

O EMPREENDEDORISMO FEMININO EM SÃO GOTARDO: UMA LEITURA SEGUNDO A TEORIA COMPORTAMENTAL DE DAVID MCCLELLAND

FEMININE ENTREPRENEURSHIP IN SÃO GOTARDO: A READING ACCORDING TO DAVID MCCLELLAND'S BEHAVIORAL THEORY

Carla Ferreira Pires¹

Marilene de Souza Campos²

RESUMO:

O presente trabalho tem por objetivo analisar, segundo Teoria Comportamental de David McClelland, se as empresárias de São Gotardo apresentam atitudes empreendedoras e mensurá-las, para aferir em qual intensidade estariam presentes. A coleta de dados deu-se através de pesquisa quantitativa, com o uso de questionário padrão elaborado por McClelland. Foram entrevistadas 18 empresárias de um total de 53 mulheres constantes na lista do CDL/ACISG de São Gotardo. Concluiu-se que 88% das entrevistadas, num intervalo de confiança de 90% podem ser consideradas empreendedoras, com 18,5 pontos em um total de 25. As aptidões para correr riscos calculados mostraram-se abaixo do nível considerado empreendedor. O mesmo para a característica persistência. Tal aspecto aponta para uma agenda de pesquisa voltada para as relações entre cultura, gênero e comportamento empreendedor. Investimentos em políticas públicas podem ser pautados nessa modalidade de estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo; Empreendedorismo Feminino; Teoria Comportamental de McClelland.

ABSTRACT:

The objective of this study is to analyze, according to Behavioral Theory of David McClelland, if the entrepreneurs of St. Gotthard present entrepreneurial attitudes and measure them, in order to ascertain in which intensity they would be present. Data collection took place through quantitative research, with the Use of the standard questionnaire developed by McClelland. 18 women entrepreneurs out of a total of 53 women on the St. Gotard CDL / ACISG list were interviewed. It was concluded that 88% of respondents, within a 90% confidence interval, can be considered as entrepreneurs, with 18.5 points in one Total of 25. The skills to take calculated risks were below the level considered enterprising. The same for the characteristic persistence. This aspect points to a research agenda focused on the relations between culture, gender and entrepreneurial behavior. Investments in public policies can be based on this type of study.

KEYWORDS: Entrepreneurship; Female Entrepreneurship; McClelland's Behavioral Theory.

¹ Bacharela em Administração pela Universidade Federal de Viçosa Campus Rio Paranaíba.

² Doutora e mestra em Sociologia pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro e graduada em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora da Universidade Federal de Viçosa Campus Rio Paranaíba. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/2307841968343242>.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

01 – INTRODUÇÃO

O Brasil é um país em que as desigualdades sociais são visíveis em diversos campos. Destaca-se, sobretudo, a desigualdade de gênero. O mercado atual já entendeu que as mulheres têm muito a oferecer e possuem capacidades diversas somando para as empresas. Segundo Mageste, Melo e Ckagnazaroff (2008), “as mulheres desenvolvem mais a capacidade de se relacionar, estabelecer vínculos e estar ligadas de uma maneira íntima aos outros seres humanos”, revertendo em resultados positivos para a organização. No relatório sobre Empreendedorismo do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* do ano de 2016, no Brasil 42,7% dos empreendedores estabelecidos são do sexo feminino. Quando se trata de empreendedores iniciais as mulheres ocupam 51,5% do total. Nesse contexto, questiona-se: será que as mulheres empresárias de fato têm características empreendedoras?

O grande desafio para a mulher é conciliar a maternidade e a vida doméstica com seu trabalho profissional. Ribeiro (2015) afirma que “o crescimento profissional requer maior aperfeiçoamento e maior grau de escolaridade e experiência, o que interfere na decisão da maternidade, criando situações onde a mulher adia ou até mesmo desiste de ser mãe, mediante situações de escolhas sobre a carreira profissional”. Na tentativa de conciliar vida doméstica e carreira profissional, as mulheres têm tomado a decisão de empreender e serem donas de seus próprios negócios. Desse modo, o presente trabalho apresenta como objetivo geral analisar e mensurar, segundo os critérios das dez características empreendedoras da Teoria Comportamental de David McClelland, se as empresárias de São Gotardo podem ser consideradas empreendedoras.

Este trabalho, também, tem como objetivos específicos: apresentar as características socioeconômicas da mulher empresária de São Gotardo; identificar as mulheres empreendedoras, segundo McClelland, mostrando a intensidade em que estas características comportamentais se apresentam; trabalhar de modo agregado a presença dessas características nas mulheres empresárias. McClelland é um autor que ficou conhecido no Brasil pelo estudo internacional de grande dimensão, envolvendo 34 países, no ano de 1982. Seu estudo serviu de base para

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

que o PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) organizasse suas ações com intuito de levar as pessoas a criarem seus próprios empregos, seus próprios negócios como meio de erradicar a pobreza. As bases da pesquisa de McClelland serviram de parâmetro para que SEBRAE implantasse no Brasil programa similar ao da ONU, no que diz respeito à criação de novos empregos autônomos, o que se materializou no EMPRETEC (ALLEMAND, 2007). Assim a escolha do tema teve como motivação o empreendedorismo e o papel cada vez mais efetivo que a mulher tem exercido na sociedade, além de ocupar cada vez mais seu espaço no mercado de trabalho, tudo isso sem deixar de lado a vida doméstica e a responsabilidade de cuidar dos filhos. Segundo Zerbetto (2013), “todos estes fatores tornam o empreendedorismo um desafio às mulheres, que por sua vez optam por esta alternativa, por diversos motivos, dentre eles, por necessidade de renda, para contribuição familiar ou para ter outra ocupação além dos afazeres domésticos e não apenas por uma questão de sucesso profissional”.

02 – REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 – Empreendedorismo

Os estudos acerca do empreendedorismo caracterizam-se pela pluralidade das abordagens, marcadas pelo baixo consenso conceitual e teórico, fato que os autores Lohrke e Landström (2010) atribuem ao caráter multidisciplinar do enfoque que toma de empréstimo reflexões teóricas de variados campos de pesquisa. Segundo Campos (2010), os estudos acerca do empreendedorismo ocorrem dentro de uma ausência de fronteiras absolutas entre os paradigmas, entretanto, os economistas tendem a associar os empreendedores à inovação e os comportamentalistas à condições como criatividade, persistência e liderança.

Como resgata Campos (2003), a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa, tendo sido encontrada pela primeira vez no século XVIII, empregada pelo economista Jean Baptiste Say. Empreendedor, para Say, era o indivíduo que provocava o desenvolvimento e crescimento econômico, através do risco, da inovação e criação de mudanças. Embora a concepção do

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

empreendedorismo seja aplicada retroativamente na história, para explicar a conduta de empresários em séculos passados, somente com o economista Joseph Schumpeter (1961) a concepção foi efetivamente elaborada, recebendo um tratamento efetivamente teórico, embora o autor conferisse um sentido a ela, jamais utilizou o termo em suas obras, ou seja, referia-se ao empreendedor, o ator econômico que o pratica (CAMPOS, 2003). A abordagem schumpeteriana é associada à relevância atribuída às características da inovação e criatividade para alavancar processos de crescimento e desenvolvimento econômico. Para o autor, o empreendedor é aquele capaz de combinar os fatores produtivos de modo original, distinguindo a função empreendedora da mera função gerencial:

(...) a função essencial do empresário, na verdade, apresenta-se sempre misturada com outras espécies de atividade, que geralmente são muito mais notadas que a principal. Em consequência disto, o conceito de empresário de Marshall, que considera meramente a função empreendedora como 'gerência', no sentido mais lato, naturalmente agrada à maioria. Nós não o aceitamos simplesmente porque não dá relevo ao que julgamos ser o ponto saliente e o único que distingue especificamente a atividade empreendedora de outras atuações (...) alguém só é empreendedor quando empreende novas combinações e perde estas características, logo que estabelece negócios, quando os estabiliza, deixando-os correr como outras pessoas. (SCHUMPETER, 1961,107-8).

A inovação empreendedora para Schumpeter gera a destruição criadora que tem como produto o crescimento e o desenvolvimento econômico. Segundo Amorim e Batista (2011) o empreendedor é o detentor da capacidade de reinventar os meios para atender às crescentes necessidades da sociedade e proporcionar grandes transformações tanto econômicas como sociais e até mesmo ambientais. Das abordagens econômicas surgem as abordagens comportamentais, voltadas para a compreensão das motivações e atitudes características. O quadro abaixo foi elaborado por Dornelas (2014) e faz uma comparação entre os gerentes tradicionais, também relacionados com os empresários, e os empreendedores.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Quadro 1 – Comparação entre gerentes tradicionais e Empreendedores

Temas	Gerentes tradicionais	Empreendedores
Motivação principal	Promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária status, poder etc	Independência, oportunidade, para criar algo novo, ganhar dinheiro
Referência de tempo	Curto prazo, gerenciando orçamentos semanais, mensais etc. e com horizonte de planejamentos anual.	Sobreviver, atingir cinco a dez anos de crescimento do negócio
Atividade	Delega e supervisiona	Envolve-se diretamente
Status	Preocupa-se com o status e como é visto na empresa	Não se preocupa com o status
Como vê o risco	Com cautela	Assume riscos calculados
Falhas e erros	Tenta evitar erros e surpresas	Aprende com erros e falhas
Decisões	Geralmente concorda com seus superiores	Segue seus sonhos para tomar decisões
A quem serve	Aos outros (superiores)	A si próprio e a seus clientes
Histórico familiar	Membros da família trabalharam em grandes empresas	Membros da família possuem pequenas empresas ou já criaram algum negócio
Relacionamento com outras pessoas	A hierarquia é base do relacionamento	As transações e acordos são a base do relacionamento

Fonte: Dornelas, 2014

Dornelas (2014) diz que “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”. Além da abordagem baseada em conceito próprio, Dornelas ainda apresenta compreensões do termo empreendedor segundo diversos autores, conforme tabela abaixo demonstra.

Quadro 2 – Diversas compreensões sobre o termo empreendedor

Autor	Entendimento do termo empreendedor
Say (1803)	Agente propulsor de mudanças. Os rendimentos do empreendedor deviam ser separados do lucro do capital
Walker (1876)	Distinção entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtém lucro com as habilidades administrativas
Schumpeter (1934)	Empreendedor associado à atividade inovativa. Promove o rompimento do fluxo circular. Pode ser considerado um líder.
McClelland (1961)	Indivíduo com necessidades de realização e poder, dinâmico e assume riscos moderados.
Drucker (1964)	Indivíduo que maximiza oportunidades.
Hayek (1974)	Pessoa que capta e utiliza informações que lhe permitem encontrar oportunidades. Considerado um ator-chave para o desenvolvimento.
Shapiro (1975)	Indivíduo que toma iniciativa, organiza mecanismos sociais e econômicos e aceita riscos.
Pinchot (1983)	Conceito de intraempreendedor como aquele indivíduo que atua dentro da organização já estabelecida.
Hisrich (1985)	Indivíduo que cria algo diferente e com valor, e, para tal, dedica tempo e esforço necessários; assume riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebe as consequentes recompensas de satisfação econômica e pessoal.
Gartner (1989)	O empreendedor é aquele que cria organizações. Quando estas são criadas, ela deixa de ser empreendedor.
Henderson	Empreendedor é aquele que descobre e desenvolve oportunidades de criar valor

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

(2002)	por meio da inovação.
Adaman e Devine (2002)	Empreendedor participativo como aquele que promove ações inovadoras que trazem retornos não apenas financeiros, mas também de bem-estar social para a coletividade que envolve o indivíduo.
Lounsbury e Crumley (2007)	Empreendedor institucional como o indivíduo que introduz e promove a adoção e legitimação de novas práticas reconhecidas como melhores e mais eficientes que as práticas anteriores.

Fonte: Moreira (2014, p. 22-23)

Encontram-se sintetizadas no quadro acima, as abordagens dos principais autores, sejam eles economistas, comportamentalistas ou administradores. Observa-se que a inovação e o risco destacam-se como características fundamentais do comportamento empreendedor, desde Say.

Segundo relatório do GEM (2016) 42,4% dos novos empreendedores eram motivados pela necessidade. Além dessas características, o empreendedor de sucesso possui uma singularidade, ele conhece o negócio que atua como poucos o que também requer tempo e experiência. Esse fator pode ser um dos motivos que levam à falência empresas criadas por jovens entusiasmados, e que não tem preparo suficiente (Dornelas, 2014. P. 25).

2.2 – O Empreendedorismo Feminino

Nas décadas subsequentes à Segunda Grande Guerra, as mulheres aumentaram progressivamente sua participação no mercado de trabalho e como provedoras de suas famílias (AMORIM e BATISTA, 2011). Segundo Bruschini, Lombardi, Mercado e Ricoldi (2011) a “expansão da escolaridade e o ingresso nas universidades viabilizaram o acesso das mulheres a novas oportunidades de trabalho. No caso da escolaridade, o acesso das mulheres ao ensino superior foi notável: em 2009, 59% dos concluintes no ensino superior eram do sexo feminino”.

Nesse contexto, as mulheres têm buscado formas alternativas de obter renda. Diante do exposto, Natividade (2009) cita a crescente participação do empreendedorismo feminino na economia, que nem sempre é formalizada, tampouco orientada por gestão. A partir da década de 1990, com a flexibilização, precarização do mundo do trabalho e destruição dos postos de trabalho assalariado decorrentes do avanço da tecnologia, ocorre a intensificação do empreendedorismo feminino, como alternativa às dificuldades de ingresso das mulheres no mercado de

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

trabalho, ou seja, por necessidade, o que impulsiona o exercício informal de suas atividades. (Natividade, 2009)

Mesmo com o alto nível de informalização das empresas femininas, Jonathan (2005) afirma que “a maior satisfação das empreendedoras se deve ao ambiente do negócio próprio, que lhes proporciona reconhecimento por realizações e autoridade para fazer decisões de impacto, além de possibilitar o desenvolvimento de novas ideias e competências, e, em última análise, a atualização e realização de seus próprios valores e sonhos”. A liderança feminina possui crescimento constante. Rosa e Manfri (2015) apontam que características como sensibilidade, empatia e atenção aos detalhes que não se desenvolve com facilidade e rapidez nos homens, contribuem para quebrar tabus que beneficiavam a exclusão da mulher no mercado de trabalho e nos cargos de liderança.

Além de serem empreendedoras, as mulheres de hoje, ainda mantêm suas tarefas domésticas. Amorim e Batista (2011) aponta a dupla jornada da mulher, onde ela é dona de casa, esposa e ainda empreende, levando-as a ter seu próprio negócio em função dos cuidados que a família necessita. Muitas vezes o empreendimento ocorre nas próprias residências, onde é possível conciliar os dois afazeres.

Pode-se, portanto concluir que realização profissional e tarefas domésticas e maternidade tem igual importância às mulheres. “Elas parecem abandonar a ideia de que o sucesso em uma dimensão da vida signifique, necessariamente, fracasso nas demais. Ao perceberem, por exemplo, que trabalho e família se ajudam e se beneficiam mutuamente, as empreendedoras parecem encontrar um dos caminhos para sustentar tal equilíbrio e obter satisfação” (JONATHAN, 2001). Rosa e Manfri (2015) ainda acrescentam que a grande quantidade de mulheres no empreendedorismo além de ser um progresso para evolução da sociedade alia a vontade de ser independente com o sonho antigo de ser a matriarca do lar. Porém conciliar família, vida pessoal e empreendimento apresentam algumas dificuldades. Jonathan e Silva (2007) cita que “no enfrentamento de demandas conflitantes, as empreendedoras adotam, principalmente, três estratégias de ação: a auto-organização do tempo, o estabelecimento de parcerias e o uso de dispositivos de alívio de tensão”.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

O estilo empreendedor feminino possui aspectos importantes sobre os valores humanos demonstrando eficiência e igualdade social. “Os funcionários liderados por empreendedoras demonstram um sentimento de acolhida, respeito, quebra de conflitos no ambiente interno, solução de problemas, o que gera um aumento e satisfação dos consumidores internos e provavelmente o externo também” (Rosa e Manfri, 2015).

2.3 – A Teoria Comportamental de David McClelland

Em 1982, McClelland realizou um amplo estudo envolvendo diferentes países do hemisfério norte, analisando e comparando empresários de diversos ramos de negócio, faixas etárias, tamanhos de empresas, dentre outros aspectos. Através da pesquisa foram identificadas características comportamentais presentes nos empresários de sucesso (ALLEMAND, 2007). McClelland identifica a *necessidade de realização* como propulsor para desenvolvimento de outras características determinantes do empreendedorismo. Em decorrência dessa *necessidade*, desenvolvem-se o desejo de crescimento pessoal por meio de superação de desafios, a busca por um padrão de excelência, alto envolvimento com seus objetivos e muita energia e vontade”(ALLEMAND, 2007).

McClelland apresenta as características como predisposições internalizadas pelos indivíduos.

Quadro 3- Caracterização dos motivos de realização, afiliação e poder.

Motivo	Indivíduo
Sucesso	<ul style="list-style-type: none"> - Orientação para a excelência; - Assume riscos moderados; - <i>Feedback</i> como forma de melhorar o desempenho; - Aspiram Metas elevadas, porém realistas, - Tomam iniciativas e estão sempre em movimento;
Afiliação	<ul style="list-style-type: none"> - Orientação para relações interpessoais fortes e amistosas; - Ações amigáveis e cooperativistas; - Age a defensiva quando está sob ameaça,
Poder	<ul style="list-style-type: none"> - Orientação para o prestígio; - Busca posições de influencia; - Assume riscos elevados; - Provoca impacto nos comportamentos e emoções de outrem; - Interesse em atividades competitivas e assertivas; - Interesse em alcançar e manter prestígio e reputação.

Fonte: Adaptado de Rego e Leite (2003)

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Segundo Carvalho e Gonzáles (2006), McClelland entende por sucesso uma vontade contínua para a realização das tarefas da melhor maneira e superação dos padrões de excelência vigentes. A afiliação é entendida como a disposição do indivíduo em estabelecer relacionamentos afetivos de forma positiva com outros indivíduos. A motivação poder, por sua vez traduz a necessidade do indivíduo em impactar outros indivíduos no que se refere à competitividade e ao desejo de tornar-se alguém de prestígio e reputação destacada. Campos (2010) destaca que a motivação necessidade de realização leva os indivíduos a correrem riscos calculados, a buscarem metas cada vez mais desafiadoras.

A partir desses aspectos, McClelland constrói a tipologia das dez Características Comportamentais Empreendedoras (CCEs), observadas na construção dos dados de sua pesquisa e que são frequentes nas atitudes do empreendedor de sucesso. A primeira característica é o *estabelecimento de metas*, que associadas a objetivos mostram-se desafiantes e adquirem significado pessoal, tais objetivos são mensuráveis e de curto prazo, as metas são claras e específicas e definidas em longo prazo (DIAS, SOUZA NETO E BOAS, 2010). A segunda característica é a *busca de oportunidades e iniciativa*. Segundo Allemand (2007) essa característica envolve atitudes tais como ser proativo, atuar para expandir o negócio aproveitando as oportunidades fora do comum para iniciar seu negócio. Essa característica é fundamental, pois não haverá empreendimento sem iniciativa. É também conhecida como a característica de coragem do empreendedor de sucesso.

A terceira característica é a *exigência de qualidade e eficiência*: Dias, Martens e Boas (2012) cita que o indivíduo encontra maneiras de realizar as tarefas da melhor forma, mais rápido e mais barato. Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados. A quarta característica é o *planejamento e Monitoramento Sistemático*, que segundo McClelland, é a reorganização, dividindo tarefas de grande porte em tarefas menores com prazos definidos. Constantemente revisando os planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais. O empreendedor mantém os registros financeiros, utilizando-os para tomar decisões. (DIAS, MARTENS E BOAS, 2012).

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

A quinta característica comportamental de McClelland é o *comprometimento*. Segundo Zerbetto (2013), o “comprometimento exige do indivíduo um esforço maior para que suas tarefas sejam finalizadas com sucesso”. A sexta característica é a *persistência*, segundo a qual se age diante de um obstáculo significativo, repetindo ou mudando a estratégia, a fim de enfrentar ou superar esse obstáculo. Faz-se um sacrifício pessoal ou desenvolve-se um esforço extraordinário para completar uma tarefa (DIAS, SOUZA NETO E BOAS, 2010). Allemand (2007) afirma que essa característica é o combustível do empreendedor.

A sétima característica é o *correr riscos calculados*, segundo Zerbetto (2013) “ao empreender o indivíduo analisa alternativas e assume os riscos de retorno dos seus investimentos”. Esses riscos podem ser calculados intuitivamente ou utilizando ferramentas, porém nunca se tem certeza dos resultados. A oitava característica é a *busca de informações*, que é uma ferramenta muito importante para o indivíduo sobressair no mercado. Para McClelland, são informações sobre os clientes, fornecedores e concorrentes. Investigar como fabricar um produto ou oferecer um serviço e consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial. (ALLEMAND, 2007).

A nona característica empreendedora é a capacidade de *persuasão e rede de contatos*: Utilizam-se estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros. Pessoas-chave são utilizadas como agentes para atingir seus próprios objetivos. Desenvolve e mantém relações comerciais. (DIAS, SOUZA NETO E BOAS, 2010). A décima característica é a *independência e Auto Confiança*: é a capacidade que o indivíduo tem em ser autônomo em relação à normas e controles podendo ele mesmo estabelecê-las, mantendo seu ponto de vista ainda que haja oposição ou resultados negativos; mantém confiança ao realizar as tarefas. A pesquisa de McClelland conclui que as características empreendedoras variam numa escala de 1 a 5 pontos, segundo o sucesso financeiro do empreendedor. O trabalho resultou em um questionário padrão, com 55 questões, que mensura a presença e intensidade das características comportamentais, no qual o empreendedor deverá alcançar entre 15 e 25 pontos.

03 – METODOLOGIA

Quanto ao nível da pesquisa, o presente trabalho pode ser classificado, segundo a tipologia de Duverger (1962) como descritivo, uma vez que tem por objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo relação entre as variáveis. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, com intuito de resolver um problema teórico ou adquirir conhecimento a partir do emprego de informações advindas de material gráfico, sonoro e informatizado. Realizou-se também uma pesquisa de campo em que o investigador assume papel de observador, coletando os dados relevantes e convenientes obtidos diretamente no local em que o fenômeno acontece a partir da experiência e da vivência. (Barros e Lehfeld, 2007, pag 84-90). Assim, os empreendedores foram observados no exercício de suas funções e seus negócios caracterizados.

Quanto à sua natureza, a pesquisa se classifica como quantitativa. Richardson (1999) conceitua como a quantificação das modalidades de coletas de dados a aplicação de técnicas de estatísticas descritivas. O estudo foi realizado com mulheres empreendedoras da cidade de São Gotardo (MG), onde residem, de acordo com Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, 31819 habitantes, sendo 15.723 do sexo feminino. A pesquisa teve por base os Associados da CDL/ACISG que, em Março de 2017 somavam 242 associados, atendendo as cidades de São Gotardo, Matutina, Santa Rosa da Serra e Tiros. Do total das empresas associadas, na cidade de São Gotardo 53 (22%) são geridas por mulheres de forma individual ou empresa familiar. Foram estudadas empresárias apenas de São Gotardo, sendo realizadas 18 entrevistas. O acesso às entrevistadas se deu através de uma lista, com sorteios aleatórios e substituição também aleatória dos nomes que recusassem a participar. Assim, para coletas de dados foi utilizada a ferramenta questionário padronizado elaborado por David McClelland, contando com 55 perguntas, produto do seu estudo em 34 países e empregado pelo PNUD e pelo Sebrae em seus estudos e levantamentos. O questionário, de autopreenchimento, foi deixado com as empresárias por um prazo médio de 7 dias, algumas entregaram em menos tempo, outras em mais. Devido ao caráter finito da população, trabalhou-se com uma amostra com 90% de intervalo de confiança e uma margem de erro de

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

cerca de 15%. Os questionários foram reproduzidos como o proposto por David McClelland, onde cada pergunta possui alternativas de respostas no formato da escala Likert. Posteriormente, para análise dos dados foi utilizado o SPSS. Os questionários foram codificados de forma a preservar o anonimato das respondentes.

04 – RESULTADOS E DISCUSSÕES

O questionário de McClelland é uma ferramenta poderosa, segundo o PNUD e o Sebrae, para induzir os atores econômicos a desenvolverem aptidões empreendedoras. Os instrumentos de McClelland permitem realizar um diagnóstico das condições comportamentais dos empresários e a consequente formulação de políticas públicas que auxiliem através da aprendizagem o sucesso dos empreendimentos, como foi o princípio adotado pelo programa EMPRETEC do Sebrae.

O perfil do público feminino que respondeu os questionários, pode ser definido inicialmente pela faixa etária, variou entre 21 a 60 anos. O intervalo de idade de 21 a 30 anos representou 33,3%, a mesma representatividade do intervalo de 31 a 40 anos. As respondentes com idade entre 41 a 50 anos e acima de 50 anos, ambos intervalos representaram 16,7% cada. Com relação à escolaridade das mesmas, a maior representatividade apontava 33,3% referente ao grupo com Ensino Superior. Os grupos com Ensino fundamental e médio representaram 27,8% cada. O menor grupo, com Pós-Graduação *Latu Sensu* representavam 11,1%. Observa-se, segundo Carrão, Johnson e Montebelo (2007), que a capacitação do empresário alimenta a sobrevivência das empresas. Assim constata-se que a escolaridade é elevada para o público feminino que apresenta 44,4% de empresárias com curso superior ou pós-graduação.

A idade do negócio varia muito, conforme tabela abaixo representa. A maioria das empresas, representando 55,6% está na idade entre 6 a 20 anos.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

Tabela 1 – Idade do Negócio

Idade do Negócio (Anos)	Numérico	Percentual
De 0 a 5	4	22,2
De 6 a 15	6	33,4
De 16 a 20	4	22,2
De 20 a 30	4	22,2
Total	18	100,0

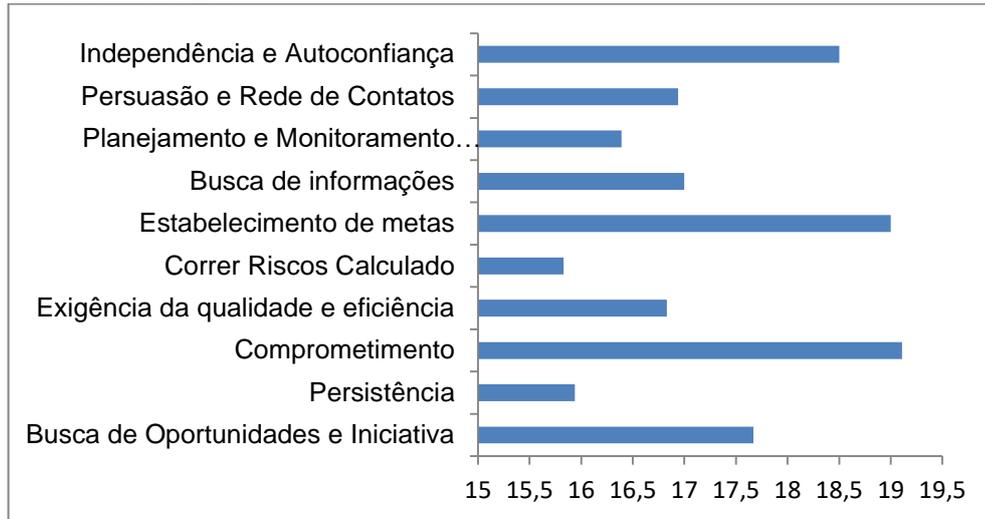
Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo/MG – 2017

Quanto ao número de funcionários, 61,1% apresentam de 0 a 5 funcionários, fato que se apresenta como indicador da pequena dimensão dos negócios. Os negócios de 6 a 15 funcionários totalizam 27,8% e os empreendimentos com 16 a 20 empregados totalizam 11,1%. É importante observar que 55,5% dos negócios femininos estão no ramo do vestuário. Raras são às vezes em que o capital próprio é suficiente para criar, gerir e expandir os negócios, cerca de 33,3% das entrevistadas responderam que nunca fizeram empréstimos. A maioria recorreu a Bancos (61,1%) no momento de obter fundos para geração e expansão do negócio.

O questionário de David McClelland (1972) é composto por 55 afirmações, com cinco opções. A respondente assinala a que mais a representa. As opções distribuem-se, conforme de Lickert, dentro da escala: “nunca, raras vezes, algumas vezes, usualmente, sempre”. Zerbetto (2013) ainda completa: “O mesmo questionário divide-se em três conjuntos, que identificam a motivação do empreendedor, são elas: a realização, o planejamento e o poder”. Dentro da motivação do empreendedor estão as Características comportamentais empreendedoras que são Busca pela oportunidade e Iniciativa; Persistência; Comprometimento; Exigência de qualidade e Eficiência; Correr riscos calculados Estabelecimentos de metas; Busca de informações; Planejamento e monitoramento sistêmico; Persuasão e Rede de Contatos; Independência e Autoconfiança.

Entre as 18 empresárias entrevistadas encontrou-se uma média relacionada à presença e à intensidade de cada uma das CCE's, representada numa pontuação. Segundo os critérios de McClelland, para o indivíduo ser considerado empreendedor, deve atingir pontuação no mínimo de 15 pontos, pontuação média alcançada pelo grupo em todas as CCEs. O gráfico abaixo demonstra a média das CCE's - Características Comportamentais Empreendedoras.

Gráfico 1- Média das CCE`s

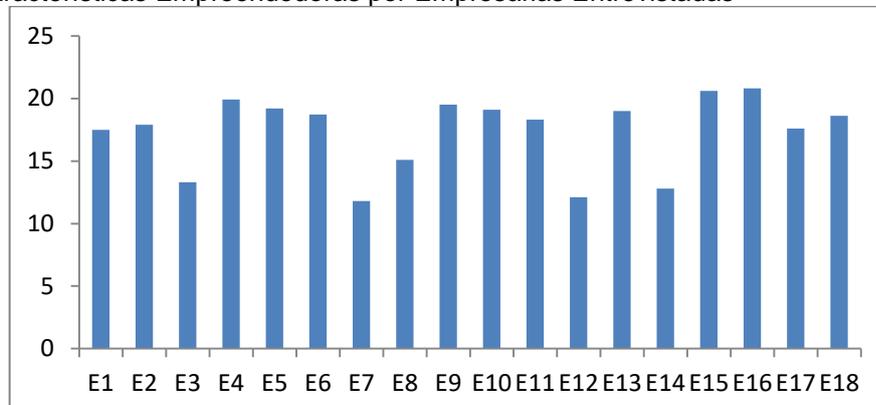


Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo/MG – 2017

Destaca-se o comprometimento como a característica que obteve maior média para o grupo, seguida pelo estabelecimento de metas e pela autoconfiança. Entretanto, uma das principais características do empreendedor está associada à inovação e refere-se à capacidade de correr riscos calculados, característica que mais pontuou na pesquisa acerca das mesmas habilidades entre os japoneses donos de agronegócios em São Gotardo, cuja média foi 23,7(CAMPOS, 2015).

Foi realizada uma análise individual do perfil de cada participante. Como o trabalho não tem a intenção de identificar os participantes, as entrevistadas serão nomeadas pela letra E e diferenciadas com números de 1 a 18, sendo o número exato de participantes. Foram calculadas as médias gerais de cada participantes, encontrando-se os seguintes resultados:

Gráfico 2- Características Empreendedoras por Empresárias Entrevistadas



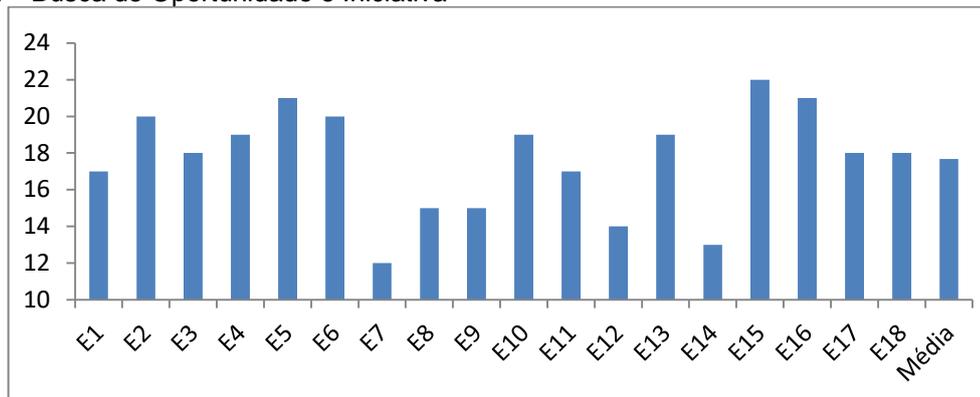
Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo/MG – 2017

O gráfico acima mostra uma de média de 18,7 na pontuação estabelecida por McClelland para empreendedorismo entre as mulheres empresárias que participaram da pesquisa. Destacamos o resultado de E15 e E16 que obtiveram resultados superiores a 20 pontos, os empreendimentos são do ramo agrícola e da confecção respectivamente, ambos não utilizam consultorias especializadas, os negócios possuem 10 e 4 anos e estão na faixa de 0 a 5 empregados. No extremo oposto encontramos os casos de E3, E7, E12 e E14 que não alcançaram pontuação suficiente para serem consideradas empreendedoras. Duas das entrevistadas atuam no ramo de vestuário, uma no ramo de materiais de construção e outra no ramo de corretagem de seguros. Três possuem negócios com mais de 10 anos. Duas possuem de 7 a 11 empregados, as outras de 0 a 5, como a média dos negócios. A maioria apresenta empreendimentos longevos, ou seja, com mais de 15 anos. Nenhum deles utiliza consultoria especializada. Se a estabilidade, o tamanho do negócio são indicadores de sucesso para pequenos e médios negócios, observamos uma fragilidade da análise comportamental para explicar o desempenho dos empreendimentos femininos.

Operamos uma separação por conjuntos para melhor quantificação de cada Característica Comportamental Empreendedora. O primeiro será Realização abrangendo as características Busca de Oportunidades e Iniciativa, Exigência de Qualidade e Eficiência, Persistência, Comprometimento e Correr Riscos Calculados.

Com relação a CCE *Busca de Oportunidades e Iniciativa*, podemos destacar E15 que alcançou maior pontuação. Também as entrevistadas E2, E5, E6, E16 foram bem pontuadas, atuando em ramos de comércio varejista, confecção e venda de produtos veterinários. A iniciativa e busca de oportunidade é uma característica empreendedora fundamental para a abertura, manutenção e expansão dos negócios.

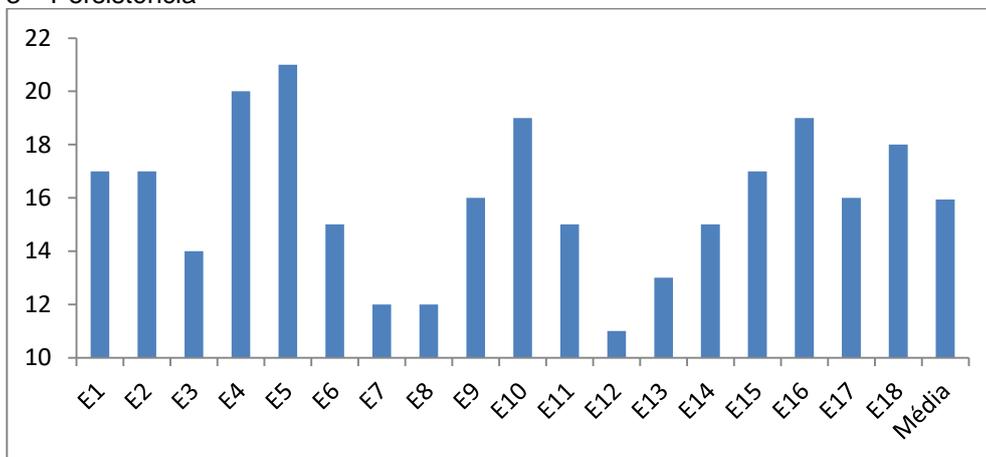
Gráfico 2 – Busca de Oportunidade e Iniciativa



Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo/MG – 2017

A característica Persistência teve maior pontuação pela entrevistada E5, alcançando 21 pontos. Em contrapartida a entrevistada E12 atingiu apenas 11 pontos. A CCE teve média de 15,94. Apresentou uma das mais baixas pontuações segundo o modelo de McClelland, devendo receber maior atenção em termos de treinamento.

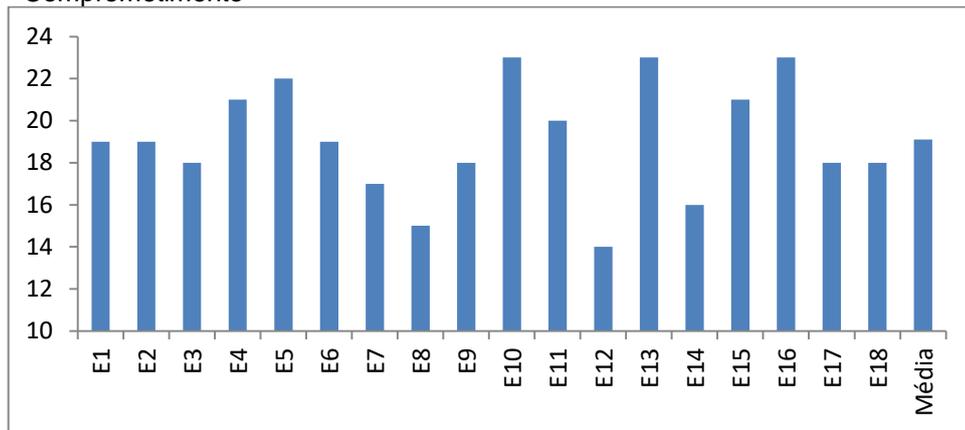
Gráfico 3 – Persistência



Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo/MG – 2017

No que tange a CCE Comprometimento é o fato de obter maior média (19,11) entre todas as características, possuindo o somatório de E4 e E5 superior a 20.

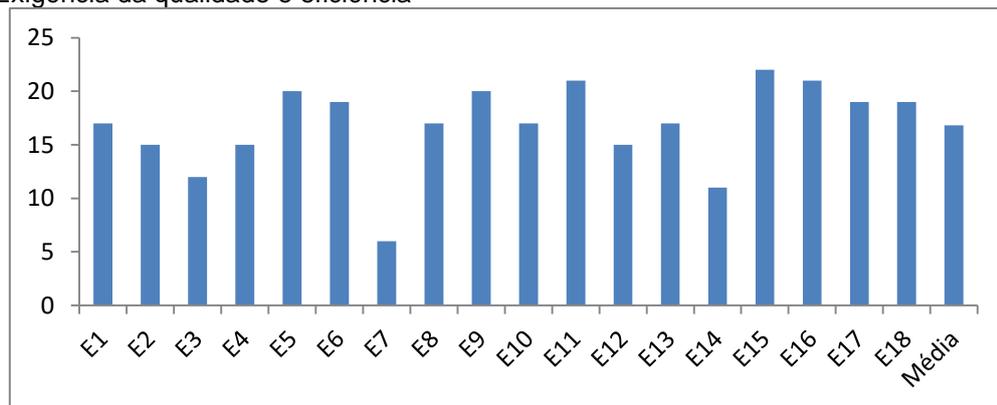
Gráfico 4 – Comprometimento



Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo/MG – 2017

A característica Exigência da qualidade e eficiência possui um aspecto peculiar no que se refere a extremos na pontuação, E7 alcançou apenas 6 pontos, enquanto a média da característica foi 16,83

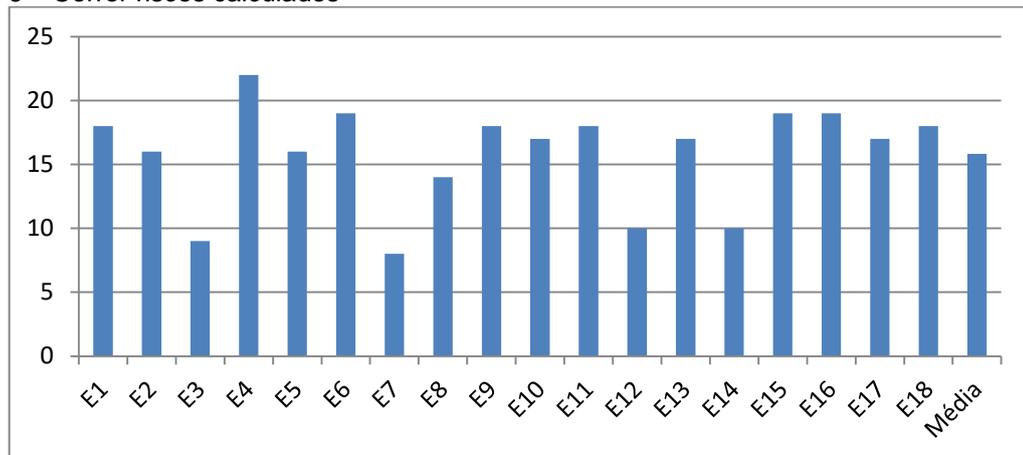
Gráfico 5 – Exigência da qualidade e eficiência



Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo/MG – 2017

Correr riscos calculados teve maior pontuação alcançada por E4 (20). E3, E7, E14 E12 e E14 não atingiram pontuação mínima.

Gráfico 6 – Correr riscos calculados



Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo- 2017

O comportamento dessa variável, fraca para o gênero feminino, é observado também por Zerbetto (2013). Tais conclusões podem servir de base para novos estudos que testem o peso de variáveis culturais nas composições de identidade de gênero e o impacto das mesmas na gestão e desempenho dos negócios.

Quadro 4 – Características comportamentais Comparadas

	Estabelecimento de metas	Busca de Informação	Planejamento e monitoramento	Persuasão e rede de contatos	Independência e autoconfiança	Média
E1	19	18	15	17	18	17,5
E2	22	17	18	17	18	17,9
E3	14	10	10	14	14	13,3
E4	19	21	19	21	22	19,9
E5	20	18	18	15	21	19,2
E6	21	18	18	18	20	18,7
E7	6	13	18	15	11	11,8
E8	18	16	12	15	17	15,1
E9	23	21	19	22	23	19,5
E10	23	20	19	19	15	19,1
E11	20	15	19	20	18	18,3
E12	10	9	11	11	16	12,1
E13	23	21	18	17	22	19
E14	17	11	9	11	15	12,8
E15	21	20	19	22	23	20,6
E16	25	19	19	19	23	20,8
E17	20	17	16	15	20	17,6
E18	21	22	18	17	17	18,6
Média	19	17	16,39	16,94	18,5	17,32

Fonte: Dados da Pesquisa, São Gotardo- 2017

Observa-se que a característica planejamento e monitoramento também pontua abaixo da média, somente duas entrevistadas recorreram ao auxílio do SEBRAE para consultorias. A falta de oferta desses serviços no município é um gap para o impulso e profissionalização do negócio, bem como para o aumento do rendimento do negócio. Outra pontuação abaixo da média do total das características empreendedoras é a persuasão e rede de contatos. Pesquisas envolvendo a relação de ambas características comportamentais com a identidade de gênero poderiam trazer resultados importantes.

06 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância dos estudos acerca do empreendedorismo feminino pode ser atestada pelo número de mulheres que chefiam famílias, pelo número de mulheres que participam ativamente da renda familiar e das mulheres desempregadas. Segundo a Síntese de Indicadores Sociais do IBGE (2015), o número de lares chefiados por mulheres aumentou 67,1% de 2004 a 2014. Políticas públicas que auxiliem na criação de empregos autônomos constituem medidas para o controle do desemprego que raramente atribuem um tratamento diferenciado às mulheres. McClelland defende um ponto de vista que se tornou base do PNUD e foi posteriormente apropriado pelo SEBRAE: características empreendedoras podem ser desenvolvidas e aprimoradas através de treinamento especializado. Observamos que as empreendedoras de São Gotardo administram seus negócios de forma intuitiva, sem treinamento ou uso de consultorias. Entretanto, as médias empreendedoras são significativas, atingindo 18,7 pontos. Embora o trabalho não seja conclusivo em relação à questão gênero e a explicação da pontuação fraca para algumas características comportamentais como correr riscos calculados e manter uma profícua rede de contato nos negócios, aponta para a relevância de novas pesquisas e testes de hipóteses.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

07 – REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALLEMAND, Renato Neves. *Apostila sobre teoria comportamental empreendedora*. Pelotas: IFSUL, 2007. Disponível em: <[http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/ralleman/Apostila sobre Teoria Comportamental Empreendedora/Apostila sobre Teoria Comportamental Empreendedora.pdf](http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/ralleman/Apostila_sobre_Teoria_Comportamental_Empreendedora/Apostila_sobre_Teoria_Comportamental_Empreendedora.pdf)>. Acesso em: 13 jun. 2017.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. *EMPREENDEDEDORISMO FEMININO: razão do empreendimento*. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração), Centro de Ensino Superior de Primavera, 2011.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. *Fundamentos de metodologia científica*. 3. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa; MERCADO, Cristiano Miglioranza; RICOLDI, Arlene. Trabalho, renda e políticas sociais: avanços e desafios. In: BARSTED, Leila Linhares; PITANGUY, Jacqueline (org). *O Progresso das Mulheres no Brasil 2003–2010*. Rio de Janeiro: CEPIA; Brasília: ONU Mulheres, 2011.

CAMPOS, E. As características do comportamento empreendedor. In: Seminário de Pesquisa Universidade Luterana do Brasil, X, 2007, Guaíba. *Anais...* Disponível em <http://guaiba.ulbra.tche.br/pesquisas/2007/artigos/administracao/302.pdf>. Acesso em 01 jun.2013.

CAMPOS, M. *A empresa como vocação: o SEBRAE e o empreendedorismo na cultura da informalidade como problema público*. Tese (Doutorado em Sociologia), Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro, 2003.

CAMPOS, M. *Os nossos japoneses do agronegócio e o empreendedorismo: uma análise do comportamento empreendedor segundo as características de McClelland*. Relatório de Pesquisa, Universidade Federal de Viçosa, 2015.

CARRÃO, Ana Maria Romano; JOHNSON, Grace Florence; MONTEBELO, Maria Imaculada de Lima. A influência do grau de escolaridade do pequeno empresário

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

sobre sua percepção de negócio. *Revista Eletrônica de Administração*, [S.l.], v. 13, n. 2, p. 409-432, maio 2013. ISSN 1413-2311. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/39953/25463>>. Acesso em: 27 jun. 2017

CARVALHO, Pedro Manuel Rodrigues de, GONZALÉS, Luis. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. In: *Comportamento organizacional e gestão*, 2006, VOL. 12, N.º 1, 43-65.

DIAS, Tania Regina Frota Vasconcellos; MARTENS, Cristina Dai Prá; BOAS, Ana Alice Vilas. Estudo das características comportamentais empreendedoras dos estudantes membros de duas empresas juniores. In: Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais – SIMPOI, 15, 2012. *Anais...* São Paulo: Editora da FGV, 2012. Disponível em: <http://www.simpoi.fgvsp.br/arquivo/2012/artigos/E2012_T00241_PCN02186.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2017.

DIAS, Tânia Regina Frota Vasconcellos; SOUZA NETO, Silvestre Prado de; BOAS, Ana Alice Vilas. Características comportamentais empreendedoras relevantes: estudo de caso dos ganhadores do prêmio top empresarial 2007. In: Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas, 2010, Recife. *Anais...* Editora da Anegep, 2010. Disponível em: <<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/recife/EMP103.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2017.

DORNELAS, Jose Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2014

DUVERGER, Maurice. *Método de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel, 1962.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil: 2016*. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em <

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/.../5904.pdf
Acesso em 03 jun. 2017

Global Entrepreneurship Monitor. *Empreendedorismo no Brasil*: 2016. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/.../5904.pdf
Acesso em 03 jun 2017

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *IBGE Cidades 2010*. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=316210&idtema=16&search=minas-gerais|sao-gotardo|sintese-das-informacoes>. Acesso em 27 mai 2017.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. *Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n3/v10n3a04.pdf>. Acesso em 03 jan 2017.

JONATHAN, Eva G.; SILVA, Taissa M. R. da. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. *Psicol. Soc.* [online]. 2007, vol.19, n.1, pp.77-84. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/%0D/psoc/v19n1/a11v19n1.pdf>. Acesso em 03 jan 2017.

JONATHAN, Eva. G. Mulheres empreendedoras: quebrando alguns tabus. *In: Encontro Nacional de Empreendedorismo – ENENPRE, III. Anais...* Florianópolis: Editora da Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do Trabalho Científico*: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatórios, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. - 8. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2013.

LANDSTRÖN, Hans; LOHRKE, Franz (Eds) *Historical foundations of entrepreneurship research*. Northampton (USA): Edward Elgar Publishing, 2010.

MAGESTE, Gizelle de Souza; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; CKAGNAZAROFF, Ivan Beck. Empoderamento de mulheres: uma proposta de análise para as organizações. *In: Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, 5.*, 2008, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: Anpad, 2008.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

MOREIRA, Adrielle Fernandes. *Empreendedorismo no Agronegócio e a Teoria Comportamental de McClelland: Um Estudo no Setor de Serviços no Município de Patos de Minas*. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração), Universidade Federal de Viçosa Campus Rio Paranaíba, 2014.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. *Rev. Adm. Pública*, vol.43, no.1, Rio de Janeiro, Jan./Feb., 2009

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. *Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração*. Catalão: UFG, 2011.

REGO, Arménio; LEITE, Emauel. Motivos de sucesso, afiliação e poder: um estudo de validação do constructo no Brasil. *Estudos de Psicologia*, Campinas, v. 1, n. 8, p.185-191, 14 abr. 2003.

RIBEIRO, Valdemir José. *Mulher, trabalho e família: uma análise da visão das professoras da educação básica em Rio Paranaíba-MG*. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração), Universidade Federal de Viçosa Campus Rio Paranaíba, 2015.

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa Social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROSA, Josiane Elita; MANFRI, Silvia Helena. O Empreendedorismo Feminino Em Face Da Atual Reestruturação Produtiva. *In: Seminário Integrado entre Oficinas, Disciplinas e Estágio do curso de Serviço Social de Presidente Prudente, Seminário Integrado*, Vol. 9, No. 9 (2015). Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/revista/index.php/SeminarioIntegrado/article/viewArticle/5159>>. Acesso em: 01 jun. 2017.

SCHUMPETER, Joseph. *A Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo, Abril Cultural, 1961.

ZERBETTO, B. *Estudo do empreendedorismo feminino na cidade de Rio Paranaíba sob a Teoria do Comportamento de David McClelland*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração), Universidade Federal de Viçosa Campus Rio Paranaíba, 2013.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Número XVI Jul-dez 2017	Trabalho 05 Páginas 83-105
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	