



## **CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR MULHERES: UM ESTUDO COM EMPREENDEDORAS EM NATAL, RIO GRANDE DO NORTE**

### **HILKA PELIZZA VIER MACHADO**

*Doutora em Engenharia de Produção pelo Departamento de Engenharia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).*

*Professora do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá (UEM).*

*Avenida Colombo, 5.790, zona 7, Maringá – PR – Brasil – CEP 87015-161*

*E-mail: hilkavier@yahoo.com*

### **SEBASTIÃO GAZOLA**

*Doutor em Agronomia pelo Departamento de Ciências Agrárias da Universidade Estadual de Maringá (UEM).*

*Professor do Departamento de Estatística da Universidade Estadual de Maringá.*

*Avenida Colombo, 5.790, zona 7, Maringá – PR – Brasil – CEP 87015-161*

*E-mail: gazola@uem.br*

### **MIGUEL EDUARDO MORENO ANEZ**

*Doutor em Administração pelo Departamento de Administração da Fundação Getulio Vargas (FGV).*

*Professor do Departamento de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).*

*Avenida Senador Salgado Filho, 3.000, Campus Universitário, Natal – RN – Brasil – CEP 59078-900*

*E-mail: anez1957@yahoo.com.br*

## RESUMO

Empreendedoras iniciam negócios predominantemente nos setores de comércio e serviços (RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000; SOLTÉSZ, 2000), sendo geralmente pequenos negócios (BAYGAN, 2000; BOCHNIARZ, 2000; RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000; ZAPALSKA, 1997), e a maioria deles não começa com mais do que dez empregados (MORRIS et al., 2006). Mulheres encontram dificuldades para empreender, tais como: longas horas de trabalho, pressões familiares, conflitos com sócios e pouco acesso a financiamentos e redes (LITUCHY; REAVLEY, 2004; MATHEW, 2010; WINN, 2005). No entanto, há pouco conhecimento sobre aspectos associados à criação de empresas. Assim, o objetivo desta pesquisa foi compreender as razões e dificuldades encontradas por mulheres para criação das empresas. Avaliaram-se ainda possíveis associações entre dificuldades, razões e o montante do capital inicial, a idade das empreendedoras, o estado civil, a ocupação anterior e o ano de criação das empresas. A pesquisa foi feita em Natal, capital do Rio Grande do Norte. A amostra foi constituída por 96 empreendedoras. O instrumento para coleta de dados foi um questionário estruturado. A análise dos dados foi feita por meio da estatística descritiva, incluindo média ponderada, correlação linear e análise de frequências simples. Ademais, utilizou-se a análise de *clusters* para identificar, por meio do *software* Statistica 8.0, grupos de atributos similares. Para investigar a relação entre as dificuldades encontradas e o capital inicial, utilizou-se o coeficiente de correlação linear de Pearson, e, para verificar a existência de associação entre as outras variáveis, adotou-se o teste exato de Fisher. No estudo, constataram-se três razões principais para abrir a empresa: “Queria ganhar muito dinheiro”, “Estava insatisfeita com o trabalho anterior” e “Queria ganhar dinheiro”. As principais dificuldades para a criação das empresas foram: falta de experiência no ramo, filhos pequenos, falta de tempo para participar em redes, dificuldade em obter capital inicial e falta de apoio da família. O montante do capital inicial não apresentou associação com razões ou dificuldades de criação das empresas. Do mesmo modo, a idade das empreendedoras e o ano de criação não mostraram associação com as variáveis dificuldades e razões de criação.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Empreendedorismo; Empreendedoras; Criação de empresas; Processo empreendedor; Mulher empreendedora.

## **1 INTRODUÇÃO**

A criação de um negócio não começa na data da abertura, pois até mesmo a decisão de criar o próprio negócio já marca o início do processo, como adverte Verstraete (1999). Tanto a criação como o desenvolvimento de empresas necessitam ser vistos como um processo de aprendizado (WELTER; SMALLBONE, 2008), que é complexo e abrange aspectos da personalidade, interesses, modelos de empreendedores, habilidades e oportunidades (BORGES; FILION; SIMARD, 2008; WINN, 2005).

O início de um empreendimento é um processo dinâmico com implicações econômicas, sociais e culturais, o qual apresenta diferenças quanto à atuação por homens ou por mulheres, e uma dessas diferenças refere-se às barreiras e aos obstáculos que as mulheres comumente encontram para empreender, como o capital social (RODRIGUEZ; JAVIER, 2009). Mas, ainda assim, o número de mulheres que criam suas empresas está aumentando e tem contribuído para o crescimento econômico, especialmente na América Latina e no Caribe (ALLEN et al., 2007). No Brasil, de acordo com dados do Global Entrepreneurship Monitor (2007, 2009), as mulheres respondem pela criação de aproximadamente a metade dos novos negócios.

Em geral, empreendedoras iniciam negócios predominantemente nos setores de comércio e serviços (RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000; SOLTÉSZ, 2000), frequentemente pequenos negócios (BAYGAN, 2000; BOCHNIARZ, 2000; RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000; ZAPALSKA, 1997), e a maioria deles não começa com mais do que dez empregados (MORRIS et al., 2006). Além disso, mulheres encontram dificuldades para desempenhar o papel de empreendedoras, tais como: longas horas de trabalho, pressões familiares, conflitos com sócios e pouco acesso a financiamentos e redes (LITUCHY; REAVLEY, 2004; MATHEW, 2010; WINN, 2005). Mulheres abrem empresas com baixo capital inicial, geralmente menor do que o dos homens (BAYGAN, 2000; FAIRLIE; ROBB, 2009; GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2005) e, em média, os homens empregam um capital inicial de US\$ 65,010, e as mulheres, de US\$ 33,201 (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2005).

Contudo, a criação de empresas por mulheres, especificamente sobre razões e dificuldades que elas têm para criar seus próprios negócios, ainda é pouco explicada na literatura, e esse conhecimento é importante, pois as condições para a criação de empresas podem exercer influência sobre o crescimento destas. Além disso, as empresas de mulheres geralmente apresentam dificuldades para crescer ou crescem menos do que as empresas de homens (DU REITZ; HENREKSON, 2000; MORRIS et al., 2006).

Ademais, estudos com empreendedoras são importantes, e, em países nos quais elas são respeitadas e admiradas, a proporção de mulheres empreendendo é maior, já que o olhar positivo da sociedade em relação ao empreendedorismo e à igualdade de gênero é associado com suporte normativo para empreendedoras (BAUGHN; CHUA; NEUPERT, 2006).

Nesse contexto, estudos adicionais sobre a criação de empresas por mulheres são necessários. Sendo assim, esta pesquisa teve como objetivo identificar as razões e dificuldades encontradas por mulheres para criação de empresas. Adicionalmente, a pesquisa procurou identificar a relação das razões e dificuldades com algumas condições da criação das empresas, como capital inicial, idade das empreendedoras, estado civil, ano de abertura e ocupação anterior.

## 2 A CRIAÇÃO DE EMPRESAS POR MULHERES: RAZÕES E DIFICULDADES

Antes da abertura da empresa, algumas condições podem favorecer ou inibir a criação. Entre estas, a literatura aponta: a importância da ocupação anterior (BARON; SHANE, 2007) e a existência de modelos empreendedores (GRAY; FINLEY-HERVEY, 2005; MACHADO, 2009). No caso de mulheres, o número de modelos de empreendedoras é ainda menor do que o de homens empreendedores (STILL; TIMMS, 2000). Outro aspecto importante para a criação de uma empresa é o nível educacional e a área de formação, pois as mulheres, em geral, recebem maior formação nas áreas de artes e educação do que nas áreas técnicas e gerenciais (TAN, 2008).

Para Minniti e Nardone (2007), por tratar-se de um ato intencional, a autoconfiança é fundamental no momento de criar uma empresa. Em geral, as empreendedoras apresentam pouca autoconfiança nesse processo (ALLEN et al., 2007), mostram-se menos tolerantes ao risco e têm mais medo do fracasso do que os homens (MINNITI; NARDONE, 2007; WAGNER, 2007). Conhecer ou ter contato com outros empreendedores antes de iniciar o negócio é outro ponto importante para quem pretende criar um negócio. Nesse sentido, Allen et al.

(2007) constataram que o percentual de mulheres empreendedoras que conheciam outros empreendedores era menor do que o de homens empreendedores. No entanto, o número de mulheres que criam empresas é crescente, e, sendo assim, procurou-se identificar quais são as razões que as levam a criar as próprias empresas.

## 2.1 RAZÕES

Uma das razões para mulheres criarem suas empresas está associada à dificuldade que encontram para ter acesso a escalões superiores nas organizações, além da falta de perspectivas no trabalho anterior (MACHADO et al., 2003; MALLON; COHEN, 2001; MOORE, 1997). Além disso, elas abrem empresas para ter maior flexibilidade de horário, procurando conciliar a exigência do trabalho e da família, ou para complementar a renda familiar (DAVIES-NETZLEY, 2000; MALLON; COHEN, 2001; MACHADO, 2009; STILL; TIMMS, 2000). Outras mulheres criam suas empresas por percepção de oportunidade de mercado e pelo desejo de realização (BOCHNIARZ, 2000; ZAPALSKA, 1997).

Esses aspectos são mencionados na literatura como motivadores da criação de empresas por mulheres, mas é possível que razões adicionais contribuam para a decisão de ser empreendedora, como o desejo de independência financeira ou a necessidade de sobrevivência, na medida em que algumas mulheres criam empresas no Brasil porque precisam trabalhar ou por não encontrarem ocupação no mercado de trabalho (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, 2009). Outra circunstância que pode estimular as mulheres a criar seu próprio negócio é a dificuldade que encontram de se inserir em empresas da família (HALKIAS et al., 2011). Considera-se também que, como os níveis de qualificação das mulheres aumentaram, a possibilidade de explorar comercialmente uma inovação ou desenvolver o potencial profissional pode resultar na criação do próprio negócio. Ademais, pressupõe-se que a experiência anterior, aliada às dificuldades encontradas para se adequar ao mercado de trabalho, pode resultar em estímulos para provar a capacidade pessoal por meio de uma empresa própria. Finalmente, é possível que a ambição ou o desejo de ganhar dinheiro e de aumentar o nível de consumo pode constituir motivação para mulheres abrirem seus próprios negócios.

## 2.2 DIFICULDADES

A criação de empresas por mulheres apresenta dificuldades, tais como: falta de apoio de familiares, de experiência, de tempo, de treinamento e de experiência

em gestão empresarial, bem como pouco acesso a redes de informação (SHRAGG; YACUK; GLASS, 1992). Outros empecilhos são comuns na vida das mulheres que pretendem tornar-se empreendedoras: a falta de capital de giro e de ativos próprios e o reduzido acesso a financiamentos (DATTA, 2003; MATHEW, 2010; RODRIGUEZ; JAVIER, 2009; WINN, 2005).

Dificuldades associadas à cultura também foram identificadas, principalmente nas culturas em que predomina a visão da mulher como dócil, frágil e desprovida de capacidade de atuar em uma sociedade comercial (GRAY; FINLEY-HERVEY, 2005; RODRIGUEZ; JAVIER, 2009; WELTER; SMALLBONE, 2008).

Outro fator que impede a criação do próprio negócio é encontrar equilíbrio entre o trabalho e a família. Segundo Winn (2005), trabalho e família são complementares para homens, mas apresentam-se como um dilema para mulheres, que sofrem pressões familiares.

Vale ainda ressaltar os seguintes fatores: falta de um plano de negócio, dificuldade em escolher o local apropriado, desconhecimento de leis, inabilidade para encontrar um sócio e inexperiência na hora de recrutar e selecionar funcionários (BARON; SHANE, 2007).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta é uma pesquisa quantitativa, com corte transversal e de caráter *ex post facto*, pois analisou a criação de empresas após a abertura delas (COOPER; SCHINDLER, 2003; MALHOTRA, 2001). O local da pesquisa foi o município de Natal, capital do Estado do Rio Grande do Norte. Em levantamento realizado no ano de 2009 pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), foram identificados 2.742 pequenos negócios pertencentes a mulheres. Como critério para participação das empresas na pesquisa, definiu-se a condição de criação pelas próprias mulheres, além da condição de tê-las como dirigentes atuais das empresas e de estas terem sido criadas há no máximo 20 anos. A partir desses critérios, identificaram-se 380 empresas, para as quais foram enviados questionários. Obtiveram-se 25,26% de retorno, com um total de 96 questionários.

O instrumento utilizado para coleta de dados foi um questionário estruturado contendo dois blocos de questões: um sobre dados gerais antes da abertura do negócio e outro contendo perguntas fechadas e escalas Likert com dez graduações sobre as razões e dificuldades para a criação da empresa, sendo 1 o menos importante e 10 o mais importante.

Os dados foram tabulados no Excel e analisados por meio da estatística descritiva, incluindo cálculos de média ponderada, correlação linear e análise de frequências simples. A média ponderada foi usada para identificar, entre uma coleção de atributos, os mais expressivos, pois cada atributo foi associado a um peso (ponderação) assinalado pelos respondentes. Além disso, realizou-se uma análise de *clusters* com a finalidade de identificar grupos de atributos similares relacionados a razões e dificuldades de criação de empresas, com auxílio do *software* Statistica 8.0. O método da análise de *cluster* não foi aplicado, como tradicionalmente, para agrupar os indivíduos, mas para agrupar as variáveis, assim como Walter e Barney (1990), que desenvolveram uma taxonomia de objetivos empresariais em processos de fusão. Utilizaram-se as técnicas hierárquicas, que são procedimentos em que cada classe de uma partição é incluída em uma classe da partição seguinte, representada geralmente sob a forma de uma árvore de classificação. A medida utilizada foi distância euclidiana, que é uma medida de similaridade usada mais frequentemente (REIS, 1997). O critério de agregação (ou desagregação) dos objetos distingue-se pela forma como as distâncias são estimadas entre grupos já formados e outros grupos ou indivíduos por agrupar. Embora cada medida de distância utilizada possa produzir resultados diferentes, não existe, em uma análise de *cluster*, a garantia de um melhor critério para o processo de agrupamento. O critério de agregação empregado foi a *single linkage* ou critério do vizinho mais próximo, que se baseia na distância mínima. A distância entre dois grupos foi determinada pela distância dos dois elementos mais próximos em diferentes grupos.

Para investigar possível relação entre as dificuldades encontradas para a criação da empresa e o capital inicial, utilizou-se o coeficiente de correlação linear de Pearson, e, para verificar a existência de associação entre variáveis, adotou-se o teste exato de Fisher. As variáveis quantitativas foram representadas por intervalos de classes. Sendo assim, para os resultados das variáveis razões e dificuldades para criação da empresa, com valores de resposta de 1 a 10, foram criados os intervalos: de 1 a 3 (menos importantes), de 4 a 7 (de importância mediana) e de 8 a 10 (mais importantes).

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Antes da apresentação dos resultados sobre as razões e dificuldades para criação das empresas, serão descritos alguns dados sobre as condições antecedentes à abertura dos negócios, tanto destes como das empreendedoras.

Inicialmente, verificou-se o número de negócios abertos pelas mulheres. Constatou-se que, até o momento da pesquisa, 88 empreendedoras criaram apenas uma empresa, seis empreendedoras criaram duas empresas, uma criou quatro empresas e outra criou cinco, sendo esse o número máximo de empresas criadas. Porém, no momento da pesquisa, 92 empreendedoras tinham apenas uma empresa e quatro delas tinham duas empresas. As empresas mais antigas têm 14 anos, e a maioria foi criada em 2001, 2004 e 2005.

O capital inicial variou de R\$ 3.200,00 a R\$ 156.000,00, como pode ser visualizado na Tabela 1. A maioria das empreendedoras utilizou até R\$ 50.000,00 para abrir a empresa, porém 66% delas utilizaram somente até R\$ 30.000,00.

**TABELA 1**

**DISTRIBUIÇÃO DAS EMPRESAS SEGUNDO O CAPITAL INICIAL**

CAPITAL INICIAL (EM REAIS)	NÚMERO DE EMPRESAS	%
De 0 a 10.000	29	30,21
De 11.000 a 30.000	37	38,54
De 31.000 a 50.000	15	15,63
De 51.000 a 70.000	7	7,29
De 71.000 a 90.000	6	6,25
De 91.000 a 110.000	0	0,00
De 111.000 a 130.000	1	1,04
De 131.000 a 170.000	1	1,04
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaborada pelos autores.

Quanto à idade, nenhuma empreendedora criou sua empresa com menos do que 20 anos, nem com mais do que 45 anos. A maioria delas (79) criou suas empresas sendo jovem, com idade entre 21 e 32 anos, como se verifica na Tabela 2. A idade mínima encontrada na pesquisa é inferior a resultados de outras pesquisas, como na de Morris et al. (2006), que foi de 25 anos.

**TABELA 2**

**IDADE DAS EMPREENDEDORAS**

FAIXA ETÁRIA	NÚMERO DE EMPREENDEDORAS	%
De 21 a 26 anos	48	50,00
De 27 a 32 anos	31	32,29
De 33 a 38 anos	15	15,63
De 39 a 44 anos	2	2,08
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores.

No tocante ao estado civil, 33,33% eram solteiras, 17,71% estavam casadas, 20,83% eram divorciadas, 21,88% viviam união informal e 6,25% eram viúvas. A maioria delas (59,37%) tinha apenas um filho, e 35,42%, dois filhos. Apenas 3,13% tinham três filhos, e 2,08%, quatro filhos, como mostrado na Tabela 3.

**TABELA 3**

**ESTADO CIVIL E NÚMERO DE FILHOS DAS EMPREENDEDORAS**

ESTADO CIVIL	NÚMERO DE EMPREENDEDORAS	%	FILHOS	NÚMERO DE EMPREENDEDORAS	%
Solteiras	32	33,33	Um filho	57	59,37
Casadas	17	17,71	Dois filhos	34	35,42
Divorciadas	20	20,83	Três filhos	3	3,13
União informal	21	21,88	Quatro filhos	2	2,08
Viúvas	6	6,25	-	-	-
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>	<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores.

Sobre os níveis de escolaridade (Tabela 4), quando elas criaram as empresas, 3,13%, o primeiro grau completo; 60,41% tinham o segundo grau completo; 31,25%, o ensino superior completo; e 5,21%, pós-graduação *lato sensu*. Nenhuma havia realizado algum curso de pós-graduação *stricto sensu*. Observa-se então que

a maioria das empreendedoras (63,54%) tinha pouca escolaridade, sendo, no máximo, o segundo grau completo.

**TABELA 4**

**NÍVEL DE ESCOLARIDADE DAS EMPREENDEDORAS**

NÍVEL DE ESCOLARIDADE	NÚMERO DE EMPREENDEDORAS	%
Primeiro grau completo	3	3,13
Segundo grau completo	58	60,41
Superior completo	30	31,25
Pós-graduação <i>lato sensu</i>	5	5,21
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores.

Entre as que tinham curso superior, nove eram formadas em Administração, três em Pedagogia, uma em Moda, cinco em Arquitetura e 17 em outras áreas. Esse resultado corresponde ao que mostraram outros estudos (SHRAGG; YACUK; GLASS, 1992; TAN, 2008) sobre a pouca formação gerencial ou em áreas afins das mulheres empreendedoras. Porém, quanto ao nível educacional, os resultados encontram-se abaixo de outros níveis de escolaridade de empreendedoras constatados, como o de Welter e Smallbone (2008), em que a metade das mulheres tinha nível superior, e 37%, nível secundário, bem como os resultados da pesquisa de Gray e Finley-Hervey (2005), em que 46,7% das empreendedoras tinham nível superior.

Quanto à ocupação antes da abertura do negócio, 35,42% tinham outro emprego em empresas de grande ou de pequeno porte e 35,42% estavam desempregadas ou não trabalhavam (Tabela 5).

**TABELA 5**

**OCUPAÇÃO ANTERIOR DAS EMPREENDEDORAS**

OCUPAÇÃO ANTERIOR	NÚMERO DE EMPREENDEDORAS	%
Tinha outro emprego em empresa de grande porte	11	11,46

(continua)

TABELA 5 (CONCLUSÃO)

## OCUPAÇÃO ANTERIOR DAS EMPREENDEDORAS

OCUPAÇÃO ANTERIOR	NÚMERO DE EMPREENDEDORAS	%
Tinha outro emprego em empresa de pequeno porte	23	23,96
Tinha outra empresa	4	4,17
Trabalhava na empresa da família	1	1,04
Não trabalhava	9	9,38
Era autônoma	7	7,29
Estava desempregada	25	26,04
Outros	16	16,66
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Elaborada pelos autores.

Apenas 12 mulheres tinham experiência anterior como empreendedoras, das quais quatro tiveram outra empresa, uma trabalhava na empresa da família e sete eram autônomas. No entanto, 38,54% das empreendedoras começaram a empresa primeiro na informalidade, das quais 25% formalizaram a empresa nos primeiros seis meses, e 13,54%, entre seis meses e um ano.

A importância dos modelos empreendedores foi anteriormente mencionada por Gray e Finley-Hervey (2005) e também evidenciada nesta pesquisa, em que 81 empresárias destacaram esse fator. Os principais modelos foram: o pai (36 empreendedoras), a mãe (18), algum amigo (17) e alguma amiga (10).

Outro aspecto favorável para a criação de empresas é o contato com outros empreendedores, como salientam Allen et al. (2007). Nesse sentido, essa condição foi obtida por 86 empreendedoras que afirmaram ter algum tipo de contato com donos de negócios.

Com relação à autoconfiança como empreendedoras, 93 acreditavam no próprio potencial e 67 entrevistadas afirmaram que não tinham medo de fracasso. Esse resultado é diferente do que foi anteriormente encontrado em outros estudos (ALLEN et al., 2007; MINNITI; NARDONE, 2007; WAGNER, 2007) quanto à autoconfiança e ao medo do fracasso por empreendedoras. Uma das explicações para esse resultado pode estar associada à experiência prévia na informalidade e em outras empresas.

No tocante às razões que justificaram a criação das empresas, visualizam-se, na Tabela 6, as assinaladas pelas empreendedoras. As três principais razões para abrir um negócio próprio foram: “Queria ganhar muito dinheiro”, “Estava insatisfeita com o trabalho anterior” e “Queria ganhar dinheiro”. Contrariamente ao resultado encontrado em estudos anteriores (DAVIES-NETZLEY, 2000; MALLON; COHEN, 2001; STILL; TIMMS, 2000), a flexibilidade no horário de trabalho foi a razão menos importante. Os resultados desta pesquisa diferem também de Morris et al. (2006), na qual se destacou o desejo de liberdade e de flexibilidade. A insatisfação com o trabalho anterior foi o motivo menos importante para a criação da empresa na pesquisa desses autores. É importante salientar que a razão “Queria ganhar muito dinheiro” foi a maior média obtida na pesquisa e difere dos resultados encontrados por Vette (2011, p. 41): “a razão para mulheres criarem suas empresas não é o dinheiro, mas flexibilidade e independência”.

**TABELA 6**

**RAZÕES PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA**

RAZÕES PARA CRIAR A EMPRESA	PESOS
a Tinha dificuldades de crescimento profissional no emprego anterior	1,96
b Buscava flexibilidade no horário de trabalho	1,00
c Para ajudar financeiramente os filhos maiores de idade	1,65
d Necessitava completar a renda familiar	2,14
e Estava insatisfeita com o trabalho anterior	6,01
f Desejava ter independência financeira	4,26
g Precisava sobreviver e não sabia fazer outra coisa	3,26
h Percebeu uma oportunidade de mercado	3,61
i Desejava explorar uma inovação	3,03
j Buscava um desafio	1,56
l Queria se inserir novamente no mercado de trabalho	2,45
m Não encontrou um emprego	1,73
n Desejava se realizar	3,09

(continua)

TABELA 6 (CONCLUSÃO)

RAZÕES PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA

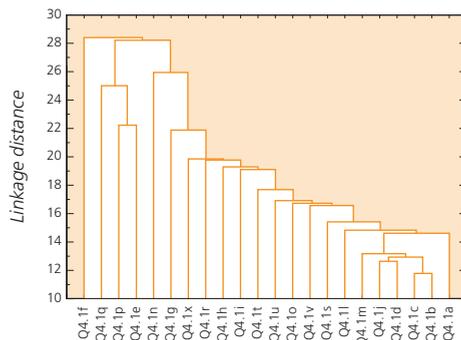
RAZÕES PARA CRIAR A EMPRESA	PESOS
o Desejava desenvolver o seu potencial profissional	2,35
p Queria ganhar dinheiro	5,76
q Queria ganhar muito dinheiro	8,26
r Gostava muito do que pretendia fazer	2,88
s Não teve espaço em outra empresa da família	2,16
t Queria provar para os outros que tinha capacidade	2,78
u Queria aumentar seu padrão de consumo	2,35
v Tinha dinheiro disponível	2,17
x Outras	2,22

Fonte: Elaborada pelos autores.

Esses resultados foram confirmados pela análise exploratória por *cluster*, como mostra o Gráfico 1, que agrupa claramente as razões e, p e q. Assim, esse grupo apresenta uma alta homogeneidade, pois essas três razões são as que, de fato, segundo as empreendedoras, mais influenciaram na criação da empresa.

GRÁFICO 1

AGRUPAMENTOS POR CLUSTER DAS RAZÕES PARA CRIAÇÃO DAS EMPRESAS



Fonte: Elaborado pelos autores.

A Tabela 7 apresenta as dificuldades para a criação das empresas. A principal foi “Falta de experiência no ramo” (c). Outros impecilhos foram também considerados importantes: “Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos” (b), “Não tinha tempo para participar de redes” (h), “Encontrou dificuldades para conseguir o dinheiro para o capital inicial” (t) e “Sentiu falta de apoio da família” (a). Essas dificuldades coincidem com resultados de outros estudos (DATTA, 2003; MATHEW, 2010; RODRIGUEZ; JAVIER, 2009; SHRAGG; YACUK; GLASS, 1992; WINN, 2005). Quanto ao reduzido suporte familiar, Rodriguez e Javier (2009) também identificaram que mulheres empreendedoras receberam menos suporte de familiares do que homens. Os autores verificaram ainda que as mulheres tiveram menos aprovação social e menor quantidade de suporte financeiro. Nesta pesquisa, a falta de tempo para participar de redes foi a terceira principal dificuldade, encontrada também por Shragg, Yacuk e Glass (1992). A quarta principal dificuldade foi conseguir o dinheiro para o capital inicial, também mencionada na pesquisa de Lituchy e Reavley (2004).

**TABELA 7**

**DIFICULDADES PARA A CRIAÇÃO DAS EMPRESAS**

DIFICULDADES	PESOS
a Sentiu falta de apoio da família	5,79
b Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos	6,63
c Falta de experiência no ramo	6,96
d Não tinha experiência gerencial	1,39
e Não tinha formação específica	1,67
f Não encontrou nenhum curso para ajudá-la	5,30
g Não acreditava no seu potencial	1,60
h Não tinha tempo para participar de redes	6,56
i Não tinha acesso a informações, internet, viagens, revistas especializadas	4,77
j Nunca tinha tido contato com outras empresas	2,96
l Não tinha acesso a informações do setor	2,41

(continua)

TABELA 7 (CONCLUSÃO)

## DIFICULDADES PARA A CRIAÇÃO DAS EMPRESAS

DIFICULDADES	PESOS
m Não tinha muito tempo para decidir e criar a empresa	1,35
n Não tinha conhecimento de leis	2,43
o Encontrou preconceito por ser mulher	2,11
p As pessoas não acreditavam no seu potencial	1,97
q Tinha medo de deixar o emprego	1,58
r Não tinha dinheiro	1,76
s Não conhecia um plano de negócios	2,09
t Encontrou dificuldades para conseguir o dinheiro para o capital inicial	6,09
u Encontrou dificuldades para escolher o ponto	4,27
v Encontrou dificuldades para escolher um sócio	3,21
x Dificuldade para encontrar funcionários adequados	3,53
z Não tinha dinheiro para divulgação do negócio	3,11
w Tinha dificuldades para viajar	1,54
y Outros	2,37

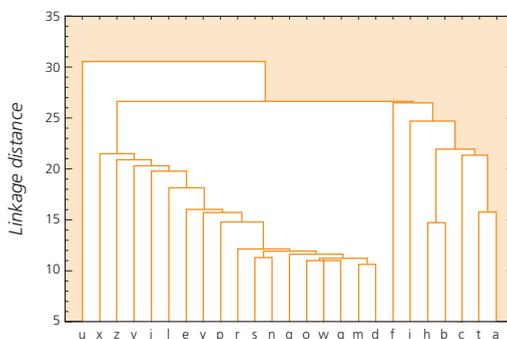
Fonte: Elaborada pelos autores.

Outras dificuldades, como falta de experiência gerencial, falta de formação específica, medo de deixar o emprego ou falta de tempo para viajar, foram as menos importantes para a criação das empresas.

As principais dificuldades apontadas na Tabela 7 foram confirmadas na análise de *clusters* (Gráfico 2), que mostra um único agrupamento constituído pelas dificuldades: a, b, c, h e t. As dificuldades “Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos” (b) e “Senti falta de apoio da família” (a) podem estar associadas ao fato de 60,38% delas serem solteiras, divorciadas ou viúvas. E, de fato, a associação entre essas dificuldades e o estado civil foi constatada, conforme ilustra a Tabela 9.

**GRÁFICO 2**

**AGRUPAMENTOS POR CLUSTER DAS DIFICULDADES PARA A CRIAÇÃO DAS EMPRESAS**



Fonte: Elaborado pelos autores.

Considerando ainda que o capital com o qual iniciaram os negócios foi inferior a R\$ 30.000,00 para aproximadamente 70% das empreendedoras, procurou-se identificar possível correlação entre o capital inicial, as principais dificuldades e as razões para criação das empresas, conforme dados apresentados na Tabela 8. No entanto, observa-se que o montante do capital inicial não mostrou correlação com as dificuldades nem com as razões mais importantes para a criação do negócio.

**TABELA 8**

**VALORES DO COEFICIENTE DE CORRELAÇÃO LINEAR DE PEARSON ENTRE CAPITAL INICIAL E DIFICULDADES E RAZÕES PARA A CRIAÇÃO DAS EMPRESAS**

DIFICULDADES NA CRIAÇÃO DAS EMPRESAS	COEFICIENTE DE CORRELAÇÃO
a – Sentiu falta de apoio da família	-0,04
b – Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos	-0,11
c – Falta de experiência no ramo	-0,07
h – Não tinha tempo para participar de redes	0,06
t – Encontrou dificuldades para conseguir o dinheiro para o capital inicial	-0,04

(continua)

TABELA 8 (CONCLUSÃO)

VALORES DO COEFICIENTE DE CORRELAÇÃO LINEAR DE PEARSON ENTRE CAPITAL INICIAL E DIFICULDADES E RAZÕES PARA A CRIAÇÃO DAS EMPRESAS

RAZÕES PARA A CRIAÇÃO DO NEGÓCIO	
e – Estava insatisfeita com o trabalho anterior.	0,00
p – Queria ganhar dinheiro.	0,00
q – Queria ganhar muito dinheiro.	0,06

Fonte: Elaborada pelos autores.

Adicionalmente, na pesquisa buscou-se identificar possíveis associações entre razões e dificuldades para criação das empresas e outras variáveis, tais como: idade, estado civil, ocupação anterior e nível de escolaridade quando abriram as empresas, bem como em relação ao ano de abertura, como mostra a Tabela 9. Encontrou-se associação entre a dificuldade “Sentiu falta de apoio da família” (a) e as variáveis estado civil e ocupação. Ainda, com p-valor de 6%, encontrou-se correlação entre as dificuldades “Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos” (b) e “Falta de experiência no ramo” (c) e o estado civil das empreendedoras.

Quanto à associação dessas variáveis com as principais razões para criação das empresas, nada foi encontrado.

TABELA 9

PROBABILIDADE DE ASSOCIAÇÃO (P-VALOR) ENTRE VARIÁVEIS POR MEIO DO TESTE NÃO PARAMÉTRICO EXATO DE FISHER

VARIÁVEL	DIFICULDADES NO PROCESSO DE CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO					RAZÕES PARA A CRIAÇÃO DO NEGÓCIO		
	A	B	C	H	T	E	P	Q
Idade	0,27	0,18	0,61	0,80	0,85	0,77	0,38	0,99
Estado civil	<b>0,00</b>	<b>0,06</b>	<b>0,06</b>	0,87	0,14	0,14	0,24	0,25
Escolaridade	0,57	0,07	0,58	0,48	0,90	0,81	0,36	0,99
Ano de abertura	0,71	0,66	0,77	0,09	0,11	0,32	0,86	0,20
Ocupação anterior	<b>0,02</b>	0,53	0,51	0,48	0,11	0,43	0,23	0,19

Fonte: Elaborada pelos autores.

## 4.1 SÍNTESE DOS RESULTADOS

As empreendedoras desta pesquisa eram jovens quando criaram as empresas (a maioria tinha até 32 anos), e o nível de escolaridade predominante foi o segundo grau completo. Em comparação com outros estudos (MORRIS et al., 2006; SHRAGG; YACUK; GLASS, 1992; TAN, 2008; WELTER; SMALLBONE, 2008), essa escolaridade mostrou-se menor.

Embora a idade e o nível de escolaridade encontrado na pesquisa tivessem sido inferiores aos de estudos comentados anteriormente, outros aspectos mostraram-se favoráveis para a criação das empresas nesta pesquisa. Por exemplo, a maioria das empreendedoras demonstrou autoconfiança, contato anterior com outros empreendedores e não teve medo de fracasso. Diferentemente desses resultados, estudos anteriores identificaram pouca autoconfiança, medo de fracasso e pouco contato com empreendedores (ALLEN et al., 2007; GRAY; FINLEY-HERVEY, 2007; MINNITI; NARDONE, 2007; WAGNER, 2007). Além disso, nesta pesquisa, quase todas as mulheres consideraram a influência que modelos de empreendedores exerceram sobre elas, e o pai ou a mãe foram as principais referências apontadas. Enquanto estudos anteriores mostraram como principal razão para a criação das empresas por mulheres a busca por flexibilidade no horário de trabalho (DAVIES-NETZLEY, 2000; MALLON; COHEN, 2001; STILL; TIMMS, 2000), nesta pesquisa as principais razões para criação das empresas foram: “Querida ganhar muito dinheiro”, “Estava insatisfeita com o trabalho anterior” e “Querida ganhar dinheiro”. A busca por flexibilidade no horário de trabalho foi a razão menos importante.

Não se identificou associação entre razões para abrir a empresa e outras variáveis, como montante do capital inicial, idade das empreendedoras, estado civil, ano de abertura e ocupação anterior. As principais razões identificadas refletem a busca por satisfação no trabalho e a obtenção de renda, independentemente da época em que as empresas foram criadas, do capital que utilizaram, da idade que tinham ou da ocupação anterior das empreendedoras. Isso denota que as condições de trabalho que elas encontraram não propiciaram satisfação e renda desejada, tanto para as que abriram empresas há 14 anos como aquelas que criaram mais recentemente. Dessa forma, aproximadamente 40% das empreendedoras começaram as empresas na informalidade, e cerca de 70% delas investiram capital igual ou inferior a R\$ 30.000,00. Capital inicial reduzido e pouca escolaridade não favoreceram o crescimento das empresas criadas.

Segundo as empreendedoras, as principais dificuldades para criação das empresas foram: falta de apoio da família, dificuldade com os filhos pequenos, falta de experiência no ramo, falta de tempo para participar de redes e dificuldade para obter o capital inicial. Esses resultados coincidem com as dificuldades

encontradas por mulheres e identificadas em estudos anteriores (DATTA, 2003; MATHEW, 2010; RODRIGUEZ; JAVIER, 2009; SHRAGG; YACUK; GLASS, 1992; WINN, 2005). As dificuldades não dependeram do montante do capital inicial, mas do estado civil, que apresentou associação com as dificuldades: “Sentiu falta de apoio da família”, “Tinha dificuldade, pois os filhos eram pequenos” e “Falta de experiência no ramo”.

Em síntese, os resultados da pesquisa mostraram que as razões que influenciaram a criação das empresas estão ligadas à insatisfação das mulheres com as condições anteriores de trabalho e renda, independentemente da época da criação, do capital inicial, do nível de escolaridade ou da ocupação anterior das empreendedoras. Algumas condições antecedentes podem ter contribuído para elas assumirem o risco de abrir um negócio, pois a maioria delas teve modelos de empreendedores e contato com esses profissionais. Além disso, a maioria não tinha medo do fracasso e se mostrava autoconfiante. Sendo assim, muitas delas começaram as atividades na informalidade, movidas por razões econômicas e profissionais, mais do que por busca de horário de trabalho flexível ou de formas de conciliar trabalho e família.

É importante salientar que as empresas mais antigas tinham 14 anos no momento da pesquisa, mas não foi identificada associação das razões ou dificuldades de criação das empresas com a época da abertura.

Os resultados desta pesquisa reforçam a premissa de que as condições de criação de empresas por mulheres podem influenciar o crescimento de tais empreendimentos, o qual, como mencionado anteriormente, é reduzido.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação de empresas não se limita ao registro ou simplesmente à abertura do estabelecimento. A criação reflete também as expectativas, os anseios e as aspirações do empreendedor sobre a condição dele no mundo do trabalho. Esta pesquisa com mulheres que criaram suas empresas contribuiu para o conhecimento de motivações e dificuldades que elas encontram para empreender.

As razões que justificam a criação de empresas não são apenas necessidade e oportunidade, classificação adotada, por exemplo, pelo estudo Global Entrepreneurship Monitor (2009). Há outros fatores capazes de incentivar os indivíduos a assumir riscos e abrir negócios próprios. No caso das mulheres, a literatura menciona a busca por horário flexível, a fim de conciliar trabalho e família (MATHEW, 2010; RODRIGUEZ; JAVIER, 2009), mas, nesta pesquisa, a criação do empreendimento foi dificultada pelo fato de os filhos serem pequenos ou pela falta de apoio da família. O fator mais importante para motivá-las a abrir uma

empresa foi a insatisfação com o trabalho anterior e o desejo de ganhar muito dinheiro ou de ganhar dinheiro.

Vale ressaltar que as dificuldades e razões para criar empresas por mulheres não foram influenciadas pela época da criação ou pelo montante do capital inicial. Como as dificuldades não estão associadas ao período da abertura e as empresas mais antigas têm 14 anos, é possível que as condições contextuais não tenham se alterado ao longo desse período, caracterizando a falta de políticas especiais para minimizar as dificuldades de criação de empresas por mulheres, como as identificadas: falta de apoio da família, dificuldade com filhos pequenos, falta de experiência no ramo, falta de tempo para participar em redes e dificuldade para obter o capital inicial.

Tanto as condições de criação das empresas, com reduzido capital e pouca escolaridade, como as razões e dificuldades encontradas na pesquisa confirmam a premissa de que a criação pode influenciar de forma desfavorável o crescimento e a lucratividade dessas empresas, como apontado por Rodriguez e Javier (2009). Por exemplo, a participação em redes, mencionada como uma condição importante para o fortalecimento de pequenos negócios (FOSS, 2010).

Uma das limitações da presente pesquisa foi o reduzido percentual de retorno dos questionários (25,26%), o que limitou a generalização dos resultados para as empreendedoras participantes do estudo.

Como sugestão de estudos futuros, pesquisas semelhantes poderiam ser realizadas em outras regiões brasileiras, a fim de refletir mais adequadamente as dificuldades de criação de empresas por mulheres no país e estimular a formulação de políticas adicionais voltadas para as empreendedoras, além das estabelecidas no II Plano Nacional de Políticas para as mulheres (SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES, 2008), o que contribuiria para melhorar as condições de sobrevivência e crescimento das empresas criadas por mulheres.

## CREATION OF ENTERPRISES BY WOMEN: A STUDY WITH ENTREPRENEURS IN NATAL, RIO GRANDE DO NORTE

### ABSTRACT

Women start entrepreneurial business predominantly in the sectors of trade and services (RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000; SOLTÉSZ, 2000), being generally small business (BAYGAN, 2000; BOCHNIARZ, 2000; RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000; ZAPALSKA, 1997) and most of these businesses do not begin with more than 10 employees (MORRIS et al.,

2006). Women encounter difficulties to start in business, such as: long working hours, family pressures, conflicts with partners and little access to funding and networks (LITUCHY; REAVLEY, 2004; MATHEW, 2010; WINN, 2005). However, there is little knowledge about aspects associated with the creation of enterprises. Thus, the goal of this research was to understand the reasons and the difficulties encountered by women for the creation of enterprises. In addition, the research searches the relationship between reasons, difficulties and the amount of initial capital, the age of the women, the marital status and the year of business creation. The research was done in Natal, capital of Rio Grande do Norte. The sample was constituted by 96 women entrepreneurs. The instrument for collecting data was a structured questionnaire. Data analysis was done by means of descriptive statistics, including weighted average, linear correlation and analysis of simple frequencies. Furthermore, we used cluster analysis to identify groups of similar attributes using the Statistica Software 8.0. To investigate the relationship between the difficulties encountered and the initial capital used the linear correlation coefficient the Pearson and for the identification of association with the other variables the test of Fisher was used. Related to the reasons to open the company the research showed three most important: “They wanted to earn a lot of money”, “They were not satisfied with the previous work” and “They wanted to earn money”. The most important difficulties for the creation of the business were: the lack of experience in the business field and lack of time to participate in networks, difficulty in obtaining start-up capital and lack of family support. The start-up capital was not related to reasons and difficulties to create the businesses. In the same way, the age of entrepreneurs and the year of business creation are not related to the variables reasons and difficulties to starting in business.

## **KEYWORDS**

Entrepreneurship; Women entrepreneurs; Business creation; Entrepreneur process; Woman entrepreneur.

## **LA CREACIÓN DE EMPRESAS POR MUJERES: UN ESTUDIO CON EMPRENDEDORAS EN NATAL, RIO GRANDE DO NORTE**

## **RESUMEN**

Las mujeres emprendedoras empiezan empresas predominantemente en los sectores de comercio y servicios (RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000;

SOLTÉSZ, 2000), generalmente pequeñas empresas (BAYGAN, 2000; BOCHNIARZ, 2000; RICHARDSEN; BURKE, 2000; SANNER, 2000; ZAPALSKA, 1997) y la mayoría de esas empresas no empieza con más de diez empleados (MORRIS et al., 2006). Las mujeres tienen dificultades para emprender tales como largas horas de trabajo, las presiones familiares, conflictos con los socios y el acceso limitado a la financiación y redes (LITUCHY; REAVLEY, 2004; MATHEW, 2010; WINN, 2005). Sin embargo, hay pocos conocimientos sobre los aspectos asociados a la creación de empresas. De este modo, el objetivo de esta investigación fue comprender las razones y las dificultades que encuentran las mujeres para crear las empresas. También se evaluaron las posibles asociaciones entre las dificultades, los motivos y la cantidad de capital inicial, la edad empresarial, el estado civil, la ocupación anterior de la creación de las empresas. La investigación se realizó en Natal, capital de Rio Grande do Norte. La muestra estuvo conformada por 96 emprendedoras. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado. El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva, incluyendo correlación lineal promedio ponderada y el análisis de frecuencias simples. Además, se utilizó el análisis de clústeres para identificar grupos de atributos similares utilizando el *software* Statistica 8.0. Para investigar la relación entre las dificultades encontradas y el capital inicial utilizó el coeficiente de correlación lineal y para verificar la existencia de asociaciones entre otras variables, se utilizó la prueba exacta de Fisher. En cuanto a las razones para la apertura de la empresa, el estudio mostró cómo tres principales: “Quería hacer un montón de dinero”, “No estaban satisfechas con el trabajo anterior” y “Quería ganar dinero”. Las principales dificultades para la creación de empresas fueron los siguientes: la falta de experiencia en el negocio, los niños pequeños, la falta de tiempo para participar en las redes, la dificultad en la obtención de capital inicial y la falta de apoyo familiar. El importe del capital inicial no se asoció con razones o dificultades para la creación de empresas. Del mismo modo, la edad de la empresaria y el año de establecimiento no mostraron asociación con las dificultades y las razones de la creación de empresas.

## **PALABRAS CLAVE**

Emprendedorismo; Emprendedoras; Creación de empresas; Proceso emprendedor; Mujer emprendedora.

## **REFERÊNCIAS**

- ALLEN, E.; ELAM, A.; LAGOWITZ, N.; DEAN, M. *Report on women and entrepreneurship*. Massachusetts: The Center for Women’s Leadership of Babson College, 2007. 40 p.
- BARON, R.; SHANE, S. *Emprendedorismo – uma visão do processo*. São Paulo: Thomson, 2007.

- BAUGHN, C. C.; CHUA, B.; NEUPERT, K. E. The normative context for women's participation in entrepreneurship: a multicountry study. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, v. 30, n. 5, p. 687-708, Sept. 2006.
- BAYGAN, G. Women entrepreneurs in SMES: realizing the benefits of globalization and the knowledge-based Economy. In: WORKSHOP 4: IMPROVING KNOWLEDGE ABOUT WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000.
- BOCHNIARZ, H. Theses to the discussion at the conference "women entrepreneurs in SMES". In: CONFERENCE WOMEN ENTREPRENEURS IN SMES, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000.
- BORGES, C.; FILION, L. J.; SIMARD, G. Jovens empreendedoras e o processo de criação de empresas. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, n. 8, p. 39-63, nov./dez., 2008.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. *Métodos da pesquisa em administração*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DATTA, R. From development to empowerment: the self-employed women's association in India. *International Journal of Politics, Culture and Society*, v. 16, n. 3, p. 351-368, 2003.
- DAVIES-NETZLEY, S. *Gendered capital entrepreneurial women in american society*. New York: Garland, 2000.
- DU REITZ, A.; HENREKSON, M. Testing the female underperformance hypothesis. *Small Business Economics*, n. 14, p. 1-10, 2000.
- FAIRLIE, R. W.; ROBB, A. M. Gender differences in business performance: evidence from the characteristics of business owners survey. *Small Business Economics*, v. 33, p. 375-395, 2009.
- FOSS, L. Research on entrepreneur networks: the case for a constructivist feminist theory perspective. *International Journal of Research on Entrepreneurship*, v. 2, n. 1, p. 83-102, 2010.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. 2004. *Report on women and entrepreneurship*. The Center for Women's Leadership, London Business School, 2005. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo\\_brasil.asp](http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/empreendedorismo_brasil.asp)>. Acesso em: 10 jun. 2010.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Report on women and entrepreneurship*. 2007. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org>>. Acesso em: 3 dez. 2010.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Empreendedorismo no Brasil – sumário executivo*. Curitiba: IBQP, 2009.
- GRAY, K. R.; FINLEY-HERVEY, J. Women and entrepreneurship in Morocco: debunking stereotypes and discerning strategies. *International Entrepreneurship and Management Journal*, n. 1, p. 203-217, 2005.
- HALKIAS, D.; THURMAN, P. W.; SMITH, C.; NASON, R. S. *Father-daughter succession in family business a cross-cultural perspective*. United Kingdom: Gower, 2011.
- LITUCHY, T. R.; REAVLEY, M. A. Women entrepreneurs: a comparison of international small business owners in Poland and the Czech Republic. *Journal of International Entrepreneurship*, n. 2, v. 61, p. 61-87, 2004.
- MACHADO, H. V. *Identidades de mulheres empreendedoras*. Maringá: Eduem, 2009.
- MACHADO, H. V.; ST CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O processo de criação de empresas por mulheres. *RAE Eletrônica*, v. 2, n. 2, p. 1-22, 2003.
- MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- MALLON, M.; COHEN, L. Time for a change? Women's accounts of the move from organizational careers to self-employment. *British Journal of Management*, n. 12, p. 217-230, 2001.

- MATHEW, V. Women entrepreneurship in Middle East: understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship Management Journal*, v. 6, p. 163-181, 2010.
- MINNITI, M.; NARDONE, C. Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, n. 28, p. 223-238, 2007.
- MOORE, D. P.; BUTTNER, E. H. *Women entrepreneurs*. London: Sage, 1997.
- MORRIS, M.; MIYASAKI, N.; WATTERS, C. E.; COOMBES, S. The dilemma of growth: understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, n. 44, v. 2, p. 221-244, 2006.
- REIS, E. *Estatística multivariada aplicada*. Lisboa: Edições Silabo, 1997.
- RICHARDSEN, A. M.; BURKE, R. Women entrepreneurs and small business owners in Norway and Canada. In: DAVIDSON, M. J.; BURKE, R. *Women in management current research*. London: Sage, 2000. v. II.
- RODRIGUEZ, M. J. S.; JAVIER, F. Women nascent entrepreneurs and social capital in the process firm creation. *International Entrepreneurship Management*, n. 5, p. 45-64, 2009.
- SANNER, A. Norwegian industrial and regional fund. In: CONFERENCE WOMEN ENTREPRENEURS IN SMES, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000.
- SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. *Plano nacional de políticas para as mulheres*. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2008. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br/spmulheres>>. Acesso em: 10 jun. 2010.
- SHRAGG, P.; YACUK, L.; GLASS, A. Study of barriers facing Albertan women in business. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, n. 9, v. 4, p. 40-49, 1992.
- SOLTÉSZ, A. Women in the labor market: entrepreneurship as an alternative. In: CONFERENCE WOMEN ENTREPRENEURS IN SMES, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000.
- STILL, L.; TIMMS, W. Women's business: the flexible alternative work style for women. *Women in Management Review*, v. 15, n. 5-6, p. 272-283, 2000.
- TAN, J. Breaking the "bamboo curtain" and the "glass ceiling": the experience of women entrepreneurs in high-tech industries in an emerging market. *Journal of Business Ethics*, n. 80, p. 547-564, 2008.
- VERSTRAETE, T. *Entrepreneuriat connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*. Paris: L'Harmattan, 1999.
- VETTE, C. D. The growing importance of women: female entrepreneurship. *Master: Entrepreneurship, Strategic and organization Economics*. Rotterdam: Universiteit Rotterdam, 2011. 58 p.
- WAGNER, J. What a difference a y makes-female and male nascent entrepreneurs in germany. *Small Business Economics*, n. 28, p. 1-21, 2007.
- WALTER, G. A.; BARNEY, J. B. Management objectives in mergers and acquisitions. *Strategic Management Journal*, v. 11, n. 1, p. 79-86, 1990.
- WELTER, F.; SMALLBONE, D. Women's entrepreneurship from an institutional perspective: the case of Uzbekistan. *International Entrepreneurship Management Journal*, n. 4, p. 505-520, 2008.
- WINN, J. Women entrepreneurs: can we remove the barriers? *International Entrepreneurship and Management Journal*, n. 1, p. 381-397, 2005.
- ZAPALSKA, A. A profile of woman entrepreneurs and enterprises in Poland. *Journal of Small Business Management*, v. 4, n. 35, p. 76-82, 1997.