

**Área Temática:** Empreendedorismo e Inovação

**O que Significa Sucesso Pessoal e em Organizações? A Visão de Mulheres que Empreendem em Micro e Pequenas Empresas no Extremo Oeste de Santa Catarina**

**AUTORAS**

**MARINA MARTA GRINWALD SCHWERZ**

UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU - FURB

marinas@mhnet.com.br

**AMELIA SILVEIRA**

Universidade Regional de Blumenau (FURB)

amelia@floripa.com.br

**Resumo**

O número de mulheres que empreendem em micro e pequenas empresas (MPEs) vêm crescendo, consideravelmente. Nesta dinâmica, o objetivo do estudo foi analisar o entendimento de sucesso pessoal e em organizações em MPEs. Participaram da pesquisa as sessenta mulheres que integram a Câmara Estadual da Mulher Empresária (CEME), na região do Extremo Oeste de Santa Catarina, Brasil. A pesquisa descritiva, com método quantitativo, e utilizou questionário para a coleta de dados. A análise de conteúdo foi utilizada para as questões abertas. Definidas as unidades de significâncias, estas se converteram em variáveis categóricas. Assim, tanto as questões abertas, como as fechadas, foram tratadas por meio de estatística descritiva. Os resultados indicaram que o sucesso relacionado ao empreendedor tem a ver como "Coragem e ousadia" para as empreendedoras de ambos os tipos de organização. O sucesso na empresa se revelou como sendo "Fazer o que gosta". Assim, uma empresária de sucesso foi definida como sendo: Uma mulher de personalidade corajosa e ousada, que administra seus negócios com prazer, pois gosta do que faz. A pesquisa revelou aspectos concernentes aos da literatura de mulheres empreendedoras.

**Abstract**

The numbers of business women who manage micro and small companies (SMEs) have grown considerably. In this dynamic, the objective was to analyze the meaning of personal and organizational success in SMEs. Sixty women who integrated the State Chamber of Women Entrepreneur (CEME), in the extreme west of Santa Catarina, Brazil, participated in this survey. The descriptive research with quantitative method used questionnaire for data collection. Content analysis was used to open questions. Defined units of significance, these were converted into categorical variables. Thus, both the open questions, such as closed, were treated by statistical descriptive. The result indicated that success related to the women entrepreneur has to do with "courage and boldness" for entrepreneurs of both types of organization. Success in business has proved to be "Do what you Love". Thus, a successful businesswoman was defined as: A woman of bold and daring personality, who runs her business with pleasure, because it enjoys it. The research revealed aspects of the broader literature on the subject of women entrepreneur.

**Palavras-chave:** Mulheres empreendedoras. Microempresa e Empresa de Pequeno Porte. Sucesso.

## Introdução

A importância do empreendedorismo vem sendo destaque ao longo do tempo. Apontado como fator de desenvolvimento econômico das nações, é considerado como um dos fatores que contribui para a criação de empresas e a geração de empregos e renda, bem como de inovação e de desenvolvimento de mercados. Na medida em que cresce o interesse pelo assunto, os estudos científicos na área de empreendedorismo também refletem esta tendência. Neste contexto, emergem os estudos voltados para mulheres que empreendem.

Nestas últimas décadas, o número de mulheres empresárias que gerenciam empresas vem crescendo consideravelmente, ganhando espaço na medida em que se destacam na nova dinâmica contextual, influenciando e sendo influenciadas em todos os tipos de organização, desde as grandes até as às micro e pequenas empresas.

Em relação ao Brasil, especificamente, a evolução foi significativa. Em 2001, conforme dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), as mulheres representavam 29%, enquanto os homens 71% em número de empreendimentos. No ano de 2003, somavam cerca de 46% das pessoas que empreendiam, no Brasil. No ano de 2007, as mulheres superavam os homens, representando 52% dos empreendedores do país. (GEM, 2009). Em fonte ainda mais atual, consta que as mulheres empreendedoras brasileiras representam 53% deste contingente, enquanto que os homens são 47,0% dos empreendedores. (SEBRAE/SP, 2010). Dessa forma, percebeu-se que o Brasil é um país que possui potencial empreendedor, o que deixa evidente que o assunto abordado merece não apenas olhares e discursos que se voltem para a temática do sucesso nos negócios empreendidos por mulheres, mas que tenham interesses voltados para as pesquisas com enfoques especificamente dirigidos para o estudo de mulheres no processo do empreendedor. As mulheres estão presentes e atuantes no cenário nacional, empreendendo e ocupando postos de gestão em organizações internacionais e nacionais.

Cabe ainda destaque para o fato de que, atualmente, o Brasil apresenta aproximadamente 98% das empresas formais como micro e pequenas empresas. Para Paulo Okamoto (2008), no Fórum de Debates Políticos e Empresarial da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil, em palestra ministrada em 12/5/2008 “a oportunidade para o crescimento do Brasil está em dar foco às micro e pequenas empresas”. São quase três milhões de pequenos negócios movimentando cerca de R\$ 1,7 milhões por ano. Estas empresas se mostram fundamentais para a economia do Brasil. São consideradas como uma das principais colunas de manutenção da economia desse país, representando mais de 90% da parcimônia do país. Essa admiração se deve pela disposição de gerar empregos, ou pelas inúmeras empresas estabelecidas no seu imenso território. Desse modo, “é preciso capacitar e investir para que micro e pequeno empresário possam crescer”. (IPNBE, 2009).

Vale complementar revelando que micro e pequenas empresas apresentaram, nos últimos cinco anos, uma taxa de crescimento maior de 10%. (SEBRAE/SC, 2008). Cabe ainda ressaltar que, nas últimas décadas, micro e pequenas empresas não se constituíram em um fator isolado. Estão inseridas em um contexto competitivo e oscilante de negócios globalizados, onde sua energia se manifesta beneficentemente ao país.

Portanto, estudar os aspectos considerados de sucesso pessoal e organizacional por mulheres que dirigem este tipo de empresa é conhecer o que para elas é relevante em termos de trajetória pessoal e profissional.

Considerando também que há entendimento na literatura da área de empreendedorismo que mulheres empreendedoras tendem a participar e a interagir em organização associativa, ou em sistemas de rede, buscou-se estudar uma amostra representativa de mulheres ligadas a uma entidade formal. Estas entidades associativas têm a finalidade de reunir pessoas com objetivos em comum, no intuito de superar as dificuldades e

gerar melhorias, sejam elas econômicas sociais ou políticas. (SEBRAE, 2009). No Brasil, o II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres tem privilegiado a valorização do empreendedorismo feminino (PNM, 2008), como uma das ações estratégicas, sendo que as mulheres conquistam seu espaço mais facilmente por meio de redes de empreendedoras, ou associações de mulheres de negócios. (MACHADO et al., 2003). No Estado de Santa Catarina, existem várias associações ou núcleo de mulheres. Berger e Luckmann (1998) acreditam que as pessoas estando vinculadas a uma associação seguem mais facilmente as regras determinadas. Isso faz com que elas se adequem a cultura da mesma, sua história e ao mesmo tempo possuem maior controle sobre as ordens normativas que regem a mesma. As mulheres, em geral, gostam de ter uma história que norteie o entendimento do processo ao qual pertencem, ou já fizeram parte dele.

Assim, o estudo se voltou para as mulheres que gerenciam e empreendem em micro e pequenas empresas pertencentes ao núcleo das mulheres do seu município, mostrando as potencialidades das mulheres gestoras de negócios da região, sendo que muitas delas foram, fazem e farão parte do sucesso do desenvolvimento econômico, não apenas regional, mas em nível estadual e nacional. Desta forma, mulheres empreendedoras mostram as razões pelas quais elas alcançaram o mercado de trabalho, sustentando cada vez mais espaços, aventurando de forma conciliatória e subindo de cargos nas empresas, mostrando suas valentias e competências nos negócios.

Entendendo ser esta uma forma que busca agregar conhecimento e valor ao desenvolvimento do trabalho empresarial, a população objeto deste estudo, faz parte das Câmaras de Mulheres Empresárias. Estes núcleos estão constituídos junto às Associações Comerciais e Industriais, em Santa Catarina. Justifica-se assim o interesse por este tipo de população. Do mesmo modo, sendo este estado do sul do Brasil exemplo de superação e de desenvolvimento econômico, na atualidade, estando entre os que apresentam as menores taxas de analfabetismo e a maior taxa de Produto Interno Bruto (PIB) no país, elucida-se o interesse pela definição da área geográfica. Além disso, sendo ainda exemplo de parque industrial e comercial, bem como de conglomerado de empresas prestadoras de serviços, aclara-se também o ambiente de pesquisa.

Com base nestas justificativas e problemáticas, a seguinte questão de pesquisa foi enunciada para o estudo:

Qual o entendimento do significado de sucesso pessoal e na organização por empresárias que atuam em organizações de micro e pequeno porte?

Tomando como base estas questões de pesquisa, o objetivo geral buscou analisar o entendimento sobre sucesso pessoal e na empresa por mulheres que gerenciam MPEs.

Apoiado na revisão da literatura, e principalmente no estudo anterior de Machado et al. (2008), um pressuposto pode ser levantado, buscando-se a confirmação ou negação do mesmo no decorrer do estudo: As gestoras possuem uma compreensão de que o fundamental sentido de sucesso está unido ao aspecto de realização pessoal, onde nem sempre o retorno financeiro é o principal objetivo. Entre outros pontos, há alegria de satisfazer aos outros e ocupar-se. (MACHADO et al., 2008). Este estudo pode ser considerado semelhante aos desenvolvidos por Moore e Butner (1997), Machado et al. (2003), Machado et al. (2008), Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008) e Gouvêa (2009). Cabe ainda destacar que este artigo apresenta um recorte de um trabalho mais abrangente, sem no entanto deixar de ser significativo.

O propósito deste estudo é contribuir para o aumento do entendimento sobre o assunto abordado, com respostas que venham ampliar a compreensão do tema de mulheres empreendedoras e entendimentos de sucesso no meio empresarial.

## **Revisão de literatura**

Dentre os estudos revisados sobre mulheres empreendedoras foram selecionados, dentre outros, os que mais especificamente e diretamente abordam aspectos relacionados com os entendimentos e definições de sucesso, do ponto de vista pessoal e em organizações, e que passam a fundamentar este estudo. Destacam-se os que seguem: Moore e Buttner (1997); Machado (2000a); Machado e Rouleau (2002); Tóffolo (2002); Machado et al (2003); Pollard (2006); Miranda, Cassol e Silveira (2006); Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008); Machado et al. (2008); Gouvêa (2009).

Moore e Buttner (1997) desenvolveram estudo que apresenta resultados que asseguram que as mulheres não medem o sucesso apenas por meio de resultados financeiros. Dentre os principais fatores atribuídos ao sucesso por mulheres, neste trabalho, estão como importantes: capacidade de realizar contatos e buscar influências e capacidades de realizar - fazer acontecer. Assim, a medida de sucesso para empreendedoras é a realização, ou seja, a capacidade de querer realmente fazer e fazer acontecer. No mesmo estudo ainda constam, como fatores de sucesso para mulheres empreendedoras: Capacidade de realizar contatos e buscar influências; Elevado autoconhecimento; Existência de um plano pessoal; Ser realista; Ter um suporte emocional; Gerenciar a auto-imagem; e Assumir responsabilidades.

Para Machado (2000) é possível que exista uma relação entre o tempo de atividade e o significado de sucesso, sendo que as empreendedoras que possuem empresas há mais tempo tendem a priorizar valores humanistas e éticos, e, em contrapartida, as com menor tempo enfatizariam mais a obtenção de resultados financeiros. O que parece evidente é que os significados de fracasso estão mais associados a um reconhecimento de falhas gerenciais, enquanto que os de sucesso estariam mais associados à identificação de características pessoais. É possível compreender que há dificuldade no reconhecimento de culpas ou razões para fracasso baseado no comportamento pessoal e que a tendência é atribuir a fatores externos ou até mesmo a outras pessoas. Todavia, embora não seja negada a subjetividade nos significados de sucesso e de fracasso, o desempenho do papel empreendedor tende a contribuir para a construção de um “conceito coletivo”, que por sua vez orienta a ação empreendedora. Sendo assim, pode existir uma relação entre o modo como empreendedores e/ou empreendedoras constroem esses significados (sucesso e fracasso) e a orientação adotada na gestão das empresas. É possível resumir os significados de sucesso para empreendedoras paranaenses, conforme segue: Nunca acreditar em crise; Acreditar na própria força de trabalho; Não deixar as coisas para o dia seguinte; Jamais imaginar que alguém vai resolver o seu problema; Ter entusiasmo, dedicação; Trabalhar muito; Não desanimar com as ondas do mercado; Calcular bem os riscos; Fazer o que gosta; Ter o máximo de informações sobre a atividade; Fazer pesquisa de mercado; Dedicar-se integralmente ao negócio; Zelar pela credibilidade; Ser persistente; Cuidar da auto-estima; Encarar os problemas de frente.

Machado e Rouleau (2002) pesquisaram empreendedoras brasileiras e canadenses identificando os grupos sociais que elas pertenciam, os valores, as convicções e as simbologias sócias, bem como diferenças nos aspectos considerados. As diferenças mais consideráveis entre os dois países referem-se à compreensão de sucesso e fracasso. “A concepção de sucesso para a brasileira é mais emocional que para a canadense. Para esta, o sucesso está associado mais à administração eficiente”.

Também Tóffolo (2002) estudou a conduta de um grupo de mulheres agropecuaristas da Sociedade Rural do Paraná, em Londrina, para identificar ações por elas adotadas na gestão dos negócios. Dentre outros foram destacados fatores referentes às oportunidades, erro, criatividade, imaginação, liderança. Para as mulheres pesquisadas, sobretudo, “a atividade deve ser prazerosa”.

No estudo de Machado et al (2003) transparece em relação às características necessárias para ser uma empreendedora de sucesso o conhecimento, a dedicação, a

determinação e o constante aperfeiçoamento como elementos fundamentais para ser uma empreendedora de sucesso. As características entendidas como necessárias para o ato de empreender são: Motivação; Sonho; Criatividade; Ousadia; Foco; Competência; Coragem; Habilidade; Persistência; Dinamismo; Versatilidade; Conhecimento; Preparo; Aperfeiçoamento constante e muita perseverança.

Pollard (2006) estudou a compreensão feminina sobre a ajuda recebida por mulheres que empreendem e sua relação com o sucesso. Os resultados indicaram que 80% destas mulheres de sucesso percebem no ambiente o maior suporte de ajuda. Dessa forma, para as pesquisadas, não bastavam somente os antigos conceitos de “lucro”, “riscos” e “salários”, as empreendedoras queriam algo mais significativo que justificasse o sucesso. Pensando no “bem do outro”, as palavras “fazer”, “retribuir”, “equilibrar” e “causar impactos sociais” passaram a ser expressivas na pesquisa. (POLLARD, 2006).

Miranda, Cassol e Silveira (2006) relatando os resultados do estudo com as gestoras de uma IES do estado de Santa Catarina, afirmaram que para ser uma empreendedora de sucesso algumas características se fazem necessárias, como por exemplo: obter bom relacionamento interpessoal, ser ousada, responsável, visionária, persistente e criativa. Quanto ao questionamento sobre os fatores de sucesso em uma IES, as respondentes “consideram necessários, principalmente, a educação continuada e a busca de informação e de conhecimento”.

Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008) em estudo realizado com empresárias catarinenses sobre suas principais características pessoais e profissionais e o entendimento sobre sucesso e fracasso mostram, sucintamente, que o sucesso significa: Experiência; Conhecimento; Flexibilidade; Saber conciliar família e empresa; e acima de tudo, Dedicção à empresa. Continuando, constam ainda neste estudo que as mulheres pesquisadas se consideram empreendedoras de sucesso, pois a dedicação à empresa, somada ao conhecimento do assunto, garante o sucesso empresarial. Outro fator de sucesso verbalizado pelas pesquisadas refere-se ao fato de conseguir sobreviver, por muitos anos, em um mundo turbulento de terceiro mundo, com pouca estabilidade e mudanças constantes na economia e na sociedade, principalmente, sendo que continuaram existindo, crescendo e gerando empregos, satisfazendo a si e aos outros. Isto é entendido como sucesso.

Machado et al. (2008) realizaram pesquisa com empreendedoras de dois estados do Sul do Brasil, Paraná e Santa Catarina, para identificar características pertinentes ao sucesso e fracasso. Os resultados contemplam a harmonização dos aspectos pessoais e gerenciais na interpretação de sucesso e fracasso. Neste estudo percebem-se, mais uma vez, referência aos seguintes fatores apontados como características pessoais: Coragem e Ousadia; Criatividade; Capacidade de sonhar; Ética e equilíbrio pessoal; Locus interno de controle e desejo de independência. Como aspectos gerenciais foram levantados: Atenção ao mercado (oportunidades e concorrentes); Gestão compartilhada (funcionários, clientes e fornecedores); Busca de resultados; Busca de lucratividade; Ausência de endividamento bancário.

Gouvêa (2009) estudou mulheres que fazem parte de uma associação empresarial de comércio e indústria de Blumenau, em Santa Catarina. Dentre outros resultados, os seguintes merecem referência como fatores pessoais: Ter Paixão Pelo Que Faz; Alegria; Entusiasmo; Persistência; Firmeza; Fé; Paz. Os aspectos gerenciais atribuídos foram: Construir equipe que partilhe da visão e objetivos; Aprofundar o que está realizando; Entusiasmo em função de uma tarefa; Resultado financeiro; Visão de mercado; Compreensão do que se está fazendo; Meta atingida; Aprender com os fracassos; Procurar solução; Optar por mudar de ramo de negócio (se necessário); Continuar avançando; Acreditar em si ao ponto de desafiar-se. Neste estudo de Gouvêa o conhecimento, a dedicação à empresa, o compartilhamento da visão e dos objetivos da empresa com a equipe emergiram como elementos fundamentais e inseparáveis do empreender feminino e como características responsáveis pelo sucesso das



empreendedoras. Ainda a determinação e o esforço pessoal foram destaque neste trabalho como fatores de sucesso.

Em estudos de revisão de literatura sobre o tema, como o de Ahl (2006) e o Silveira (2008), percebe-se que esta literatura está ainda sendo consolidada. Há afirmações de que os estudos vem crescendo significativamente ao longo do tempo. A sistematização do assunto está também em processo, de acordo com Gimenez, Ferreira e Ramos (2008).

Com esta visão, e de forma resumida, se justifica mais uma vez o interesse em continuar o estudo tendo como foco principal as mulheres empreendedoras, uma vez que na literatura nacional e internacional são ainda poucas as abordagens em estudos científicos. O cenário de MPEs administradas por mulheres, da mesma forma, ainda é emergente na literatura revisada. Também o enfoque de estudo sobre o sucesso em organizações nem sempre se mostra em toda a sua plenitude, nesta literatura.

### **Método e Técnicas de Pesquisa**

Esta pesquisa tem caráter teórico-empírico, na medida em que se apóia em uma literatura que fundamenta o assunto e, em uma pesquisa de campo em um contexto de estudo. A pesquisa foi descritiva, adotando o método quantitativo.

Roesch (1999) preconiza que além do delineamento metodológico é importante determinar os atores participantes da pesquisa, segundo os propósitos da mesma. Mais especificamente, a população escolhida para a realização deste estudo de campo foi composta de mulheres empresárias que fazem parte do Conselho Estadual da Mulher Empresária (CEME). Este órgão orienta os trabalhos das Câmaras de Mulheres Empresárias constituídas junto às Associações Comerciais e Industriais de cada município. Por sua vez, estas associações estão filiadas à Federação das Associações Comerciais e Industriais do Estado de Santa Catarina (FACISC). Neste trabalho, foram consideradas as Câmaras que compõem a CEME da Região do Extremo Oeste de Santa Catarina, constituída nos municípios de Campo Erê (13 associadas), Modaf (16), Quilombo (17) e São Miguel do Oeste (14), totalizando uma população de 60 mulheres. Todas participaram da pesquisa.

Com o intuito de melhor apresentar o CEME, fundado em 30 de abril de 1997, pode-se afirmar que este “é uma sociedade de direito privado, sendo oficializada, reconhecida e credenciada perante a Federação das Associações Comerciais e Industriais do Estado de Santa Catarina (FACISC)”. As 33 câmaras ou núcleos da mulher empresária, que atuam como parte da FACISC (2009) são lideradas por grupos de mulheres que se reúnem para desenvolver ações que promovam o crescimento do empresariado e da economia do seu município, por meio do associativismo, “apoando o desenvolvimento sustentável da economia do Estado, com ética, transparência e profissionalismo” (CEME, 2009).

O instrumento de coleta de dados foi o questionário, com questões abertas e fechadas. As perguntas abertas, por sua vez, foram do tipo preenchimento e de completar. As questões abertas foram adotadas no critério de coleta de dados, tendo em vista que o assunto, apesar de certa consolidação teórica, ainda não apresenta suficiente embasamento para entender o principal foco da pesquisa. Assim, foram necessárias para que as respondentes pudessem manifestar seus entendimentos sobre o sucesso e o fracasso de forma descritiva, acrescentando relevância à questão formulada. As questões fechadas foram objetivas, do tipo assinalar e de preencher. Junto ao questionário foi enviada uma carta solicitando a colaboração das respondentes, onde constaram os objetivos da pesquisa e sendo ressaltado e assegurado o caráter confidencial da pesquisa.

Os procedimentos de análise dos dados foram pautados pela estatística descritiva, como a análise de variáveis categóricas simples. Como o instrumento de coleta de dados apresentou algumas questões abertas às respondentes, primeiramente houve a necessidade de

adotar procedimentos de análise que permitissem categorizar e definir unidades de significados para, então, transformá-las em variáveis categóricas. Desta forma, o procedimento de análise de início, para estas questões, especificamente, adotou o que recomenda Bardin (1979) quanto aos procedimentos da técnica de análise de conteúdo. Cabe destacar que a técnica de análise de conteúdo prevista por Bardin (1979) é compatível com as pesquisas descritivas, de caráter quantitativo. Segundo Richardson (1999), permite contar a frequência dos elementos (verbalizações – unidades de significados), viabilizando a identificação da presença ou ausência deles. Desta forma, neste estudo, foram consideradas as variáveis categóricas que emergiram desta primeira fase do trabalho. As demais questões, fechadas em sua maioria, com alternativas simples ou de múltipla escolha, foram tratadas pela estatística descritiva.

## Resultados da Pesquisa

A primeira pergunta sobre o tema “sucesso”, ofereceu às mulheres empresárias seis características consideradas como pessoais de sucesso. Estas foram obtidas da revisão de literatura nos estudos de Machado et al. (2003), Machado et al. (2008), Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008) e Gouvêa (2009), que se assemelham ao aqui estudado. Para assegurar um maior grau de liberdade às respondentes, oportunizou-se a alternativa como de múltipla escolha. Assim, as respondentes podiam marcar quantas alternativas achassem conveniente, escolhendo as características sobre o sucesso consideradas relevantes.

Percebe-se que a característica pessoal de sucesso destacado com 46 pontos (76,7%) pelas mulheres das microempresas, considerada a mais significativa para ser uma empreendedora de sucesso, é “Coragem e ousadia”. Em seguida recebendo 40 pontos (66,7%) aparece ter “Ética e equilíbrio”, como essencial. Igualmente, com pequena diferença, foi assinalada 39 vezes (65%) a “Criatividade”. Assim, estas três características foram as que as microempresárias consideram como peculiaridades fundamentais de sucesso. Posteriormente, também “Capacidade de sonhar”, com 23 pontos (38,3%) e “Locus interno de controle” e “O desejo de independência” foram assinaladas com a mesma pontuação de 14 (23,3%) pontos respectivamente. As mulheres de empresas de pequeno porte igualmente consideraram a “Coragem e ousadia” e a também a “Criatividade”, ambas com seis apontamentos (10%), como fatores ou atributos importantíssimos para se empreender com sucesso. Observa-se que a maioria das entrevistadas (85,71%) assinalou estas duas características como indicativas de sucesso. Continuada pela “Ética e equilíbrio”, com 4 pontos (6,7%). Ainda, “Locus interno de controle” com três apontamentos (5,0%) e “Capacidade de sonhar” com um ponto (1,7%). As pequenas empresárias não assinalaram “O desejo de independência”.

Nesta análise fica evidenciado que a maior parte das empreendedoras, tanto as microempresárias, como as de empresas de pequeno porte, percebem a “Coragem e ousadia” como uma característica pessoal determinante de sucesso, na vida empresarial. Fator este que, em conjunto, totalizou 85,71% das mulheres pesquisadas. Dados estes que também combinam com a literatura sobre mulheres empreendedoras, em estudos de Machado (2000a), Minniti, Arenius e Langowitz (2005), Miranda, Cassol e Silveira (2006) e Machado et al. (2008).

Igualmente, a “Criatividade”, assim como a “Ética e equilíbrio” foram destacadas por elas. No entanto, sobre a “Capacidade de sonhar” e o “Locus interno”, percebe-se uma pequena diferença de opinião entre as microempresárias e das pequenas empresárias, porém, ambas acreditam que o “O desejo de independência” tem menos significância.

Algumas frases escritas no instrumento de coleta de dados resumem o entendimento das empreendedoras sobre as características consideradas como basilares para obter sucesso, sendo duas das contribuições destacadas. Conforme a microempresária de nº 24, sucesso é

sinônimo de: “Agir com garra, responsabilidade, honestidade, inteligência e sabedoria, que é um dom de Deus”.

Igualmente, a empreendedora de número 10, reforçou da seguinte forma: “Falar sempre a verdade”.

Neste sentido, estas contribuições asseguram características intrínsecas às atitudes corajosas, éticas, criativas e conhecedoras. Assim os dados pesquisados apresentaram semelhança entre as empresas dos dois portes e estão de acordo com o estudo de Machado et al (2008). Estas mostraram em seus resultados que, nos dois estados do sul do Brasil, também as emergem as características como: Coragem e ousadia; Criatividade; Capacidade de sonhar; Ética e equilíbrio pessoal; Locus interno de controle e Desejo de independência.

Nas segunda questão, foram oferecidas 21 alternativas consideradas decisivas para o sucesso ser alcançado no nível gerencial. Também estas alternativas foram fundamentadas em estudos anteriores como de Machado et al. (2003), Machado et al. (2008), Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008) e Gouvêa (2009), para que as respondentes se posicionassem quanto ao grau de importância destas assertivas.

Como fator mais importante, no ponto de vista das microempresárias, apresentou-se “Fazer o que gosta”, com 45,0%. Em seguida, “Capacidade de querer realmente fazer e fazer acontecer”, alternativa esta que alcançou 40,0% das respostas. Na sequência, “Calcular bem os riscos” contribuição esta com 36,7%, empatando com “Ter entusiasmo e dedicação”. Igualmente outra assertiva ponderada pelas microempresárias foi “Ter o máximo de informações sobre a atividade de trabalho”, recebendo 33,3% das indicações. “Ser persistente” foi significativamente considerado, (31,7%) e, assim, sucessivamente, “Acreditar na própria força de trabalho”(30,0%), “Assumir responsabilidades” (28,3%), “Zelar pela credibilidade” (25,0%) e “Encarar os problemas de frente” (23,3%). Mais, “Dedicar-se integralmente a empresa” (18,3%), “Ser realista” e “Trabalhar muito” (13,3%), bem como, “Jamais imaginar que alguém vai resolver o seu problema” e “Realizar pesquisa de mercado” (11,7%). Outras como “Não deixar as coisas para o dia seguinte” (10,0%), “Ter um suporte emocional” e “Não desanimar com as ondas do mercado” (8,33%) e, por fim, as duas menos significantes no entendimento delas, “Ter elevado autoconhecimento” e “Nunca acreditar em crise”, ambas com 3,33% apresentam a menor significância sobre o sucesso para as mulheres microempresárias.

Da mesma forma, apresenta-se a ordem das assertivas das mulheres das pequenas empresas, conforme segue: Junto com “Fazer o que gosta” aparece “Ter o máximo de informações sobre a atividade de trabalho” recebendo, respectivamente 6,7%, sendo consideradas as mais importantes assertivas. Outras quatro alternativas tiveram a mesma indicação, consideradas como importantes: “Capacidade de querer realmente fazer e fazer acontecer”, “Dedicar-se integralmente a empresa” e “Não desanimar com as ondas do mercado”, todas indicadas com 5,0%. Em seguida, foram consideradas: “Assumir responsabilidades”, “Realizar pesquisa de mercado”, “Acreditar na própria força de trabalho”, “Ser persistente” e “Calcular bem os riscos” (3,3%). E, com menor significância, ficou: “Encarar os problemas de frente”, “Jamais imaginar que alguém vai resolver o seu problema”, “Ser realista” e “Ter um suporte emocional”. Esta foi à ordem de importância dada pelas empresárias de empresas de pequeno porte, da região do extremo este de Santa Catarina.

Percebe-se que, tanto as empresárias de um ou como de outro grupo de empresas considera como fator mais importante para definir sucesso “É fazer o que gosta”. Esta assertiva ultrapassa 50% nos dois grupos de estudo. Neste sentido, a literatura certifica este entendimento, uma vez que “quando se gosta, se tem prazer”, conforme Tóffolo (2002), ou “apaixona-se” pelo que faz, de acordo com Jonathan (2003), ou ainda, “a empreendedora que se realiza”, segundo Guimarães (2004) “o sucesso passa a ser uma consequência natural”.



Ainda confirma-se a importância da assertiva “Fazer o que gosta”, por meio dos estudos de Moore e Buttner (1997), quanto ao entendimento da auto-realização, e nos estudos complementares de Machado (2006), Machado et al. (2008), Silveira, Gouvêa e Hoeltgebaum (2008) e Gouvêa (2009), nesta mesma linha de raciocínio. Assim, entende-se que a satisfação somente se encontra naquilo que as pessoas gostam de fazer, indiferentemente dos resultados financeiros que estes podem proporcionar.

Interessante notar também o fato de coincidência do fator menos importante, que é “Cuidar da autoestima”, que não foi assinalado por nenhuma das pesquisadas dos dois portes de empresa, se mostrando quase irrelevante para o sucesso empresarial, segundo o entendimento destas empresarias pesquisadas. Outro aspecto que chamou atenção foram os vários fatores com forte grau de importância que se encontram em comum nos dois tipos de empresas, como: “Fazer o que gosta”, “Capacidade de querer realmente fazer e fazer acontecer”, “Calcular bem os riscos”, “Ter o máximo de informações sobre a atividade de trabalho”, e “Ser persistente”. Machado (2000a), Cassol e Silveira (2006) e Miranda (2007), asseveram a persistência fator importante para se ter sucesso. Neste desenho, a arte de empreender deve ser cultivada diariamente da melhor forma, para que possa se tornar um hábito de sucesso. Além disso, é preciso “Acreditar na própria força do trabalho”, para condicionar seu empreendimento a ser bem sucedidos. Em relação a isto, a microempresária nº 16 se referiu da seguinte forma: - “Se eu não acreditar em mim, quem então acreditará em mim e no meu sucesso”?

Depoimentos como estes, que foram expressos no instrumento de coleta de dados, apresentam o grau de importância que a crença apresenta nas empreendedoras, já que revela que acreditar na própria força de trabalho para vencer os obstáculos é importante. Quando se acredita em si próprio, a pessoa busca seus objetivos, ultrapassando muitas vezes os seus próprios limites. Além disso, neste trabalho, transparece a crença em Deus, ou seja, também acreditar Nele, além de si mesma. Outra microempreendedora, a de número 12, contribuiu para este entendimento por meio da seguinte resposta: - “Acreditar em Deus, que ele ajuda muito”. Dessa forma, acreditar em si e também numa força superior é importante para as entrevistadas. Essa crença faz com que a pessoa consiga persistir e “Encarar os problemas de frente”, com “Entusiasmo e dedicação”. Neste sentido, a fé é algo inexplicável. Cabe neste sentido a frase do filme, Um amor para recordar, onde comparam o amor com o vento, que ele “não pode ser visto, mas pode ser sentido”. Foi enfatizado ainda por uma pequena empresária de nº 13, que, “Somente as pessoas que realmente acreditam é que sabem a sua importância, e sabem como buscar a força necessária, para abastecer-se diariamente, enfrentando todas as circunstâncias propostas na atividade empresarial”.

Não podendo deixar de destacar a manifestação da microempresária de nº 24, que igualmente ressaltou: - Eu jamais serei bem sucedida, se eu não acreditar em mim e nas pessoas que trabalham comigo. Todos os dias, agradeço a Deus a oportunidade do trabalho e a bênção da saúde e da força de lutar e estar junto com a força Dele, rodeada de pessoas que também como eu, amam o que fazem”.

Desta forma, percebe-se que há uma certa harmonia entre os diversos fatores de sucesso. Observa-se, principalmente, que dentro do mesmo estado alguns se apresentam em comum nos dois estudos como: “Acreditar na própria força de trabalho”, “Fazer o que gosta” e “Ter o máximo de informações sobre a atividade do trabalho”.

Assim, também, todas as demais assertivas são significantes, para umas em maior grau, para outras em menor. Dessa forma, Gomes (2004) assegura que “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”. Acrescenta ainda que também possa ser “por conta da localização ou região da realidade em estudo”.

Percebe-se pequenas diferenças em relação com as norte americanas, onde “Fazer o que gosta” não foi destacado, sendo esta característica a mais considerada na região do extremo oeste, bem como no estado de Santa Catarina. Porém, também tem um fator de sucesso considerado importante e que merece destaque, “Capacidade de querer realmente fazer e fazer acontecer”, que aparece como segundo e terceiro item mais importante para as empreendedoras da região do extremo oeste catarinense e também para as norte americanas. Tal fato deixa evidente que existem fatores que são comuns no entendimento das empresárias, independente do período de coleta de dados, do porte da empresa, e da localização geográfica. Mostra que não existem fronteiras para o entendimento das mulheres empresárias sobre sucesso. Porém, este não se constituiu um objetivo deste estudo, servindo apenas como ilustração.

Do mesmo modo, questionaram-se as mulheres empreendedoras das micro e pequenas empresas sobre quais outros fatores, além dos já mencionados, seriam consideradas importantes para o sucesso e que pudessem interagir e aperfeiçoar seus empreendimentos. Neste entendimento merece destaque “Atender bem o cliente”. Fator este mais aludido pelas mulheres empreendedoras das microempresas (28,3%). Em seguida, “Conhecer as tendências e Inovar” (20,0%). Na sequência “É ser feliz”, juntamente com “Conquistar a confiança e mantê-la” (18,3%). Posteriormente, “Trabalhar com equipe qualificada e feliz” (16,7%). Também, “Ter lucro” e “Ter bom planejamento a curto e longo prazo” (15%), respectivamente. Ainda foram mencionadas, “Muita coragem e dedicação”, (8,33%), “Saber administrar os recursos”, “Ser alegre, simpático e entusiasta”, “Ser excelência e mantê-la” e “Ter um bom controle de custos”, estes quatro, todos simultaneamente com o mesmo destaque (5,0%). Além disso, “Ter capital de giro”, “Saber aproveitar as oportunidades e saber tomar decisão”, “Estar comprometida”, “Diferenciar-se da concorrência”, “Alcançar metas e objetivos”, “Acreditar em Deus” e “Acreditar em si”, todas receberam o mesmo indicante (3,3%). As demais como, “Aceitar críticas e sugestões”, “Conhecer o grau de satisfação por meio do pós venda”, “Investir em si e nos colaboradores”, “Ser independente”, “Ser visionária” e “Ter rede de relacionamentos foram todos categorizados pelas microempresárias, como fatores de sucesso.

Dessa forma, todos os fatores abordados possuem um elevado significado, que para uma em particular pode ser mais relevante e para outra menos, tudo dependendo da própria situação que está sendo vivida pela empresa, ou na sua vida pessoal. Assim foram ressaltadas mais algumas respostas colhidas pelas microempresárias, sobre o significado de sucesso, sendo na íntegra, foi o seguinte:

- “Atender bem os clientes para mantê-los sempre. Pois cliente satisfeito é o melhor meio de propaganda, que é a ‘alma’ do negócio de sucesso. É também gostar do que faz, é vender com o coração”.

- “O sucesso no trabalho resume-se numa palavra ‘Excelência’. Para isto estamos em constante aprendizagem, inovando, pensando sempre no futuro da empresa”.

- “Sucesso corresponde à visão de futuro. Excelente atendimento e atualização constante”.

- “O sucesso depende de suas atitudes, inovação, criatividade e muita dedicação, fazendo sempre o que gosta e se sentindo bem”.

- “Sucesso é ser feliz”.

- “Sucesso é fazer acontecer e acreditar em você mesma”.

- “Qualidade dos produtos, aliado ao bom preço, e um excelente atendimento”.

- “Realizar as atividades com dedicação e dos mesmos obter lucros”.

- “Sucesso quando as atividades são executadas com entusiasmo pelos colaboradores e o resultado financeiro é positivo”.

- “Acima de tudo sucesso ‘é querer fazer, e fazer bem’; Imprimir sua marca no mundo, fazer a diferença, seja em uma venda, em um projeto e até mesmo em uma vida”.

Neste sentido ressalta-se que Marcondes e Bernardes (1997), observam que muitas empresas conseguiram ser bem sucedidas no momento em que souberam se diferenciar da concorrência, pois a diferenciação traz benefícios como a lucratividade e satisfação ao cliente. Outro aspecto que os mesmos autores ressaltam, bem como Moore e Buttner (1997), é a forma como lideram e conduzem liderados. Esta prática esta também revelada pelas pesquisadas, como segue: - “O sucesso de uma empresa também depende da boa relação entre todos que trabalham na empresa”.

Com esta afirmativa também ficam acordadas os entendimentos de Timmons (1985), bem como de Jonathan (2003), quando entendem que é relevante o grau de comprometimento das empreendedoras, pois elas demonstram ser destemidas e autoconfiantes. Sua grande satisfação decorre do ato de que o negócio próprio é algo no qual elas se identificam, dedicam-se com paixão e lhes possibilita criar seus próprios valores, na medida em que há autonomia, independência e liberdade para se ter iniciativa e desenvolver novas idéias.

Para as mulheres empresárias de empresas de pequeno porte, foram considerados como importantes fatores de sucesso, “Conhecer as tendências e Inovar” (6,7%). A seguir, “Trabalhar com equipe qualificada e feliz”, “Estar comprometida” e “Alcançar metas e objetivos”, estes três foram distinguidos da mesma forma (3,33%). Outros como, “Atender bem o cliente”, “Ter lucro”, “Ter bom planejamento a curto e longo prazo”, “Ser excelência e mantê-la”, “Conhecer o grau de satisfação por meio do pós venda”, “Investir em si e nos colaboradores” e “Ser visionária”, estes últimos sete, respectivamente também foram considerados importantes (1,7%). Muitos destes fatores apontados estão intrínsecos na ação estratégica da organização e de marketing.

Também podem ser observadas determinadas respostas das empreendedoras das pequenas empresas com respeito à definição de sucesso: - “Atitude é um grande fator para o sucesso, e também o comprometimento de todos com a empresa para alcançar o sucesso desejado”. Ainda definiu como “O sucesso é definido a partir do momento em que se realiza ou alcança os objetivos e metas impostas na empresa”.

Deste modo, compreende-se que nas empresas dos dois portes as mulheres empreendedoras apontaram atores considerados como imprescindíveis para o sucesso. As peculiaridades destacadas de suma importância foram: “Atender bem o cliente” e “Conhecer as tendências e Inovar”.

Referente ao bom atendimento, merece destaque a abordagem da microempresária N<sup>o</sup> 25, que se manifestou da seguinte forma: - “Atender bem os clientes para mantê-los sempre. Pois cliente satisfeito é o melhor meio de propaganda, que é a ‘alma’ do negócio de sucesso. É também gostar do que faz, é vender com o coração”.

No sentido do bom atendimento ao cliente, os estudiosos Chu, Benzing e McGee (2007), em estudo internacional, realizado com 356 empresárias do Quênia e Gana, definiram que este contribui como fator crítico de sucesso.

Vale ressaltar que, “Conhecer as tendências e Inovar”, foi outro fator motivador que se destacou com forte grau de importância para as empresárias dos dois portes de empresa estudados. Isto demonstra a necessidade das empresárias estarem atentas e antever os fatos para serem bem sucedidas. Fillion (1999) abordou que o empreendedor visualiza o futuro de forma imaginária, capaz de criar cenários para o seu empreendimento, enxergando o futuro de forma mais bem sucedido. Pode ser percebido ainda como visionário, oportunista, que além de sua satisfação pessoal, faz do seu negócio produtos ou serviços de sucesso. Do mesmo modo, Dornelas (2001) descreve o empreendedor como “aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Ainda assegura que “empreendedorismo

significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”. (DORNELAS, 2003). Isto tudo pode ter ainda um melhor entendimento com a justificativa da microempresária de número 24, que deixou o seguinte:

- “Precisamos estar inovando constantemente e antecipando tendências. Hoje nossos clientes já não são mais como era há uns vinte anos atrás, onde demorava a moda pegar. Hoje mal aparece uma atriz usando algo diferente, as clientes já querem algo igual ou semelhante”.

Neste sentido, entende-se que o sucesso não está apenas em querer oferecer algo ao cliente, mas sim, atender às necessidades do mesmo. Estar sempre buscando as informações necessárias para poder antecipar necessidades, este é um grande fator que certamente garanta o sucesso. É preciso estar no ataque e jamais ficar apenas na defesa.

Deste modo a compreensão de cada uma em alusão ao sucesso, deixa evidente que ele é uma consequência de diversos fatores, que normalmente exige estar comprometida com o que se faz e gostar do que faz. Estes resultados de entendimento de sucesso, igualmente se encontram em consonância com os estudos mais abrangentes da área e que se dedicam ao estudo do universo feminino na direção de empresas. (MACHADO, 1999; MACHADO, 2000a; MACHADO, 2000b; MACHADO, BARROS E PALHANO, 2003; CHU; BENZING; MCGEE, 2007).

Diante do entendimento das características de sucesso consideradas pelas mulheres empreendedoras de microempresas e de empresas de pequeno porte, se pode entender que foram apontadas como essencial: “ser uma pessoa corajosa e ousada e que acima de tudo, empreende naquilo que realmente gosta de fazer”.

Em relação ao entendimento de sucesso foram achadas algumas peculiaridades que podem contribuir em futuros estudos. O Quadro 1 evidencia os achados:

CARACTERÍSTICAS PESSOAIS DE SUCESSO		CARACTERÍSTICAS GERENCIAIS DE SUCESSO	
MICRO	PEQUENA	MICRO	PEQUENA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aberto a críticas</li> <li>• Acreditar</li> <li>• Autoconfiança</li> <li>• Honestidade</li> <li>• Sabedoria</li> <li>• Ser feliz</li> <li>• Simpatia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atitude</li> <li>• Autoconfiança</li> <li>• Honestidade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bom atendimento ao cliente</li> <li>• Confiança</li> <li>• Mostrar-se feliz</li> <li>• Ser excelência e mantê-la</li> <li>• Ter bom planejamento a curto e longo prazo</li> <li>• Trabalho com equipe qualificada e feliz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bom atendimento ao cliente</li> <li>• Conhecer o grau de satisfação do cliente – Pós-vendas</li> <li>• Ter bom planejamento a curto e longo prazo</li> <li>• Trabalhar com equipe qualificada e feliz</li> <li>• Ser excelência e mantê-la</li> </ul>

**Quadro 1** – Contribuições para o entendimento dos fatores de sucesso pelas empresárias de micro e pequenas empresas, 2010.

**Fonte:** Dados da pesquisa.

## Conclusão

O estudo realizado respondeu à questão de pesquisa quando revelou que os entendimentos do significado de sucesso pessoal e na organização em forma de características pessoais e gerenciais de sucesso para micro e pequenas empresas.

O objetivo geral foi igualmente respondido, uma vez que foi analisado o entendimento sobre sucesso, segundo as respostas das empresárias mulheres ligadas às Câmaras de Mulheres Empresárias constituídas junto às Associações Comerciais e Industriais de municípios da região do extremo oeste catarinense.

Apoiado na revisão da literatura, e principalmente no estudo anterior de Machado et al. (2008), um pressuposto foi levantado para esta pesquisa, tendo sido confirmado. O estudo revelou que as gestoras pesquisadas entendem o sucesso como importante característica pessoal: “Coragem e ousadia”. Há entendimento das mulheres que gerenciam MPEs de que não podem temer os obstáculos do mundo dos negócios. Devem ousar nas suas atitudes para conseguirem ser alguém de sucesso. Em seguida, as microempresárias apontaram ainda a “Ética e equilíbrio” e a “Criatividade”. As microempresas ainda acrescentaram a “Responsabilidade”, a “Honestidade”, a “Inteligência”, a “Sabedoria, e a “Fé” como atributos pessoais considerados importantes.

Da mesma forma as gerentes das pequenas empresas assinalaram junto com a “Coragem e ousadia”, a “Criatividade”, como sendo as duas qualidades pessoais com maior grau de importância para elas. Igualmente, concordaram que a “Honestidade”, a “Atitude” e a “Visão” são importantes para a mulher empreender com sucesso.

Para as características gerenciais de sucesso, novamente as empresárias dos dois portes de empresa pesquisadas apontaram a mesma assertiva com o maior nível de valor. Conferiram ao “Fazer o que gosta”, como ponto de partida, nos negócios de sucesso. Da mesma forma, foi considerada pelas empreendedoras, a “Capacidade de querer realmente fazer”, “Calcular bem os riscos”, “Ter entusiasmo e dedicação”, “Ter o máximo das informações sobre a atividade de trabalhos”, “Conhecer as tendências e inovar”, “Ser persistente”, “Zelar pela credibilidade”, “Acreditar na própria força de trabalho”, “Assumir responsabilidades”, “Atender bem o cliente”, enfim, entre outras peculiaridades atribuídas. Resumiram apontando como “É ser feliz”.

Uma empresária de sucesso foi definida pelas empreendedoras dos dois portes de empresa pesquisadas (MPEs), como sendo: Uma mulher de personalidade corajosa e ousada, que administra seus negócios com prazer, pois gosta do que faz.

Nesta dinâmica empreendedora, percebeu-se que os resultados se apresentaram em parte semelhantes com a literatura existente. (MOORE; BUTTNER, 1997, MACHADO ET AL, 2008, SILVEIRA; GOUVÊA; HOELTGEBAUM, 2008; GOUVÊA, 2009)

Em um trabalho como o aqui desenvolvido, por ser ainda inicial e apoiado em literatura em desenvolvimento, apresenta naturais limitações. Convém apontar o porte da empresa, a área geográfica e o número de respondentes, ainda que representado pela totalidade da amostra. Também o tipo de instrumento de coleta de dados limitou o estudo, assim como as análises realizadas em termos estatísticos. Estes pontos considerados isoladamente ou em conjunto, apontam a necessidade de continuidade do estudo. Ele não está finalizado, e sim, passando a ser mais uma contribuição para a literatura de mulheres empreendedoras. Ainda por considerar este estudo importante para o empreendedorismo, recomenda-se que este mesmo esboço seja realizado com os homens das associações empresariais dos núcleos pesquisados. Ao mesmo tempo, indica-se que seja realizado ainda estudo semelhante nas regiões do Estado de Santa Catarina.

## Referências



- AHL, Helene J. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 5, p. 595-621, Set. 2006.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979. 225 p.
- BITTENCOURT, Wastony Aguiar. **O perfil empreendedor feminino**: um estudo do curso Empretec. 2002. 126 p. Monografia (Especialização em Engenharia de Produção). Universidade Federal do Amazonas. 126 p.
- CASSOL, Neidi Krewer; SILVEIRA, Amelia, HOELTGEBAUM, Marianne. Empreendedorismo feminino: análise da produção científica da base de dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.
- CEME - CONSELHO ESTADUAL DA MULHER EMPRESÁRIA: Santa Catarina. **Objetivo**. Disponível em: <<http://www.ceme.org.br/?pg=institucional&area=Objetivo>>. Acesso em: 25 maio 2009.
- CHU, Hung Manh; BENZING, Cynthia; MCGEE, Charles. Ghanaian and Kenyan Entrepreneurs: a comparative analysis of their motivations, success characteristics and problems. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, v. 12, n. 3, p. 295-322, Mar. 2007.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 299 p.
- \_\_\_\_\_. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2003. xii, 183 p.
- FACISC – FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS DE SANTA CATARINA. Disponível em: <<http://www.facisc.org.br/default.php?pg=noticiaf&id=1471>>. Acesso em: 28 de junho de 2009.
- FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da USP**. São Paulo, v. 34, n. 2, abr./jun. 1999.
- GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Configuração empreendedora ou configurações empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: EnAnpad, 2008. CD ROM.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Taxa de empreendedorismo feminino no Brasil supera a dos homens**. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/noticias/node/9195>>. Acesso em: 06 abr. 2010.
- GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzská de. **Estudo das características pessoais e profissionais, do perfil empreendedor e do entendimento de empresárias de Blumenau, SC, Brasil sobre mulheres empreendedoras**. 2009. 144 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2009.
- GUIMARÃES, Tatiane Barleto Canizela. Análise epistemológica do campo do Empreendedorismo. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. 1 CD-ROM.
- INSTITUTO PNBE DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL (IPNBE). **Crescimento do País vai depender do desenvolvimento das micro e pequenas empresas**. Disponível em: <<http://www.pnbe.org.br/website/artigo.asp?cod=1856&idi=1&moe=76&id=7821>>. Acesso em: 8 dez. 2009.
- JONATHAN, Eva Gertrudes. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE

- PEQUENAS EMPRESAS, 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/Uel/UNB, 2003. p. 41-53.
- MACHADO, Hilka Vier et al. Significados de sucesso e fracasso nos negócios: o que dizem mulheres empreendedoras. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.
- MACHADO, Hilka Vier; BARROS, Gislaïne Viera de; PALHANO, Dayane Yoshie Miyaji. Conhecendo a empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS, 3., 2003, Curitiba. **Anais...** Londrina: Universidade Estadual de Maringá/Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2003. 1 CD-ROM.
- MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE Eletrônica**, Fundação Getúlio Vargas, v. 2, n. 2, 2003. Disponível em: <<http://www.rae.com.br/eletronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1495&Secao=ORGANIZA&Volume=2&Numero=2&Ano=2003>>. Acesso em: 20 abr. 2009.
- MACHADO, Hilka Vier. Concepções do papel empreendedor por mulheres empresárias: estudo com mulheres paranaenses. **Temática**, Londrina, n. 18, p. 19-37, 2000a.
- \_\_\_\_\_. Empreendedoras e o preço do sucesso. **Revista de Estudos Organizacionais**, Maringá, v. 1, n. 2, p. 75-87, 2000b.
- MACHADO, Hilka Vier; ROULEAU, L. L'identité sociale de femmes entrepreneuses. In: CONGRÈS INTERNATIONAL D'ENTREPRENEURIAT ET PMES, 6., 2002, Montréal. **Anais...** Montréal: École des Hautes Études Commerciales / Université de Montréal, 2002.
- MARCONDES, Reynaldo Cavalheiro; BERNARDES, Cyro. **Criando empresas para o sucesso**. São Paulo: Atlas, 1997. 167 p.
- MINNITI, Maria; ARENIUS, Pia; LANGOWITZ, Nan. Report on woman and entrepreneurship. **Global Entrepreneurship Monitor – 2004 Executive Report**. MA, 2005.
- MIRANDA, Cristina Maria Schmitt; CASSOL, Neidi Krewer; SILVEIRA, Amélia. Gestão empreendedora: perfil e trajetória das mulheres gestoras de uma instituição de ensino superior. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE GESTÃO UNIVERSITÁRIA NA AMÉRICA DO SUL, 6, 2006, Blumenau. **Anais...** Blumenau, 2006. v. 1. p. 1-16.
- MOORE, D.P., BUTTNER, E.H. Women entrepreneurs moving beyond the glass ceiling. London: Sage, 1997.
- OKAMOTTO, Paulo. **Fórum de Debates Políticos e Empresarial da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil**. Palestra ministrada em 12 maio de 2008. Disponível em: <http://www.pnbe.org.br/website/artigo.asp?cod=1856&idi=1&moe=76&id=7821> Acesso em: 10 ago. 2009.
- PLANO NACIONAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES - PNM II. Disponível em: <[http://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/II\\_PNPM.pdf](http://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/II_PNPM.pdf)> Acesso em: janeiro de 2009.
- RICHARDSON, Roberto Jarry; PERES, Jose Augusto de Souza. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- ROESCH, S. M. A. Projetos de estágio e de pesquisa em administração. 2. ed. São Paulo, 1999.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Histórias de sucesso: mulheres empreendedoras/Organizado por Renata Barbosa de Araújo Duarte, Clarice Veras**. Brasília: Sebrae 2006. 224 p.
- SEBRAE/SC. Empreender é preciso. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=18542>>. Acesso em: mar. 2010.
- SEBRAE/SP. GEM: Taxa de empreendedorismo feminino no Brasil supera a dos homens. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/noticias/node/9195> Acesso em: abril de 2010.

SILVEIRA, Amelia; GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzská de; HOELTGBAUM, Marianne. Empreendedorismo feminino: características, considerações e entendimentos de mulheres gerentes de micro e pequenas empresas de Santa Catarina, Brasil. In: SEMEAD – SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 11, 2008, São Paulo. **Anais...**São Paulo: FEA/USP, 2008.

SILVEIRA, Amelia. **Produção científica em empreendedorismo feminino:** análise nos periódicos científicos do *Social Sciences Citation Index*, 1998 a 2007. In: GIMENEZ, Fernando; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Empreendedorismo e estratégia em empresas de pequeno porte - 3Es2PS. Curitiba: Chanpagnat Ed; PUCPR, 2010.

TIMMONS, Jeffrey A. **New venture creation:** a guide to entrepreneurship. Illinois: Irwin, 1985.

TÓFFOLO, Kátia da Silva. **A mulher empreendedora no setor agropecuário:** um estudo de casos. 2002. 161 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2002.