



## MULHERES E O EMPREENDEDORISMO FEMININO NA MICRORREGIÃO DE PATOS DE MINAS – MG

### WOMEN AND FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE MICROREGION OF PATOS DE MINAS - MG

Recebido em 19.02.2018. Aprovado em 17.08.2018  
Avaliado pelo sistema *double blind review*

**Dayanne Izabelle dos Santos Silva**

Universidade Federal de Viçosa - Rio Paranaíba – MG  
[dayanneiz.ssilva@gmail.com](mailto:dayanneiz.ssilva@gmail.com)

**Paulo Junio dos Santos**

Universidade Federal de Viçosa - Rio Paranaíba – MG  
[paulojunio.ufv@gmail.com](mailto:paulojunio.ufv@gmail.com)

22

#### Resumo

A conquista do espaço feminino no mundo do trabalho é proveniente de um processo árduo e constante de quebra de paradigmas. Nesse cenário, o empreendedorismo se torna cada vez mais presente como alternativa para inserção da mulher no meio laboral. Devido a relevância dos estudos sobre gênero e trabalho, esta pesquisa abordou questões como as motivações que levam mulheres a empreender e a formar um estilo próprio de liderança, estudando um grupo na microrregião de Patos de Minas. Desenvolveu-se uma pesquisa qualitativa. A obtenção de dados foi por meio de entrevista semiestruturada e a análise foi realizada utilizando a técnica de análise de conteúdo. Foi possível identificar o perfil das empreendedoras da região e de seus negócios; conhecer suas trajetórias, características pessoais e estilo de gestão; debater sobre relações com os homens e a sociedade, os múltiplos papéis exercidos e seus conflitos. As participantes iniciaram os empreendimentos por oportunidade, sem influências hereditárias; possuem um estilo de gestão mais participativo e descentralizado e a área que mais atuam é a de comércio. De acordo com a pesquisa, é através do cumprimento da função de empreendedora que as entrevistadas esperam alcançar objetivos pessoais e profissionais, tornando-se independentes e modificando o meio social no qual estão inseridas.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo; Regionalidade; Mulheres Empreendedoras.

#### Abstract

The conquest of the feminine space in the world of work comes from an arduous and constant process of breaking paradigms. In this scenario, entrepreneurship becomes more present as an alternative for the insertion of women in the work environment. Due to the relevance of the studies on gender and work, this research addressed issues such as the motivations that lead women to undertake and to form their own style of leadership, studying a group in the Patos de Minas microregion. A qualitative research was developed. The data were obtained through semi-structured interviews and the analysis was performed using the content analysis technique. It was possible to identify the profile of entrepreneurs in the region and their businesses; know their trajectories, personal characteristics and management style; discussing relationships with men and society, the multiple roles they play and their conflicts. The participants started the ventures by opportunity, without hereditary influences; have a more participative and decentralized management style and the area that most act is the one of commerce. According to the research, it is through the fulfillment of

the entrepreneurial function that the interviewees expect to achieve personal and professional goals, becoming independent and modifying the social environment in which they are inserted.

**Keywords:** Entrepreneurship; Regionalism; Entrepreneurial Women.

### Introdução

A presença do gênero feminino no meio laboral é algo relativamente recente. Na década de 70, iniciou-se um processo de mudança cultural, no qual as mulheres abandonaram os títulos de “donas de casa” para ocupar espaço no mercado de trabalho. A atuação feminina está presente nas mais diversas funções, desde o chão de fábrica até cargos de gerência, e não somente na indústria, mas também no setor de comércio e serviços, na administração pública e até mesmo na construção civil (GOMES, 2005; IBGE, 2012). Nos últimos anos, houve uma tendência à priorização da formação e da construção de uma carreira profissional, gerando o adiamento do casamento e da maternidade (BOTELHO *et al.* 2009; OLIVEIRA; SOUZA NETO, 2010.)

Para Carreira *et al.* (2001) e Gomes (2005), as mulheres representam papel de destaque no mundo corporativo, pois as organizações estão, cada vez mais, caminhando para um estilo de gestão com características mais femininas, como a flexibilidade, o cooperativismo e sensibilidade. Apesar de serem apontadas em pesquisas e na mídia como uma parcela inferior no mercado de trabalho, houve um significativo crescimento do trabalho feminino no Brasil, além do aumento da presença de mulheres atuando em posições de liderança nas empresas.

Na última pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2015) foi verificado que cerca de 47%, do total de empreendedores brasileiros, são do gênero feminino, demonstrando o quão expressivo é o potencial econômico do empreendedorismo feminino no país. Uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2013) apurou que entre os anos de 2001 e 2011, a parcela das mulheres alocadas entre os empregadores cresceu de 23,6% para 29,1%.

Na região mineira do Alto Paranaíba o empreendedorismo é majoritariamente proveniente do agronegócio, de maneira que a figura masculina é predominante, principalmente em posições gerenciais (BOMFIM; GUERRA, 2006; AMM, 2016). A partir disso, buscou-se entender a atuação feminina nesse cenário.

O objetivo geral dessa pesquisa visa compreender as questões que levaram as mulheres a empreender e a formar um estilo próprio de liderança, a partir do conhecimento sobre a história de vida destas, e seu estilo de gestão. Especificamente, buscou-se conhecer a trajetória e carreira das empreendedoras, os desafios enfrentados e o papel da mulher empreendedora como agente de mudança nas relações de gênero, além da observação sobre os múltiplos papéis que a mulher ocupa: mãe, esposa e cuidadora do lar, uma vez que o trabalho tem impacto direto sobre estes.

### Fundamentação Teórica

#### O Empreendedor Brasileiro

Hisrich e Peters (2009) conceituam a palavra “empreendedor”, de origem francesa “*entrepreneur*”, como a pessoa que assume riscos e começa algo novo. Segundo Schumpeter (1949) o empreendedor é aquele que introduz novos produtos e serviços, explora novos recursos ou cria novas formas de organização. Para Schumpeter (1949), o empreendedor é a pessoa que, com criatividade, é capaz de fazer sucesso com inovações. Assim como nos últimos séculos, ainda é muito comum que a figura empreendedora seja confundida com o administrador. Apesar de apresentarem similaridades, é necessário um melhor entendimento dos papéis destes profissionais (DORNELAS, 2014). Para o autor, todo empreendedor deve ser um bom administrador, mas nem todo bom administrador é um empreendedor (DORNELAS, 2014).

Dornelas (2007) também diz que não há apenas um tipo de empreendedor, eles podem ser muito diferentes uns dos outros. Realizando uma pesquisa com 399 empreendedores, os classificou em oito tipos, sendo os

mais recorrentes: O empreendedor que aprende e o empreendedor por necessidade. Os empreendedores que aprendem, são os por oportunidade, os que se aproveitaram de um hobby, uma vontade, ou perceberam uma lacuna no mercado e mudaram as suas atividades normais para aprender a gerir o próprio negócio, apostando na chance de obter sucesso, mesmo que houvesse outras possibilidades de emprego.

Já os empreendedores por necessidade são aqueles que por enfrentar o desemprego, dificuldades financeiras ou alguma outra circunstância inesperada, foram forçados a investir em algum tipo de empreendimento para o seu sustento e de sua família (DORNELAS, 2007). No fundo, todos procuram satisfação pessoal, autonomia financeira e querem deixar um legado. Nem sempre o empreendedor apresentará um perfil puro, mas uma mistura de perfis com características dominantes, ou pode evoluir e mudar para outro tipo no decorrer da sua vida (DORNELAS, 2007).

Segundo a pesquisa GEM (2015), tem sido verificado um aumento consistente do empreendedorismo. O que motiva os empreendedores a iniciarem seus negócios é um dos dados mais importantes levantados pela pesquisa GEM, revelando se a disposição em empreender ocorreu por necessidade ou oportunidade. Na crescente taxa de empreendimentos iniciais, é importante ressaltar que a motivação para abertura dos negócios teve sua caracterização alterada. Até o ano 2014, 70,6% eram motivados por uma oportunidade, em 2015, esse número caiu para 56,5%, e a proporção dos empreendimentos por necessidade cresceu de 29,1% para 43,5%, demonstrando como o empreendedorismo é uma alternativa dos brasileiros para contornar as dificuldades do momento econômico (GEM, 2015).

Em relação ao gênero, a pesquisa aponta:

Uma das características marcantes do empreendedorismo brasileiro é a igualdade de gênero. No Brasil, homens (21,7% deles) e mulheres (20,3% delas) são igualmente ativos quanto às taxas específicas de empreendedorismo inicial [...] as taxas específicas de empreendedorismo estabelecido segundo o gênero alcançam 21,3% entre os homens e 16,6% entre as mulheres (GEM, 2015, p.37).

Ao longo do tempo é claro o crescimento do empreendedorismo feminino em um país, provocando impactos significativos no desenvolvimento econômico e na redução da pobreza, além de representar um importante movimento que gera inovações e criação de empregos, sendo evidente essa tendência como alternativa de inserção da mulher no mercado de trabalho (KOBELISSI, 2010).

### **A Mulher e o Trabalho**

Durante muito tempo, o significado do trabalho esteve relacionado a fardo e sacrifício, sendo a atividade laboral considerada uma tarefa árdua e degradante, mas ao decorrer da história as visões que o ser humano construiu sobre o trabalho evoluíram, e na contemporaneidade, é visto como algo soberano, capaz de libertar o indivíduo da escassez e permitir que este ascenda na escala social (GOMES, 2005). Após o Renascimento, o trabalho veio a ser concebido como forma de construção da identidade e propulsor da auto realização humana (LICCIARDI, 2011). Nos primórdios da humanidade, o lar era a principal unidade econômica de produção. Ali a mulher era responsável por todos os cuidados a ele relacionados. Ao homem, lhe era dada a incumbência de realizar as tarefas mais pesadas, fora do lar. Desde então, iniciou-se uma rigorosa divisão de tarefas entre os sexos, que perdura até os dias atuais, com poucas mudanças ocorridas ao longo da história (GOMES, 2005).

Dessa forma, a mulher lutou por árduos anos contra essa tradição machista cultivada e imposta por milênios, em prol do seu direito à inserção no mercado de trabalho, como forma de sustento e realização pessoal, e ainda luta por melhores condições de trabalho, pela igualdade de papéis e remuneração, entre outras questões (GOMES, 2005).

De acordo com Castells (1999) a mão-de-obra feminina é mais atraente em razão de certos fatores sociais, como a possibilidade de se pagar menos pelo mesmo trabalho, às habilidades de relacionamento mais desenvolvidas na mulher, em uma economia informacional em que a gestão de pessoas é mais importante que a gestão de recursos, além da flexibilidade feminina como força de trabalho, que o autor considera como ponto mais importante. Carreira *et al.* (2001), complementa, dizendo que as mulheres trazem valiosas

contribuições para as organizações que buscam profissionais com características como a disposição para trabalhar em equipe e lidar com a diversidade, particularidades predominantemente femininas que são realçadas em um emergente estilo de liderança.

O que está ocorrendo é uma fase de transição, em que as mulheres vêm alcançando uma fase profissional inigualável na história do país. Cada vez mais se valoriza a educação, e o conhecimento pode ser o grande aliado das mulheres na luta pelo reconhecimento e valorização profissional. Com maior nível de instrução e qualificação, elas apresentam maior capacidade de inovação e mais preparo para ocupar cargos de chefia e liderança dentro de qualquer tipo de organização (LEITE, 1994; GOMES, 2005).

### Metodologia

O presente estudo é uma pesquisa de abordagem qualitativa. Segundo Silva e Menezes (2001), as pesquisas qualitativas consideram que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito que não pode ser traduzido em números. Em Administração, pode ser associada com a coleta e análise de texto (falado e escrito) e a observação direta do comportamento (DALFOVO; LANA; SILVEIRA, 2008). A pesquisa é classificada como descritiva, tendo como objetivo primordial a descrição das características de determinada população, além do levantamento de opiniões, atitudes e crenças (GIL, 2002).

Foram realizadas entrevistas, que para Lakatos e Marconi (2007) são um encontro do entrevistador com uma ou mais pessoas a fim de se obter as informações sobre determinado assunto. As entrevistas foram estruturadas através de um modelo elaborado pelo Núcleo de Estudos em Recursos Humanos e Relações de Trabalho - NERHURT, do Programa de Pós-graduação em Administração da PUCMINAS, em que foi realizada uma pesquisa sobre liderança e empreendedorismo feminino.

As mesmas foram divididas em duas etapas, sendo a primeira para levantamento do perfil das empreendedoras da região e de seus negócios, e em uma segunda etapa utilizou-se um roteiro semiestruturado dividido em quatro categorias: trajetórias e razões para empreender; características pessoais e estilo de gestão; relações com os homens e a sociedade; múltiplos papéis exercidos e seus conflitos. Como critério de participação no processo das entrevistas, foram consideradas apenas empreendedoras em fase estabelecida, com mais de 5 anos de atuação, fundadoras ou cofundadoras dos negócios, selecionadas através de rede pessoal dos autores e indicações.

O primeiro contato foi feito pessoalmente, por telefone ou através da internet. As mulheres foram convidadas a participar de uma pesquisa sobre a sua experiência como empreendedoras e líderes. No encontro agendado, foram realizadas entrevistas com a duração aproximada entre 40 e 100 minutos, com um grupo de 10 mulheres, que de forma presencial ou por ligações participaram deste processo de novembro de 2015 a novembro de 2016. As entrevistas foram gravadas e transcritas logo após a realização. Os trechos da transcrição presentes no estudo foram analisados, interpretados e editados para a apresentação, sendo as entrevistadas identificadas pelas siglas E1 a E10.

Para a análise dos dados, foi utilizada a técnica da análise de conteúdo. Segundo Bardin (1997), Rodrigues e Leopardi (1999), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicações que descreve o conteúdo das mensagens, e que atualmente, refere-se ao estudo tanto dos conteúdos nas figuras de linguagem, reticências, entrelinhas, quanto dos manifestos.

### Caracterização do cenário de pesquisa

Com 655,3 mil habitantes e correspondendo a 4% do PIB de Minas Gerais, a produção econômica do Alto Paranaíba é baseada, principalmente, na extração mineral e agropecuária, (AMM, 2016; IBGE, 2016). A microrregião de Patos de Minas possui população de 270.851 habitantes e área total de 10.740,388 quilômetros quadrados, dividida em dez municípios (IBGE, 2016). Para realização desta pesquisa, foram estudados empreendimentos em quatro cidades, conforme disposto no quadro 1.

Cidades	Área (Km <sup>2</sup> )	População (hab)	PEA
Carmo do Paranaíba	1.307	29.735	8.442 homens 5.850 mulheres
Patos de Minas	3.190	138.710	41.025 homens 33.018 mulheres
Rio Paranaíba	1.352	11.885	3.786 homens 2.443 mulheres
São Gotardo	866	31.819	10.147 homens 6.602 mulheres

**Quadro 1:** Dados Gerais e População Economicamente Ativa das cidades estudadas.**Fonte:** IBGE, 2010. Elaborado pelos autores

Nestas cidades, assim como no Brasil, as mulheres são minoria da população economicamente ativa (PEA), onde a população é composta em sua maioria por mulheres - 51% dos habitantes (IBGE, 2010, 2016). Além disso, dos setores de atividade, as mulheres representam maior atuação nas atividades de serviços, numa média de 61% da população, seguidas pela atividade na agropecuária e indústria, ao contrário dos homens, como pode ser comparado no quadro 2.

Cidades	Negócios ativos	Atuação masculina por setores	Atuação feminina por setores
Carmo do Paranaíba	819	39,4% agropecuária 23,9% indústria 36,8% terciário	20,8% agropecuária 7,1% indústria 72,1% terciário
Patos de Minas	5.394	16,2% agropecuária 29% indústria 59,7% terciário	8,% agropecuária 10% indústria 81,7% terciário
Rio Paranaíba	258	57,3% agropecuária 17,1% indústria 25,6% terciário	35,5% agropecuária 8,3% indústria 56,2% terciário
São Gotardo	870	49,7% agropecuária 16,7% indústria 33,7% terciário	34,8% agropecuária 4,2% indústria 61% terciário

**Quadro 2:** Levantamento das empresas nas cidades estudadas.**Fonte:** IBGE (2010, 2014). Elaborado pelos autores.

Das quatro cidades estudadas, Patos de Minas foi a única onde a atuação masculina ocorre em sua maioria no setor terciário. Dessa forma, é notável que o agronegócio é bastante expressivo na região, sendo o número de homens predominante neste setor.

## Resultados

### Perfil das empreendedoras e dos empreendimentos

Inicialmente foram abordadas questões socioeconômicas, para facilitar a compreensão do perfil das empreendedoras da região estudada. No fator idade, as participantes apresentaram variações entre 27 e 58 anos, sendo a média de 40,7 anos. O perfil da mulher empreendedora do Alto Paranaíba se define em um quadro de mulheres de meia-idade que apresentam um bom número de experiências de vida pessoal e profissional. A maioria está na faixa etária dos 34 aos 41 anos, de acordo com intervalos de 7 anos. No estado e no país, esses dados são similares, sendo a faixa etária predominante de até 44 anos (GEM, 2014, 2015).

Esse perfil, com experiência pessoal acumulada, torna-se evidente na análise do estado civil e da maternidade, em que 8 são casadas, uma vive em união estável e apenas uma é solteira. Seis delas são mães, sendo 3 mães de crianças e 3 mães de jovens ou adultos, e apenas uma possui netos.

No que diz respeito à escolaridade, a maioria teve acesso ao Ensino Superior, apresentando nível de escolaridade superior às médias do estado e do país, em que o primeiro grau incompleto é o mais comumente encontrado (GEM 2014, 2015). Entre as concluintes do Ensino Superior, 3 fizeram cursos voltados para a área de gestão. Com essas informações, um resumo do perfil das participantes foi elaborado no quadro 3.

Identificação	Idade	Estado Civil	Número de filhos	Idade dos Filhos	Número de netos	Escolaridade
E1	34	Casada	2	3 anos Em gestação	0	Ensino Médio Completo
E2	58	Casada	2	25 anos 27 anos	1	Superior Incompleto
E3	31	Casada	1	9 meses	0	Ensino Médio Completo
E4	34	Casada	0	-	0	Superior Completo
E5	27	Casada	0	-	0	Superior Incompleto
E6	42	Solteira	0	-	0	Superior Completo
E7	36	Companheira	0	-	0	Superior Completo
E8	49	Casada	2	16 anos	0	Ensino Médio

				20 anos		Completo
E9	39	Casada	1	10 anos	0	Superior Incompleto
E10	57	Casada	2	28 anos 30 anos	0	Superior Completo

**Quadro 3:** Perfil das entrevistadas.

Fonte: Dados da Pesquisa (2015 – 2016).

No mesmo contexto, para descrever as características dos empreendimentos, foram abordadas algumas questões. Em relação ao porte dos estabelecimentos, 8 são microempresas e duas são microempreendedoras individuais. Em relação ao setor de atuação, 6 são de comércio, 3 de serviços e um de atividade mista. Dessa forma, acompanham a mesma composição da microrregião, onde o número de microempresas de comércio é predominante (SEBRAE, 2013).

Como um dos critérios adotados para a realização da pesquisa, todos os empreendimentos foram fundados há mais de 3,5 anos, as características dos empreendimentos estão listadas do quadro 4.

Identificação	Tipo	Área de Atuação	Fundação	Empregados iniciais	Empregados atuais
E1	ME, Ltda	Comércio de artigos de vestuário e acessórios	2007	0	6
E2	ME	Comércio de artigos de beleza/ Comércio de artigos decorativos	1984	1	13, em 3 lojas
E3	ME, Ltda	Comércio de artigos de vestuário e acessórios	2007	0	6
E4	ME, Ltda	Comércio de eletrônicos, presentes e serviços de informática	2007	0	8
E5	ME, Ltda	Serviços alimentícios	2011	0	5
E6	ME, Ltda	Serviços alimentícios	2011	0	5

E7	ME	Comércio de artigos de ótica	2000	0	13, em 2 lojas
E8	MEI	Serviços de beleza/Comércio de artigos de vestuário e acessórios	1995	0	1
E9	MEI	Comércio de artigos de vestuário e acessórios	2006	0	1
E10	ME	Serviços de beleza	1990	0	6 empregados 9 avulsos

**Quadro 4:** Resumo das características dos empreendimentos.

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2015 – 2016).

Esses dados confirmam os resultados do estudo realizado por Jonathan e Silva (2007), em que as empreendedoras são em sua maioria casadas, mães, possuem um bom nível de escolaridade e atuam nos setores de comércio ou serviços.

#### Trajetórias e razões para empreender

Em sua maioria, as empreendedoras nasceram e cresceram na região, e continuam morando em suas cidades natais atualmente. São mulheres de origem humilde, e que não tiveram um modelo familiar empreendedor. Começaram a trabalhar cedo, em funções que deram inspiração para empreender, ou que as fizeram ter aversão de continuarem como empregadas, e então, buscaram investir. Outras, tiveram a oportunidade de empreender com membros da família, ou por alguma situação ao acaso, que em algum momento as levaram a seguir naquele caminho.

Para Machado (2009) e a pesquisa GEM (2010) as mulheres investem em negócios para auto sustento, buscando uma realização pessoal com uma carreira e independência financeira, não permanecendo nas ocupações anteriores. Podem empreender sem uma percepção, ou em outros casos, para o sustento de suas famílias. Dessa forma, seguindo os tipos de empreendedor sugeridos por Dornelas (2007) as participantes foram classificadas como 9 por oportunidade e apenas uma por uma necessidade. As motivações são evidenciadas nos discursos a seguir, em que nos três primeiros tem-se o empreendedorismo por oportunidade e no quarto o empreendedorismo por necessidade.

“Na primeira oportunidade fui trabalhar numa loja de roupas e sapatos. Me encantei com a arte de negociar. Ali fiquei por cinco anos até surgir a oportunidade de junto com meu irmão mais velho abrir um pequena ótica [...] Eu não tinha formação, não tinha dinheiro, nem planejamento, só um espírito de coragem e uma dedicação e empenho no que eu fazia” (E7).

“Mesmo com uma proposta boa de remuneração preferi ter meu próprio negócio” (E9).

“Fui doméstica desde os 15 anos e ia trabalhar contrariada. Aí eu fui para BH e fiz o curso de cabeleireira [...] Eu não queria ser funcionária” (E8).

“Trabalhava muito, e nunca imaginava, nunca, que um dia eu empreenderia o meu negócio. Esse empreendimento surgiu de uma necessidade mesmo, quando eu me vi desempregada, e meu esposo, e



nós tivemos que nos virar” (E10).

Analisando os motivos que as levaram a empreender, as empreendedoras acompanharam o movimento empreendedor do país, e atualmente estão indo na contramão do que ocorre (GEM, 2015).

### **Características pessoais e estilo de gestão**

Seguindo o modelo das características empreendedoras proposto por Dornelas (2014), pôde-se observar que as participantes são pessoas visionárias, que sabem aproveitar ao máximo as oportunidades e que buscam trazer inovação para seus clientes, conforme afirmam abaixo:

“Vendia tudo que não tinha em Carmo. Fui a primeira pessoa da cidade a vender biju, porque aqui não tinha, aí depois a franqueadora me propôs de abrir a loja exclusiva, então inaugurei a primeira loja com muito trabalho” (E2).

“Um dia ouvi que sonhar grande ou pequeno dá o mesmo trabalho, então porque não sonhar grande? Minha visão para os próximos anos é lançar minha marca de óculos, porque não?” (E7).

“Eu sou a única que aluga esse tipo de roupa na cidade [...] Eu tenho assim, muitas vontades repentinas sabe? De novos tipos de negócio e sempre vejo oportunidade em tudo. Nos lugares que eu vou viajar, por exemplo, sempre vejo e penso em alguma coisa nova para trazer aqui para a loja” (E8).

Hisrich e Peters (2009) indicam que existe uma base comportamental comum entre as empreendedoras, diretamente relacionada à disposição pessoal ao risco e à busca de oportunidades. Dornelas (2014) reforça essa concepção, afirmando que a ousadia, a capacidade de implementar seus sonhos e a paixão pelo que fazem as tornam pessoas que fazem a diferença, agregando valor aos produtos ou serviços que colocam no mercado, e ao seu negócio.

Quando questionadas a respeito de seu relacionamento com os funcionários, e sua forma de gerir o negócio, algumas das respostas obtidas foram:

“Como eu fui funcionária, eu sempre me ponho no lugar das meninas porque eu sei os dois lados. Então eu motivo, eu critico também [...] mas eu converso de igual para igual” (E3).

“Por acreditar que a matéria humano seja o mais importante numa empresa, preciso estar em constante aprendizado de liderança. Eu admito que comecei autoritária e centralizadora, mas logo fui percebendo o que é ser uma líder. Eu acredito nos meus parceiros, delego mais funções, ouço as ideias e tento aproveitar para empresa o melhor de cada um” (E7).

“Todos têm um modelo de gestão bem descentralizado, eu sempre fiz muita questão de ouvir a opinião de todos que trabalham comigo para tomar algumas decisões, temos o hábito de nos reunir com frequência [...] tem um momento que eu separo só para ouvir os clientes formadores de opinião [...] então eu sempre gostei muito de gerir o salão com esse olhar, contando com a participação[...] Eu conto muito com o outro pra gente melhorar”(E10).

A respeito do processo decisório e forma de liderar, características como incentivo a participação, compartilhamento de informações, trabalho em equipe e valorização do funcionário em geral, é algo do universo feminino (MACHADO, 2002). Para Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”, sendo um diferencial.

Conduzir o negócio tendo uma preocupação com o “outro”, afirma uma necessidade das mulheres de cuidar da organização, dos funcionários e dos seus clientes. Assim, o cuidar se torna mais que um ato, e representa uma atitude de preocupação e envolvimento afetivo com as pessoas (GOMES, 2005; BOFF 2001). Todo esse envolvimento foi nítido durante o processo de entrevistas, como pode ser verificado a seguir:

“Estamos muito felizes e agradecidas por tudo estar dando certo, sempre com muita união e

companheirismo. Eu só tenho à agradecer por Deus ter colocado em minha vida pessoas que me deram a mão e me ajudaram a estar hoje onde estou” (E1).

“Isso é algo muito importante e faz parte da minha vida, e acho que isso dá um valor diferente ao trabalho do salão, porque eu digo que a gente não só pinta cabelo, corta cabelo, a gente cuida de pessoas. É um trabalho que nos emociona, em perceber quanta gratidão isso gera, quanta transformação na vida dessas pessoas, é muito legal. Poderia ser apenas um salão de beleza, que cumprisse o seu papel, fechou as contas no final do mês, pronto! Não, eu vejo diferente, eu acho que a gente pode sim com a nossa ação, nossa criatividade, nossa boa vontade, fazer muito mais que isso (E 10)”.

Segundo Tavares *et al.* (2013) as mulheres, de forma geral, têm como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, empenho e espírito colaborativo. Isso facilita o trabalho que demanda facilidade no relacionamento permitindo um desenvolvimento diferenciado e inovador, além de ajudar a mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso.

Essas particularidades das relações afetivas é bastante presente. Laços de amizade e companheirismo com os colegas de trabalho são reflexo do instinto materno, do toque feminino de amor e carinho cultivados por essas mulheres, que as tornam únicas em cada detalhe.

### **Relação com os homens e a sociedade**

Em sua maioria, as entrevistadas acreditam que a sua vivência como mulher empreendedora contribuiu de alguma forma na valorização da mulher na sociedade e nas relações com homens, seja na vida pessoal ou profissional, como demonstrado nas palavras das mesmas:

“Acho que se impõe mais respeito” (E3).

“Contribuí como quebra de preconceitos, paradigmas. Antes só homens tinham negócios aqui na cidade” (E4).

“Nunca me enquadrei em modelos, em papéis pré-determinados. Sempre fui diferente e acho que uma mulher que empreende e tem sucesso no que faz com certeza muda alguma coisa, nem que seja sendo exemplo para outras” (E5).

“Os homens da cidade são muito machistas, mas os empreendedores daqui já me respeitam” (E9).

“Tem essa cultura machista, muito arcaica, que o trabalho da mulher ainda é mais desvalorizado [...] nós mulheres mesmo que vamos ir mudando isso, com a nossa doçura, nosso jeito feminino de ser [...] eu participo de um universo muito masculino, no entanto, eu consigo colocar na mesa pra todos eles, as minhas ideias, e sempre tomamos decisões juntos, da vida e dos negócios de uma forma descentralizada” (E10).

A figura da mulher dona de casa, que apenas os cuidados com o lar e os filhos lhe eram cabíveis, fica cada vez menos sólida e a rígida divisão de tarefas propostas por conceitos paternalistas também (GOMES, 2005). Dessa forma, a mulher vai conquistando espaço no mercado de trabalho como forma de sustento e realização pessoal, lutando pela igualdade de papéis, na contramão de uma cultura ainda machista. Quando questionadas sobre a crença de que a vivência como mulher empreendedora poderia ter contribuído de alguma forma para mudar o papel da mulher na sociedade, as respostas obtidas foram:

“Eu me envolvi em muitas ações sociais, fui da diretoria do CDL, e da Associação das Mulheres de Negócios. Nós viajávamos muito, e contribuimos muito com os lojistas e a sociedade em geral” (E2).

“Hoje sou uma mulher de destaque como empreendedora na sociedade que vivo” (E6).

“Participo de várias entidades, estou diretora na Associação Comercial, já estive presidente por duas gestões consecutivas da Câmara da mulher empreendedora de Patos de Minas, estou diretora da Câmara da Mulher Empreendedora Estadual, sou diretora no Conselho de Segurança Pública de Patos de Minas [...]”

Quando sou convidada a contar meu case para grupos de mulheres percebo que minha trajetória simples, mas vencedora encoraja muitas a deixar o comodismo de lado ou vencer seus medos e acreditar mais em seus sonhos”(E7).

“Há o meu envolvimento com a sociedade com um todo, em trabalhos sociais, ações de parceria com outras empresas [...] no dia das mães, eu sempre propunha alguma ação para cuidar de mães carentes [...] E isso deu resultados maravilhosos a nível de autoestima, de resgate dessas mulheres diante da realidade delas [...] E todo ano eu desenvolvo junto a várias entidades em Patos ações sociais em vários setores(E 10)”.

É perceptível que a atuação das participantes nas cidades em que vivem as colocam em posição de destaque, tornando-se conhecidas pelos habitantes e gerando a percepção de respeito obtido pelos demais. Acreditam na força do associativismo e participam da gestão de entidades de comerciantes locais, de mulheres empreendedoras e/ou realizam ações sociais, incentivando e promovendo pessoas. Dessa forma, geram benefícios à população e enaltecem seu valor na sociedade.

### Múltiplos papéis exercidos e seus conflitos

Quando se decide abrir um negócio, surgem muitos desafios, mas existem alguns que apresentam um maior impacto na decisão feminina. As mulheres conseguem executar várias tarefas ao mesmo tempo e lidar com muitas responsabilidades (casa, esposo, filhos, trabalho) (TAVARES, *et al.*, 2013). Quando questionadas sobre a conciliação do trabalho com os demais papéis que desempenham em suas vidas, percebeu-se que as rotinas das participantes e as dificuldades enfrentadas são bastante parecidas.

Machado (2009) afirma que ser empreendedora é dedicar muitas horas à empresa, e trabalhar muito além de uma jornada normal de 8 horas de trabalho. O intenso compromisso que tem com seus empreendimentos as compromete em suas vidas pessoais e demais afazeres. Muitas os tornam o projeto principal de suas vidas (JONATHAN; SILVA, 2007). Os discursos abaixo ilustram bem essa questão:

“Dedico cerca de 10 horas ou mais do meu dia de segunda à sábado aos meus afazeres na loja [...] nós trabalhamos tanto ou mais que nossas funcionárias [...] às vezes não dá pra fazer o que preciso em casa porque tenho que trabalhar até mais tarde, e estou cansada demais para ter vida social, mas sei que é esse o momento que tenho que me dedicar à minha vida profissional. O resto de ajeita! (E5)”.

“Com planejamento, elegendo as prioridades, no ramo da confeitaria temos que abrir mão de eventos familiares, e muitas outras coisas (E6)”.

Em relação à conciliação da vida familiar, cuidados do lar e a vida profissional, algumas das respostas obtidas foram:

“Com meu marido tenho uma relação de parceria em que cada um ajuda em todas as tarefas, não é porque sou mulher que a casa é apenas minha obrigação. Meu pai ainda é daquela geração que quer chegar em casa e ter jantinha quentinha e casa arrumada, mas isso nunca foi um problema na nossa relação”. (E5).

“A minha vida de família, administrar a casa, meu marido, meus filhos[...] pra isso acontecer eu preciso contar com outras pessoas. Eu acho que a minha característica de descentralizar é positiva também aí, porque se você delega e entrega para o outro fazer, você consegue fazer muito mais coisas” (E10).

Nesse sentido, Hirata (2015) discorre sobre as mudanças nos modos de conciliação entre a vida familiar e vida profissional da atualidade. Segundo a autora, cerca de 70% do trabalho doméstico é realizado pelas mulheres e descreve quatro modelos de conciliação, sendo estes: modelo tradicional, modelo da conciliação, modelo da parceria e modelo da delegação.

Abordando a questão maternidade, as mães das crianças relataram dificuldades em conciliar o trabalho com esta fase da vida dos filhos, que requer mais cuidados, e segundo elas, isso é refletido até mesmo na vida conjugal, como pode ser observado abaixo:

“Tenho que levar meu filho na escola, nos cursos, ajudar ele nas tarefas, fazer a comida, cuidar da casa. O homem que casa com uma mulher empreendedora deve ser muito compreensivo pra dar certo, e no meu

caso, não tenho esse apoio do meu marido [...] até mesmo por isso tenho muitos problemas no meu casamento” (E9).

A preocupação com os estudos também é uma característica percebida. Mesmo entre as mulheres que já obtiveram o título de graduação, há uma preocupação em continuar estudando para aprimorar sua técnica ou melhorar a administração do negócio, conforme os depoimentos seguintes:

“Fiz o Empretec do SEBRAE, e adorei a experiência, era uma experiência prática [...] a idéia era um novo negócio no caso de risco de falência” (E8).

“Estou sempre pronta a aprender, a estudar, conhecer [...] São no mínimo 2 ou 3 cursos por ano” (E10).

Para Tavares *et al.* (2013) o progresso das mulheres na formação educacional e as alterações na composição familiar, provocaram a ascensão da participação feminina na economia. Nos últimos anos, as famílias vêm tendo um menor número de filhos e novos valores referentes à inclusão da mulher na sociedade vem sendo praticados.

Quando questionadas a respeito do que as realizava na vida profissional e suas desmotivações, as questões mais relatadas em relação às motivações foram a realização de sonhos e o alcance da independência financeira. Já em relação às desmotivações, as respondentes apontaram que a vida pessoal pode ser afetada pela carga de trabalho, além das dificuldades encontradas no mercado, como a dificuldade em encontrar bons profissionais.

“Vender sonhos [...] Eu tenho felicidade em proporcionar isso para as pessoas. E também a geração de empregos, cada funcionário está fazendo parte da nossa história, e é mais uma família com fonte de renda garantida” (E4).

“O meu motivo por sempre querer trabalhar e ter renda própria é a independência que isso sempre me proporcionou, além do sabor gostoso que tem cada conquista” (E5).

“Quando olho para trás e me lembro quando tudo começou e hoje sou convidada para fazer palestra, contar meu case [...] Meu negócio já foi caso de quatro TCCs da UNIPAM, e já recebi prêmio de mulher empresária do ano. Eu confesso que isso me realiza mais que meu patrimônio financeiro” (E7).

“Muitas vezes levanto de madrugada ou deixo para fazer as tarefas no domingo, não tenho dia certo para nada. Não tenho tempo para mim mesma, cuidar do corpo, praticar atividades físicas [...] Não tenho horário de almoço, nem férias” (E8).

“Muitas coisas para resolver, estresse, excesso de tarefas, qualidade de vida baixa. Falta de mão de obra qualificada na cidade. Aqui as pessoas não querem aprender e nem se esforçam pra isso” (E4).

Questões como ser independente, ser dona de seu próprio negócio e ter autonomia, indicam a consciência das empreendedoras em serem as principais responsáveis pelo seu dinheiro e seu destino, uma vez que é através do cumprimento de sua função como empreendedora que ela espera se sustentar e alcançar objetivos. Esse posicionamento encontra respaldo em Wilkens (1989) que diz que quando a mulher decide empreender, assume uma posição de dona de seu destino e maior responsável por suas decisões pessoais. A busca pela auto realização e construção de algo significativo são uns dos principais anseios das empreendedoras, além de ajudar a criar empregos e investir em sonhos, já citados por Hisrich e Peters (2009) e Dornelas (2014).

As entrevistadas também relataram que abrir seu próprio negócio significa enfrentar uma série de obstáculos como falta de estabilidade e uma preocupação em conseguir manter o negócio em meio à falta de incentivo fiscal, por exemplo. Para Floriano (2013), a necessidade de lidar com questões diversas e inúmeras responsabilidades origina desgastes como trabalho excessivo, diminuição do tempo livre e lazer deficitário. Ainda segundo a autora, “apesar dos obstáculos e dos problemas que resistem ao tempo, as empreendedoras revelam-se como mulheres altamente proativas, desejosas de colocar em prática todo o seu potencial pessoal e profissional” (Floriano, 2013, p.41-42). Dessa forma, mostram que devido ao

envolvimento com o que fazem, o desejo de vencer e a busca pela realização no trabalho, as empreendedoras superam muitas adversidades, e surpreendentemente, conseguem reagir de maneira positiva.

### Considerações Finais

O empreendedorismo é um relevante propulsor de desenvolvimento das sociedades, e Dornelas (2007) define que pessoas que criam, definem o negócio e executam estratégias, tem o diferencial de um empreendedor. Analisando o modelo das características empreendedoras proposto pelo autor, foram identificadas similaridades entre as participantes da pesquisa, por serem independentes e procurarem construir o próprio destino, serem líderes e formadoras de equipe, saberem tomar decisões, aproveitarem as oportunidades, criarem valor para o negócio e a sociedade e evidentemente, por serem tão otimistas e apaixonadas pelo que fazem.

Na identificação das motivações que as levaram a empreenderem, nota-se que optaram por empreender, em sua maioria, devido a alguma oportunidade que tiveram no decorrer de suas trajetórias, sem muito planejamento, e enxergaram no negócio uma forma de realização pessoal ou profissional.

Além disso, observou-se que as características pessoais das mulheres as tornam únicas em sua forma de tocar o negócio, através de uma gestão participativa, descentralizada e pautada no cuidado. O jeito sensível, mas ao mesmo tempo de muita coragem e ousadia, lhes proporcionam certa “facilidade” para lidar com as adversidades cotidianas e para estabelecer boas relações com as pessoas, mesmo dentro do universo masculino.

A realidade dessas mulheres faz alusão a um momento importante e histórico. Empreendedoras e futuras empreendedoras não estão sozinhas. Através projetos, associações e outras ações se apoiam e se encorajam quando buscam vencer as barreiras na liderança feminina.

No momento de realização das entrevistas, todas as participantes tiveram que interromper a mesma por algum motivo relacionado ao trabalho ou a sua família. Isso demonstra o quão difícil é conciliar os múltiplos papéis que exercem, e essa dificuldade, tornou-se um fator limitante no decorrer dessa pesquisa, de maneira que as mesmas se dispuseram a colaborar, mas tiveram que remarcar as entrevistas por várias vezes, e, em alguns casos, sob bastante insistência, causando a extensão do tempo de coleta dos dados.

O estudo traz um tema de grande importância para os estudos em Administração: as questões de gênero e as nuances e dificuldades enfrentadas por mulheres no mercado de trabalho. Não havia, até então, nenhum estudo sobre o empreendedorismo feminino que abrangesse a região. Acredita-se que os resultados obtidos possam colaborar com futuros programas e projetos de apoio à gestão e de maior habilitação das mulheres empreendedoras, dentre outros aspectos relevantes ao direcionamento de políticas voltadas ao fortalecimento do empreendedorismo feminino e a valorização da mulher no mercado de trabalho.

Dentro do contexto econômico em que a região se insere, sugere-se que estudos futuros possam se somar a este, tais como estudos sobre empreendedorismo feminino no setor do agronegócio, onde a atuação feminina ainda é pequena. Dentre as diversas características das empreendedoras participantes, pôde-se observar que apenas uma delas era negra. Mesmo não sendo objeto deste estudo, ficou claro o que revelam pesquisas como o GEM ou outras realizadas pelo SEBRAE, onde número de empreendedoras negras se apresenta de forma bastante reduzida no Brasil. Nesse contexto, sugere-se a criação de um estudo sobre a atuação de afroempreendedoras, na busca da valorização da raça e/ou cultura negra.

### Referências

AMM. **Caracterização econômica das regiões de planejamento**. Disponível em <<http://portalamm.org.br/caracterizacao-economica-das-regioes-de-planejamento>> Acesso em: 29 dez, 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 70 ed. 2004.

BOFF, L. **Saber cuidar**. Petrópolis: Vozes, 2001.

BOMFIM, M. C. A.; GUERRA, O. F. **O ensino agrícola e a inserção de mulheres e homens no mundo do agronegócio**. Disponível em <[http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/ppged/arquivos/files/eventos/2006.gt16/GT16\\_2006\\_09.PDF](http://leg.ufpi.br/subsiteFiles/ppged/arquivos/files/eventos/2006.gt16/GT16_2006_09.PDF)> Acesso em: 30 dez. 2016.

BOTELHO, L. L. R., SCHONS, C.; VIEIRA, B.; CUNHA, C. J. C. A. **Desafios Gerenciais das mulheres empreendedoras**: como exercer a liderança de identidade masculina? O caso da *Alpha* Tecnologia. Disponível em: <<http://www.clee2008.ufsc.br/27.pdf>>. Acesso em: 18 dez. 2016.

CARREIRA, D.; AJAMIL, M.; MOREIRA, T. **A Liderança Feminina no Século 21**. São Paulo: Cortez, 2001.

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DALFOVO, M. S. ; LANA, R. A.; SILVEIRA, A. **Métodos quantitativos e qualitativos**: um resgate teórico. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada*, Blumenau, v.2, n.4, p.01-13, Sem II. 2008. Disponível em <<http://rica.unibes.com.br/index.php/rica/article/view/243/234>> Acesso em 28 dez. 2016.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática**: mitos e verdades do empreendedora de sucesso. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócio. 5.ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

FLORIANO, L. E de França. **Empreendedorismo Feminino**: motivações, significados e desdobramentos. Disponível em < [http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/pibic\\_-\\_lais\\_franca.pdf](http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/pibic_-_lais_franca.pdf)> Acesso em 06 jan. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. **Análise dos resultados GEM 2015 por gênero**. Curitiba: IBQP, 2015, p. 20. Disponível em < [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/4ee07253fa008eb297c4585b988b0a43/\\$File/7216.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/4ee07253fa008eb297c4585b988b0a43/$File/7216.pdf) > Acesso em: 04 nov. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. **Empreendedorismo em Minas Gerais**. Curitiba: IBQP, 2014, p. 200. Disponível em <<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Diagnostico/Empreendedorismo-em-Minas-Gerais-2014---Pesquisa-GEM> > Acesso em: 04 nov. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2015, 180 p. Disponível em <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf) > Acesso em: 04 nov. 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. **Relatório Executivo**. Curitiba: IBQP, 2015, p. 21. Disponível em < [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)> Acesso em: 16 nov. 2016.

GOMES, A. F. **O outro no trabalho**: mulher e Gestão. *Revista de Gestão Usp*. São Paulo, v. 12, n. 3, p.1-9, julho/setembro 2005.

GOMES, Fabrício Pereira; ARAÚJO, Richard Medeiros de. Pesquisa quanti-qualitativa em administração: uma visão holística do objeto em estudo. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 8, 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2005.

HIRATA, H. **Mudanças e permanências nas desigualdades de gênero: divisão sexual do trabalho**

- numa perspectiva comparativa. Friedrich Ebert Stiftung Brasil. Out/2015.
- HISRICH, R. D. ; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- IBGE. @Cidades. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br>> Acesso em: 04 nov. 2016.
- IBGE. **Censo Demográfico 2010**. Disponível em <home/estatistica/populacao/censo2010/>. Acesso em: 04 nov. 2016.
- IBGE. **Pesquisa Mensal de Emprego: PME** 08 de março de 2012. Disponível em <[https://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme\\_nova/Mulher\\_Mercado\\_Trabalho\\_Perg\\_Resp\\_2012.pdf](https://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Mulher_Mercado_Trabalho_Perg_Resp_2012.pdf)>. Acesso em 04 nov. 2016.
- JHONATHAN, E. G; SILVA T. M. R. **Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes**. *Psicologia & Sociedade*. vol. 19, n.1, pp.77-84, jan-abr/2007.
- KOBEISSI, N. **Gender factors and female entrepreneurship**: International evidence and policy implications. *Journal of International Entrepreneurship*. Volume 8, Issue 1, March, 2010, p.1-35.
- LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LEITE, C. L. de P. **Mulheres**: muito além do teto de vidro. São Paulo: Atlas, 1994.
- LICCIARDI, N. **O significado do trabalho do professor e sua relação com a Educação**. *Revista UniABC*, v.2, n.1, 2011.
- MACHADO, H. P. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. Tese de Doutorado. UFSC, 2002.
- MACHADO, H. P. V. **Identidades de mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.
- OLIVEIRA, P. G; SOUZA NETO, B. **Empreendedorismo e Gestão Feminina**: Uma Análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras do Município de São João del-Rei, Minas Gerais. In: VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Florianópolis – SC. **Anais...** Florianópolis – SC: VI EnEO, 2010.
- RODRIGUES M.S.P; LEOPARDI M.T. **O método de análise de conteúdo**: uma versão para enfermeiros. Fortaleza: Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura, 1999.
- SCHUMPETER, J. A. **The theory of Economic Development**. Cambridge, Mass.; Harvard University Press, 1949.
- SEBRAE. **Empreendedorismo em Minas Gerais 2014**: Empreendedorismo Feminino. Disponível em <<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Diagnostico/Pesquisa-Empreendedorismo-Feminino---Novembro-de-2015>> Acesso em: 04 nov. 2016.
- SEBRAE. **Anuário das mulheres empreendedoras e trabalhadoras em micro e pequenas empresas**: 2015. 3.ed. Brasília, DF.
- SEBRAE. **Identidade Territorial das Regiões e Microrregiões**: Patos de Minas. 2013. Disponível em <<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/pesquisa/ter07>> Acesso em: 04 nov. 2016.
- SEBRAE. **SEBRAE 2022: Mapa Estratégico do Sistema Sebrae**. 2012. Disponível em <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/mapa\\_estrategico\\_2022.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/mapa_estrategico_2022.pdf)> Acesso em 17 out. 2016.
- SILVA, E.; MENEZES, E. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, 2001.
- TAVARES F., J.; DE CAMPOS, F.; OLIVEIRA, S. M. **Mulheres empreendedoras: o desafio de empreender**. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Jun/2013.
- VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino**: desperte a riqueza que há em você – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

WILKENS, J. **A mulher empreendedora**: como iniciar seu próprio negócio. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.