análise dos dados coletados através de questionários permitiu verificar que existem graus diferenciados de empreendedorismo.

RESUMEN: La creación de pequeñas empresas por mujeres se ha hecho importante para la economía y sociedad de muchos países. De acuerdo con pesquisas, las mujeres responden por 42% de las empresas brasileiras y queda incluso por encima del promedio internacional de 39,9%. Sin embargo, poco se sabe sobre su perfil emprendedor. Este trabajo, por lo tanto, tiene el objetivo de verificar la ocurrencia en mujeres que trabajan por su propia cuenta en la ciudad de Vitória da Conquista - BA de las características empreendedoras establecidas en la literatura - en efecto, esos estudios no han considerado la cuestión de género en su formulación. El análisis de los datos colectados a través de cuestionarios permitió verificar que existen grados diferenciados de empreendedorismo.

ABSTRACT: The setting up of companies by women is becoming an economically and socially important factor for many countries. According to research, women are responsible for 42% of all Brazilian companies, which is even higher than the international average of 39.9%. Little is known however, concerning their entrepreneurial profile. The aim of this work, therefore, is to verify whether the entrepreneurial characteristics

defined in the literature are applicable to women working in their own business in the town of Vitória da Conquista-Ba, bearing in mind that the elaboration of these studies does not take into consideration the issue of gender. The analysis of the data collected by means of questionnaires revealed that there exist different levels of entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

A partir da década de 1980 vem crescendo o número de estudos sobre o tema empreendedorismo. Esse interesse, porém, não surgiu apenas no final do último século. Estudiosos como Cantillon (1680-1734), Say (1767-1832), Schumpeter (1883-1950), McClelland (1917-1998) e outros já se interessavam pela temática. Esse crescente interesse pelo tema deve-se, principalmente, ao fato de ser este considerado uma importante prática para o desenvolvimento de alguns países. Sendo assim, pesquisadores de diversas áreas têm se dedicado ao assunto, haja vista sua relevância numa sociedade em que os empregos tradicionais estão cada vez mais escassos e os indivíduos sentem a necessidade de encontrar e desenvolver novas "carreiras" para se manterem ativamente econômicos.

A oferta de empregos tem diminuído com o conseqüente aumento da demanda, o que denuncia uma relação inversa, ou seja, não revela uma equação que tem perspectiva de equilíbrio a curto ou médio prazos. Portanto, o interesse dado ao tema, abrangendo esferas governamental e educacional, também se baseia na hipótese de que ser dono de um negócio constitui-se para o indivíduo uma alternativa para criação de seu próprio emprego atualmente.

Filion (1999a) divide os empreendedores em duas categorias: voluntários e involuntários. Na verdade, a categoria dos involuntários, surgida nos anos 90, é composta, principalmente, por recém-formados e pessoas demitidas após o fechamento ou a reestruturação de corporações, os quais não foram capazes ou, simplesmente, não conseguiram encontrar um emprego após a demissão e, por isso, foram forçados a criá-los. Esses indivíduos montam uma atividade de negócios no intuito de gerar seu próprio emprego, mas não são movidos pelo aspecto da inovação.

Existem, entretanto, aquelas pessoas que montaram negócio próprio motivadas por outras questões, que não o desemprego. Vontade de ganhar dinheiro, desejo de sair da rotina, vontade de ser seu próprio patrão, necessidade de provar a si mesmo e aos outros que é capaz de realizar um empreendimento, desejo de desenvolver algo que traga benefícios para si e para os outros também podem ser motivos que levam pessoas a desbravarem o caminho do negócio por conta própria (DEGEN, 1989). De qualquer forma, deve-se ter certo cuidado com o estereótipo que é traçado para caracterizar as pessoas empreendedoras. Longenecker e outros (1997) advertem que não há prova científica da existência dessas características. Estudar, portanto, esse fenômeno é o ponto de partida para compreender se há ligação entre o perfil do empreendedor e a eficácia de seu empreendimento.

Segundo o Relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2002), aqueles que montam seu próprio negócio motivados pela oportunidade, seja pelo desenvolvimento de novos produtos, processos ou serviços, seja pela abertura de novos mercados, seja ainda pela adaptação de conceitos novos para o mercado local, apresentam um índice de 42% em comparação ao número de indivíduos que alegam estar empreendendo por não encontrar opção para auferir renda, 55,6%, no caso brasileiro.

Nesse contexto, outro elemento que revela a metamorfose atual do/no mercado de trabalho é o aumento da participação feminina. O crescimento consistente da presença das mulheres na esfera econômica demonstra um movimento diverso daquele tradicionalmente verificado na sociedade até então. Não se trata apenas de episódios de ingresso no mercado de trabalho para complementar a renda familiar, embora essa motivação esteja também presente, especialmente quando se consideram as sucessivas crises da economia brasileira e as altas taxas de desemprego. Trata-se de uma mudança social de grandes proporções, pois envolve transformações nas expectativas de vida pessoal, nas relações familiares e nas demandas por serviços públicos.

O ingresso da mulher no mercado de trabalho, de fato, não se dá apenas na condição de empregada, mas também de empregadora. Com efeito, o desenvolvimento econômico de várias localidades favoreceu-se com a atuação dessas mulheres. Vale lembrar que o fato de ser empresária ou empregadora não necessariamente a coloca na condição de empreendedora.

O crescimento desse tipo de iniciativa por parte de mulheres pode inclusive ser verificado através de dados estatísticos. De acordo com pesquisa, as mulheres já são donas de cinquenta por cento de todas as pequenas e micro empresas norte-americanas e já são responsáveis por mais de oitenta por cento das compras de bens de consumo. O Relatório de 2002 do GEM no Brasil revelou que entre a força de trabalho, 16% dos homens e 11% das mulheres desenvolviam alguma atividade empresarial, envolvendo, respectivamente, 8,3 milhões e 6,1 milhões de pessoas. No tocante à participação da mulher como empresária, o Brasil mantém sua posição de destaque, com uma participação de 42% do total, o que está acima da média mundial de 39,9%.

Em vários países, portanto, o número de empresas conduzidas por mulheres tem aumentado, e há uma grande expectativa sobre a sua ampliação. Essa expectativa pode estar ligada ao desempenho apresentado por essas empresas e à representatividade da força de trabalho feminina, bem como pela redução dos empregos em nível mundial e, neste último caso, o trabalho por conta própria representaria uma alternativa para que as mulheres criassem o próprio emprego e também o de outras pessoas.

Por conseguinte, as pesquisas sobre mulheres empreendedoras têm crescido, caracterizando um campo de estudo dentro da área de

empreendedorismo. O fato é que as mulheres estão mais presentes no mercado de trabalho na condição de empreendedora, e, a cada dia que passa, mais se quer entender este fenômeno tendo em vista sua relevância econômica. Logo, pesquisar sobre empreendedorismo feminino poderá ser uma tendência necessária nos estudos de ciências sociais neste início de século, tendo em vista a sua importância e impacto social, econômico, político e cultural na vida das sociedades.

Considerada assim a relevância do tema e as condições do atual cenário econômico, este trabalho tem por objetivo conhecer as características do perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio na cidade de Vitória da Conquista. Tendo em vista que as mulheres têm se revelado como empreendedoras em potencial e que os perfis propostos pela literatura não levam em conta a questão do gênero, esta pesquisa levanta a seguinte questão: as características do perfil empreendedor estabelecidas teoricamente adequam-se às mulheres que conduzem seus negócios na cidade de Vitória da Conquista?

Para alcançar o objetivo deste trabalho foi necessário conhecer o perfil proposto pela literatura. Na verdade, não existe consenso sobre esse perfil, contudo, aqui se definiu um modelo de referência para verificação através da pesquisa empírica. O modelo de referência proposto foi elaborado a partir de pesquisa bibliográfica. Inicialmente, nomearam-se cinco variáveis as quais estão ligadas às características apresentadas pela literatura especializada como atributos presentes em pessoas empreendedoras. A literatura explica que um empreendedor possui necessidades, habilidades e conhecimentos específicos. A partir daí chegou-se a cinco variáveis de pesquisa: necessidades pessoais, habilidades e conhecimentos sobre negócios, gerenciais e técnicas e habilidade de relacionamento interpessoal.

Quando se faz referência às necessidades pessoais está se querendo fazer alusão a algo considerado indispensável à existência, a uma força motivadora para a realização pessoal. As habilidades e conhecimentos sobre o negócio consistem em estar com a atenção voltada às necessidades dos clientes e à sua satisfação. As habilidades e conhecimentos gerenciais se referem a uma visão administrativa orientada para a busca da melhor maneira de tomar decisões gerenciais e que garanta (1) a consecução de objetivos, (2) o desenvolvimento das pessoas e dos grupos, além de assegurar (3) a qualidade dos produtos/serviços. As habilidades e conhecimentos técnicos tratam da noção dos processos industriais existentes, da contribuição efetiva na identificação de alternativas viáveis para aumentar a produtividade e na manutenção de um alto nível de qualidade pessoal e profissional. Relacionamento interpessoal é a capacidade de buscar convívio harmonioso em seu

ambiente de trabalho e de saber relacionar-se com clientes e fornecedores, possibilitando um trabalho através do qual a maioria das pessoas sinta prazer e disposição de "dar o melhor de si".

Vale salientar que foram selecionadas 179 empresárias. Porém, apenas 100 questionários foram computados na presente pesquisa. Esta pesquisa, portanto, foi do tipo quantitativa sem uma amostra estatística representativa.

Para a realização da pesquisa, o questionário foi adotado como instrumento de coleta de dados, por permitir obter informações de grande número de pessoas em um tempo relativamente curto, além de apresentar relativa uniformidade entre as medições pelo fato de o vocabulário, a ordem das perguntas e as instruções são iguais para todos os respondentes. O questionário foi dividido em três partes: (1) dados pessoais; (2) dados sobre o empreendimento; (3) características do perfil empreendedor. Vale ressaltar que a terceira parte constituiu-se de um quadro que visava verificar o grau de presença dos 20 atributos de um empreendedor de acordo a literatura especializada (estes atributos estão relacionados no Quadro 1). Os atributos relacionados no questionário poderiam ser pontuados de 1 a 5, distribuídos nas opções: "nunca", "raramente", "às vezes", "freqüentemente" e "sempre".

É preciso ressaltar que uma das restrições de que esta pesquisa pode ter sido vítima diz respeito, principalmente, ao jogo da ocultação daquilo que se pensa, se sente e se faz em relação às indagações que foram feitas. Muitas vezes o que as respondentes revelam através do questionário é o que elas gostariam ou pensam que são e não realmente o que são, e fazem. Assim, as narrativas podem estar limitadas ao conteúdo pretendido pelas empresárias.

Quadro 1. Variáveis e Atributos de um Empreendedor

Variáveis		Fatores
Necessidades pessoais		1. Atualização 2. Correr riscos calculados 3. Inovação 4. Autoconfiança
Habilidades e Conhecimentos	Negócios	5. Perseverança 6. Sensibilidade empresarial 7. Visão ampliada do negócio
	Gerenciais	8. Exigência de qualidade e eficiência 9. Autodisciplina 10. Bom senso 11. Capacidade de adaptação 12. Estabelecimento de metas 13. Planejamento e monitoramento sistemáticos
	Técnicos	14. Identificação com o trabalho 15. Talento 16. Comprometimento
Habilidade de Relacionamento Interpessoal		17. Administração participativa 18. Integridade 19. Liderança 20. Rede de contatos

Fonte: Elaboração própria.

2 UMA BREVE RETROSPECTIVA HISTÓRICA DO TERMO EMPREENDEDORISMO

Há muitas definições para o termo empreendedor, principalmente porque são propostas por pesquisadores de diferentes campos do conhecimento, que utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir o conceito. Duas correntes principais tendem, no entanto, a conter elementos comuns à maioria delas. São as dos pioneiros do campo: os economistas, que associaram empreendedor à inovação, e os psicólogos, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição. Em um primeiro momento, os economistas identificaram no empreendedorismo um elemento útil à compreensão do desenvolvimento. Neste caso, será apresentada a abordagem dos economistas, a partir dos principais trabalhos - Cantillon, Say e Schumpeter. Depois, os comportamentalistas tentaram compreender o empreendedor como pessoa. Para isso, será apresentada, brevemente, a visão da psicologia através do trabalho de McClelland. Atualmente, o assunto está em processo de expansão para quase todas as disciplinas.

Segundo Filion (2000), aqueles que pesquisam sobre o assunto concordam em dizer que a origem desse conceito está nas obras de Richard Cantillon (1680-1734), banqueiro e economista do século XVIII. Nessa época, Cantillon chamou de empreendedores aqueles indivíduos que compravam matérias-primas (geralmente um produto agrícola) por um preço certo e as vendiam a terceiros a preço incerto, depois de processá-las, pois identificavam uma oportunidade de negócio e assumiam riscos (PAULA et al., 2000). Ele entendia, no fundo, que se houvesse lucro além do esperado, isto ocorreria porque o indivíduo havia inovado: teria feito algo de novo e de diferente.

Um pouco mais tarde, o industrial, economista clássico francês e divulgador da obra de Adam Smith, Jean-Baptiste Say (1767-1832) - autor da célebre Lei de Say - considerou o desenvolvimento econômico um resultado da criação de novos empreendimentos. O empresário de Say é um agente econômico racional e dinâmico que age num universo de certezas, ou ainda, o empresário é representado como aquele que, aproveitando-se dos conhecimentos postos à sua disposição pelos cientistas, reúne e combina os diferentes meios de produção para criar produtos úteis.

A concepção que Say tinha do empreendedor - alguém que inova e é agente de mudanças - permanece até hoje. Foi, contudo, Schumpeter (1982) quem deu projeção ao tema, associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação e apontando-o como o elemento que dispara e explica o desenvolvimento econômico. O empresário inovador é um componente fundamental do processo de desenvolvimento econômico, de acordo com a visão schumpeteriana. Juntamente com o crédito bancário e as inovações tecnológicas, o empreendedor é um importante agente de criação de novos negócios e, conseqüentemente, de desenvolvimento econômico.

E a concepção de empreendedor como um motor da economia, um agente de inovações e mudanças capaz de desencadear o crescimento econômico, também é uma visão compartilhada por muitos pensadores atualmente. E isso é muito importante porque leva a crer que comunidades, através da atividade empreendedora, podem ter a iniciativa de liderar e coordenar seus esforços no sentido do seu próprio crescimento econômico.

A segunda corrente a ser estudada vem da psicologia - os comportamentalistas. Entre as décadas de 70 e 80 do século passado, os behavioristas dominaram a área do empreendedorismo. Esta supremacia coincide com o progresso das ciências do comportamento que teve grande contribuição de David McClelland. Para McClelland, psicologicamente, a sociedade pode ser dividida em dois grandes grupos, no que diz respeito à percepção e ao enfrentamento de desafios e oportunidades. O primeiro grupo corresponde a uma minoria da população que se sente disposta a enfrentar desafios e, conseqüentemente, a empreender um novo negócio; o segundo grupo equivale à imensa maioria que não se dispõe a correr riscos dessa natureza. Apesar de inúmeras críticas a McClelland, esse estudioso proporcionou contribuições às discussões sobre o tema, pois tentou mostrar que os seres humanos tendem a repetir seus modelos de referência, o que, em muitos casos, tem influência na motivação para alguém ser empreendedor. Uma das conclusões que se pôde tirar de seus estudos é que quanto mais o sistema de valores de uma sociedade distingue positivamente a atividade empreendedora, maior é o número de pessoas que tendem a optar por empreender.

Apesar de não se aprofundarem aqui as discussões teóricas acima aludidas, não se quer com isso desconsiderar a sua complexidade. O que se quer com este trabalho é pelo menos conduzir o leitor a uma reflexão sobre o papel do empreendedor para o desenvolvimento de uma nação a partir do apoio das esferas privada e pública - não obstante não se tenha tratado aqui da importância do papel do Estado na geração de emprego e renda e na promoção do desenvolvimento econômico e social de um país.

3 DEFININDO E CARACTERIZANDO O EMPREENDEDOR

Conforme visto anteriormente, inúmeras definições de empreendedor podem ser encontradas na literatura. Existem aquelas que possuem influência dos economistas, outras buscaram inspiração na escola comportamentalista, e ainda existem aqueles que fazem uma miscelânea. Inspirado na abordagem schumpeteriana, Drucker (1987) define empreendedor como o indivíduo que cria algo novo, diferente, muda ou transforma valores, não restringindo o seu empreendimento a instituições exclusivamente econômicas. Os empreendedores são essencialmente inovadores, com capacidade para conviver com riscos e incertezas envolvidas nas decisões. No entanto, o espírito empreendedor não é uma característica

da personalidade uma vez que qualquer indivíduo que necessite tomar uma decisão pode aprender a se comportar de forma empreendedora.

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILION, 1999a, p. 19).

Muitas definições podem ser encontradas para o termo, mas qualquer uma delas impõe limites à percepção e ao entendimento do assunto pois normalmente levam em conta o contexto específico em um dado momento. Ainda assim, definições como estas parecem importantes e úteis, pois remetem a analisar as características de um empreendedor.

O fato de várias disciplinas estudarem o campo do empreendedorismo faz com que haja algumas confusões nas definições acerca do conceito de empreendedor. É possível verificar que dentro da mesma área há um certo consenso. Por exemplo, os economistas associam os empreendedores à inovação e a forças direcionadoras de desenvolvimento. Os comportamentalistas tendem a identificar características como criatividade, persistência, internalidade e liderança. Os administradores, também, possuem seus olhares. Cada área funcional da administração enfatiza determinadas características, mas isso não quer dizer que sejam diferentes, porém talvez complementares. Os especialistas em gerenciamento de operações vêem nos empreendedores atributos como bons distribuidores e coordenadores de recursos. Os especialistas em finanças tendem a concordar que os empreendedores são capazes de calcular e medir riscos. Os especialistas em gerenciamento definem os empreendedores como organizadores competentes e desembaraçados. Aqueles da área de marketing definem os empreendedores como exímios identificadores de oportunidades com o pensamento voltado para o consumidor. Portanto, os inúmeros entendimentos sobre quem é o empreendedor variam de acordo com a área de interesse do pesquisador. A aparente confusão reflete, basicamente, a lógica e as culturas dessas disciplinas (FILION, 1999a).

Finalmente, após se fazerem algumas ressalvas, o empreendedorismo pode ser visto como um mecanismo que pode colaborar com o crescimento e o ajuste econômico em quaisquer tipos de economias, sejam elas de países desenvolvidos, em transição ou em desenvolvimento. Vale salientar que frente aos inúmeros negócios que surgem a cada dia, a mulher também tem desempenhado um papel muito importante. Segundo o GEM (2002), as mulheres estão comandando cerca de 42% das empresas brasileiras. Isso reforça a necessidade de se querer compreender um pouco mais o fenômeno do empreendedorismo feminino. Afinal de contas, essas empresas geridas por mulheres vêm gerando emprego e renda no Brasil, além de estarem provocando uma série de impactos sociais, políticos, econômicos e culturais.

4 A MULHER TRABALHANDO POR CONTA PRÓPRIA

Abrir o próprio negócio, tornar ação aquilo que um dia foi idéia, assumir riscos em busca de realização pessoal. Foi-se o tempo em que essas atividades eram prerrogativas de homens ativos, dinâmicos e empreendedores. Atualmente, mulheres assumem a dianteira, seja no campo dos negócios, seja no ativismo social, seja na passarela política. Em vários países, o número de empresas geridas por mulheres tem crescido. Segundo Wilkens (1989), as mulheres estão deixando empregos seguros em troca do risco da abertura de negócios próprios numa velocidade cinco vezes mais depressa do que seus parceiros do sexo masculino.

Segundo Carreira e outros (2001), dois fenômenos econômicos criaram possibilidades de mulheres inserirem-se no mercado na condição de empresárias. O primeiro foi o crescimento considerável do setor de serviços, o que levou muitas mulheres a lançarem-se como empresárias de pequenas empresas para explorar as oportunidades do setor (lavanderias, serviços de comida congelada, escolas e cursos de recreação, etc.). O segundo fenômeno que ampliou o batalhão de mulheres atuando em microempreendimentos foi a terceirização. Em geral, dentro das próprias casas, tanto na periferia das grandes cidades, como na zona rural, mulheres têm-se tornado microempreendedoras. Nesse caso, áreas como a produção direcionada à indústria, ao pequeno comércio, à alimentação, ao artesanato, ao vestuário e a alguns tipos de serviços estão entre as mais relevantes para a atuação feminina. Tanto um como outro vêm gerando oportunidades de trabalho por conta própria para muitas mulheres.

Muitos pesquisadores vêm discutindo o papel das mulheres à frente de pequenas empresas, pois levam em conta que elas representam metade da população mundial e que têm uma grande participação na população economicamente ativa (OIT apud MACHADO, 2002). Essas duas razões associadas ao fato de que as pequenas e médias empresas constituem uma fonte importante de empregos, inovação e desenvolvimento econômico têm estimulado vários países a fomentar o empreendedorismo feminino. Sua importância no contexto atual, portanto, é de caráter econômico - gerando ocupações para elas e outras pessoas; social - possibilitando o equilíbrio trabalho e família; e político - aumentando a sua autonomia. Infelizmente, a falta de levantamentos estatísticos e mais estudos sobre a mulher empreendedora têm retardado o avanço das pesquisas sobre o assunto, principalmente no Brasil que tem se revelado como um país empreendedor de acordo com os estudos do GEM (2002). Por outro lado, essa escassez pode motivar outros pesquisadores a investigar o tema. O fato é que à medida que forem desenvolvidas mais pesquisas sobre o assunto, mais se poderá fazer pelas mulheres empreendedoras: implantação de políticas públicas de apoio ao

fomento e desenvolvimento dos seus negócios, disseminação de uma cultura empreendedora, facilitação ao acesso de linhas de crédito, formação/capacitação de pessoal, promoção e acesso a novas tecnologias, etc.

5 ALGUMAS CARACTERÍSTICAS DA GESTÃO FEMININA

A discussão sobre a diferenciação entre as características femininas e masculinas no ambiente de trabalho é alvo de muito debate. De um modo geral, os estudiosos do assunto acreditam que as mulheres possuem suas diferenças. Entretanto, as organizações estão impregnadas de valores masculinos. Afinal de contas, apesar das oportunidades que vêm surgindo, a maioria das empresas ainda é um ambiente majoritariamente masculino, onde a mulher quase não teve participação na sua criação e implantação.

Existem aqueles autores que fazem questão de esclarecer que as principais diferenças no modo de trabalhar feminino e masculino vão muito além de questões biológicas. Mas que são os fatores sociais que as colocam em vantagem no mercado diante da atual crise do emprego - possibilidade de pagar menos pelo mesmo trabalho, habilidade de relacionamento e flexibilidade quanto a horário (CASTELLS, 1999). Além disso, características como objetividade, perseverança, estilo cooperativo, disposição de trabalhar em equipe e dividir decisões e uso de intuição na análise e solução de problemas têm sido citados por vários pesquisadores (LEITE, 1994; GOMES, 1997; BETIOL, 1998; BETIOL, 2000; MUNHOZ, 2000). Estes dados são apenas reflexo de uma mudança que pode estar ocorrendo a passos pequenos, mas o que talvez estas pesquisas estejam querendo dizer é que o modelo masculino de gestão está sendo questionado, não só pelas mulheres, que não se adaptam a ele, mas pelas organizações mais modernas e pró-ativas. Na verdade, o jeito feminino de administrar não é superior ou substituto do modelo masculino, mas complementar, portanto, ambos podem contribuir com suas habilidades naturais para o sucesso de uma organização. Não se pode negar que o novo modelo de gestão das organizações modernas parece exigir um perfil de profissional mais flexível, sensível e cooperativo.

No processo de gestão conduzido por mulheres empreendedoras, de acordo com Machado (2002), há uma tendência para que os objetivos sejam claros e difundidos entre todos na organização, pois é buscada a satisfação dos interesses de todos. Esse estilo está presente nas mulheres e as conduz a buscar a melhor combinação na realização de suas atividades, que resulte na satisfação de todos os envolvidos.

Munhoz (2000) acredita que um dos fatores de sucesso do empreendedorismo passa pelo entendimento da questão de gênero, na compreensão de que as mulheres, de um modo geral, desenvolvem um estilo singular quando administram, haja vista que sua abordagem de

liderança é fruto de um aprendizado desde a infância sobre valores, comportamentos e interesses voltados mais para a cooperação. (No entanto, apesar de este estilo estar presente no gênero feminino, não se pode radicalizar como sendo exclusivo das mulheres).

No que diz respeito ao processo decisório e ao estilo de liderança, foram ressaltadas, na pesquisa de Machado (2002), características como encorajar a participação, compartilhar poder e informação, assim como estimular, valorizar e motivar os outros no trabalho. Em pesquisa realizada por Betiol (1998) com mulheres administradoras formadas pela FGV-SP, constatou-se que as mulheres, de modo geral, são mais sensíveis, mais preocupadas com o lado emocional das pessoas, mais compreensivas e conciliadoras, têm mais espírito de grupo, lideram pelo consenso e têm mais facilidade de trabalhar em equipe - características que se pode associar a uma maior competência comunicativa.

Além disso, aos poucos, alguns valores femininos começam a ser absorvidos pelas companhias, como a valorização do relacionamento interpessoal, da cooperação no lugar da competição e o uso de motivação e persuasão em vez da ordem e do controle. Segundo Arruda (1999), a atual forma de globalização vem conduzindo o ser humano para uma condição de produto da economia, oprimindo-o em função de valores desumanos - a nova ordem é a competitividade. Para o autor, já chegou o momento de a humanidade desenvolver um sentido de co-responsabilidade e respeito para com a natureza e o bem estar de todos os seres que habitam a Terra. Para tanto, o despertar do modo feminino se faz necessário. Arruda (1999) propõe ainda a humanoeconomia - uma economia da reciprocidade, do acolhimento, da gratuidade, da partilha e do afeto. Esta "economia do afeto" ou "economia do feminino criador" não aceita estar divorciada do social, do humano, do afetivo e do intuitivo. Partindo do pressuposto de que essas características estão mais presentes naqueles indivíduos que possuem o lado feminino mais desenvolvido, pode-se dizer que a mulher, de um modo geral, pode muito contribuir para essa proposta.

No tocante à postura em relação ao risco financeiro, há uma tendência predominante de uma postura um pouco mais conservadora para não correr grandes riscos. De acordo Wilkens (1989), existe um estereótipo popular de que as mulheres são mais tímidas do que os homens, menos aventureiras e têm mais necessidade de segurança, portanto, naturalmente elas têm menos disposição de arriscar. Não serão discutidas aqui as questões psicossociais que interferem nesse jeito de ser feminino, mas de fato algumas pesquisas confirmam um perfil comedido em relação aos riscos (LEITE, 1994; GOMES, 1997; MACHADO, 1999).

Para Leite (1994), como as mulheres preferem ouvir outras pessoas - pois são mais adeptas da administração participativa - e se armar de argumentos antes de decidir, acabam por ser mais lentas na hora de tomar

uma decisão, o que para muitos traduz um certo temor de correr riscos. Estudos que comparam as atividades masculinas e femininas no trabalho revelam que o homem decide instantaneamente e preocupa-se com a repercussão de sua decisão de curto prazo. As mulheres tenderiam a considerar mais detalhadamente as conseqüências de longo prazo de seus atos (LEITE, 1994; GOMES, 1997).

Finalmente, outro ponto a ser considerado é que a sobrevivência de empresas dirigidas por mulheres tem atingido um tempo além dos padrões encontrados como tempos médios de sobrevivência de pequenos negócios. Talvez isso se deva à combinação de características masculinas - iniciativa, coragem, determinação - com características femininas - sensibilidade, intuição, cooperação -, o que define um estilo próprio de gerenciar. Esse estilo aliado à intensa dedicação ao trabalho, contribui para as altas taxas de sobrevivência de empresas geridas por mulheres. A presente pesquisa realizada em Vitória da Conquista parece confirmar esse pressuposto, pois na média as empresas pesquisadas possuem 9 anos de idade. Para um país em que a taxa de mortalidade das empresas é alta, principalmente, nos primeiros anos, a média de idade dessas empresas, geridas por mulheres, chega a ser muito satisfatória.

Vale salientar que essas pesquisas que têm tratado as diferenças das mulheres não como um problema, mas como uma vantagem, destacando que os "diferentes traços de caráter e socialização" diferenciada dos papéis sexuais não são deficiências a serem superadas, mas como uma vantagem para a efetividade corporativa, ainda não questionam se o foco nas vantagens das mulheres realmente as deixam em posição mais vantajosa ou se isto reforça os estereótipos de gênero (CALÁS e SMIRCICH, 1998).

De qualquer forma, não se pode concluir que os valores femininos estejam consolidados como parte da cultura empresarial. O mais provável é que, com o tempo, se cristalize nas empresas uma combinação interessante do jeito feminino com os valores tradicionais que atravessam os tempos. São, afinal, valores baseados em paradigmas da competição darwinista própria dos negócios. Dessa combinação resultará maior equilíbrio nas relações entre homens e mulheres. Além disso, deve-se considerar que há homens com características predominantemente femininas e vice-versa. O gênero não garante o estilo de gestão. Todavia, as diferenças entre os estilos podem ser complementares para uma gestão efetiva.

6 A MULHER EMPREENDEDORA DE VITÓRIA DA CONQUISTA

Antes de se tratar da mulher empreendedora conquistense, faz-se necessário, pelo menos, situar o município. Vitória da Conquista - Região Sudoeste da Bahia - é um pólo comercial e de serviços que atende às demandas de vários outros municípios circunvizinhos, tanto da Região Sudoeste, como

do Oeste e parte do Litoral Sul Baiano e ainda do Norte de Minas Gerais. Vitória da Conquista funciona como um ponto de passagem para os fluxos de mercadorias entre Centro-Sul e Nordeste brasileiro. Portanto, um local de grandes oportunidades empreendedorais. Com aproximadamente 274 mil habitantes, Vitória da Conquista é a terceira cidade mais importante da Bahia. Num raio de aproximadamente 400 km não se encontra outra cidade do mesmo porte, o que faz dela um centro regional. O último Censo Empresarial (SEBRAE, 1998) efetuado no município cadastrou 6 958 unidades empresariais, distribuídas no espaço urbano do município.

Na Tabela 1, são apresentadas as variáveis com seus atributos para identificação do perfil empreendedor e, para cada uma delas, o total de pontos possíveis por empreendedor, assim como a média obtida com o total dos 100 questionários computados.

Tabela 1. Variáveis e Atributos do perfil empreendedor

Atributos	Pontos mínimos	Pontos máximos	Média de pontuação	Média por variável
1. Necessidades Pessoais	4	20	15,66	3,91
Atualização	1	5	4,48	
Correr riscos calculados	1	5	3,20	
Inovação	1	5	3,53	
Autoconfiança	1	5	4,45	
2. Habilidades e Conhecimentos				
2.1 Negócios	3	15	12,34	4,11
Perseverança	1	5	3,73	
Sensibilidade empresarial	1	5	3,99	
Visão ampliada do negócio	1	5	4,62	
2.2 Gerenciais	6	30	25,84	4,31
Exigência de qualidade e eficiência	1	5	4,70	
Autodisciplina	1	5	4,29	
Bom senso	1	5	4,60	
Capacidade de adaptação	1	5	4,21	
Estabelecimento de metas	1	5	4,00	
Planejamento e monitoramento sistemáticos	1	5	4,04	
2.3 Técnicas	3	15	13,91	4,64
Identificação com o trabalho	1	5	4,67	
Talento	1	5	4,44	
Comprometimento	1	5	4,80	
3. Relacionamento Interpessoal	4	20	16,57	4,14
Administração participativa	1	5	3,54	
Integridade	1	5	4,92	
Liderança	1	5	4,37	
Rede de contatos	1	5	3,74	
Soma de Pontos dos Atributos	20	100	84,32	

Fonte: Pesquisa de Campo.

Ao se analisar a média geral das variáveis, observa-se que a variável "Necessidades Pessoais" obteve a menor média (3,91 pontos), enquanto as "Habilidades e Conhecimentos Técnicos" obtiveram 4,64 pontos. Já entre as "Habilidades e Conhecimentos de Negócios" e as habilidades de "Relacionamento Interpessoal" não houve grandes diferenças (4,11 e 4,14

respectivamente). A "Habilidade e Conhecimentos Gerenciais" alcançou uma média de aproximadamente 4,31. No presente artigo, será analisado apenas aqueles atributos que marcaram o perfil das empreendedoras conquistenses.

A questão sobre atualização procurou saber sobre a disposição da empreendedora em colher novas idéias para seu negócio e em aprender; afinal de contas, segundo Fillion (1999b), o empreendedor é aquele indivíduo que busca constantemente aprender, não somente sobre o que está acontecendo no seu ambiente, para detectar oportunidades, mas também sobre o que fazem, para que possa agir e ajustar-se de acordo com a situação. Conforme pode ser verificado na Tabela 1, esse item obteve na média 4,48 pontos.

Alguns pesquisadores (WILKENS, 1989; LEITE, 1994; GOMES, 1997; MACHADO, 1999), conforme já foi dito, atribuem à mulher menos ousadia para arriscar no mundo dos negócios e baixa capacidade de inovação. Esta pesquisa de campo reforçou esse pressuposto, pois os atributos "Correr riscos calculados" e "Inovação" obtiveram a pontuação mais baixa entre todos os fatores, 3,20 e 3,53 respectivamente. Porém, isso não significa dizer que a mulher empresária conquistense não possa ser considerada empreendedora. Ao contrário, no total geral ela obteve uma alta pontuação, como pode ser verificado na Tabela 1.

A questão que procurava verificar o grau de disponibilidade em correr riscos calculados questionava da empresária se ela estaria disposta a comprometer até o próprio patrimônio em um negócio em que as oportunidades de sucesso fossem altas, com base em planejamento e muita informação. Se esta questão fosse ser analisada isoladamente, a maioria das mulheres pesquisadas não seria classificada como fortemente empreendedoras, tendo em vista que a literatura sobre o assunto enfatiza essa característica.

Em se tratando das "Habilidade e Conhecimentos sobre o Negócio", o fator "Visão ampliada do Negócio" foi o melhor pontuado, com 4,62 pontos, ou seja, um percentual de 92,4% dos pontos possíveis. Já o fator "Perseverança" obteve 74,6% dos pontos possíveis. Isso permite dizer que falta a essas mulheres empreendedoras um pouco mais de insistência diante das dificuldades. Não desanimar, continuar firme e prosseguir mesmo diante dos obstáculos e enfrentar desafios são habilidades importantes na gestão de um empreendimento.

Na última década, o mercado mundial viu-se diante de uma nova forma de fazer negócios. Especialistas afirmam que os empreendedores são pessoas que estão sempre buscando conhecer as modernas técnicas de gestão que surgem para capturarem e moverem informações de uma forma mais fácil, rápida e segura. As empresárias classificaram em 2º lugar as "Habilidades e Conhecimentos Gerenciais" com 4,31 pontos na média.

Analisando os atributos que compõem as "Habilidades e Conhecimentos Gerenciais" na Tabela 1, pode-se verificar que a "Exigência de qualidade e eficiência" e o "Bom senso" obtiveram a maior pontuação dentro dessa variável, 4,7 e 4,6 pontos respectivamente. A boa colocação desses atributos revela o cuidado que as empreendedoras têm com a gestão do negócio no que diz respeito à busca ao atendimento de prazos e padrões de qualidade no intuito de maximizar a satisfação do cliente ao bom senso em discernir, através de avaliação criteriosa, as opções mais adequadas a cada situação.

A "Capacidade de adaptação" e a "Autodisciplina" também obtiveram uma pontuação expressiva, 4,21 e 4,29 respectivamente, ou seja, a capacidade de adaptação alcançou 84,2% dos pontos possíveis e a autodisciplina 85,8%. Esse resultado remete a algumas discussões desenvolvidas na revisão de literatura. Por conta da forte herança familiar e pressão cultural, da mulher sempre foi exigido que se adaptasse às condições impostas pelo ambiente. Assim, ao sair de casa para casar-se, por exemplo, ela deveria adaptar-se, se fosse o caso moldar-se, às condições impostas e exigidas nas dependências da família do marido. Quando na condição de mãe, cabe à mulher adaptar-se - em uma sociedade patriarcal - à nova condição, seja através do abandono do emprego ou redução de carga horária e, em caso de estudos, é a mulher que, na maioria das vezes, sacrifica sua qualificação profissional em prol da maternidade. Portanto, capacidade de adaptação é o que bem tem a mulher. Em relação à autodisciplina pode-se dizer o mesmo. A mulher foi educada ao longo de sua vida para aplicar, por exemplo, os recursos disponíveis da forma mais lógica, racional e organizada. A atividade de administração do lar, que se inicia na infância ao brincar de "casinha", já é um exercício e tanto que a capacita a possuir autodisciplina para evitar desperdícios em todos os sentidos: desperdício de tempo ao executar inúmeras tarefas simultaneamente, desperdício de suprimentos ao aproveitar da melhor forma possível os alimentos, etc.

Os atributos "Estabelecimento de metas" e "Planejamento e monitoramento sistemáticos" também atingiram um percentual acima de 80% dos pontos possíveis, o que os coloca em boa condição. Isso confirma a preocupação das mulheres que participaram da pesquisa de estabelecer suas metas de forma clara e objetiva, tanto de longo como de curto prazos, assim como planejar suas ações e fazer o seu monitoramento sistematicamente, inclusive avaliando os seus resultados - atitude esta que dará subsídios para que as metas e o planejamento das ações sejam revistos.

As "Habilidades e Conhecimentos Técnicos" foram as mais pontuadas pelas empresárias. O atributo "Comprometimento" ficou na liderança da variável desta habilidade atingindo 96% dos pontos possíveis. Portanto, diante de compromissos assumidos com outras pessoas ou instituições, essas mulheres são capazes de, se for necessário, sacrificar-se para cumpri-los, pois entendem que esse tipo de comportamento é necessário para o sucesso da

empresa. A "Identificação com o trabalho" também atingiu um alto percentual (93,4% dos pontos possíveis), ou melhor, uma média de 4,67 pontos. Esses dados revelam que trabalhar com aquilo que possui um significado para si, colocar em ação seu talento pessoal e comprometer-se são habilidades essenciais para essas mulheres e, portanto, para o sucesso de uma empresa. O atributo "Talento" também alcançou uma elevada pontuação, atingindo 88,8% dos pontos possíveis. Assim, conhecedoras da técnica utilizada no produto ou serviço e experientes no ramo de atividade que atuam, direcionam e gerenciam seus negócios, pautadas principalmente no conhecimento técnico, ou seja, no seu talento em saber fazer.

Outra variável a considerar no perfil da empreendedora pesquisada é o "Relacionamento Interpessoal" como ponto de apoio para a sobrevivência dos negócios. A capacidade de relacionar-se com as pessoas é vital para qualquer empreendimento, afinal de contas, são elas que dão vida a uma organização, além do mais é impossível não se relacionar com pessoas dentro e fora da empresa. Surpreendentemente, essa variável não foi nomeada entre as mais importantes, pelas entrevistadas na gestão de seus negócios.

O atributo "Integridade" obteve a maior pontuação da pesquisa, com uma média de 4,92 pontos, ou seja, 98,4% dos pontos possíveis. Isso quer dizer que as empreendedoras conquistenses possuem um pensamento em que o relacionamento íntegro, com as pessoas que as cercam, facilita o sucesso do empreendimento. O fator "Liderança", com média de 4,37 pontos, obteve também um grande percentual de adesão, pois chegou a atingir 87,4% dos pontos possíveis. Isso demonstra que a mulher empresária de Vitória da Conquista reconhece a importância da liderança na gestão de uma empresa. Porém, os fatores "Administração participativa" e "Rede de contatos" alcançaram apenas 70,8 e 74,8% dos pontos possíveis com uma média geral de 3,54 e 3,74 respectivamente (vide Tabela 1).

Considerando todas as restrições existentes na pesquisa, a caracterização não muito expressiva da habilidade de relacionamento interpessoal mostra que a mulher empreendedora conquistense ainda possui espaço para desenvolver sua habilidade de relacionar-se com pessoas. Esses dados não chegam a negar ou contradizer o que inúmeras reportagens e pesquisas revelam sobre a alta capacidade das mulheres no que tange ao relacionamento interpessoal, mas leva também à reflexão sobre as técnicas e métodos utilizados por tais pesquisas, assim como o conjunto de crenças e valores que podem estar envolvendo e até interferindo no resultado. Não se está aqui dizendo que a empreendedora conquistense, que participou dessa pesquisa, não possui esses atributos, apenas se está notificando que esta variável não se revelou tão alta quanto se pressupunha - pressupostos, aliás, baseados na revisão de literatura sobre o tema. Portanto, analisando esses resultados e comparando-os com o

posicionamento dos autores pesquisados, percebe-se, na pesquisa empírica, a caracterização do perfil de uma empreendedora com um delineamento um pouco diferente.

Assim, apesar dos limites da pesquisa, vale a pena repensar nas diferenças entre a pesquisa empírica e teórica, afinal de contas, nada é definitivo e o conhecimento é construído continuamente. Não se está com isso negando as características atribuídas a uma pessoa empreendedora pela literatura, mas, apenas, informando e levando a uma reflexão de que, nesta pesquisa de campo, ela não foi confirmada na íntegra. Esse fato, entretanto, pode ser explicado pelas diferenças que existem entre as amostras pesquisadas no que diz respeito à região, cultura, ramo de atividade, tempo de experiência, etc.

Analisando o resultado dos cem questionários aplicados, os fatores "integridade", "comprometimento", "exigência de qualidade e eficiência", "identificação com o trabalho", "visão ampliada do negócio" e "bom senso" ficaram entre os mais pontuados, ou seja, obtiveram mais de 90% dos pontos possíveis. Já os fatores "atualização", "autoconfiança", "talento", "liderança", "autodisciplina", "capacidade de adaptação", "planejamento e monitoramento sistemáticos" e "estabelecimento de metas" ficaram entre os intermediários. Finalmente, os fatores "sensibilidade empresarial", "rede de contatos", "perseverança", "administração participativa", "inovação" e "correr riscos calculados" foram classificados entre os menos pontuados, isto é, obtiveram no máximo 79,9% dos pontos possíveis.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inserção da mulher no sistema produtivo constitui-se em um analisador privilegiado das transformações que vêm ocorrendo com o feminino na modernidade. Ao longo deste estudo discutiu-se brevemente a possibilidade da inserção feminina no mundo do trabalho através da implantação de um empreendimento próprio.

Um dado que se revelou muito pertinente e interessante foi a motivação para implantação do próprio negócio. A literatura especializada indica, basicamente, dois tipos de empresários: aqueles motivados pela necessidade e aqueles motivados pela oportunidade. No caso brasileiro, a taxa de empreendedorismo por necessidade chegou a 55,6% (GEM, 2002). A presente pesquisa revelou que a maioria das respondentes montou seu próprio negócio por razões relacionadas com a busca de independência e com o desejo de realização pessoal. Este resultado está de acordo com a visão de Ansoff (1981) quando ele diz que ser empreendedor é ter o desejo de estabelecer o seu próprio negócio.

O atributo "Integridade" foi o que teve a maior pontuação entre as respondentes. Isto quer dizer que as empresárias conquistenses valorizam o relacionamento íntegro com as pessoas que as cercam, e ainda pode-se dizer

que elas acreditam que esse tipo de pensamento interfere no sucesso do empreendimento. Por outro lado, atitudes como inovar e correr riscos calculados não são atributos fortes nessas mulheres. Estes dois atributos obtiveram a pontuação mais baixa entre os vinte fatores pesquisados, reforçando o pressuposto de algumas pesquisas. Alguns pesquisadores (WILKENS, 1989; LEITE, 1994; GOMES, 1997; MACHADO, 1999, 2002), conforme foi visto na revisão de literatura, atribuem à mulher menos ousadia para arriscar no mundo dos negócios e baixa capacidade de inovação. Porém isso não significa dizer que a mulher empresária conquistense não possa ser considerada empreendedora. Ao contrário, no total geral ela obteve uma alta pontuação.

Porém, o que surpreendeu nesta pesquisa foi a pontuação baixa dada a atributos como administração participativa. Inúmeras pesquisas tratam da habilidade feminina no trato com as pessoas, o quanto elas valorizam a participação e a opinião de seus funcionários. Contudo, essa característica obteve apenas 70,80% dos pontos possíveis. Fala-se apenas, não por considerar baixa, mas porque a literatura enfatiza esse atributo nas mulheres. Todavia, por se tratar de um estudo exploratório e pelos riscos de ocultação ou dissimulação das respostas, não se podem fazer generalizações e negar o que até então foi verificado em vários estudos.

Esta pesquisa tentou conhecer o perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio na cidade de Vitória da Conquista. O conhecimento desse perfil permite a proposição de ações de cunho público e privado que estimulem o desenvolvimento daqueles atributos que demonstraram ter espaço para ampliação, desde que eles sejam necessários para a sustentabilidade da micro e pequena empresa. Todavia, não se deve considerar que o perfil empreendedor proposto pela literatura seja definitivo e ideal, pois se constata muitas disparidades entre aspectos considerados cruciais. Provavelmente o que explica essa disparidade são as diferenças peculiares ao tempo e espaço, ou seja, as características empreendedoras podem variar em função da atividade que o empreendedor executa em uma dada época ou de acordo com a fase de crescimento da empresa, ou até por conta da localização ou região da realidade em estudo. Desse modo, acredita-se que essas disparidades entre o resultado da pesquisa desenvolvida e a abordagem teórica da questão se devam ao fato de que a pesquisa acadêmica sobre empreendedorismo, e mais especificamente sobre empreendedorismo feminino, seja relativamente recente e está ainda em fase pré-paradigmática, não existindo padrões definitivos, princípios gerais ou fundamentos que possam garantir de maneira cabal o conhecimento na área.

Convém observar, por fim, que a discussão aqui levantada ainda carece, certamente, de um amadurecimento teórico e do acúmulo de conhecimentos a respeito de outros estudos que possam, por sua vez, enriquecer o trabalho. É, portanto, pelo fato de estar limitado por essa condição de imaturidade que

o presente estudo apresenta-se com a pretensão de dar uma contribuição para uma reflexão e discussão sobre aspectos considerados relevantes para o êxito de empreendimentos conduzidos por mulheres.

REFERÊNCIAS

- ANSOFF, I. H. **Planejamento estratégico**. São Paulo: Atlas, 1981.
- ARRUDA, M. O Feminino criador. In: ARRUDA, M.; BOFF, L. **Globalização, desafios socioeconômicos, éticos e educativos**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 119-143.
- BETIOL, M^a I. S. **O feminino: alteridade e identidade frente ao sistema e mundo da vida**. 1998. Tese (Doutorado em Psicologia Social) - PUC-SP, São Paulo.
- _____. Ser administradora é o feminino de ser administrador?. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 24, 2000. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ANPAD, 2000. 1 CD.
- CALÁS, M. B.; SMIRCICH, L. Do ponto de vista da mulher. In: CLEGG, S.R; HARDY, C.; NORD W.R. **Handbook de estudos organizacionais**; modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais. São Paulo: Atlas, 1998, p. 275-329.
- CARREIRA, D.; AJAMIL, M.; MOREIRA, T. **A Liderança Feminina no Século 21**. São Paulo: Cortez, 2001.
- CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.
- FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. RAUSP. São Paulo, v. 3, n. 2, p. 05-28, abril/jun. 1999a.
- _____. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios**. RAE. São Paulo, v. 39, n. 4, p. 06-20, out./dez. 1999b.
- _____. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI/IEL, 2000. p. 13-42.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Relatório Global de Empreendedorismo no Brasil. Paraná: IBQP/Sebrae, 2002, 62 p.
- GOMES, M^a T. Abaixo os homens?. **Exame**, ed. 641, ano 31, n. 16, p. 16-128, 30 jul. 1997.
- LEITE, C. L. P. **Mulheres: muito além do teto de vidro**. São Paulo: Atlas, 1994.
- LONGENEKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1997.
- MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 23, 1999. Maringá. **Anais...** Maringá: ANPAD, 1999. 1 CD.
- _____. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. 2002. 187p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - UFSC, Florianópolis.
- MUNHOZ, G. S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras?. In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDE-DORISMO, 1, 2000. Maringá. **Anais ...** Maringá: EGEPE, out. 2000, p. 164-176.
- PAULA, J. A.; CERQUEIRA, H. E. A. G.; ALBUQUERQUE, E. M. **Teoria econômica, empresários e metamorfose na empresa industrial**. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2000. 23p
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Diagnóstico Municipal**. Vitória da Conquista: SEBRAE/BA, 1998. 43 p. Mimeografado.
- _____. **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas**. Brasília, out. 1999,

29p. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 17 ago. 2003.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Abril, 1982.

WILKENS, J. **A Mulher Empreendedora**. São Paulo: Mc-Graw-Hill, 1989. 339 p.

NOTAS EXPLICATIVAS

¹ Na França, há iniciativas para promover o ensino do empreendedorismo nas universidades, particularmente para engajar os estudantes. A Alemanha tem implementado um número crescente de programas que destinam recursos financeiros e apoio à criação de novas empresas. No final de 1998, o Reino Unido publicou um relatório a respeito do seu futuro competitivo, tal relatório enfatizava a necessidade de se desenvolver uma série de iniciativas para intensificar o empreendedorismo na região (DORNELAS, 2001, p. 22-23).

² Inúmeros cursos de formação em empreendedorismo surgiram no país na última década. Instituições de ensino superior e de formação profissional e empresarial têm percebido a importância da preparação das pessoas para o mercado empreendedor, afinal de contas, o emprego tradicional está escasso e em alguns casos, extinto. O governo, também, tem dado alguma atenção a este segmento através de algumas iniciativas de capacitação e crédito como o Programa Brasil Empreendedor.

³ A edição especial do Boletim DIEESE de 2002 diz que as mulheres representam hoje cerca de 41,4% da população economicamente ativa no Brasil.

⁴ Disponível em: <http://www.onlinewbc.org/docs/espanol/womeneconinfluence.html>. Acesso em 15/12/2001.

⁵ Seu Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral, conhecido desde 1730, mas só publicado em 1755, expõe as contradições do mercantilismo então vigente. É considerada a mais sistemática exposição dos princípios econômicos que se fez antes de A Riqueza das Nações, o que o torna precursor de Adam Smith.

⁶ Em pesquisa desenvolvida pelo Sebrae (1999), a taxa de mortalidade empresarial varia de cerca de 30 a 61% no primeiro ano de existência da empresa, de 40 a 68% no segundo ano, e de 55 a 73% no terceiro ano do empreendimento.

⁷ IBGE. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>>. Acesso em: 27 de dezembro de 2003.