

## **O Empreendedorismo Social Feminino e os motivos para Criar Organizações Sociais: Estudo de Casos Múltiplos em Sergipe**

**VITOR HUGO DA SILVA VAZ**

UFS - Universidade Federal de Sergipe  
vitorhugovaz22@hotmail.com

**MARIA ELENA LEON OLAVE**

UFS - Universidade Federal de Sergipe  
mleonolave@gmail.com

**JALBERTO DÓRIA DA SILVA**

UFS - Universidade Federal de Sergipe  
jal\_doria@hotmail.com

À Fundação de Apoio a Pesquisa e a Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe.

**Área temática:** Empreendedorismo Social

**O Empreendedorismo Social Feminino e os motivos para Criar Organizações Sociais:  
Estudo de Casos Múltiplos em Sergipe**

**Resumo**

O fenômeno de criação das empresas é considerado complexo pelo fato dos empreendedores e suas empresas variarem muito e os ambientes em que operam são igualmente diversos. Entretanto, os motivos que levam homens e mulheres a empreender socialmente são diferentes. As mulheres, de forma geral, apresentam motivações distintas de empreender com relação aos homens. Esse estudo tem o objetivo de analisar o processo de criação de empreendimentos sociais criado por mulheres empreendedoras. O método utilizado na pesquisa foi o de estudo de casos múltiplos e as evidências foram coletadas por meio de entrevistas semiestruturadas. Foram analisados três empreendimentos sociais que foram criados por mulheres em Sergipe. A análise dos casos permitiu verificar que as empreendedoras sociais apresentaram diversos motivos para criarem os empreendimentos sociais, com destaque aos fatores ambientais, influência familiar e a necessidade de ajudar ao próximo. É importante destacar também a grande contribuição de instituições de ensino e os movimentos sociais na estruturação inicial dessas organizações e também de associações de moradores como instituições incubadoras.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo social; Empreendedorismo feminino; Criação de Negócios.

**Abstract**

The phenomenon of creation of companies is considered complicated by the fact that entrepreneurs and their businesses vary widely and the environments in which they operate are equally diverse. However, the motives that lead men and women to undertake socially are different. Women, in general, have different motivations to undertake with respect to men. This study aims to analyze the process of creating social enterprises created by women entrepreneurs. The method used in the research was a multiple case study and evidence were collected through semi-structured interviews. Three social enterprises that were created by women in Sergipe were analyzed. The analysis of the cases has shown that social entrepreneurs had many reasons to create social enterprises, with emphasis on environmental factors, family influence and the need to help others. It is also important to highlight the great contribution of educational institutions and social movements in the initial structuring of these organizations as well as residents' associations as incubators institutions.

**Keywords:** Social Entrepreneurship; Female entrepreneurship; Creating Business.

## 1. Introdução

As pesquisas sobre o empreendedorismo têm sido discutidas de várias formas pelos pesquisadores, principalmente com relação ao fenômeno de criação de organizações (GARTNER, 1989; LOW, MACMILLAN, 1988), e de que forma as oportunidades para criar bens e serviços podem ser descobertas, avaliadas e exploradas (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

É importante destacar, também, que o empreendedorismo parte de uma perspectiva de geração de riqueza para o empreendedor, o que difere do empreendedorismo social, associado a geração de riqueza social. O empreendedorismo no contexto de promoção social, só recentemente atraiu o interesse de pesquisadores (MAIR; MARTI, 2006), e ainda encontra-se emergindo como área de investigação acadêmica (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006).

Para contribuir com o desenvolvimento dos estudos sobre o empreendedorismo social, Peredo e McLean (2006) destacam a necessidade de haver uma classificação distinta por ter focos diferentes e, assim, representarem organizações diferentes.

Com relação ao perfil dos criadores de organizações sem finalidade de lucro, os empreendedores sociais podem variar em função do gênero, sendo dado maior destaque aos homens (ROSSONI; ONOZATO; HOROCHOVSKI, 2006). Entretanto, no desenvolvimento de ações sociais e, especialmente, em se tratando de empreendedorismo social, a participação feminina vem se destacando de forma acentuada (NISHIMURA; ALPERSTEDT; FEUERSHÜTTE, 2012). Porém, há uma escassez de estudos que consideram o gênero no empreendedorismo social (HUMBERT, 2012).

Este estudo tem o objetivo de analisar as motivações de mulheres em criar empreendimentos sociais em Sergipe. Especificamente, pretendem-se analisar qual o perfil das empreendedoras sociais; analisar as características dos empreendimentos sociais criados; e identificar as principais motivações para a criação de empreendimentos sociais.

Para atingir os objetivos propostos, inicialmente, será apresentada uma breve revisão da literatura sobre o empreendedorismo social. Logo após, apresentar-se-á uma revisão da literatura acerca do empreendedorismo feminino e o processo de criação de organizações. A metodologia adotada no estudo é apresentada e em seguida, será realizada a descrição dos casos acompanhada de análise comparativa. Por fim, serão apresentadas as considerações finais que apontam os principais resultados da pesquisa em questão.

## 2. O empreendedorismo social

De acordo com Rossoni, Onozato, Horochovski, (2006), apesar do tema empreendedorismo já ter considerável espaço no meio acadêmico, uma de suas vertentes, o empreendedorismo social, ainda recebe pouca atenção por parte dos pesquisadores.

De acordo com Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), o condutor central do empreendedorismo social é o problema social a ser abordado. Neste caso, a forma de organização particular toma uma decisão sobre qual formato é mais eficaz para mobilizar os recursos necessários para resolver os problemas sociais. Assim, o empreendedorismo social tem por finalidade uma teoria explícita ou implícita de mudança (MAIR, 2010).

Por se tratar de um campo de pesquisa ainda emergente (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006), o empreendedorismo que visa a promoção social, só recentemente atraiu o interesse de pesquisadores (MAIR; MARTI, 2006). Como destacado por Ozonato e Teixeira (2010), no caso do Brasil, ainda é preciso conhecer melhor essas organizações e suas dificuldades, para ser possível desenvolver meios para apoiar e contribuir com suas ações. Desta forma, é necessário explorar, além de uma definição unificadora e que venha a

contribuir com o desenvolvimento de pesquisas acerca do tema, as diferentes finalidades do empreendedorismo social (PENEDO; MCLEAN, 2006), as principais atividades desenvolvidas durante a criação (OZONATO; TEIXEIRA, 2010) e as motivações das pessoas que criam essas organizações (ROSSONI; ONOZATO; HOROCHOVSKI, 2006).

Segundo Penedo e McLean (2006), em geral, pode haver várias possibilidades que se centram desde a exigência de que os benefícios sociais, que podem ser o único objetivo da organização, ou até a possibilidade de ser estipulado, meramente, que metas sociais estejam inseridas em algum lugar entre os objetivos organizacionais. Assim, os autores propõem (Quadro 1) alguns tipos de empreendedorismo social:

**Quadro 1:** Tipos de empreendedorismo social.

LUGAR DE METAS SOCIAIS	PAPEL NA TROCA COMERCIAL
Objetivos da empresa são exclusivamente sociais.	No intercâmbio comercial.
Objetivos da empresa são exclusivamente sociais.	Alguns intercâmbios comerciais, quaisquer lucros diretamente para o benefício social (“integrado”) ou de apoio às empresas (“complementar”).
Objetivos da empresa são principalmente sociais, mas não exclusivamente.	Intercâmbio comercial, os lucros, em parte, para beneficiar o empresário e/ou os apoiantes.
Objetivos sociais são proeminentes entre outros objetivos da empresa	Intercâmbio comercial, o lucro-marketing para o empresário e os outros é o objetivo forte.
Objetivos sociais estão entre os objetivos da empresa, mas subordinado a outros.	Intercâmbio comercial, o lucro-marketing para o empresário e os outros é o objetivo proeminente ou principal.

Fonte: Adaptado de Penedo e McLean (2006).

Segundo Mair (2010), vários são os fenômenos que podem desencadear a criação de um empreendimento social. Neste caso, apesar de todos esses fenômenos abraçarem a dimensão do impacto social, eles diferem substancialmente em relação aos atores, contextos e mecanismos, e teorias de mudança social. No Quadro 2, é possível visualizar os principais fenômenos levados em consideração no empreendedorismo social:

**Quadro 2:** Principais fenômenos discutidos de empreendedorismo social.

FENÔMENO EM ESTUDO	DESCRIÇÃO	AUTORES CHAVE
Empreendedorismo comunitário	A comunidade é o ator empreendedor e beneficiário. Por exemplo, uma aldeia engajar-se em café de comércio justo, agricultura e venda.	(Penedo and Chrisman, 2006; Johannisson and Nilsson, 1989)
Agentes de mudança social	Indivíduos que alteram a percepção do público (específico) sobre questões sociais. Os exemplos vão desde John Elkington, fundador da sustentabilidade, para Bono, do Grupo U2.	(Waddock and Post, 1991; Drayton, 2002)
Empreendedores institucionais	Indivíduos ou organizações que alteram os arranjos sociais e de desenvolvimento do tecido dificultando institucional.	(Mair and Martí, 2009; Martí and Mair, 2009)
Empreendimentos sociais	Empreendimentos que oferecem um produto ou serviço que cria benefício social ou ambiental, tais como a produção e distribuição de garrafas de água biodegradável.	(Dorado 2006; Sharir and Lerner, 2006)
Organizações empresariais sem fins lucrativos	Organizações sem fins lucrativos que se dedicam a atividades comerciais para criar um fluxo de renda e aumentar a sustentabilidade financeira.	(Fowler, 2000; Frumkin, 2002)
Empresa social	Formas organizacionais seguindo os princípios de cooperativas.	(Borzaga and Defourny, 2001)

A inovação social	Inovação entendida em sentido lato, incluindo processos e tecnologia para o bem social.	(Alvord, Brown and Letts, 2004; Phills, Deiglmeier and Miller, 2008)
-------------------	---	--

Fonte: Adaptado de Mair (2010).

Com relação às pesquisas acadêmicas sobre o empreendedorismo social, Ozonato e Teixeira (2010), destacam que os estudos, geralmente, abordam as características empreendedoras dos fundadores e gestores das organizações sociais e as diferenças existentes do empreendedorismo convencional e não se encontram estudos que abordam especificamente o processo de criação dessas organizações.

### 3. O Empreendedorismo Feminino

A participação das mulheres no desenvolvimento da economia dos países, principalmente, como proprietárias e gestoras de empresas, cada vez mais vem ganhando destaque (BIRLEY, 1989; AUDRICHI; REESE; DUBINI, 1989; GEM, 2012). Todavia, apesar do reconhecimento dado às mulheres como criadoras de empresas, esta atenção ocorreu de forma atrasada (DATTA; GAILEY, 2012).

De acordo com a pesquisa apresentada pelo Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2012), em vários anos no Brasil, as mulheres ultrapassaram os homens a frente de empreendimentos em estágio inicial ou com menos de 42 meses de existência.

Apesar de ainda existir estudos que consideram as motivações de homens e mulheres em empreender de forma semelhante (FERREIRA; NOGUEIRA, 2012), sendo as duas principais razões apontadas como, primeiramente, circunstanciais, e determinada pela vontade pessoal das empreendedoras (MACHADO et al., 2003), contribuir com o orçamento familiar e ter maior flexibilidade para conciliar a vida profissional com as tarefas de casa e a criação dos filhos, despontam como as principais motivações da mulheres a empreender.

De acordo com Birley (1989), seguindo o modelo de Cooper (1984) apresentou outras motivações. A seguir, no Quadro 5, é possível visualizar as principais motivações atribuídas às mulheres sobre as motivações de empreender:

**Quadro 5:** Principais motivações das mulheres a empreender.

CATEGORIAS	DEFINIÇÕES
Influencia antecedente	Incorpora aspectos de fundo do empreendedor que afetam a motivação, percepções, habilidades e conhecimentos. Eles incluem fatores genéticos, influências familiares, educação e experiências de carreira anteriores.
Organização Incubadora	Descreve os tipos de organização para a qual o empresário trabalhou imediatamente antes de sair que incluem localização geográfica, tipo de habilidades e conhecimentos adquiridos, entre em contato com outros jovens empresários, e experiência em um ambiente de pequena empresa. Além disso, Cooper cita os conhecidos fatores "empurrar" e "puxar", tais como perda de emprego (push) e desejo de independência (pull).
Fatores ambientais	Incluem condições econômicas (especialmente a disponibilidade de capital de risco), modelos, e acesso a serviços de apoio.

Fonte: Adaptado de Cooper (1984 apud Birley, 1989).

Além da atenção dada às mulheres nos últimos anos com relação a atuação empreendedora, é importante destacar a grande representação que a mulher possui na

estruturação da sociedade. Porém, sobre a criação de empresas em uma perspectiva de contribuição social, vem sendo dado maior destaque aos homens com relação às mulheres (ROSSONI; ONOZATO; HOROCHOVSKI, 2006; GEM, 2005). Entretanto, no desenvolvimento de ações sociais e, especialmente em se tratando de empreendedorismo social, a participação feminina vem se destacando de forma acentuada (NISHIMURA; ALPERSTEDT; FEUERSHÜTTE, 2012). Um dos fatores deste destaque é o fato de as mulheres buscarem por oportunidades em ambientes menos competitivos e que os resultados de suas ações se retratem na qualidade de vida (CALAS; BOURNE; SMIRCICH, 2009).

De acordo com Nishimura, Alperstedt e Feuershütte (2012), uma das motivações das mulheres em serem empreendedoras sociais pode estar associada a um perfil de solidariedade, a paixão pelo que faz e a vontade de promover uma mudança social. Segundo as autoras, o convívio com uma realidade dolorosa em comunidades rurais e o racismo também são motivos apontados pelas mulheres em empreendedor socialmente e, desta forma, atribuir a motivação à possibilidade de proporcionar mudança social.

De acordo com Humbert (2012), as mulheres têm tido um impacto positivo na sociedade através do seu envolvimento no terceiro setor, colocando alguns temas, como crianças, família, saúde da mulher, violência e discriminação contra certos grupos da população sobre a agenda social. Todavia, segundo a autora, o discurso acadêmico confere aos empreendedores sociais características extras, especiais, que destacam a importância do empenho e dedicação aos objetivos sociais.

Datta e Gailey (2012) destacaram que a opressão vivida por algumas mulheres em determinados países pode ter relação ao desejo de independência e o de contribuir com a melhoria das condições de vida de outras mulheres, tem relação com a criação de empreendimentos sociais. Todavia, de acordo com Nishimura; Alperstedt; Feuershütte, (2012) existe uma barreira em potencial para as mulheres desenvolvam empreendimentos sociais, provavelmente, associada a maior necessidade de lutar pela sobrevivência e pelo fato de os homens terem maior acesso ao meio político e possuir uma renda superior às das mulheres.

Assim, devido à quantidade limitada de material sobre as mulheres como empreendedores sociais, e a grande quantidade de fatores desencadeantes para empreender socialmente, há a necessidade de se discutir sobre o papel das mulheres dentro do terceiro setor (HUMBERT, 2012).

#### **4. Metodologia**

O estudo pode ser considerado qualitativo, pois é fundamentalmente interpretativo e permite ao pesquisador ter uma visão holística do fenômeno (CRESWELL, 2002). Também pode ser considerado um estudo exploratório e descritivo. O estudo é exploratório, pois, de acordo com Saunders, Lewis e Thornill (2007), é útil se você deseja esclarecer a sua compreensão de um problema, como se você não tiver certeza da natureza exata do problema, e é descritivo, pois vai descrever as atividades desenvolvidas pelas empreendedoras na criação dos seus negócios.

Para alcançar o objetivo proposto, optou-se como estratégia de pesquisa o estudo de casos (GODOY, 1995). Segundo Yin (2001), tal estratégia é a mais adequada quando se colocam questões de pesquisa do tipo “como” e “por que”, e no qual o pesquisador tem pouco controle sobre o fenômeno estudado, pois se encontram inseridos em algum contexto da vida real.

Com relação ao tipo de estudo de caso, optou-se pelo estudo de casos múltiplos. A escolha se justifica pelo fato de o estudo de múltiplos casos se concentrarem na possibilidade de comparação contínua de dados, desde o início da teoria com a coleta de dados dos casos

estudados (EISENHARDT, 1989). De acordo com Yin (2001), as provas resultantes no estudo de casos múltiplos são consideradas mais convincentes, e o estudo é visto como mais robusto.

Foram analisadas neste estudo três organizações sociais: duas em comunidades de cidades do interior do Estado de Sergipe (Indiaroba e São Cristóvão) e uma em Aracaju. As instituições em questão foram escolhidas por serem organizações criadas por mulheres, as mais indicadas para apresentar informações detalhadas sobre o seu processo de criação. As entrevistas foram gravadas para fins de garantir o acesso integral a todos os fatos relatados .

Para a coleta das evidências foram adotadas as entrevistas semiestruturadas, que são para Yin (2001) um dos principais métodos de coleta de informações em um estudo de caso. Entrevistas semiestruturadas ou em profundidade, podem também ser utilizadas como um meio para validar os resultados da utilização de questionários. Também fornece a oportunidade de "sondar" respostas, no qual os entrevistados podem explicar, ou construí-las. Podem, também, levar a discussão para as áreas em que o pesquisador não tinha considerado anteriormente e, conseqüentemente, contribuir para a profundidade na pesquisa.

As categorias analíticas do estudo foram definidas a partir dos objetivos e da revisão teórica sobre o tema. No Quadro 6, pode-se observar as categorias utilizadas, com os respectivos elementos de análise.

**Quadro 6:** Categorias e Elementos de análise utilizados na pesquisa.

CATEGORIAS	ELEMENTOS DE ANÁLISE
<p><b>Perfil das Empreendedoras</b> (Gomes, 2004; Nishimura, Alperstedt e Feuershütte, 2012).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nome</li> <li>• Idade</li> <li>• Escolaridade</li> <li>• Experiência profissional</li> <li>• Profissão dos Pais</li> <li>• Se possui filhos</li> <li>• Relação com a comunidade</li> </ul>
<p><b>Perfil dos Empreendimentos sociais</b> (Peredo e McLean, 2006).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nome</li> <li>• Número de funcionários</li> <li>• Tempo de existência</li> <li>• Tipo de Organização Social</li> <li>• Local</li> </ul>
<p><b>Motivos para criar a organização.</b> (Gartner, 1985; Cooper, 1984 apud Birley, 1989; Mair, 2010; Nishimura, Alperstedt e Feuershütte, 2012).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influência antecedente</li> <li>• Organização incubadora</li> <li>• Fatores Ambientais</li> <li>• Barreiras</li> <li>• Perfil de solidariedade</li> <li>• Paixão pelo que faz</li> <li>• Vontade de promover uma mudança social</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

## 5. Análise dos casos

Para a análise dos casos foi realizada, inicialmente, a descrição dos casos individualmente seguida da análise comparativa dos casos, com base em Eisenhardt (1989), no qual a comparação permite uma visão sinérgica das evidências e promove perspectivas divergentes.

### 5.1. Caso 1: O Caso da Cooperativa de Doces Santa Salu - COOPERUNIDOCE

A Cooperativa de Doces Santa Salu - COOPERUNIDOCE é uma cooperativa de mulheres que fabricam os mais diversos tipos de doces, localizada no povoado Cabrita no Município em São Cristóvão e que representa um grande alicerce para a redução de desigualdade e oportunidade de geração de trabalho e renda para as mulheres da comunidade.

A organização é fruto da iniciativa da Dona Tânia Santos que liderou um grupo de mulheres que compõem a cooperativa, conhecida por todos na comunidade como Dona Santaninha. Uma respeitada doceira na região que cresceu por entre os doces produzidos por sua mãe adotiva. Dona Tânia tem 66 anos, 12 filhos e primeiro grau incompleto e, segundo a entrevistada, não chegou a conhecer os pais. É importante destacar que, apesar de ter colocado todos os doze filhos para ajudá-la na fabricação dos doces quando eram jovens, nenhum dos filhos quis seguir as atividades que a mãe realiza na comunidade. Todavia, a empreendedora social destacou que o fato de ter os filhos trabalhando com ela foi muito importante para a educação deles. Segundo a entrevistada, desde jovem fabricava doces, sendo influenciada por uma senhora que vivia na comunidade, conforme relatou:

Toda vida fui voltada para esse trabalho. Produzia doces em casa desde os 11 anos. Aqui tinha muita fruta. Fruta em abundância. Goiaba, manga, caju... Ai eu fazia doce para vender. Antigamente, tinha uma senhora aqui chamada dona Salu, e o marido dela, o Senhor Severo, que era administrador de uma fazenda daqui dessa região, gostava muito de doces. Ela fazia esses doces e foi quem ensinou as mulheres da comunidade. Os doces eram melhores, as frutas eram melhores naquela época.

A entrevistada relatou que antes de formar a cooperativa as atividades de fabricação e a comercialização dos doces eram realizadas de forma bem artesanal. Segunda ela, tanto ela como as mulheres da comunidade enfrentavam grandes dificuldades para comercializar seus produtos, conforme descreveu:

Naquela época, não era que nem hoje, não tinha água, esgoto. Era tudo a céu aberto. Não tinha transporte, não tinha energia, não tinha barragem no Rio. [...] agente saía daqui da Cabrita e ia andando daqui até o Castelo Branco (Bairro de Aracaju) para vender os doces todos os dias. Eu acordava às três da manhã. A gente se reunia e ia vender os doces de porta em porta. O doce era bom e se fazia a freguesia.

Entretanto, apesar de ter grande influência da Dona Salu, moradora da comunidade, para iniciar a fabricação de doces, a entrevistada destacou que a iniciativa das moradoras da comunidade em se mobilizar para comercializar os doces de forma organizada se deu no momento em que eles não tinham mais a colaboração da pessoa que as ensinou a fazer os doces, conforme relatou:

Teve um momento que dona Salu foi embora. Foi morar na Rua do Riachão (Centro de Aracaju). O marido morreu e ai eu não quis que morresse a cultura (de fazer doces), porque é uma cultura o doce nosso aqui. Ai comecei a fazer reunião, reunião, juntamente com as outras (mulheres da comunidade) e ai continuamos a fazer os doces. [...] vamos discutir sobre uma cooperativa, por que cooperativa é melhor por que é tudo junto. Ai umas aderiram e outras não aderiram. E ai nos temos nossa cooperativa, e é isso ai.

Segundo informações de Dona Santaninha, o primeiro esforço de reunir as mulheres da comunidade para realizar ações que contribuíssem com a mudança da realidade local se retratou na estruturação de uma associação. Neste caso, a associação foi o primeiro passo para que a cooperativa existisse, conforme informou:

A associação foi fundada através de um centro social chamado Doutora Lúcia Curi, e ai quando eu me afastei um tempo, vi que não desenvolveu nada. Me afastei por que não concordava em como as coisas eram feitas. Ai eu vi que tinha a necessidade de voltar. Ai, depois de várias reuniões, mudamos a razão social para Associação Comunitária Resplandecer, que tem esse nome desde 1986.

Entretanto, a pesar de ter destacado que teve grande influência de uma pessoa da comunidade que ensinou as mulheres a fazer doces, e da grande quantidade de frutas que

tinha na região, a entrevistada informou que ajudar as mulheres da comunidade foi o maior motivo de criar um empreendimento social, conforme destacou:

O maior motivo foi que a gente vê a necessidade das mulheres da comunidade. Elas são muito carentes. Tem mulheres aqui que já rodou Aracaju toda realizando as atividades da cooperativa. A mulher tem que ter o seu negócio, ou sacoleira ou lanchonete. Emprego não tem, mas trabalho tem bastante.

Com relação ao sentimento que a entrevistada possui com relação à comunidade, foi destacado que, além da necessidade de ajudar as mulheres, o sentimento que tem por todos que fazem parte do local contribui para a dedicação prestada às atividades da cooperativa, conforme relatou:

Eu amo muito o que faço. Se tem duas ou três pessoas que tem alguma coisa comigo eu peço a Deus que perdoe. A comunidade toda me respeita e me ama. Todo mundo gosta de mim graças a Deus. Tudo o que eles precisarem de mim eu posso estender as mãos. Nós não pode viver sem precisar dos outros. Quando a gente faz com amor é perfeito.

A pesar da grande responsabilidade com a comunidade e os sentimentos de amor e dedicação pelo que faz, a entrevistada destacou que nem tudo foi fácil para criar e estruturar o empreendimento. A falta de recursos para estruturar a organização e, até mesmo, a resistência de algumas das pessoas da localidade foram os principais entraves, conforme destacou:

A maior barreira foi que não tinha capital pra estruturar, documentação, e as mulheres não tinham como ajudar também financeiramente, mas conseguimos ultrapassar essa barreira. Nós tivemos outra barreira às mulheres daqui também. Muitas tem ciúmes do sucesso dos outros. [...] a comunidade me ajudou no incentivo. Não é só dinheiro. Tinha gente que dava uma ideia numa reunião. Vamos mobilizar o povo e discutir o que tem que ser discutido.

A cooperativa foi formada em 2008. Neste caso, a organização foi formada pelo fato de a associação não possuir natureza jurídica que possibilitasse a comercialização dos seus produtos e a captação de recursos para o desenvolvimento da atividade de fabricação de doces. A associação contribuiu com ações ligadas à assistência da comunidade. Já a cooperativa contribuiu com o desenvolvimento das ações das mulheres doceiras. Após a formação jurídica da organização, a entrevistada destacou que necessitou de orientação para processos de produção de doces de forma industrial e na organização de processos administrativos, conforme relatou:

Teve um momento que procurei a Universidade (UFS), e tive a ajuda da professora Isaura, veio aqui conversar com a gente e ficamos incubadas pela incubadora (da UFS). Até hoje pedimos ajuda ao pessoal de lá. O pessoal de alimentos ajudou bastante na hora de fazer os doces, por que os doces tem que ter selo pra poder vender. A vigilância veio aqui ver o local onde a gente produz.

A entrevistada destacou que durante o processo de busca de informações para a formação da organização houve o processo de mobilização de pessoas da comunidade para a formação do quadro de cooperados. Neste caso, foi destacado que se abre um edital de convocação para pessoas interessadas comunicam o interesse e é feita uma assembleia para integrar, tanto ao quadro de cooperados, como na direção. Neste caso, o processo foi realizado desde que a organização foi formada, adotando o mesmo processo da associação que antecedeu a cooperativa.

No Quadro 7, é possível visualizar o resumo das categorias analíticas do caso apresentado:

**Quadro 7:** Resumo do Caso 1.

CATEGORIAS	ELEMENTOS DE ANÁLISE	Evidências do caso 1
<b>Perfil da Empreendedora</b>	Nome	Tânia Santos
	Idade	66 anos.
	Escolaridade	Ensino fundamental incompleto.

	Experiência Profissional	Sempre trabalhou produzindo doces.
	Profissão dos pais	Não informado.
	Possui filhos	12 filhos.
	Relação com a comunidade	Moradora e líder comunitária.
<b>Perfil do Empreendimento social</b>	Nome	COOPERUNIDOCES
	Número de funcionários	39 funcionários
	Tempo de existência	5 anos.
	Tipo de Organização Social	Cooperativa.
	Local	Povoado Cabrita - São Cristóvão
<b>Motivos para criar a organização.</b>	Influência antecedente	Não.
	Organização incubadora	Não.
	Fatores Ambientais	Grande quantidade de frutas na região.
	Barreiras	Falta de recursos financeiros e conhecimento para criar a organização.
	Perfil de solidariedade	Fazer parte da comunidade e vivenciar as necessidades de outras mulheres.
	Paixão pelo que faz	Dedicação e paixão em promover a mudança.
	Vontade de promover uma mudança social	Contribuir com a mudança social das mulheres da região.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

## 5.2. Caso 2: O Caso da Sociedade Sergipana Monte Sião - SSMS

A Sociedade Sergipana Monte Sião é uma entidade filantrópica sem fins lucrativos, que visa prestar assistência às famílias associadas, atuar frente à vulnerabilidade social na garantia dos direitos sociais e garantir acessibilidade a projetos de moradia popular. Por meio da Lei nº 3.954, de 19 de agosto de 2010, a Sociedade Sergipana Monte Sião foi reconhecida pela Prefeitura Municipal de Aracaju como instituição de utilidade pública.

A referida entidade era conhecida como Associação de Moradores do Loteamento Paraíso do Sul, foi fundada em três de agosto de 2004, com sede na Igreja Evangélica Assembleia de Deus Missionário em Sergipe, situada na Rua 38 nº 173, loteamento Paraíso do Sul, bairro Santa Maria em Aracaju.

No decorrer do ano acima citado, os membros da igreja Assembleia de Deus Missionário, que tinham sua sede e residência na ocupação Paraíso do Sul, observaram a necessidade de buscar a melhoria da qualidade de vida e moradia da comunidade em que a igreja estava inserida por isso planejaram de forma organizada uma associação para darem início às reivindicações aos órgãos competentes para saná-las.

Em uma assembleia com os organizadores e associados ocorreu a mudança na denominação da associação, por meio de uma votação, que passou a se chamar Monte Sião Aracaju-Se, sugestão dada por um dos fundadores, o pastor Raimundo Resende, pois se refere ao relato da Bíblia que faz menção ao um Monte chamado Sião em Jerusalém como um lugar firme e que não abala.

O objetivo da instituição, ainda em forma de associação de moradores, era a melhoria das condições de vida dos moradores do loteamento Paraíso do Sul e adjacências. Tinha-se como projeto primário a organização da infraestrutura do bairro, envolvendo saneamento básico, água canalizada e principalmente energia elétrica, pois a localização do bairro era irregular. Para isso foi preciso várias mobilizações dos moradores, contando em muitas delas com a participação intrínseca do Movimento Popular de Moradia de Sergipe (MPMS), o qual é filiado a União Nacional por Moradia Popular (UNMP) e a Central de Movimentos Populares de Sergipe (CMPS).

A entrevista foi realizada com a Senhora Maria de Fátima Barbosa Martins, fundadora e presidente da organização social. A Dona Fátima é pernambucana de nascimento, têm 59 anos, mãe de três filhos e está terminando uma graduação em Gestão de Recursos Humanos. Entretanto, possui curso técnico em enfermagem, profissão que atuou por 19 anos e sete meses em instituições do estado e particular. Em visitas pelo interior de Sergipe, iniciou as atividades de atendimento médico em comunidades carentes no Programa de Assistência a Mulher do Estado de Sergipe, o Pró-Mulher, durante oito meses.

Após trabalhar vários anos como enfermeira, como destacado anteriormente, a entrevistada destacou que fazia várias viagens ao interior, onde pôde vivenciar uma realidade muito dura de mulheres doentes por falta de cuidado e atenção, conforme relatou:

O que ajudou a eu aflorar ainda mais foi a questão da saúde da mulher nos interiores. Vi as mulheres muito sofridas. Quando ia para Estância, nas visitas ao interior pelo Pró-mulher, vi uma situação precária da mulher. Muitas mulheres com câncer, com HPV, muita doença. Elas tavam muito abandonada. Vi que era uma questão de orientação.

Entretanto, segundo a entrevistada, houve motivos diferentes que a estimularam a criar a organização social. O passo inicial foi dado ao ver o pai sendo líder de uma associação de moradores, conforme destacou:

Meu pai foi o primeiro presidente da Associação de Moradores do Conjunto Castelo Branco que era onde nós morávamos. Quando eu era pequena eu ia a algumas reuniões e via os trabalhos que eram realizados pela associação. Foi o primeiro contato com trabalhos sociais. Vi ele tirar dinheiro do próprio bolso pra ajudar na associação. Esse foi o principal.

Todavia, a entrevistada destacou que o que fez, definitivamente, fundar um empreendimento social que contribuísse com a mudança dos moradores dessa localidade chamada Paraíso do Sul, no Bairro Santa Maria, em Aracaju. Neste caso, os moradores da localidade não possuíam moradia e nem autorização para habitarem o local. Assim, necessitavam de uma representação formal que realizasse ações para mudar tal realidade. Assim, antes de fundar a associação, foi uma das fundadoras da Associação de Moradores do Orlando Dantas e Adjacências- AMORD, conforme, mencionou:

Juntou a fome com a vontade de comer. Precisava ajudar os moradores que tinham problemas na vida e que perderam tudo e não tinham onde morar. Vinham de vários lugares. Ai eu tava numa ocupação no Paraíso do Sul, que fica no início do Santa Maria. Tinha muito tráfico de drogas, roubo e prostituição. Precisava mudar a realidade do povo. Algumas pessoas que conseguiram terreno, e que queriam vender, quiseram até me matar, botaram fogo na minha casa. Graças a Deus eu não tava lá. Fui protegida por Deus.

Porém, a pesar de destacar a influência do pai, o trabalho assistencial com mulheres no interior e a realidade dos moradores da comunidade que vivia, a empreendedora social destacou que o pensamento de ajudar e se dedicar inteiramente às pessoas foi muito influenciada, também, da grande necessidade que passou após uma conturbada separação com o ex-marido, conforme interou:

O motivo da maior dedicação ao que faço foi no momento em que me separei. Não especificamente a separação, mas o fato de eu me dedicar ao social, meu marido não me apoiou. Quando me tornei missionária ele também não gostou. Mas ai eu queria continuar o que eu já estava fazendo para ajudar as pessoas. Ai eu me entreguei completamente.

Com base na entrevista com a representante da Sociedade Sergipana Monte Sião, apresenta-se resumo no Quadro 8:

**Quadro 8:** Resumo do Caso 2:

CATEGORIAS	ELEMENTOS DE ANÁLISE	Evidências do caso2
Perfil da Empreendedora	Nome	Maria de Fátima Barbosa Martins
	Idade	59 anos.

	Escolaridade	Ensino técnico e superior incompleto
	Experiência Profissional	Mais de 19 anos atuando como enfermeira
	Profissão dos pais	Funcionário público e dona de casa.
	Possui filhos	3 filhos
	Relação com a comunidade	Moradora
<b>Características do Empreendimento social</b>	Nome	Sociedade Sergipana Monte Sião.
	Número de funcionários	8 funcionários.
	Tempo de existência	9 anos.
	Tipo de Organização Social	Associação.
	Local	Centro de Aracaju
<b>Motivos para criar a organização.</b>	Influência antecedente	Vivência com o pai líder de uma associação de moradores; Separação do antigo companheiro;
	Organização incubadora	Associação de Moradores do Orlando Dantas.
	Fatores Ambientais	Falta de moradia e acesso a políticas públicas da população.
	Barreiras	Dificuldades financeiras.
	Perfil de solidariedade	Necessidade de ajudar ao próximo.
	Paixão pelo que faz	Satisfação em ajudar as pessoas e promover a igualdade social.
	Vontade de promover uma mudança social	Contribuir com que a população local tivesse acesso a moradia e assistência do poder público.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

### 5.3. Caso 3: O Caso da Associação das Catadoras de Mangaba de Indiaroba (ASCAMAI)

A Associação das Catadoras de Mangaba e Indiaroba (Ascamai) é uma organização sem fins lucrativos das mulheres extrativistas da mangaba em Sergipe. Foi criada em 2009, visando abrir espaço para que as catadoras pudessem, por meio de trabalho coletivo, fomentar ações ecologicamente sustentáveis e socialmente justas, capazes de promover seu desenvolvimento socioeconômico.

Em outubro de 2011, com a conquista do patrocínio da Petróleo Brasileiro S/A - PETROBRAS, através do Edital Público: Petrobrás, Desenvolvimento & Cidadania 2010 (projeto Catadoras de Mangaba, Gerando Renda e Tecendo Vida em Sergipe), a Ascamai angariou recursos para desenvolver seu trabalho, que atualmente acontece em 24 comunidades de sete municípios sergipanos.

A mangaba nativa e os mariscos garantem a sobrevivência de dezenas de comunidades da região costeira do Estado. No entanto, a especulação imobiliária, a carcinicultura e a monocultura são desafios que estão comprometendo as vidas de milhares de pessoas não somente sob o aspecto nutricional, mas também como fonte de renda dessas famílias.

Ao verificarem que as mangabeiras, reconhecidas como árvore símbolo do Estado de Sergipe, conforme Decreto Lei nº 12.723 de 20 de Janeiro de 1992, estavam sistematicamente sendo arrancadas pelos projetos imobiliários e de monocultura, ou mortas pelos venenos derramados pelos tanques de carcinicultura, as mulheres reunidas no I Encontro das Catadoras de Mangaba de Sergipe, decidiram levantar sua voz e, com ajuda de pesquisadores e das Quebradeiras de Coco Babaçu do Maranhão (Mota et al., 2008), realizaram, em 2007, o I

Encontro das Catadoras de Mangaba. Surgiu aí o Movimento das Catadoras de Mangaba de Sergipe (MCM).

A senhora Alícia Santana Salvador Morais, é pescadora, tem 27 anos, Marisqueira e Catadora de Mangaba. Casada e mãe de cinco filhos, cursa o 3º ano do curso de Pedagogia/Magistério. Os seus pais também são pescadores. Foi a fundadora, é atualmente presidente da Associação das Catadoras de Mangaba e Indiaroba (Ascamai) e vice-presidente do Movimento das Catadoras de Mangaba de Sergipe.

Com relação à relação com a comunidade, a entrevistada destacou ter uma relação muito boa, mas salientou que a falta de envolvimento do poder público municipal restringe o crescimento e as melhores condições de vida da população local:

Acho que tenho uma relação muito boa. Acho que se a gente tivesse um apoio municipal, a relação era bem melhor. As pessoas misturam muito a política com a vida pessoal. Mas vejo que as pessoas acreditam muito no nosso trabalho. Quando eles veem uma pessoa lutando por elas, creio que ficam satisfeitas. Mas isso não deve ser uma luta só minha.

A vivência com as dificuldades da comunidade e o reconhecimento com o trabalho das catadoras foram destacadas pela entrevistada como os principais motivos para empreender socialmente. O reconhecimento ao trabalho das catadoras e a sobrevivência da mangabeira foram destacados pela entrevistada:

A influência maior de ajudar a comunidade tendo o reconhecimento que tem hoje, e o objetivo também das mulheres que colhem a mangaba. Antes as pessoas tomavam o sorvete, e tomavam por tomar. Esse trabalho tinha que ser reconhecido. Por trás daquele fruto, doce, tem um trabalho muito sério. Nós somos catadoras e marisqueiras. [...] Nossa luta é para que haja a queda das cercas das mangabeiras, pois nós, Catadoras de Mangaba, somos as verdadeiras donas delas.

No Quadro 9, apresenta-se resumo com base das categorias analisadas e nas informações apresentadas pela entrevista da Associação das Catadoras de Mangaba de Indiaroba:

**Quadro 9:** Resumo do Caso 3:

<b>CATEGORIAS</b>	<b>ELEMENTOS DE ANÁLISE</b>	<b>Evidências do caso 3</b>
<b>Perfil da Empreendedora</b>	Nome	Alícia Santana Salvador Morais
	Idade	27 anos
	Escolaridade	Segundo grau magistério completo
	Experiência Profissional	Sempre atuou como catadora de mangaba e pescadora.
	Profissão dos pais	Pescadores
	Possui filhos	5 filhos
	Relação com a comunidade	Gestora principal de uma associação e uma das líderes do Movimento das Catadoras de Mangaba de Sergipe.
<b>Características do Empreendimento social</b>	Nome	Associação das Catadoras de Mangaba e Indiaroba - ASCAMAI
	Número de funcionários	34 associados e 11 funcionários.
	Tempo de existência	3 anos.
	Tipo de Organização Social	Associação
	Local	Povoado Pontal em Indiaroba.
<b>Motivos para criar a organização.</b>	Influência antecedente	A liderança de um presidente de cooperativa da região que orientou sobre os benefícios da formalização da organização.
	Organização incubadora	Associação de Moradores do Povoado pontal de Indiaroba.

	Fatores Ambientais	A existência de recursos do ambiente que possibilitou a realização das ações.
	Barreiras	Falta de recursos e de conhecimento.
	Perfil de solidariedade	Ser uma catadora de mangaba e pescadora como os pais e as mulheres da região.
	Paixão pelo que faz	Vontade de reconhecimento da importância das catadoras e marisqueiras.
	Vontade de promover uma mudança social	Contribuir com a mudança da realidade da população e preservação das plantas produtoras de mangaba.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

#### 5.4. Análise Comparativa dos Casos

As empreendedoras sociais apresentaram como características dos seus perfis apenas similaridade quanto ao fato de fazerem parte da comunidade no qual resolveram empreender socialmente. Entretanto, os três casos apresentaram pontos divergentes com relação à escolaridade, profissão dos pais e número de filhos das empreendedoras. Todavia, no caso da escolaridade, foi possível perceber que nos três casos as empreendedoras não possuíam formação superior, o que diverge com o estudo de Rossoni, Onozato e Horochovski (2006), no qual é atribuída uma taxa maior de empreendedorismo social associado a um maior nível de escolaridade.

Nos casos da COOPERUNIDOCES e da ASCAMAI as entrevistadas destacaram que sempre atuaram em ações sociais. Já no caso da Sociedade Monte Sião, a empreendedora destacou que atuava como enfermeira e, só depois, atuou na área social. No Quadro 10 é apresentado resumo da categoria perfil da empreendedora das três representantes fundadoras das organizações sociais entrevistadas:

**Quadro 10:** Resumo perfil da empreendedora:

CATEGORIAS	COOPERUNIDOCES	Sociedade Sergipana Monte Sião	ASCAMAI
<b>Perfil da Empreendedora</b>	Tânia Santos	Maria de Fátima Barbosa Martins	Alícia Santana Salvador Morais
	66 anos.	59 anos.	27 anos
	Ensino fundamental incompleto.	Ensino técnico e superior incompleto	Segundo grau magistério completo
	Sempre trabalhou produzindo doces.	Mais de 19 anos atuando como enfermeira	Sempre atuou como catadora de mangaba e pescadora.
	Não informado.	Funcionário público e dona de casa.	Pescadores
	12 filhos.	3 filhos	5 filhos
	Moradora e líder comunitária.	Moradora	Gestora principal de uma associação e uma das líderes do Movimento das Catadoras de Mangaba de Sergipe.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

Com relação ao perfil das organizações, foi possível perceber que, mesmo sendo dois casos de associações e um caso de cooperativa, tanto o Caso da COOPERUNIDOCES, como o Caso da ASCAMAI, a sobrevivência da organização está atribuída à oferta de produtos para o mercado, diferente do Caso da Sociedade Monte Sião em que a oferta dos serviços só ocorre por meio de parcerias e da captação de recursos por meio de projetos. No caso desta organização, mesmo a existência sendo maior que nas outras organizações, a quantidade de funcionários é bem menor. Neste caso, a expansão do empreendimento pode estar associada à

atividade que desempenha, diferente dos dois outros casos no qual há a comercialização contínua de produtos e, assim, a circulação maior de recursos e de pessoas. No Quadro 11 é apresentado um resumo da categoria características do empreendimento social:

**Quadro 11:** Características dos empreendimentos sociais

CATEGORIAS	COOPERUNIDOCES	Sociedade Sergipana Monte Sião	ASCAMAI
<b>Características do Empreendimento social</b>	COOPERUNIDOCES	Sociedade Sergipana Monte Sião.	Associação das Catadoras de Mangaba e Indiaroba - ASCAMAI
	39 funcionários	8 funcionários.	34 associados e 11 funcionários.
	5 anos.	9 anos.	3 anos.
	Cooperativa.	Associação.	Associação
	Povoado Cabrita em São Cristóvão	Centro de Aracaju	Povoado Pontal em Indiaroba.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

Sobre os motivos para criar a organização, foi possível ver nos casos da COOPERUNIDOCES e da ASCAMAI que as empreendedoras sociais nasceram nas comunidades e vivenciaram desde o começo as dificuldades relacionadas a falta de oportunidades para o desenvolvimento econômico da população, principalmente para as mulheres. Esta informação tem relação com os estudos realizados por Calas, Smircich e Bourne (2009) e Nishimura, Alperstedt e Feuershütte (2012), que atribui o empreendedorismo social feminino a vivência com uma problemática social e a preocupação com a igualdade de oportunidades relacionadas ao gênero. Entretanto, no caso da Sociedade Monte Sião a motivação inicial foi decorrente de problemas pessoais da empreendedora num primeiro momento, e das dificuldades vividas por mulheres do interior. Assim, os três casos tem relação com dificuldades da população ou do ambiente. Esta informação diverge com o estudo de Rossoni, Onozato e Horochovski (2006), que atribui uma maior taxa de empreendedorismo social a visão de oportunidade além de pessoal e material.

Nos três casos, foi possível perceber que a falta de informação e recursos foram destacados como as principais dificuldades para a formalização das organizações. No Caso da COOPERUNIDOCES a entrevistada destacou que alguns moradores da comunidade também dificultaram o início do empreendimento social. Esta informação diverge com a apresentada no estudo de Ozonato e Teixeira (2010) no qual as entrevistadas destacaram que o processo de criação das organizações sociais como simples e que a maior dificuldade foi atribuída a manutenção do empreendimento. Todavia, as autoras destacaram a necessidade de programas para orientar os empreendedores para fortalecer as entidades existentes focados no treinamento gerencial.

Nos casos da COOPERUNIDOCES e da ASCAMAI foi destacado uma grande contribuição de instituições ligadas ao Governo do Estado e de professores da Universidade Federal de Sergipe no processo de formalização das organizações. Todavia, no Caso da ASCAMAI, a captação do primeiro recursos foi primordial para a formalização e início das atividades formais da organização, diferente dos outros dois casos que iniciaram formalmente, e só após a formalização conseguiram captar recursos. No Quadro 12 é apresentado um resumo da categoria motivos de criar a organização:

**Quadro 12:** Motivos para criar a organização:

CATEGORIAS	COOPERUNIDOCES	Sociedade Sergipana	ASCAMAI
------------	----------------	---------------------	---------

		Monte Sião	
<b>Motivos para criar a organização.</b>	Não informou influência anterior.	Vivência com o pai líder de uma associação de moradores; Separação do antigo companheiro;	A liderança de um presidente de cooperativa da região que orientou sobre os benefícios da formalização da organização.
	Não existiu organização incubadora.	Associação de Moradores do Orlando Dantas.	Associação de Moradores do Povoado pontal de Indiaroba.
	Grande quantidade de frutas na região.	Falta de moradia e acesso a políticas públicas da população.	A existência de recursos do ambiente que possibilitou a realização das ações.
	Falta de recursos financeiros e conhecimento para criar a organização.	Dificuldades financeiras.	Falta de recursos e de conhecimento.
	Fazer parte da comunidade e vivenciar as necessidades de outras mulheres.	Necessidade de ajudar ao próximo.	Ser uma catadora de mangaba e pescadora como os pais e as mulheres da região.
	Dedicação e paixão em promover a mudança.	Satisfação em ajudar as pessoas e promover a igualdade social.	Vontade de reconhecimento da importância das catadoras e marisqueiras.
	Contribuir com a mudança social das mulheres da região.	Contribuir com que a população local tivesse acesso a moradia e assistência do poder público.	Contribuir com a mudança da realidade da população e preservação das plantas produtoras de mangaba.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

## 6. Conclusões

O objetivo do estudo foi analisar o processo de criação de empreendimentos sociais criado por mulheres empreendedoras em Sergipe. Foi possível perceber grande similaridade no perfil das empreendedoras sociais, os motivos que as levaram a empreender e as dificuldades associadas a falta de recursos e de conhecimento anterior a criação das organizações. É importante destacar que em todos os casos foi verificada a visão de solidariedade das empreendedoras e a necessidades de auxiliar a população das regiões em que viviam.

A falta de um planejamento formal anterior ao processo de operacionalização foi destacada. Neste caso, a inexistência deste elemento pode estar relacionada tanto ao grau de instrução e formação das empreendedoras, como a de recursos no processo de criação das organizações.

Sugere-se maior aprofundamento de pesquisas sobre o empreendedorismo social, principalmente com relação ao gênero, que podem contribuir para a melhor compreensão do papel da mulher como agente de mudança social, assim como deve ser destacada a importância dos agentes governamentais no apoio a essas instituições tanto para sua criação quanto na sua sobrevivência.

## Referências

- ALDRICH, H.; REESE, P.R.; DUBINI, P. **Woman on the Verge of a Breakthrough: Networking among Entrepreneurs in the United States and Italy**. *Entrepreneurship and Regional Development*, v. 1, 1989, p. 339-356.
- AUSTIN, James; STEVENSON, Howard; WEI-SKILLERN, Jane. Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? **Entrepreneurship: Theory and Practice Journal**, da Baylor University, Estados Unidos, v. 30, n. 1, p. 1-22, jan., 2006.

- BIRLEY, Sue. Female Entrepreneurs: Are They Really Any Different? **Journal of Small Business Management**; Jan 1989; 27, 1; ABI/INFORM Global. pg. 32
- CALAS, Marta B.; SMIRCICH, Linda; BOURNE, Kristina A. Extending the Boundaries: Reframing "Entrepreneurship as Social Change" Through Feminist Perspectives. **Academy of Management Review**, 2009, v. 34, n. 3, 552-569.
- CRESWELL, J. **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. London: Sage, 2002.
- DATTA, Punita Bhatt; GAILEY, Robert. Empowering women through social entrepreneurship: case study of a women's cooperative in India. **Entrepreneurship theory and practice**, vol:36, iss:3, 2012, p. 569-587.
- EINSENHARDT, K. M. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**. v. 14, n.4, p. 532-550, 1989.
- FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, art. 1, pp. 398-417, Jul./Ago. 2014
- GARTNER, William B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of Management Review**, v.10, n.4, p.696-706, 1985.
- \_\_\_\_\_. Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. **Entrepreneurship Theory and Practice**. Summer 1989, p 47- 68.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2012**. Coord. GRECO, Simara Maria de Souza Silveira; Aut.: ANDREASSI, Tales; MACEDO, Mariano de Matos... [et al]. Curitiba: IBQP, 2012.162 p.
- GODOY, Arilza Schmidt. Pesquisa Qualitativa: Tipos Fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n.3, 1995.
- GOMES, Almiralva Ferraz. O Perfil Empreendedor de Mulheres que conduzem seu Próprio Negócio: Um Estudo na Cidade de Vitória da Conquista-Ba. **Revista Alcance - UNIVALI** - v. 11 - n. 2, p. 207-226, maio/ago., 2004.
- GOMES, A. F.; SANTANA, W.G.P.; ARAÚJO, U.P. Empreendedorismo Feminino: Estado da Arte. In: **Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Administração**, 33, 2009, São Paulo, Anais...: ANPAD: Rio de Janeiro 2009.
- HUMBERT, Anne Laure. Women as social entrepreneurs. TSRC Informing civil society. **University of Birmingham**. Working Paper 72, fev., 2012.
- LOW; Murray B. MACMILLAN; Ian C. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. **Journal of Management**. v.14 n.2, 1988.
- MACHADO, Hilka Vier; ST-CYR, Louise; MIONE, Anne; ALVES, Marcia Cristina Moita. **O Processo de Criação de Empresas por Mulheres**. RAE-eletrônica, v. 2, n. 2, jul./dez., 2003.
- MAIR, J. Social entrepreneurship: Taking stock and looking ahead. In. A. Fayolle and H. Matlay (eds.), **"Handbook of Research on Social Entrepreneurship"**, Edward Elgar: Cheltenham, Chapter 2, 2010.
- MAIR, J.; MARTI, I. Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business* 41: 36-44, 2006.
- NISHIMURA, Maicon; ALPERSTEDT, Graziela Dias; FEUERSHÜTTE, Simone Ghisi. **Empreendedorismo Social Feminino: Uma Pesquisa a Partir da História de Vida de Mulheres Empreendedoras**. XXXVI Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro: 22-26 set., 2012.
- ONOZATO; Erika ; TEIXEIRA; Rivanda Meira. **Processo de Criação de Organizações com Fins Sociais: Estudo de Casos Múltiplos na Cidade de Curitiba, Paraná**. Contabilidade, Gestão e Governança, Brasília: v. 13, n. 3, 2010.
- PEREDO, Ana María; MCLEAN, Murdith. **Social entrepreneurship: A critical review of the concept**. *Journal of World Business*, v. 41, 2006, p. 56-65.
- ROSSONI, Luciano; ONOZATO, Érika; HOROCHOVSKI,Rodrigo Rossi. **Criação de Empreendimentos Sociais Reflete a Atividade Empreendedora Nacional?** Explorando as Relações entre Empreendedorismo Convencional e Social no Brasil. XXIV Simpósio de Gestão, Inovação e Tecnologia. Gramado: 17-20 set., 2006.
- SAUNDERS, Mark; LEWIS, Philip; THORNILL, Adrian. **Research Methods for Business Students**. 4ª ed. Harlow, England: Pearson Education, 2007. cap. 10
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S., The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **Academy of Management Review**, vol. 25, no 1, 2000, p. 217-226.
- VENKATARAMAN, S. **The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective**. In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, vol. 3, 1997, 119-138.
- YIN, Robert K. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. Trad. Daniel Grassi - 2ª Ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.