



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

ARIANA VIEIRA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO POR MULHERES:
UMA ANÁLISE DO PERFIL E DOS DESAFIOS ENFRENTADOS POR MULHERES
EMPREENDEDORAS**

**CHAPECÓ
2019**

ARIANA VIEIRA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO POR MULHERES:
UMA ANÁLISE DO PERFIL E DOS DESAFIOS ENFRENTADOS POR MULHERES
EMPREENDEDORAS**

Trabalho de conclusão da graduação apresentado ao curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Humberto Tonani Tosta

**CHAPECÓ
2019**

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Silva, Ariana Vieira da
EMPREENDEDORISMO POR MULHERES: UMA ANÁLISE DO PERFIL
E DOS DESAFIOS ENFRENTADOS POR MULHERES EMPREENDEDORAS
/ Ariana Vieira da Silva. -- 2019.
77 f.

Orientador: Humberto Tonani Tosta.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Administração, Chapecó, SC , 2019.

1. Empreendedorismo. 2. Desafios do empreendedorismo
feminino. 3. Perfil das mulheres empreendedoras. I.
Tosta, Humberto Tonani, orient. II. Universidade Federal
da Fronteira Sul. III. Título.

ARIANA VIEIRA DA SILVA

**Empreendedorismo por mulheres: uma análise do perfil e dos desafios
enfrentados por mulheres empreendedoras**

Trabalho de Conclusão do Curso de Administração apresentado como requisito para a
obtenção de grau de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da
Fonreira Sul - UFFS.

Orientador (a) Prof.(a) **HUMBERTO TONANI TOSTA** – UFFS

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca na data de:
27 de Junho de 2018.



HUMBERTO TONANI TOSTA – Doutor



GRAZIELA SIMONE TONIN – Doutora



EMERSON MOISÉS LABES – Mestre

À todos aqueles que fizeram parte da minha vida em algum momento, que me ensinaram e compartilharam coisas positivas, assim como, àqueles que me causaram sofrimento e me fizeram entender como não devo ser e agir. Aos meus pais, irmãos, familiares, namorado, e amigos, por todo amor, apoio, incentivo e por se fazerem presentes mesmo estando longe fisicamente.

AGRADECIMENTOS

O privilégio de me formar só está se realizando, pois sempre tive o apoio da minha família, em especial o apoio da minha mãe, do meu irmão, do meu pai e da minha avó paterna. Eles me deram todo o suporte material, financeiro e emocional que estava ao alcance deles. Além de toda educação, amor, e valores que fizeram toda diferença na minha adaptação em Chapecó e no meu convívio social.

Tenho sorte por ter tido ótimos professores que se doaram e compartilharam todo ensinamento que puderam. Agradeço todos àqueles que estiveram presentes nos meus momentos mais difíceis e que não me abandonaram, em especial a Hisabelle Schazmann, que sempre me incentivou, me ensinou, e que foi minha amiga do início ao fim da faculdade. Tenho muito orgulho do ser humano que ela é, e vou levar um pouco dela comigo.

Ao meu orientador Humberto Tonani Tosta por todo ensinamento e por toda paciência que teve no decorrer desses dois últimos semestres. O admiro por muitas coisas, principalmente por ser uma pessoa de coração tão nobre, que trata a todos com igualdade e respeito.

A essa cidade que me acolheu de portas abertas, que me proporcionou conhecer tantas pessoas, outra cultura, uma vida com mais qualidade, uma formação acadêmica, pelas oportunidades de emprego e também, por ter me presenteado com um parceiro para todas as horas, meu namorado.

A todas entrevistadas que se dispuseram a contribuir e compartilhar suas experiências comigo e agora com todos àqueles que tiverem acesso a este trabalho.

Vou levar da graduação muito mais que um diploma, mas também amigos, experiências, e muitos ensinamentos. Aprendi muitas coisas ao longo desse tempo, como ser menos orgulhosa, a ser mais forte, mais independente, e mais madura. Tenho muito orgulho da pessoa que estou me tornando e me sinto honrada pela oportunidade que meus pais me deram em poder estudar tão longe de casa, em uma Universidade Federal.

“Sua mente tem poder de fabricar a realidade. O que você pensa, você sente, o que você sente, você vibra, o que você vibra, você atrai para si. Somos seres vibracionais que interagem com o universo.”
The Secret (2006).

RESUMO

As mulheres conquistaram um espaço mais representativo nos dias atuais em decorrência das evoluções históricas, das lutas pelos direitos civis, políticos e sociais, o que permitiu que elas pudessem trabalhar, votar e estudar. Um outro marco foi a introdução do método contraceptivo no ano de 1960, o anticoncepcional, que possibilitou a mulher mais liberdade e o controle sobre a sua reprodução, viabilizando outros caminhos e escolhas. A presente pesquisa objetivou analisar as características das mulheres empreendedoras do município de Chapecó SC. No que diz respeito à metodologia utilizada, compõe-se predominantemente como qualitativa e classificada quanto aos fins como descritiva. Quanto aos meios, pesquisa de campo e bibliográfica. Utilizou-se a entrevista individual semiestruturada para realizar a coleta de dados que contou com o depoimento de 08 mulheres declaradas empreendedoras na cidade de Chapecó SC. Em relação às dificuldades enfrentadas, as 3 que possuem funcionárias, citaram a liderança e a gestão como o maior desafio, as demais informaram que a falta de capital inicial, entender do ramo que elas atuam, administrar a empresa e estar de acordo com a legislação são os maiores desafios de empreender. E por fim, o preconceito por ser mulher e empreendedora, 37,5% informaram ter sofrido preconceito em experiências formais anteriores, 37,5% afirmaram sofrer preconceito de homens e mulheres dentro do meio empreendedor, 12,5% relatou não se recordar de ter sofrido preconceito e 12,5% sofreu preconceito apenas por pessoas do gênero masculino. O presente estudo teve todos os seus objetivos específicos alcançados, atendendo ao objetivo geral proposto de analisar os desafios enfrentados e o perfil das mulheres empreendedoras do município de Chapecó SC.

Palavras-chave: empreendedorismo; perfil empreendedor; dificuldades do empreendedorismo feminino.

ABSTRACT

The women have gained a more representative place today as a result of historical developments, struggles for civil, political and social rights, which allowed them to work, vote and study. Another landmark was the introduction of the contraceptive method in the year 1960, the contraceptive, which allowed women more freedom and control over their reproduction, making possible other ways and choices. The present research aimed to analyze the characteristics of entrepreneurial women in the municipality of Chapecó SC. With regard to the methodology used, it is composed predominantly as qualitative and classified for purposes as descriptive. How much to the means, field research and bibliographical. The semi-structured individual interview was used to perform the data collection that had the testimony of 08 women declared entrepreneurs in the city of Chapecó SC. Regarding the difficulties faced, the 3 that have employees, cited leadership and management as the biggest challenge, the others reported that the lack of initial capital, understand the branch they work, manage the company and be in accordance with the legislation are the greatest challenges to undertake. Finally, 37.5% reported being prejudiced by previous formal experiences, 37.5% said they suffered prejudice from men and women within the entrepreneurial environment, 12.5% reported not remembering having suffered prejudice and 12.5% suffered prejudice only by males. The present study had all its specific objectives achieved, in view of the proposed general objective of analyzing the challenges faced and the profile of entrepreneurial women in the municipality of Chapecó SC.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial profile; difficulties of female entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Taxas (em %) específicas ¹ e estimativas ² (em milhões) do número de empreendedores por gêneros segundo estágios do empreendimento - Brasil	13
Figura 2 - Figura 2 – Procedimentos da metodologia.....	32
Figura 3 - Motivos que as levaram a empreender.....	46
Figura 4 - Os desafios mais marcantes da trajetória empreendedora.....	53

LISTAS DE SIGLAS

ABRH - Associação Brasileira de Recursos Humanos

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

CRA - Conselho Regional de Administração

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBQP - Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade

PEGN – Pequenas Empresas Grandes Negócios

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SPELL - Scientific Periodicals Electronic Library

TEA - Taxa de Empreendedorismo Inicial

TEE - Taxa de Empreendedores Estabelecidos

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Resumo da revisão sistemática.....	16
Quadro 2: Competências, habilidades e atitudes que envolvem as competências do empreendedor.....	24
Quadro 3: Taxas ¹ (em %) e estimativas ² (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2017	26
Quadro 4: Motivação dos empreendedores iniciais: taxas ¹ (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA ² (em %), estimativas ³ (em unidades) e razão oportunidade e necessidade - Brasil - 2017	28
Quadro 5: Modelo Teórico: Determinantes e Dificuldades de Crescimento de Empresas de Mulheres	30
Quadro 6: Vantagens e desvantagens da entrevista.....	34
Quadro 7: Perfil das entrevistadas	38
Quadro 8: Fatores motivacionais das iniciativas.....	45
Quadro 9: O que é ser empreendedora na visão das entrevistadas.....	48
Quadro 10: Os desafios de ser empreendedora.....	52
Quadro 11: Contribuições que a experiência de trabalhar para terceiros trouxe	55
Quadro 12: Pontos favoráveis e desfavoráveis em ser empreendedora	58
Quadro 13: Preconceitos vivenciados por serem do gênero feminino	59
Quadro 14: O que faz a diferença no sucesso do empreendimento	62
Quadro 15: Dicas para futuros empreendedores.....	64

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVO GERAL.....	12
1.1.1 Objetivos específicos	12
1.2 JUSTIFICATIVA.....	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA.....	15
2.2 INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO.....	17
2.3 DESAFIOS EM CONCILIAR A VIDA PESSOAL COM A VIDA PROFISSIONAL.....	21
2.4 EMPREENDEDORISMO.....	23
2.4.1 O Empreendedorismo feminino	27
2.4.2 Desafios do empreendedorismo feminino	28
3 METODOLOGIA	32
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	32
3.2 SUJEITOS DA PESQUISA.....	34
3.3 COLETA DE DADOS.....	34
3.4 ANÁLISE DOS DADOS.....	36
3.5 LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	37
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	38
4.1 CARACTERÍSTICAS DA CIDADE OBJETO DE ESTUDO.....	38
4.2 RESPONDENTES DA PESQUISA.....	38
4.3 MOTIVOS QUE AS LEVARAM A EMPREENDER.....	40
4.3.1 Bruna	40
4.3.2 Paula	41
4.3.3 Alice	41
4.3.4 Fernanda	42
4.3.5 Julia	43
4.3.6 Maria	43
4.3.7 Grazielle	44
4.3.8 Selma	44

4.4 DEFINIÇÃO DO QUE É SER EMPREENDEDORA NA CONCEPÇÃO DAS ENTREVISTADAS.....	47
4.5 OS DESAFIOS MAIS MARCANTES DA TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA.....	49
4.6 A EXPERIÊNCIA DE TRABALHAR PARA TERCEIROS	53
4.7 PONTOS FAVORÁVEIS E DESFAVORÁVEIS EM SER EMPREENDEDORA.....	56
4.8 PRECONCEITOS VIVENCIADOS.....	59
4.9 COMO ELAS CONCILIAM A VIDA FAMILIAR COM A VIDA PROFISSIONAL	62
4.10 O QUE FAZ A DIFERENÇA NO SUCESSO EMPREENDIMENTO	62
4.11 DICAS PARA AQUELES QUE DESEJAM EMPREENDER	64
CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
5.1 SUGESTÕES PARA NOVOS ESTUDOS.....	69
REFERÊNCIAS	70
APÊNDICE A - Termo de Consentimento livre e Esclarecido	74
APÊNDICE B - Roteiro de entrevista	76

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo diz respeito ao processo de identificação, de desenvolvimento e de captação de uma ideia. A visão pode ser uma melhor forma de fazer algo, uma oportunidade ou uma ideia inovadora. O resultado desse processo é a criação de uma nova organização, formada em condições de incerteza e de risco considerável. O empreendedorismo está além de criar novas empresas, e sim, na forma de ver e fazer as coisas, sendo a criatividade primordial (SARKAR, 2008).

O surgimento do movimento empreendedor no Brasil se intensificou na década de 1990, quando entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) foi criado. Anterior a esse período pouco se discutia o tema, conseqüentemente, não havia informações suficientes, além disso, havia uma carência em incentivos econômicos e políticos, o que tornava o empreendedorismo muito desafiador (DORNELAS, 2012).

No que diz respeito às características, Chiavenato (2007) acredita que empreender está além de criar novos negócios ou empresas, tão pouco ser apenas um meio de obter retorno financeiro. Empreender é movimentar a economia, é impulsionar talentos, inventar o que não existe e reinventar o que precisa ser melhorado, é se desafiar dia a após dia e se desenvolver como ser humano e profissional. Ainda de acordo com o autor, o empreendedor é aquela pessoa que faz as coisas acontecerem, que tem o poder de transformação. É dotado de capacidade, sensibilidade, tem feeling para oportunidades, um alto nível de energia, criatividade e perseverança. E com todos esses atributos combinados em equilíbrio transforma ideias em realidade.

Já o debate sobre o empreendedorismo feminino, não diz respeito apenas à inserção da mulher no mercado de trabalho como um complemento de renda, mas sim de transformação social de grandes proporções, provocando alterações nas relações familiares, nas demandas por serviços públicos, entre outros (GOMES, 2004).

De acordo com dados apresentados pela GEM (2016), as mulheres brasileiras conseguem criar novos negócios na mesma proporção que os homens, entretanto, elas encontram mais dificuldades para fazer com que os seus

empreendimentos prosperem. Tal fato pode ser explicado por alguns fatores relatados pelas empreendedoras brasileiras como: preconceito de gênero; menor credibilidade; dificuldade em conciliar a vida familiar com o empreendimento.

Por muitos anos a desigualdade entre homens e mulheres foi justificada por acreditar-se que o homem era superior à mulher em muitos aspectos, sendo esses: capacidade cognitiva, força física, habilidades e competências, mas elas vêm conquistando espaço e provando o contrário. Empreender é para todos independente da classe social ou gênero (AMORIM; BATISTA, 2011).

Assim, pergunta-se: **quais são os desafios enfrentados e o perfil de mulheres empreendedoras da cidade de Chapecó SC?**

1.1 OBJETIVO GERAL

Analisar os desafios enfrentados e o perfil das mulheres empreendedoras do município de Chapecó sc.

1.1.1 Objetivos específicos

1. Verificar as concepções das entrevistadas acerca do empreendedorismo.
2. Identificar qual é o perfil das mulheres empreendedoras do município de Chapecó;
3. Revelar a trajetória das entrevistadas e os motivos que as levaram a empreender;
4. Relatar os desafios enfrentados por elas e se sofreram preconceito por serem mulheres e empreendedoras;

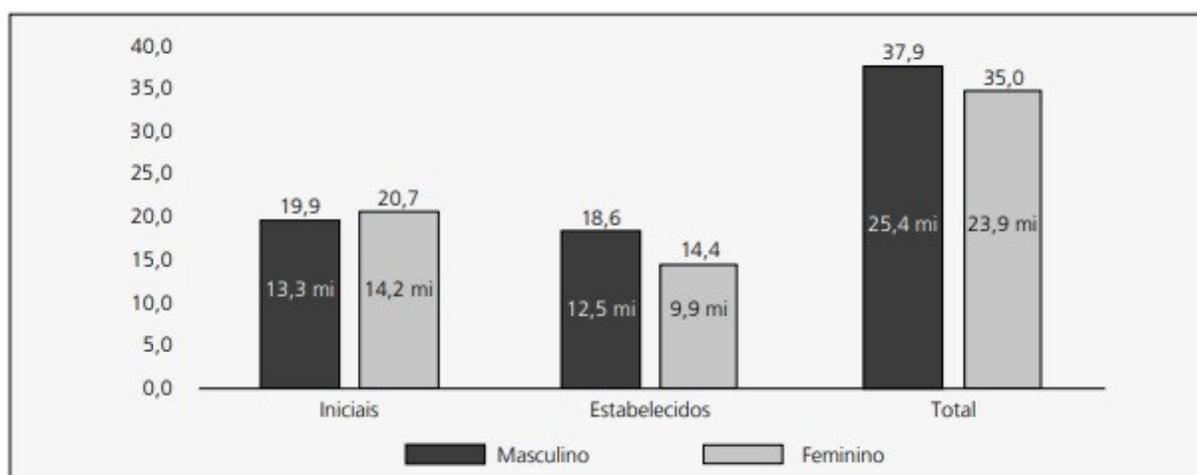
1.2 JUSTIFICATIVA

Uma parcela significativa da população não está ciente do quanto os avanços na tecnologia irão impactar o seu futuro profissional. Pessoas vêm sendo substituídas por máquinas há muito tempo, mas daqui vinte anos, a expectativa é de que a oferta e a demanda seja muito desproporcional, visto que uma parcela das

profissões deixarão de existir e tarefas que eram executadas apenas por humanos, perderá espaço para robôs. Diante desse cenário preocupante, é preciso se reinventar e desenvolver habilidades que os robôs já mais serão capazes, como por exemplo: liderar pessoas e desenvolver relações interpessoais (ABRH 2018). Uma alternativa para resolver esse impasse, é criar medidas de incentivo ao desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil, uma vez que as empresas movimentam a economia com a geração de emprego e renda (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

E por acompanhar e estar ciente dos impactos que essa revolução vem causando, instituições como o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e a GEM (Global Entrepreneurship Monitor) têm realizado pesquisas para entender quem são os empreendedores, no que estão empreendendo, entre outros dados. A proporção de mulheres que registram seus empreendimentos no CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica) é maior do que os homens. No ano de 2016, 20,3% daquelas que trabalhavam por conta própria possuíam registro, enquanto o percentual entre eles era de 18,2%. As pesquisas realizadas entre 2012 e 2016 apontam que o número de empreendedoras ou trabalhadoras por conta própria registradas aumentou de 1,9 milhão para 2,6 milhões (SARAIVA, 2017)

Figura 1 - Taxas (em %) específicas¹ e estimativas² (em milhões) do número de empreendedores por gêneros segundo estágios do empreendimento - Brasil - 2017



Fonte: GEM Brasil 2017

¹ Percentual da população referente a cada categoria da população (ex. 19,9% dos homens no Brasil são empreendedores iniciais).

² Estimativa calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017:135,4 milhões.Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

É possível notar ao analisar o gráfico, que o empreendedorismo é uma forma das mulheres conquistarem o seu espaço na sociedade, sua liberdade e sua independência. E no entendimento de Beauvoir (1980) não se nasce mulher, torna-se mulher. As lutas por direitos e a mudança sociocultural-psicológica na sociedade foram imprescindíveis para que as mulheres fossem vistas com outros olhos, dando a elas mais valor enquanto ser vivo, reconhecendo suas virtudes, concedendo a oportunidade de ingressar no meio político “[...] É um paradoxo criminoso recusar à mulher toda a atividade pública, vedar-lhe as carreiras masculinas, proclamar sua incapacidade em todos os terrenos.” (GASPARI, 2003 p.42).

E ainda, o formato do século XXI é o mundo dirigido por homens e a mulher é enquadrada apenas como coadjuvante na construção da sociedade. E é através da educação, debates e conscientização, que essa concepção de superioridade masculina será desmistificada. O que dificulta esse processo é a falta de união entre as próprias mulheres, algumas possuem uma visão machista e de inferioridade de gênero sobre elas mesmas, ideias essas que são difundidas no ambiente familiar, na igreja, nos meios de comunicação, entre outros Beauvoir (1980).

O tema em questão vai muito além de mulheres que decidiram empreender, mas essa problemática envolve preconceitos vivenciados pelas mesmas no meio social e familiar, envolve também a conciliação entre o papel que a mulher deve exercer de acordo com o senso comum versus a vida profissional.

Os dados e resultados apresentados no presente estudo, servirão de apoio àqueles que se interessam pelo tema, que buscam informações para compor um estudo. E incentivar todas aquelas mulheres que se veem como empreendedoras mas falta motivação, incentivo, ou uma visão mais abrangente sobre a realidade do empreendedorismo feminino. E por fim, contribuir para o meu desenvolvimento pessoal e acadêmico, visto que tive a acesso a muitos artigos e monografias relacionados ao tema, e pude conhecer um pouco melhor sobre as dificuldades, perfil e concepções de mulheres empreendedoras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Visando a contextualização e o embasamento do estudo, será apresentado nos tópicos a seguir a base teórica, a começar pela revisão sistemática da literatura, a qual apresenta o resultado de uma pesquisa sobre temas correlatos e diretamente relacionados. Após, explana-se os conceitos expostos nas literaturas consultadas, trazendo uma visão do que é o empreendedorismo feminino, o contexto histórico da inserção da mulher no mercado de trabalho, as diferenças de gênero no contexto empreendedor e as suas características.

2.1 REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

No final do século XX, precisamente no ano de 1995, um grupo de cientistas que se reuniram na cidade de Potsdam, localizada na Alemanha definiu a revisão sistemática como sendo “[...] a aplicação de estratégias científicas que limitam o viés de seleção de artigos, avaliando com espírito crítico os artigos e sintetizando todos os estudos relevantes em um tópico específico.” (GALVÃO; SAWADA; TREVIZAN, 2004).

Em outras palavras, a revisão sistemática pode ser compreendida como uma forma de pesquisa baseada em evidências, que consiste em sintetizar os resultados pesquisados a partir da utilização da literatura como fonte sobre algum tema ou problema específico. Quanto à importância da revisão sistemática para a área de administração, é possível estabelecer lacunas de conhecimento e identificar áreas que necessitam de futuras pesquisas. Outro viés de suma importância da revisão sistemática é contribuir com a tomada de decisões (GALVÃO; SAWADA; TREVIZAN, 2004).

Para que uma boa revisão sistemática seja realizada, é necessário seguir sete passos, sendo estes: definição da pergunta, especificando população e intervenção de interesse; localização e seleção dos estudos, definir palavras-chave e estratégias de busca; avaliação crítica dos estudos; a coleta de dados; análise e apresentação dos dados; interpretação dos dados e, por fim, o aprimoramento e atualização da revisão (SAMPAIO; MANCINI, 2007).

E para realizar tal pesquisa e atender os 7 passos, foi escolhido o **SPELL (Scientific Periodicals Electronic Library)** que diz respeito a uma “[...] ferramenta

virtual que agrega a produção científica disponibilizada eletronicamente por periódicos nacionais reunindo artigos científicos, entre outros documentos, todos disponíveis livremente para consulta e download” (SPELL, 2018).

A consulta foi realizada nos dias 19 e 20 de setembro de 2018 e as palavras-chaves utilizadas na busca foram: empreendedorismo feminino, desafios do empreendedorismo, mulher no mercado de trabalho. A busca realizada na base de dados no site SPELL, incluiu-se uma pesquisa avançada que contemplava os seguintes critérios: publicados a partir de 2010, periódicos, idioma em português.

Com os resultados obtidos, foram listados os artigos e monografias que mais se aproximavam das palavras-chaves pesquisadas, partindo então para a leitura dinâmica do título, a fim de averiguar aqueles que possuíam ligação com o tema pesquisado, caso tivesse sinergia, lia-se o resumo para verificar se havia correlação com o tema pesquisado.

Quadro 1 - Resumo da revisão sistemática

Total de periódicos encontrados	280
Periódicos com título relacionado	40
Periódicos com resumo relacionado	25
Periódicos diretamente relacionados com o tema	10
Periódicos selecionados	03

Fonte: a autora, 2018.

Com o resultado obtido na revisão sistemática, foi possível selecionar três periódicos para integrarem a composição teórica do presente estudo. Embora o estudo acerca do empreendedorismo possua grande extensão, ao se analisar pesquisas voltadas para o empreendedorismo feminino, existem pouquíssimas investigações.

O Primeiro periódico selecionado é de autoria de Fernando Antonio Prado Gimenez, Jane Mendes Ferreira e Simone Cristina Ramos, cujo título é

“Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa”, publicado no ano de 2016. O artigo apresenta os resultados de um estudo de revisão da literatura brasileira sobre o empreendedorismo feminino, além de apresentar a dinâmica de surgimento e formação desse campo no Brasil evidenciando sua gênese, abordagens de pesquisa, temas considerados e resultados.

O segundo periódico selecionado é de autoria de Luciana Cramer, Mônica Carvalho Alves Cappelle, Áurea Lucia Silvia Andrade e Mozar José de Brito. Intitulado “Representações Femininas da Ação Empreendedora: uma Análise da Trajetória das Mulheres no Mundo dos Negócios”, publicado no ano de 2012. O estudo buscou compreender a forma como a mulher está inserida no mercado de trabalho, sobre a ocupação delas em cargos que antes eram ocupados apenas por homens, e ainda estudar o contexto social, situacional e histórico.

E por fim, o terceiro periódico escolhido é intitulado por “Desigualdades de Gênero no Mercado de Trabalho Brasileiro: Uma Análise na Área de Ciências Sociais Aplicadas”, sendo de autoria de Darcle Costa Silva Hausmann, Mara Vogt, Nelson Hein, e Márcia Zanievicz da Silva. Este artigo tem como objetivo analisar certos aspectos que evidenciam a desigualdade de gênero em profissões relacionadas à área de Ciências Sociais Aplicadas no mercado de trabalho brasileiro. E o objeto de estudo foram graduandos, contratados entre o ano de 2013 a 2015, e que fossem da área de administração, economia e contabilidade de todo o país. Tais dados foram extraídos do MTE (Ministério do Trabalho e Emprego), e mostram que houve um decréscimo na desigualdade de gênero, sendo economia, a especialidade que teve maior índice.

2.2 INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Para entender o processo de entrada da mulher no mercado de trabalho, é necessário apresentar quais foram suas lutas e conquistas para que tal direito fosse concedido. A começar pelo sufrágio (direito ao voto) feminino que teve início no ano de 1897 na Inglaterra por Millicent Fawcett, e posteriormente, mulheres de países de diversas partes do mundo começaram a se basear nesse modelo de luta por igualdade e direito. O primeiro movimento organizado feminino no Brasil teve início

no ano de 1909, liderado por Leolinda Figueiredo Daltro, que futuramente criaria o Partido Republicano Feminino (PRF), entretanto, o nome mais lembrado quanto à luta pelo direito do voto feminino no Brasil, é de Bertha Lutz. Concedendo a mulher o direito de voto no ano de 1932, entretanto, foi a partir do ano de 1945 que puderam votar para presidente (KARAWAJCZYKA, 2014).

O estopim que levou Leolinda a refletir sobre a inferioridade da mulher e a se envolver com questões de igualdade de gênero com o intuito de mudar tal situação, se deu quando foi impedida de apresentar um trabalho no Congresso Brasileiro de Geografia. E a justificativa alegada no veto de sua participação, foi o fato de ser mulher. “A ação proposta por ela foi à busca pela participação ativa das mulheres no mundo político, iniciando a sua luta pelo reconhecimento do sufrágio feminino” (KARAWAJCZYKA, 2014).

A partir deste momento histórico que a situação política da mulher passou a ser discutida, dando início a busca por reconhecimento de seus valores, gênero, cidadania política e pela igualdade de direitos. O voto passou a ser visto não mais como algo simbólico, mas como uma forma de mudar a realidade, e de que a luta por direitos estava apenas começando, sendo esse, o passo mais significativo e importante a ser conquistado (KARAWAJCZYKA, 2014).

As sufragistas argumentavam que a vida das mulheres não melhorariam até que os políticos tivessem de prestar contas a um eleitorado feminino. Acreditavam que as muitas desigualdades legais, econômicas e educacionais com que se confrontavam jamais seriam corrigidas, enquanto não tivessem o direito de voto. A luta pelo direito de voto era, portanto, um meio para atingir um fim Abreu (2002).

É possível concluir que a conquista pelo direito ao voto trouxe mais visibilidade e consciência do papel da mulher na sociedade. Por não serem consideradas por boa parte dos homens como capazes, conseqüentemente tinham muitas limitações no ambiente em que estavam inseridas, o que dificultavam a sua inserção no mercado de trabalho, no poder de decisões familiares e também, no ambiente escolar (KARAWAJCZYKA, 2014).

E os fatos apresentados no parágrafo acima são confirmados pelas informações a seguir. No livro *A Ideologia Alemã* (1977, p.70), Engels e Marx afirmam que “a primeira divisão do trabalho é a que se faz entre o homem e a mulher para a procriação dos filhos”. Eles se referiram ao fato da mulher ser responsável pelos cuidados da casa e dos filhos e cabia ao homem a manutenção

da prole. Tais papéis são justificados e defendidos pelo patriarcado, que acreditam que a mulher tem a necessidade e quase uma obrigação de se subordinar ao homem. No entendimento de Degraf e Anker (2004, p. 167), “os valores culturais, a divisão de responsabilidades e o ordenamento patriarcal da sociedade ajudam a explicar a menor participação das mulheres na força de trabalho e os tipos de segregação ocupacional observados no mundo”. E são esses elementos que justificam até o presente momento as desigualdades de gênero, percebendo e dando melhor valor ao trabalho desempenhado por uma mulher.

No Brasil, a reforma constitucional que aconteceu no ano de 1967 na era do regime militar, trouxe como benefício, a proibição de critérios de admissão por motivo de estado civil, raça e orientação sexual. E assegurou às mulheres se aposentarem após 30 anos de contribuição. Tais direitos trabalhistas eram concedidos àqueles que possuíam vínculo empregatício registrado na carteira de trabalho. Por sua vez, Durante a “era Vargas”, temas como emancipação legal das mulheres e proteção à maternidade foram colocados em pauta e tiveram um bom avanço (PRONI, 2017).

E no ano de 1986, uma organização no interior da CUT (Central Única dos Trabalhadores), buscando conhecer mais a fundo e discutir os problemas das mulheres trabalhadoras, criou a CNQMT (Comissão Nacional sobre a Questão da Mulher Trabalhadora). Como uma forma de apoiar e incentivar a inserção da mulher no ambiente político, em 1991 a CUT criou a política de cotas, em que os sindicatos filiados à central, devem reservar 30% dos cargos de diretoria para mulheres. E foi nesse período que o anticoncepcional foi criado, como uma forma de controle da natalidade pelas próprias mulheres, para que assim, pudessem ter mais autonomia sobre suas decisões biológicas e no campo profissional (CARVALHAL, 2012).

Dois anos após a criação da CUT, a Constituição Federal de que ocorreu no ano 1988, passou a reconhecer os direitos individuais e sociais das mulheres, e com isso, a porcentagem de mulheres com carteira assinada passou a crescer gradualmente (PRONI, 2017). De acordo com os dados do Ministério do Trabalho e Emprego, a participação feminina em empregos formais era de 33,9% no ano de 1988 e no ano de 2015 representava 43,7% no país.

Embora os homens ocupem de forma predominante cargos de chefia e funções gerenciais, as mulheres vêm conquistando mais respeito no campo profissional, e com isso, tem conseguido ocupar cargos de liderança e de alto

escalão. Tal fato se deve a uma série de motivos, entre eles o questionamento que tem sido feito quanto a “divisão sexual do trabalho” (HELENA HIRATA; DANIELLE; KERGOAT, 2007). Elas estão presentes em quase todas as áreas de atuação, na mecânica, na engenharia, no transporte público, atividades essas que eram exercidas apenas por homens.

Desde a constituição federal de 1988 que assegura direitos iguais para todos, foram criadas políticas públicas com o objetivo de combater a discriminação contra as mulheres. Apesar de haver conquistas no plano legal e normativo, a discriminação continua presente nos dias atuais (PRONI, 2017)

Em relação às mulheres que conseguem adentrar no mundo corporativo, relatam mecanismos de discriminação. Melhores posições hierárquicas em uma grande organização se tornam um sonho cada vez mais distante, tal acontecimento é conhecido como “teto de vidro”, pois esses mesmos cargos que as mulheres não conseguem assumir por uma questão de gênero, estão reservados aos homens. Tema de muita relevância a ser tratado nos recursos humanos para formar uma política de gestão de pessoas socialmente mais corretas (PRONI, 2017).

Uma das consequências da desigualdade de gênero está diretamente relacionada ao salário desproporcional que as mulheres recebem para realizar as mesmas atividades que os homens, no ano de 2015 essa proporção representava 16,1%, e essa discrepância é ainda mais alarmante no setor industrial, onde a diferença salarial chega a 33,9%. É importante destacar que casos assim acontecem com mais frequência em cargos que exigem mais qualificação. De acordo com a RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), entre os empregados registrados, as mulheres são as que possuem escolaridade mais elevada (59,1% em 2015) (PRONI, 2017).

De acordo com uma pesquisa realizada pelo instituto Ethos (2015) em empresas com mais de 500 funcionários, mostra que a baixa presença de mulheres em cargos de direção e gerencial, foi justificada pelos entrevistados pela falta de experiência para lidar com o assunto, falta de qualificação para exercer o cargo, e por último, falta de interesse por parte das próprias mulheres (PRONI, 2017).

Nos anos 2000 foram adotados programas voltados para a igualdade de gênero, no entanto, as mulheres permaneceram inseridas em serviços precários e de baixo retorno financeiro. E aquelas que felizmente conseguiram um emprego formal, com carteira assinada, recebiam salários desproporcionais se comparados

aos dos homens, ainda que tivessem um grau de instrução igual ou maior (PRONI,2017). O que nos leva a pensar, se uma mulher exerce a mesma atividade, tem as mesmas obrigações, e no final entrega o mesmo resultado, por qual motivo a desigualdade de salário ainda se faz presente?

2.3 DESAFIOS EM CONCILIAR A VIDA PESSOAL COM A VIDA PROFISSIONAL

Segundo dados apontados por Boreli e Matos (2013), a legislação que regulamenta o trabalho feminino, foi sendo implantada no território brasileiro aos poucos, a começar por São Paulo, no ano de 1910. Mas o direito de trabalhar sem a autorização do marido, ou de algum homem “responsável” por ela, só foi autorizado em 1943. Muitos anos depois, precisamente em 1965, foi concedido às mulheres o direito de trabalhar fora do ambiente familiar sem precisar da aprovação de uma figura masculina.

O trabalho remunerado possibilita a mulher enxergar novos horizontes, vislumbrar uma vida melhor, uma vida de menos dependência financeira, e com isso, mais liberdade para tomar decisões, empreender, e seguir novos rumos. Além dessas questões, há outras que influenciam a forma de ser das trabalhadoras, uma vez inseridas no mercado de trabalho, precisam aprender a conciliar a dupla jornada de trabalho Leite (1982).

Outro ponto importante está relacionado à escolaridade, à medida que elas estudam e se profissionalizam, aumenta também a percepção de sua condição enquanto dona de casa, quebrando alguns paradigmas, visto que o número de domicílios chefiados por homens e sustentado pelas mulheres tem se tornado mais comum (PRONI, 2017).

Quando finalmente as mulheres começaram a compor o mercado de trabalho, foram inseridas em cargos inferiores aos dos homens e de baixa remuneração, realizando serviços operacionais, como tecer, costurar, e no setor de serviços operava como secretária, balconista. E conseqüentemente esses cargos passaram a ser desvalorizados socialmente e economicamente. Em contrapartida, aqueles serviços que eram desempenhados por mulheres e passaram a ser ocupados também por homens, esses começaram a ser valorizados, como por exemplo o caso das cozinheiras e dos chefes de cozinha (RITCHER, 2002).

Entre os avanços da legislação em apoio à mulher citados por Proni (2017), diz respeito à ampliação facultativa da licença-maternidade de 120 para 180 dias, promulgada pela lei 11.770/2008. Outro avanço foi a modificação da súmula 244, item III que ocorreu em 2012, que regulamenta que “a empregada gestante tem direito à estabilidade provisória prevista no art. 10, inciso II, alínea ‘b’, do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, mesmo na hipótese de admissão mediante contrato por tempo determinado”.

Apesar das conquistas legislativas, as mulheres ao se inserir no mercado de trabalho passam a lidar com outra situação conflituosa, diretamente relacionada a cultura do machismo, que diz respeito à dupla jornada de trabalho. De acordo com Ávila (2013), a dupla jornada é o “movimento causado pela sobreposição de tarefas do trabalho remunerado e não remunerado no cotidiano”. Falta compreensão e consideração na relação marido e mulher ao sobrecarregar e julgar que a esposa é a única responsável pelas tarefas domésticas.

O que contribui para esse panorama é a carência de políticas públicas que visem solucionar ou neutralizar os dilemas que as mulheres enfrentam. Por conta disso, a implementação de políticas públicas voltadas para a igualdade de gênero, é de suma importância. É necessário também que as pessoas sejam conscientizadas sobre os papéis sociais exercidos por ambos os sexos. Ainda de acordo com a autora, muitas mulheres se tornam empreendedoras principalmente pelos salários injustos que recebem, e encontram no empreendedorismo mais igualdade quanto a esse fator (ÁVILA 2013).

A pesquisa realizada por McGowan Redeker, Cooper e Greenan (2012), revela que para muitas mulheres, o prazer em gerenciar a sua própria empresa resulta em uma maior liberdade e flexibilidade, tem como contraponto, equilibrar as demandas do negócio e os compromissos familiares. Diante dessa situação, a experiência em empreender por muitas vezes acaba gerando aspectos negativos de relevância e uma fonte de tensão. As experiências negativas estão relacionadas a compromissos conflitantes, sentimento de culpa, e também sobre o papel que a mulher tradicional possui, especialmente o de mãe de família, responsável pelas atividades domésticas. Do ponto de vista profissional, as mulheres enfrentam dificuldades devido à falta de experiência como empreendedoras, e o receio de ficar endividadas.

Em relação aos conflitos envolvendo trabalho e família, Oliveira, Cazarotte & Paciello (2013) consideram dois aspectos: o primeiro deles é o conflito trabalho-família, que acontece quando as responsabilidades profissionais interferem nas relações do ambiente familiar, e o segundo aspecto, é o conflito família-trabalho, quando ocorre o inverso. Os autores acreditam que o bom desempenho do empreendimento depende do equilíbrio entre essas relações.

Dessa forma, percebe-se que a mulher se encontra em desvantagem na administração desses conflitos em relação ao homem por conta dos papéis impostos pela sociedade. A necessidade de conciliar suas diversas tarefas somadas à dificuldade de ascensão na carreira vem servindo como motivação para que se desenvolvam enquanto empreendedoras (GOMES; GUERRA & VIEIRA, 2011).

Os próximos tópicos visam esclarecer algumas questões relacionadas ao empreendedorismo como um todo, àquele desenvolvido por mulheres, assim como, os desafios enfrentados por elas.

2.4 EMPREENDEDORISMO

A partir da década de 80, o empreendedorismo ganhou força, sendo reconhecido como fonte de desenvolvimento econômico e progresso. E foi no ano 2000 que o movimento cresceu, concluindo-se que a nação depende dos futuros empresários para gerar desenvolvimento e poder econômico, assim como, promover a competitividade Degen (2009). “O empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, criando empregos e prosperidade” (DORNELAS, 2012, p. 13). Empreendedorismo é “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento” GEM (2016, p. 110).

Em concordância, Donato (2014) relata que os estudos sobre empreendedorismo se expandiram a partir de 1980, quando pesquisadores de ciências humanas e gerenciais trouxeram uma nova concepção sobre esse novo modelo de negócio. E para compreender o empreendedorismo mais a fundo, empresas pequenas viraram objeto de estudo nos Estados Unidos, chegando-se a conclusão de que elas tinham uma parcela de importância nas mudanças da economia e pela geração de emprego devido ao seu caráter inovador.

A diversidade conceitual acerca do que é empreendedorismo é altamente heterogênea, entretanto, essa diversidade possui algo em comum, que é a relação

da capacidade de inovar com o ato de empreender, que está vinculada ao conceito de desenvolvimento. Schumpeter (1982) acredita que o empreendedorismo é responsável por fomentar mudanças econômicas e gerar empregos. O autor afirma ainda que a criatividade é o impulso da inovação, sendo assim, essencial às mudanças socioeconômicas.

O sucesso de um empreendimento depende de fatores estratégicos que podem ser agrupados nos seguintes tópicos: obstinação; capacidade de trabalhar em conjunto; capacidade de reunir uma equipe; volume de trabalho, além disso, é preciso ter uma compreensão madura sobre o que é ser criativo e a importância da criatividade (URIARTE, 2000). Nem sempre as inovações são de alto impacto, entretanto, acabam por trazer vantagem competitiva para o empreendimento (DORNELAS, 2004).

Quadro 2 - Competências, habilidades e atitudes que envolvem as competências do empreendedor.

Comportamentos	Habilidades	Atitudes
Realização	Condução de situações	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Buscar oportunidades Tomar iniciativa ❖ Ter comprometimento ❖ Ter persistência ❖ Correr riscos calculados Ser rápido ❖ Ser tolerante à ambiguidade
	Identificação de oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ter visão ❖ Ter sonhos ❖ Inovar ❖ Enxergar tendências ❖ Ser criativo ❖ Orientar-se para o futuro ❖ Sair da zona de desconforto
	Disposição para o trabalho	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Orientar-se para resultados ❖ Ter organização ❖ Ser otimista ❖ Ser tolerante ❖ Ter motivação ❖ Buscar desafio ❖ Ter lócus de controle interno ❖ Ser pró-ativo
Planejamento	Gerenciamento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estabelecer metas Buscar informações Planejar e monitorar Utilizar recursos ❖ Pensar, planejar, executar, controlar estrategicamente

	Liderança	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tomar decisões ❖ Identificar oportunidade Assumir responsabilidades ❖ Ter dedicação ❖ Ter capacidade de adaptação à mudança
	Sentido de obrigação com os outros	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Trabalhar em equipe Partilhar ❖ Ter integridade
Afiliação	Rede de relacionamento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ter convencimento ❖ Criar valor ❖ Conduzir situação ❖ Buscar parcerias ❖ Produzir valores éticos e morais ❖ Ter comunicabilidade Gerir conflitos ❖ Saber negociar
Poder	Persuasão	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conseguir convencer Controlar gestão
	Rede de contato	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Comunicar ❖ Motivar colaboradores
	Autoconfiança	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser independente Negociar ❖ Prover recursos
Cognitivo	Conhecimento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Adquirir conhecimentos Adquirir capacitações ❖ Ter autoconhecimento Dominar o processo ❖ Ter capacidade de pesquisa ❖ Apresentar ideias ❖ Ter expertise ❖ Ter feedback
Filantropico	Voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Doar-se ❖ Ouvir ❖ Ter empatia ❖ Gostar de gente Compreender estado de espírito ❖ Ter olhar holístico e ser imparcial

Fonte: Schmitz (2012, p. 64).

Vale destacar também, que as funções desempenhadas por empreendedores e administradores são confundidas boa parte das vezes. Apesar dos dois serem fundamentais para fazer as coisas acontecerem, é necessário compreender suas características. Em muitos casos, o empreendedor pode ser um administrador, e vice-versa, um não exclui o outro. O que difere, é que o empreendedor é responsável por tirar do papel e dar vida a empresa, enquanto o administrador é responsável pela continuidade e crescimento da organização (DEMETRIO, 2017)

O administrador tem uma visão mais ampla da empresa, ele desenvolve características pessoais e ações no ambiente de trabalho específicas, tais como: planejar, organizar, dirigir e controlar. Enquanto o empreendedor se preocupa principalmente com as oportunidades presentes no mercado, em ser criativo e inovador. Geralmente o que move o administrador é o dinheiro, já a motivação do empreendedor é a paixão (DEMETRIO, 2017).

Quadro 3 - Taxas¹ (em %) e estimativas² (em unidades) de empreendedorismo segundo o estágio dos empreendimentos - Brasil - 2017

Estágios	Taxas	Estimativas
Total de Empreendedores	36,4	49.332.360
Iniciais	20,3	27.482.078
Novos	16,3	22.093.966
Nascentes	4,4	6.010.858
Estabelecidos	16,5	22.337.649

Fonte: GEM Brasil 2017

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² Estimativas calculadas a partir de dados da população brasileira de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 135,4 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

A taxa de total de empreendedores (TTE) no Brasil no ano de 2017, foi de 36,4%, ou seja, a cada 100 brasileiros entre 18 e 64 anos, 36 deles estavam desempenhando alguma atividade empreendedora, fosse na criação, no melhoramento de um novo negócio, ou na manutenção de um negócio já estabelecido (GEM, 2017).

É de suma importância que as pessoas sejam preparadas para agir e pensar por si mesmas, com criatividade, visão de futuro e liderança, para que com esses atributos consigam enxergar novas oportunidades de negócios e suprir a demanda do mercado. E aquelas empresas mais conscientes vem valorizando esse perfil de profissional, pois acredita-se que o empreendedor é um catalisador da mudança social (DOLABELA, 1999).

2.4.1 O Empreendedorismo feminino

A pesquisa realizada pela GEM (2016) apresenta dois tipos de empreendedores: o empreendedor por necessidade, aquele motivado pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e renda; e o empreendedor por oportunidade, motivado pela percepção de um nicho de mercado em potencial.

As mulheres brasileiras têm se mostrado mais ativas no ambiente empreendedor devido à necessidade de sobrevivência. A mulher brasileira se encontra abaixo dos valores considerados favoráveis a se obter um padrão de igualdade de condições de trabalho e renda, representando 13% contra 18,5% em relação aos homens GEM (2016).

A motivação daquelas mulheres que empreendem por necessidade é a dificuldade em se colocar no mercado de trabalho devido às obrigações domésticas e familiares. Para driblar essas limitações, elas configuram o lar em home office, é o caso de muitas cabeleireiras, que transformam a sala, a garagem em um ambiente empresarial. Entretanto, nem sempre elas o obtêm o retorno financeiro necessário para a sua sobrevivência, diante disso, a mulher sai em busca de um emprego formal, que possa trazer uma maior estabilidade e segurança financeira (NATIVIDADE 2009).

O índice de mulheres motivadas pela necessidade que desistem do empreendimento é muito significativo, representa 42% de desistência, ocasionado pela inserção em empregos formais. Quanto aos empreendimentos motivados pela oportunidade, as razões de descontinuidade são questões pessoais ou elevada competição (NATIVIDADE 2009).

Os dados apresentados pela GEM (2016) sobre o comportamento da empreendedora brasileira motivada pela sobrevivência, mostra que há insegurança quanto à gestão do seu negócio e conseguir se destacar no mercado por intermédio de sua orientação empreendedora. A partir dessas informações, é possível concluir que há uma carência de orientação efetiva, que dê suporte a essas mulheres a permanecerem. "É preciso criar mais oportunidades para que nossas mulheres atuem mais como empreendedoras, mas não por necessidade e sim porque se prepararam para isso e tiveram apoio governamental" (NATIVIDADE, 2009).

Quadro 4 - Motivação dos empreendedores iniciais: taxas¹ (em %) para oportunidade e necessidade, proporção sobre a TEA² (em %), estimativas³ (em unidades) e razão oportunidade e necessidade - Brasil - 2017

Motivação	Taxas	Percentual da TEA	Estimativas
Oportunidade	12,1	59,4	16.313.253
Necessidade	8,1	39,9	10.965.755
Razão Oportunidade/ Necessidade		1,5	

Fonte: GEM Brasil 2017

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos.

² Proporção sobre a TEA: A soma dos valores pode não totalizar 100% quando houverem recusas e/ou respostas ausentes. ³ Estimativas calculadas a partir de dados da população de 18 a 64 anos para o Brasil em 2017: 135,4 milhões. Fonte: IBGE/Diretoria de Pesquisas. Projeção da população do Brasil e Unidades da Federação por sexo e idade para o período 2000-2030 (ano 2017).

Certas características femininas como facilidade nas relações interpessoais habilidade na comunicação, dinamismo e criatividade, faz das mulheres catalisadoras da mudança social (HISRICH, 1989).

E Hisrich (1989) também acredita que entre os motivos que levam as mulheres a empreender, está a realização pessoal, a independência, dificuldades em ascender na carreira profissional, percepção de oportunidade de mercado, necessidade de sobrevivência e também, como uma forma de conciliar as questões voltadas para a família e para o trabalho. Assim como, a influência de familiares que foram ou são empreendedores, servindo como modelo, como uma fonte de experiências e informações. E por fim, a trajetória profissional anterior.

2.4.2 Desafios do empreendedorismo feminino

As dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras brasileiras são apresentadas a seguir. A primeira delas é a inserção da mulher em profissões que antes eram tidas como masculinas, como por exemplo, o setor logístico, e de tecnologia da informação. De acordo com estudos realizados por Porto (2002), há resistência e discriminação em algumas áreas, principalmente nas engenharias. E como reação a esses fatores, muitas mulheres acabam por mudar sua forma de agir para que fiquem mais parecidas com os homens e sofram menos preconceito. Além disso, o autor ainda comenta sobre a pressão sofrida pelos maridos e homens próximos, seja por ciúmes ou machismo.

O segundo conflito citado, é específico da mulher empreendedora, sendo este de ordem pessoal. Porto (2002) acredita que a família influencia na decisão da mulher ao empreender, e em muitos casos sofrem pressão tanto do marido quanto dos filhos. E com isso, as mulheres empresárias se sentem culpadas, pois ao buscar a realização profissional, em muitos casos precisam deixar os seus filhos sob os cuidados de outros.

É importante destacar o papel que o marido exerce. Apesar de haver divergência de pensamentos e opiniões, as mulheres recorrem aos seus maridos em busca de conselhos, apoio emocional, e até mesmo, recurso financeiro. Dessa forma, a relação que a mulher empreendedora possui com o seu marido, pode ser algo benéfico quando o mesmo apoia e auxilia, quando ele está de acordo com a independência e liberdade que o empreendedorismo proporcionará a sua esposa (MACHADO et al. 2003)

As mulheres empreendedoras enfrentam uma outra dificuldade, que diz respeito a falta de recursos financeiros. Para driblar essa situação, elas recorrem ao marido, entretanto, o pedido vem acompanhado de cobranças e de receio em fracassar. De acordo com uma pesquisa realizada pela GEM (2010), 25% das mulheres acreditam receber um tratamento diferente em relação aos homens pelas instituições financeiras. O resultado disso, são empreendedoras mais conservadoras no que se refere a risco. De acordo com uma pesquisa realizada por machado et Al. (2003), a fonte de capital inicial das empresas fundadas por mulheres no Brasil, são recursos provenientes de economias pessoais, penhor de joias, e empréstimo de familiares e amigos.

Em concordância, Martins et al. (2010), cita que mulheres empreendedoras têm pouco acesso a recursos financeiros de terceiros devido a restrições ao crédito. Um outro ponto levantado pelo autor, são as dificuldades em criar relacionamentos comerciais devido ao pouco tempo livre.

A dificuldade de crescimento que as empresas enfrentam está classificada quanto aos fatores internos e externos, ou ainda, por condições que limitam o potencial de crescimento. É possível citar os aspectos diretamente relacionados às características do empreendedor como responsável por essa dificuldade, entre elas: pouca qualificação pessoal, pouca experiência no segmento de atuação, assim como, formação gerencial limitada Hilka (2010).

Um aspecto que influencia diretamente na dificuldade de sobrevivência e crescimento da empresa, está relacionado à formação educacional das empreendedoras. E a habilidade de produzir produtos e serviços de qualidade, está associada ao conhecimento educacional e à experiência profissional (GUEDES, 2015). Em países em desenvolvimento, a falta de treinamentos, de orientação, de interação social e de experiência, afetava diretamente a forma como as mulheres conduziam os seus negócios Hisrich et. al. (1999).

Quadro 5 - Modelo Teórico: Determinantes e Dificuldades de Crescimento de Empresas de Mulheres

CRESCIMENTO DA EMPRESA	
DETERMINANTES	DIFICULDADES
<p>VARIÁVEIS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tempo dedicado ao negócio ● Acesso a Recursos Financeiros ● Equipe qualificada ● Conhecimento prévio sobre o negócio ● Capacidade criativa e inovadora ● Diversificação de produtos e serviços ● Uso de marketing e propaganda ● Adoção de novas tecnologias ● Apoio da família 	<p>VARIÁVEIS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Falta de qualificação pessoal ● Falta de autoconfiança ● Falta de um plano de negócios ● Falta de informação sobre o negócio ● Falta de estratégias de crescimento ● Dificuldade para construir relacionamentos ● Não participação em feiras de negócios e de feiras e eventos ● Falta de equipamentos mais tecnológicos ● Dificuldade para assumir riscos ● Dificuldade para conciliar trabalho e família ● Falta de recursos financeiros

Fonte: elaborado pela autora com base em Hilka Machado, Guedes e Gazola (2017, p. 06, grifo nosso)

Entre tantas dificuldades citadas no decorrer deste tópico, Hilka Machado, Guedes e Gazola (2017), trazem outros fatores de influência que não foram citados anteriormente, como por exemplo, dificuldade para assumir riscos, para construir relacionamentos profissionais e a falta de confiança em si mesmas.

De acordo com Guedes (2015), quanto menor a empresa, maior será a dificuldade para desenvolver o crescimento da mesma, tal fato pode ser explicado por conta da escassez de recursos. Concluindo esse pensamento, Penrose (2006) afirma que as empresas pequenas estão limitadas devido ao contexto no qual estão

inseridas, e para driblar essa situação precisam otimizar os seus recursos produtivos, além disso, a experiência do empreendedor interfere diretamente no crescimento ou estagnação da empresa.

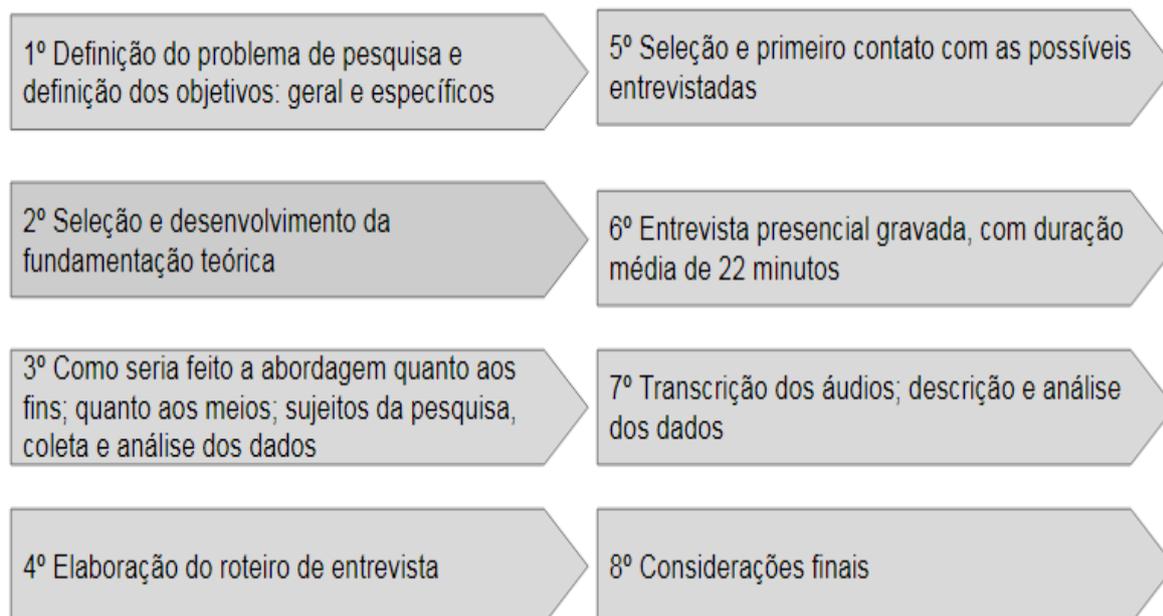
Outra questão de muita relevância e pouco discutida, diz respeito às políticas públicas. No entendimento de Still et al (2000), existe uma carência dessas políticas, é necessário estabelecer programas que estimulem e que se ajustem ao modelo de crescimento, em especial àquelas dirigidas por mulheres, de forma auxiliá-las e dar o devido suporte para que alcancem outro patamar.

3 METODOLOGIA

Metodologia e métodos são comumente confundidos. A palavra método está relacionada com os modos de proceder para se atingir tal objetivo. Já a metodologia se preocupa com a confiabilidade do caminho escolhido para se chegar ao fim proposto; cujo objetivo está ligado ao estudo do método, por conta disso, não deve ser confundida com a teoria, com o conteúdo, nem mesmo com os métodos e técnicas. Dessa forma, a metodologia não se prende apenas a descrição dos procedimentos utilizados na pesquisa. Apesar de não terem o mesmo significado e sentido, teoria e método são dois termos inseparáveis Vergara (1997). De acordo com Fonseca (2002), *methodos* significa organização, e *logos*, estudo sistemático, investigação, pesquisa. Segue abaixo os principais procedimentos utilizados na construção da metodologia da presente pesquisa.

Este tópico descreverá quais foram os procedimentos metodológicos escolhidos para a realização da pesquisa, informando a classificação, o sujeito a ser analisado; a forma como os dados foram coletados; as análises; e as limitações.

Figura 2 – Procedimentos da metodologia



Fonte: a autora, 2019.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Com o intuito de estudar as particularidades e experiências das entrevistadas de forma mais ampla e ter uma melhor compreensão dos dados obtidos, foi utilizado o método qualitativo. Malhotra (2011, p.122) afirma que “a pesquisa qualitativa é baseada em amostras pequenas e não representativas, e os dados são analisados de maneira não estatística.” A pesquisa qualitativa possui tal denominação, pois ela busca compreender os fenômenos a partir das perspectivas daqueles que vivem aquela realidade (GRUBITS; NORIEGA, 2004).

Os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, sinalizando o que convém ser feito, entretanto, não há quantificação dos valores e as trocas simbólicas não estão sujeitas à prova de fatos. Gerhardt e Silveira (2009).

No entendimento de Vergara (1997), uma pesquisa pode ser classificada quanto aos fins como exploratória, metodológica, aplicada, intervencionista e descritiva. E para realizar esta pesquisa, foi classificado quanto aos fins como descritiva. Descritiva, pois visa expor características da população objeto de estudo.

O estudo da trajetória de empreendedoras busca analisar em profundidade um fenômeno dentro do seu contexto, tendo como estratégia a pesquisa de campo para investigar a problemática e desenvolver conhecimento necessário acerca do fenômeno pesquisado Roesch (2012).

A adoção desta metodologia buscou revelar sua trajetória enquanto empreendedoras, os motivos que as levaram a empreender, como chegaram a tal patamar, quais foram os desafios que tiveram que passar, conhecer os pontos positivos e negativos de ser empreendedor na concepção das entrevistadas, buscar por meio da entrevista se já sofreu algum preconceito no meio empresarial por serem do gênero feminino, e identificar as suas características enquanto empreendedoras. No entendimento de Bauer e Gaskell (2013), o objetivo de um estudo qualitativo não se baseia em contar opiniões ou pessoas, mas sim explorar a diversidade de opiniões e as diferentes visões sobre o tema a ser discutido.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

Os critérios delimitantes da pesquisa são mulheres empreendedoras, da cidade de Chapecó SC. A seleção das entrevistadas foi realizada em primeiro momento por indicação de pessoas próximas, posteriormente foi realizada uma busca nas redes sociais, e por fim, foi solicitado as entrevistadas indicação de outras mulheres empreendedoras. Foram contatadas 17 mulheres da primeira semana de abril até a primeira semana do mês de maio, entretanto, por questões de disponibilidade de tempo, e interesse em participar da pesquisa, apenas 08 se mostraram dispostas. Na concepção de Vergara (2013, p.47), a amostra por acessibilidade “seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles.” E por questões éticas, o nome das entrevistadas não será divulgado, a cada uma delas será atribuído um nome fictício.

3.3 COLETA DE DADOS

O instrumento selecionado para a coleta de dados foi a entrevista semi estruturada. Em relação as suas características, Vergara (2009) afirma que a entrevista é caracterizada como uma intervenção verbal, que se utiliza do diálogo para trocar significados e conseqüentemente produzir conhecimento sobre o assunto em questão. É aconselhável que as entrevistas sejam realizadas pessoalmente por conta de uma série de motivos, entre eles a riqueza de detalhes. Entretanto, as mesmas podem ser realizadas por meios eletrônicos, mas as chances da qualidade dos dados não atingirem o objetivo em uma primeira entrevista, é maior, devido a oscilações da internet, do sinal de telefone, entre outros. Ainda de acordo com o autor, o entrevistador precisa ter domínio tanto da teoria que embasa o trabalho, quanto da metodologia, para conseguir captar todas as informações necessárias, e conduzir a entrevista da melhor forma possível.

Quadro 6 - vantagens e desvantagens da entrevista

Vantagens	Limitações
-----------	------------

Pode ser utilizada com todos os segmentos da população: analfabetos ou alfabetizados.	Dificuldade de expressão e comunicação de ambas as partes.
Há maior flexibilidade, podendo o entrevistador repetir ou esclarecer perguntas, formular de maneira diferente; especificar algum significado, como garantia de estar sendo compreendido.	Incompreensão, por parte do informante, do significado das perguntas, da pesquisa, que pode levar a uma falsa interpretação.
Oferece maior oportunidade para avaliar atitudes, condutas, podendo o entrevistado ser observado naquilo que diz e como diz: registro de reações, gestos etc.	Possibilidade de o entrevistado ser influenciado, consciente ou inconscientemente, pelo questionador, pelo seu aspecto físico, suas atitudes, ideias, opiniões etc.
Há possibilidade de conseguir informações mais precisas, podendo ser comprovadas, de imediato, as discordâncias.	Disposição do entrevistado em dar as informações necessárias. E Retenção de alguns dados importantes, receando que sua identidade seja revelada.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Lakatos e Marconi (2010, p. 197, grifo nosso).

O roteiro de entrevistas contém 15 perguntas de caráter semi estruturado, afim de obter respostas mais espontâneas e com um maior número de detalhes. Vergara (2009, p.9), afirma que a entrevista semi estruturada “permite inclusões, exclusões, mudanças em gerais nas perguntas, explicações ao entrevistado quanto a alguma pergunta ou alguma palavra, o que lhe dá um caráter de abertura.” Além disso, as entrevistas foram realizadas individualmente, com o intuito deixa-las mais a vontade, e também, para preservar a identidade das mesmas.

O período em que ocorreram as entrevistas foi do dia 20 de abril ao dia 15 de maio de 2019. O primeiro contato com as entrevistadas aconteceu por meio de um aplicativo de mensagens, em segundo momento, foi realizada a entrevista pessoal com gravação da fala das entrevistadas, cujas perguntas buscavam compreender os motivos que as levaram a empreender, as dificuldades enfrentadas e se já

sofreram preconceito no ambiente empreendedor, e a duração média foi de 22 minutos. O terceiro passo foi a transcrição na íntegra do que foi relatado. E por último, a descrição e a análise dos dados.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

No entendimento de Machado (2016), a análise da pesquisa qualitativa em primeiro momento consiste em preparar e organizar os dados, para que então, possa se fazer uma seleção do que é importante e agregará no estudo e retirar o que for irrelevante.

Entre os pontos positivos da pesquisa qualitativa, está o fato dela não tomar como base apenas o conceito teórico ou metodológico, e poder contar com inúmeras abordagens, entre elas a observação e as discussões geradas (FLICK, 2009).

A pesquisa qualitativa tende a gerar uma quantidade significativa de dados, e com isso, estes precisam ser muito bem organizados para seguir com a análise mais fidedigna e imparcial possível. Este modelo de pesquisa pode seguir as etapas a seguir: primeiro é necessário organizar os dados e depois transcrevê-los, e com isso, identificar o que dispensável, o terceiro passo fica com a parte de interpretação do dados pelas categorias teóricas de análise e por último, a análise de conteúdo (BARROS e LEHFELD, 2010).

Em primeiro momento, foi solicitado as entrevistadas a autorização para que os relatos fossem gravados, de forma a tornar os dados mais fidedignos, e para que fosse possível retornar aos áudios sempre que necessário. Posteriormente, foi realizado a transcrição das entrevistas na íntegra. Em terceiro momento, os dados foram selecionados, excluindo-se informações que não condiziam com a proposta do trabalho, e por fim, os dados foram agrupados de acordo com o assunto. No entendimento de Gil (2002), O processo de análise nada mais é do que extrair sentido aos dados coletados.

3.5 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

O público alvo da presente pesquisa são mulheres que possuem uma agenda pessoal e profissional muito atarefada, por conta disso, conciliar os horários que elas tinham disponível com o da entrevistadora, foi um desafio, foi necessário entrar em contato com um número muito maior de empreendedoras para se chegar ao número de 08 entrevistadas.

E esses fatos ocorreram por alguns motivos, entre eles: as mensagens encaminhadas em alguns casos demoravam muito tempo para serem respondidas, e quando respondidas, nem sempre se chegava a um comum acordo sobre data e horário da entrevista; outro fator que limitou a abrangência da pesquisa, foi a priorização da entrevista semi estruturada e presencial, a fim de obter dados mais aprofundados, sem duplas interpretações e conseqüentemente, mais fidedignos.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção será exposto os dados obtidos por meio da entrevista realizada às 8 selecionadas residentes de Chapecó SC. Inicialmente, será apresentado o perfil das entrevistadas. E posteriormente, apresenta-se um panorama de como as participantes do estudo definem o empreendedorismo, assim como, relatos sobre suas experiências, percepções e desafios vivenciados no ramo empresarial.

4.1 CARACTERÍSTICAS DA CIDADE OBJETO DE ESTUDO

Chapecó pertence ao Estado de Santa Catarina, localizada na região Sul do país. Foi criada em 25 de agosto de 1917, totalmente planejada, o traçado da cidade é em forma de xadrez. É reconhecida mundialmente por conta do Clube de futebol Chapecoense, conhecida localmente como a “Capital do Oeste”. A cidade possui nome indígena, que significa “donde se avista o caminho da roça” (PREFEITURA MUNICIPAL DE CHAPECÓ, 2019).

Chapecó apesar de ser estimada pelo IBGE no ano de 2018 com uma população de aproximadamente 216.654 pessoas, virou um polo universitário e vem atraindo estudantes de todo o Brasil, pois contempla 1 Universidade Federal, 1 Universidade Estadual, 3 universidades privadas, entre tantas outras a distância.

Além disso, as principais Agroindústrias do país estão localizadas em Chapecó. O município possui diversas iniciativas públicas e privadas de incentivo ao empreendedorismo, oferece desenvolvimento humano devido a grande oferta de emprego e renda, e também, investimentos em educação e saúde (IBGE, 2018).

4.2 RESPONDENTES DA PESQUISA

O estudo conta com a participação de 8 mulheres empreendedoras residentes de Chapecó SC. Conforme relatado na metodologia, utilizou-se nomes fictícios afim de preservar a identidade das entrevistadas. No quadro abaixo será apresentado o perfil das participantes.

Quadro 7 - perfil das entrevistadas

NOME FICTÍCIO	RAMO	IDADE	ESCOLARIDADE	Nº DE FILHOS	ESTADO CIVIL	TEMPO DA EMPRESA
Bruna	Loja de roupas e acessórios recicláveis	30 anos	Graduada em biologia	1 filho	Casada	2 anos
Paula	Clínica de estética	28 anos	Graduada em Biomedicina	Sem filhos	Solteira	5 anos
Alice	Serviços de beleza à domicílio (maquiagem, unha, depilação, pigmentação de sobancelha)	26 anos	Técnica em estética e massoterapia	Sem filhos	Casada	6 anos
Fernanda	Gráfica	26 anos	Graduada em Publicidade e Propaganda	Sem filhos	Solteira	6 anos
Julia	Franquia de roupas	33 anos	Graduada em Contabilidade	1 filha	Casada	7 anos
Maria	Loja de roupas	60 anos	Primeiro grau completo	Sem filhos	Solteira	21 anos
Graziele	3 Franquias de presentes e 2 franquias de roupas e acessórios infantis	51 anos	Graduada em Administração	1 filha	Casada	7 anos
Selma	Loja virtual de roupas	22 anos	Cursando Processos Gerenciais	Sem filhos	União estável	6 meses

Fonte: a autora, 2019

Observa-se que a faixa etária das entrevistadas varia de 22 a 60 anos, isso demonstra que para empreender não tem idade. Em relação ao tempo que empreendem, é de 06 meses a 21 anos. Quanto à formação, apenas 3 delas não possuem graduação. O estado civil é composto por quatro casadas, três solteiras, e uma em união estável.

O próximo tópico aprofunda o tema sobre empreendedorismo feminino e apresenta os depoimentos das entrevistadas, bem como as suas percepções acerca do assunto. Para o modelo GEM, empreendedorismo é:

qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou de um novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou empresas já estabelecidas (GEM, 2016).

4.3 MOTIVOS QUE AS LEVARAM A EMPREENDER

Este tópico visa apresentar os motivos relatados durante a pesquisa que levaram as entrevistadas a empreender, assim como, expor o que as move. Para melhor compreensão do leitor e do aproveitamento de detalhes e informações, dividiu-se os relatos em tópicos com nomes fictícios.

4.3.1 Bruna

Foi após o mestrado e a demissão no seu último emprego formal que ela começou a pensar na possibilidade de se tornar empreendedora. O objetivo era aliar a sua área de formação que é a biologia, ao negócio. Ela trabalhava nos empregos formais por muitas horas e ficava se questionando se ela trabalhasse para ela mesma se o retorno não seria maior, mas viu na prática que não é bem assim, e que o retorno financeiro demora a vir

A ideia inicial era abrir uma empresa de consultoria, mas como relatado por ela, “é uma área muito ingrata, pois não é algo constante, as empresas de consultoria demoraram muito tempo até trazer um retorno financeiro satisfatório”, pois o trabalho é trimestral, é um ramo que demora para ressarcir, tudo vai depender do que está no contrato, recebe uma entrada e só recebe o restante quando a licença sair.

E quando voltou do mestrado ela trabalhou em uma empresa de grande porte na cidade de Chapecó que tinha um projeto voltado para a reciclagem e conscientização, mas foi desligada da empresa no ano de 2017, e nesse mesmo ano ela engravidou e começou a pensar em novas formas de trabalho.

No mês de setembro de 2016 ela e o esposo viajaram de férias para o nordeste e se depararam com uma loja que vendia roupas e acessórios recicláveis e se encantou pela proposta. A partir de então ela passou a pesquisar mais sobre o

assunto e viu que seria possível conciliar os interesses pessoais e profissionais, além de ficar mais tempo com o filho.

Quando questionada sobre o seu legado de vida, ela informou que a proposta da empresa não é apenas vender roupas sustentáveis, mas também, realizar uma ação de conscientização, e isso vem sendo concretizado com palestras e trabalho voluntário.

4.3.2 Paula

A Paula é formada em biomedicina, e áreas que envolvem a beleza, a estética e os cuidados pessoais vinham despertando o seu interesse, mas não imaginava que trabalharia no ramo de estética, uma coisa foi levando a outra, conforme relatado.

Após formada, ela voltou para Chapecó, e a decisão de se tornar empreendedora veio quando ela estava trabalhando em uma clínica estética para terceiros, e notou que as pessoas já a buscavam por perceber que ela possuía um diferencial de atendimento, de ética e de profissionalismo. Então ela passou a se questionar: por que ela deveria continuar trabalhando para os outros se os clientes recorriam a ela na hora de buscar novos procedimentos estéticos?

A partir de então ela começou a pensar mais a fundo sobre outras possibilidades, e chegou a conclusão de que empreender era o que mais se encaixava no seu perfil. Em primeiro momento, a necessidade de fazer um legado com o seu nome, e o desejo de se tornar reconhecida em toda a região, foram os principais motivos que a levaram a empreender, tanto que a clínica leva o seu nome. E completou dizendo que a questão financeira é uma consequência de todo trabalho e esforço, assim como a liberdade de tempo e escolhas.

Em relação ao seu propósito de vida, a Paula informou que ver seus clientes felizes não tem dinheiro que pague, e que a estética está diretamente ligada a autoestima e, por conseguinte, a autoestima reflete em todas as áreas da vida de uma pessoa.

4.3.3 Alice

Desde pequena sempre gostou de assuntos voltados para moda e para a beleza, e com o passar dos anos viu que levava jeito para os cuidados pessoais.

E a virada de chave foi quando ela percebeu que deveria parar de realizar os sonhos dos outros e realizar os seus sonhos: “quanto mais eu trabalho mais eu ganho”.

A entrevistada relata que o que mais a motivou a ser empreendedora, é ela ter a capacidade e a possibilidade de criar o seu próprio salário. E também, a flexibilidade de horário para poder viajar, fazer um curso sem precisar pedir autorização aos superiores, flexibilidade em criar os seus horários, “se eu quiser trabalhar antes das 07h da manhã eu trabalho ou depois das 22h da noite, também”.

Questionada sobre não ter graduação, ela relata que “mesmo estando formado, graduado, é difícil conseguir uma boa colocação com um bom salário logo após a conclusão da graduação”, que demora alguns anos para se conquistar isso. E que com as atividades que ela realiza hoje, percebeu que conseguiria atingir os seus objetivos e sonhos em uma velocidade maior.

E o seu propósito está além de levar beleza às suas clientes, mas assim como, autoestima e bem estar.

4.3.4 Fernanda

Formada em publicidade, começou a empreender aos 20 anos de idade. A empresa surgiu a partir de um trabalho acadêmico que ela desenvolveu. Ela se convenceu de que abrir o negócio seria a melhor decisão a se tomar, ela completa dizendo que “os jovens têm muito potencial para ser o futuro da inovação”, que é necessário incentivá-los a se arriscar mais.

Ela relata que não tinha muita experiência, e que “o primeiro ano foi como uma escola”, pois foi necessário aprender a lidar com os seus clientes, e a conhecer com mais profundidade a área na qual estava se desafiando. E o que a motivou de início a abrir o próprio negócio foi o retorno financeiro, e sem segundo foi a flexibilidade de horário, apesar de ter pouco tempo livre, visto que não tem funcionários, conta com a ajuda da irmã.

Quanto ao legado de vida, a Fernanda citou a importância do sucesso, de ser reconhecida por seu trabalho, dedicação e esforço, assim como, ser um exemplo enquanto pessoa e profissional.

4.3.5 Julia

Tudo começou quando o shopping de Chapecó estava em processo de abertura e surgiu a oportunidade de abrir uma franquia de moda feminina.

Aos 16 anos ela começou a trabalhar como estagiária em um escritório de contabilidade, onde ficou por 10 anos. Foi contratada como secretária e foi subindo de cargo ao longo dos anos, terminando a sua jornada na empresa como líder de equipe do fiscal. Ela relata que o chefe foi como um pai, ele viu que ela tinha muita capacidade, e foi ele quem a estimulou a cursar Ciências Contábeis.

Ela relata que sempre se via muito além, sempre se imaginava sendo dona do próprio negócio, “mas as oportunidades por vir de uma família simples são mais escassas, às vezes a gente acredita e desacredita por conta das adversidades. Por isso que quando a gente tem uma meta, tem um sonho, temos que correr atrás que realiza” ela é uma pessoa de muita fé. Ela acredita que não tem que crescer sozinha, mas ajudar outras pessoas a crescer junto.

Outros fatores que contribuíram para que ela tomasse essa decisão, foi a flexibilidade, sendo considerada o item mais importante pelo fato de conseguir conciliar os horários pessoais e profissionais, e o segundo fator foi o retorno financeiro, “mas é preciso ser paciente, pois o retorno demora a vir”. ela demorou 2 anos para começar a tirar o pró-labore, “é preciso ser resiliente e paciente, acreditar que vai dar certo.”

O legado da Julia é ser o exemplo, em especial para a sua filha. Assim como, servir de inspiração para outras pessoas, e passar uma mensagem de que é possível chegar aonde sempre sonhou, e por fim, que é preciso ajudar outras pessoas sem esperar nada em troca.

4.3.6 Maria

Durante muitos anos ela trabalhou como costureira. E o fato de possuir apenas o primeiro grau foi um empecilho na hora de encontrar empregos mais qualificados, e uma alternativa que ela encontrou para ganhar mais dinheiro, foi abrir uma loja de roupas, pois era algo que ela gostava e tinha afinidade.

Em primeiro momento, o que a tornou empreendedora foi a oportunidade que surgiu em abrir uma loja dentro de uma galeria localizada no Centro de Chapecó, por um preço abaixo do mercado. Em segundo momento, foi o desejo em aumentar

o seu padrão de vida, pois o que ganhava como costureira não estava sendo suficiente para conquistar seus objetivos.

E para a Maria, o que mais a motiva é ter saúde para trabalhar.

4.3.7 Graziele

Os motivos que a levaram a empreender segundo relatado foi uma decisão pessoal. Ela tinha uma carreira consolidada em uma multinacional, era especialista de RH do Brasil, viajada muito. A filha foi crescendo, estava entrando na adolescência e ela queria dar mais atenção e ficar mais tempo com a filha. Ela tinha vontade de fazer alguma coisa, não queria e nem podia ficar parada, foi quando ela decidiu abrir a sua primeira franquia há 7 anos.

Hoje ela possui 5 lojas franqueadas, sendo duas voltadas para crianças, e 3 para presentes, duas localizadas no Estado de Santa Catarina, na cidade de Chapecó e Balneário Camboriú, e também, uma loja na cidade de Passo Fundo pertencente ao Estado do Rio Grande de Sul.

Ela sempre gostou de áreas que envolvesse mais a criatividade e menos processos burocráticos. Apesar de trabalhar muito mais horas como empreendedora, se ela tiver que se distanciar do emprego para cuidar da filha ou para viajar, ela tem a liberdade de fazer isso, ela faz sem peso na consciência, sem ter que dar explicação para ninguém. É possível concluir que os fatores que a levaram a empreender em primeiro momento foi a liberdade e a flexibilidade, o desejo de se fazer mais presente na vida da filha, a segunda foi por conta do perfil empreendedor, e a terceira foi a necessidade financeira.

A Graziele apresentou uma visão sobre o seu legado de vida. Ela relatou que está sempre em busca do desenvolvimento das pessoas com quem ela trabalha. A proposta é criar um ambiente descontraído e ao mesmo tempo desafiador. Ela não espera que um funcionário fique 10 anos, pois sabe que a rotatividade no setor comercial é bem grande, mas na visão dela, se a pessoa entrar, ficar 3 anos, desempenhar um trabalho de qualidade, e sair uma pessoa melhor, então todo esforço terá valido a pena.

4.3.8 Selma

A entrevistada relata ter muitas ambições, e acredita que nunca conseguirá realizar todos os sonhos se continuar dedicando seu tempo e seu trabalho para

outra pessoa. De início o retorno financeiro foi o que mais pesou para abrir seu próprio negócio, pois trabalhar ela precisará de qualquer de forma, e ao invés de dedicar seu tempo desenvolvendo projetos de outra pessoa, decidiu dedicar-se a algo que era seu. O segundo motivador, foi pensando na família, em poder dar uma estabilidade financeira a eles, pois acredita que o foco não é sobreviver e sim prosperar e poder viver bem e proporcionar isso ao seus. O terceiro e talvez o mais importante para a Selma, foi a liberdade, “tendo o meu próprio negócio, posso ditar as minhas regras, fazer os meus horários, determinar o meu tempo de trabalho, e além disso, poderei colher o resultado de todo o meu esforço dedicado ao negócio.”

A Selma acredita que é importante se manter sempre de cabeça erguida, e uma frase que ela carrega consigo, é que “o leão não é o rei da selva a toa, se fosse um cargo qualquer poderia dar para o bicho preguiça. O leão analisa, ele não perde as oportunidades, ele se arrisca”.

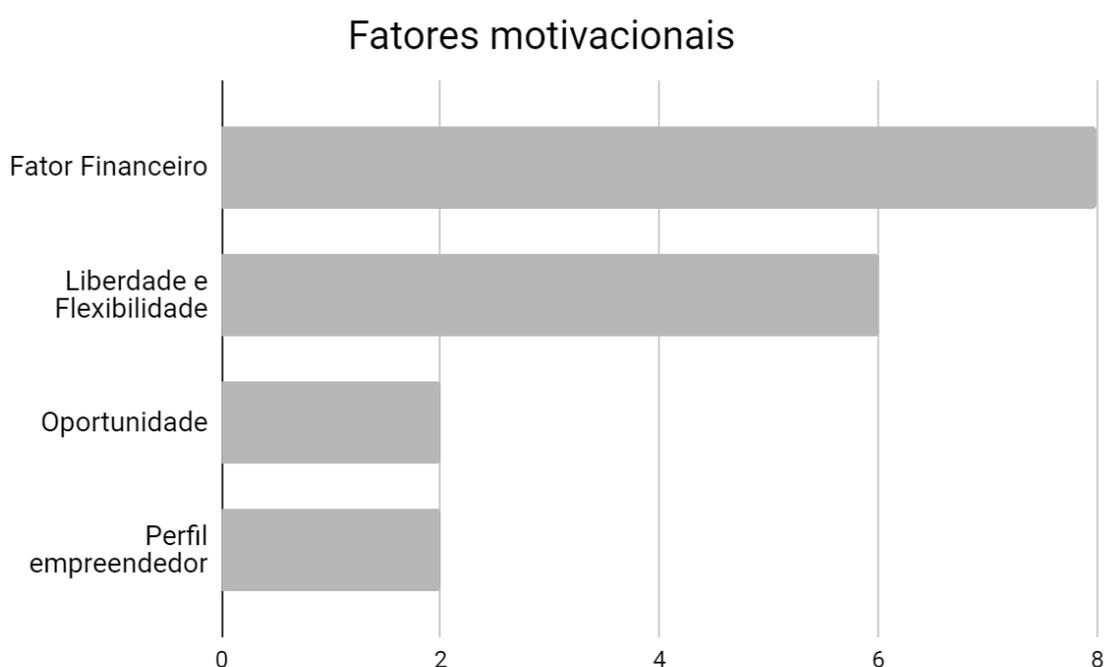
Quadro 8 - Fatores motivacionais das iniciativas

Entrevistada	Fatores motivacionais
Bruna	1) Aliar a sua área de formação ao negócio; 2) Fator financeiro.
Paula	1) Desejo de empreender e ser tornar reconhecida em toda a região; 2) Fator financeiro; 3) Flexibilidade e liberdade.
Alice	1) Fator financeiro; 2) Flexibilidade e liberdade; 3) Perfil empreendedor.
Fernanda	1) Fator financeiro; 2) Flexibilidade e liberdade.
Julia	1) Oportunidade; 2) Flexibilidade; 3) Fator Financeiro.
Maria	1) Oportunidade; 2) Fator Financeiro.
Grazielle	1) Flexibilidade e liberdade; 2) Perfil empreendedor;

	3) Fator Financeiro.
Selma	1) Fator financeiro; 2) Flexibilidade e liberdade; 3) Proporcionar estabilidade financeira à família.

Fonte: a autora, 2019.

Figura 3 - Motivos que as levaram a empreender



Fonte: a autora, 2019.

Para a Alice, Fernanda e Selma, o fator financeiro foi o que mais pesou no momento de empreender, já para a Bruna, o desejo de aliar a sua formação ao empreendedorismo foi um fator determinante. Em relação à Paula, o sonho de empreender e se tornar reconhecida na região foram os fatores mais relevantes. E por fim, para a Julia e Fernanda, a oportunidade de abrir o próprio negócio falou mais alto.

4.4 DEFINIÇÃO DO QUE É SER EMPREENDEDORA NA CONCEPÇÃO DAS ENTREVISTADAS

A Bruna acreditava que ser empreendedora era só ter o negócio próprio. Mas na prática ela se deparou com uma realidade muito mais desafiadora.

Empreender não é ganhar o seu próprio dinheiro, mas sim colocar em prática uma proposta de negócio que se acredita para depois ser sustentável economicamente. Mas o que mais encanta no negócio é que a proposta veio além de empreender, é poder levar para as pessoas essa mudança de comportamento, mais consciente e mais sustentável (Bruna).

Ela citou que está envolvida com vários trabalhos voluntários voltados para essa área. E que utiliza a loja para conscientizar as pessoas.

Para a Paula, Empreender é você ter algo inovador, algo diferente no mercado. Dar aquele passo independente do medo, que sempre vai existir. No ramo que ela atua existe muita concorrência, e batalha para que as suas atividades sejam sempre corretas independente de qualquer coisa.

Já a Alice, acredita que ser empreendedora é inovar no momento de crise, gerar renda e comodidade, tanto para si quanto para o cliente.

A Fernanda tem a concepção de que empreender é ver necessidade dos clientes, conhecer o público alvo, ter material para oferecer, e estar um passo à frente, pois quando ele chegar com uma ideia, a empresa já ter uma solução em mãos.

Para a Julia ser empreendedora é muito desafiador. “Não é fácil, porque é necessário ser muito dinâmica e conhecer de várias áreas para que o empreendimento dê certo.” Ela conseguiu se desenvolver em áreas que acreditava não ter capacidade, aprendeu muitas coisas sobre a gestão de pessoas e de como liderar. Ela acredita que é preciso ter um diferencial, e cita o atendimento ao cliente.

A maria acredita que ser empreendedora é desafiador, mas que por outro lado, não se vê fazendo outra coisa. Ser empreendedora na visão dela é superar os desafios e criar estratégias para driblar a crise econômica do país.

Com uma visão um pouco diferente das entrevistadas acima, Grazielle acredita que:

Tem que ser uma pessoa desprendida, proativa, que vá atrás das coisas, que não espera que os outros façam por ela, que saia da zona de conforto. Pois o empreendedor perde a questão da estabilidade. Ser empreendedor é mais do que ser um empresário (GRAZIELE).

A entrevistada Selma resume em poucas palavras que ser empreendedora é você sair da zona de conforto, se dedicar, vestir a camisa, se empenhar ao máximo para que a empresa se perpetue e dê frutos.

Quadro 9 - O que é ser empreendedora na visão das entrevistadas

Entrevistada	Ser empreendedora é:
Bruna	Primeiro colocar em prática uma proposta de negócio que se acredita para depois ser sustentável economicamente.
Paula	Ter algo inovador, algo diferente no mercado. Arriscar independente do medo
Alice	Inovar no momento de crise, gerar renda e comodidade, tanto para si quanto para o cliente.
Fernanda	Ver necessidade dos clientes, conhecer o público alvo, estar um passo à frente do cliente.
Julia	É preciso ser dinâmica, conhecer diversas áreas, é preciso ter um diferencial no atendimento ao cliente.
Maria	Ser desprendida, proativa, sair da zona de conforto, e não ter estabilidade.
Graziele	Ser desprendida, proativa, que saia da zona de conforto, e não ter estabilidade.
Selma	Sair da zona de conforto, se dedicar, vestir a camisa, se empenhar ao máximo para que a empresa se perpetue e dê frutos.

Fonte: a autora, 2019.

Para Grazielle e para a Selma, é preciso sair da zona de conforto para ser empreendedora, enquanto que para a Paula e a Alice é preciso inovar. Já a Fernanda e a Julia, concordam que é necessário conhecer diversas áreas para estar à frente dos clientes e da concorrência.

A mentalidade empreendedora está relacionada à percepção e a avaliação interna do indivíduo sobre o ambiente no qual está inserido, como por exemplo, questões políticas. E esses acontecimentos podem influenciar tanto de forma positiva, quanto de forma negativa na decisão de empreender. É preciso considerar

também, as características e o perfil de cada indivíduo, assim como, as influências que sofrem de empreendedores próximos. “Empreender é identificar oportunidades de negócio e desenvolver meios de aproveitá-las, assumindo riscos e desafios” SEBRAE (2017).

4.5 OS DESAFIOS MAIS MARCANTES DA TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA

Para a Bruna, o maior desafio foi entender o mercado, segundo, conhecer o ramo, visto que ela é formada em biologia e hoje atua no universo da moda. Foi necessário aprender sobre modelagem, produção, confecção e malharia. Outra dificuldade tem sido entender de negócio, de gestão, lidar com o financeiro, logística, materiais, marketing e compras.

Quanto a Paula, no primeiro momento a questão financeira foi o que mais impactou, pois ela não tinha capital para investir, mas felizmente pôde contar com o apoio financeiro do pai, foi ele quem forneceu um valor para ela dar início ao negócio, e com esse capital em mãos ela comprou um equipamento mais tecnológico na época para gordura localizada.

No início ela se desdobrava entre atender em Chapecó e em Coronel Freitas, e era muito trabalhoso, pois ela precisava levar o equipamento de um lado para o outro e montá-lo e desmontá-lo para conseguir carregá-lo no carro. A ideia inicial era pagar o aparelho em questão de um ano a dois anos, mas ela conseguiu o montante em seis meses. A partir de então, ela foi juntando dinheiro para comprar os outros aparelhos. Ela relata se sentir realizada pessoalmente por não ter ganhado tudo de “mão beijada”.

A Paula acrescenta mais uma dificuldade enfrentada, que foi na parte da gestão e de liderança. Ela acredita que o fato de ser formada em biomedicina, e não ter tido nenhuma matéria voltada para empreendedorismo e administração na faculdade, fez com que ela tivesse que se desdobrar e se desenvolver muito mais rápido nessas áreas.

A Alice relata que a personalidade que ela possui é um desafio, pois não consegue viver as coisas pela metade. O segundo desafio diz respeito a questão financeira. Quando ela terminou o primeiro curso de estética, foi trabalhar em um salão, e já começou com uma dívida de R\$ 600,00 que era o aluguel, e ela não tinha nenhum dinheiro guardado, mas foi com a cara e com a coragem, fez uma

prestação de todos os equipamentos que ela precisaria para trabalhar. E nas duas primeiras semanas já tinha o dinheiro em mãos. O terceiro maior desafio que ela está vivendo nesse momento é a abertura do espaço físico, visto que nesse momento ela atende a domicílio.

Já para Fernanda, o maior desafio foi abrir a gráfica, pois ela trabalhava em outra empresa, tinha salário fixo mensal, tinha muitas dúvidas e medo sobre como conquistar os clientes, e cada etapa foi um desafio: comprar maquinário; se mudar para um lugar maior.

Apesar de estar há 6 anos no mercado, toda vez que ela precisa comprar uma máquina nova ou fazer coisas novas, é desafiador. E relata que um fato ocorrido no ano de 2017 a desanimou muito, ela trabalhou até às 22h de uma certa noite para conseguir entregar um pedido de copos para uma formatura quando naquela mesma noite a sua loja foi assaltada, levaram todos os computadores, e dentro deles haviam muitos arquivos, ela teve que recomeçar tudo do zero, sem contar que haviam outros pedidos a ser entregues e que ela não poderia atrasar, “precisei ser forte e de muita fé pra continuar e não deixar aquilo me abalar.”

Em relação a Julia, a maior dificuldade encontrada foi no início, por não conhecer nada de varejo.

Ela trabalhou 10 anos em uma área totalmente oposta. O maior desafio foi encarar um negócio que ela não sabia como funcionava (compras, estoque, estruturar equipes, treinar, sistema) ela aprendeu a ser mais pulso firme, ela teve que se adaptar, se renovar como profissional para ter um posicionamento perante as colaboradoras um pouco diferente. Ela passou a entender os dois lados, o lado do funcionário e o lado do dono, “todo mundo deveria ser funcionário um dia antes de se tornar empreendedor, pra gente sentir o outro lado da moeda”.

A maior dificuldade do empreendedor, principalmente aqueles do setor comercial, está em você nutrir uma harmonia entre os funcionários, algo saudável dentro da empresa, você não consegue fazer nada sozinho, precisamos de pessoas, e elas precisam ter a sua valorização e o seu respeito (JULIA).

Uma outra dificuldade apontada é formar uma boa equipe de vendas. Cita como desafiador encontrar pessoas que tenham os mesmos valores que os delas, “pois de nada adianta você pregar algo, ter uma cultura dentro da empresa se as pessoas não seguirem”, e com ela não se mantêm, pois ela não consegue ter

pessoas assim ao lado dela. É primordial ter uma equipe treinada, bem engajada com os objetivos do empreendedor.

A última dificuldade relatada na entrevista é que ela está empreendendo em uma cidade que o público é totalmente diferente, é como se estivesse começando do zero. Ela até consegue replicar as estratégias, pois acredita que muitas coisas que dão certo no empreendimento dela, daria certo em qualquer outro negócio. Mas ela precisa se adaptar aos novos consumidores. Ela acredita que “o empreendedor de sucesso não tem plano B, tem que tentar até o plano A dar certo.”

Para Maria, a primeira dificuldade foi o investimento inicial, ela não tinha capital de giro, e informou que demorou cerca de 5 anos para chegar a um patamar estável e satisfatório. Mais recentemente, uma das dificuldades que teve que superar foram a crise e a inadimplência. Com a crise em 2014 o número de clientes que deixaram de pagar foi muito grande, ela até pensou em fechar a loja, mas teve que pensar em outras estratégias para driblar essa situação, como por exemplo: comprar menos, e vender o que tinha na loja.

A Grazielle relatou que uma das dificuldades foi entender do negócio que ela estava entrando, pois ela saiu de uma área voltada para Recursos Humanos para atuar no comércio.

E completou dizendo que teve ir atrás para conhecer os indicadores e o que realmente faz sentido para aquele setor. Apesar de ter experiência com recursos humanos, ela informou que o segundo desafio foi gerir pessoas, pois o que motiva um vendedor é diferente do que motiva um funcionário do departamento de recursos humanos, o perfil é outro, são outros interesses, outra geração. Ela saiu de uma empresa muito formal para trabalhar com um público muito jovem, então no início foi bem complicado.

A Selma acredita que o maior desafio tem sido em entender as questões burocráticas que envolvem a empresa, estar em dia com a legislação, e também, entender os gostos das clientes. O ponto mais difícil por ter uma loja virtual e não física, é receber clientes, criar a cartela de clientes. Outro desafio é criar Estratégias de marketing para atrair novos clientes e manter os atuais (como patrocínio do Instagram, no Facebook, disparo de e-mails). para ela superar isso, ela acredita que precisa estar sempre inovando.

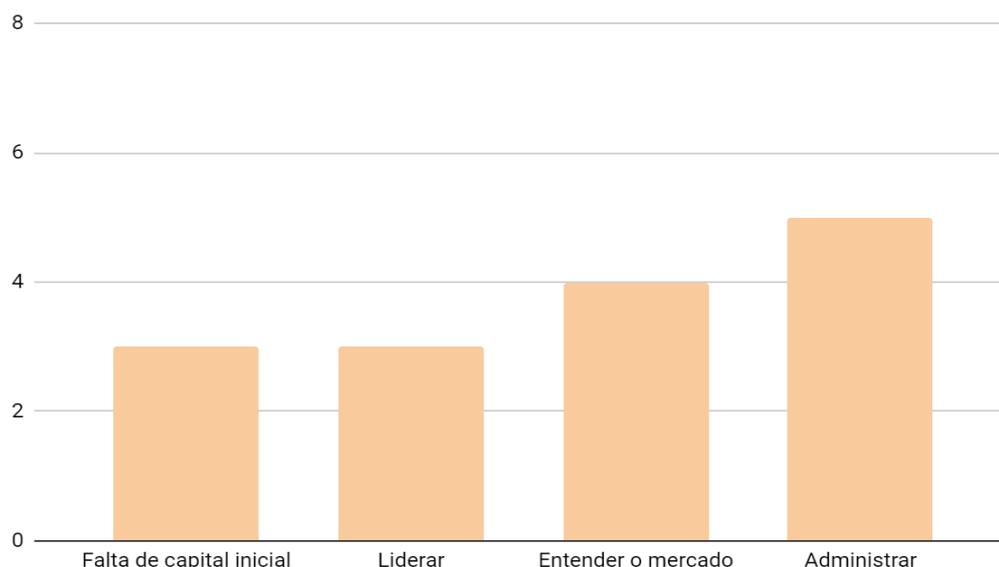
Quadro 10 - Os desafios de ser empreendedora

Entrevistada	Desafios mais marcantes
Bruna	<ol style="list-style-type: none"> 1) Entender o mercado e o ramo da moda; 2) Administrar.
Paula	<ol style="list-style-type: none"> 1) Falta de capital para investir; 2) Administrar e liderar pessoas; 3) Construção da nova clínica.
Alice	<ol style="list-style-type: none"> 1) Traço da personalidade; 2) Falta capital para investir; 3) Abertura de um espaço físico para os atendimentos.
Fernanda	<ol style="list-style-type: none"> 1) Insegurança em pedir demissão e abrir a empresa; 2) Compra de imobilizados; 3) Recomeçar após ter a loja assaltada.
Julia	<ol style="list-style-type: none"> 1) Entender o mercado e o ramo da moda; 2) Gerir e liderar; 3) Abrir uma franquia em outro Estado.
Maria	<ol style="list-style-type: none"> 1) Falta de capital para investir; 2) Superar a crise de 2014 e a inadimplência.
Graziele	<ol style="list-style-type: none"> 1) Entender o mercado, o ramo infantil e de presentes; 2) Gerir e liderar pessoas.
Selma	<ol style="list-style-type: none"> 1) Entender as questões burocráticas que envolvem a empresa; 2) Entender o mercado, o ramo da moda, e as preferências do seu público; 3) O fato de a loja ser virtual; 4) Criar estratégias para atrair e manter os clientes.

Fonte: a autora, 2019.

Em concordância, Martins et al. (2010), cita que mulheres empreendedoras têm pouco acesso a recursos financeiros de terceiros devido a restrições ao crédito. Um outro ponto levantado pelo autor, são as dificuldades em criar relacionamentos comerciais devido ao pouco tempo livre.

Figura 4 - Os desafios mais marcantes da trajetória empreendedora



Fonte: a autora, 2019.

De acordo com Guedes (2015), quanto menor a empresa, maior será a dificuldade para desenvolver o crescimento da mesma, tal fato pode ser explicado por conta da escassez de recursos. Concluindo esse pensamento, Penrose (2006) afirma que as empresas pequenas estão limitadas devido ao contexto no qual estão inseridas, e para driblar essa situação precisam otimizar os seus recursos produtivos, além disso, a experiência do empreendedor interfere diretamente no crescimento ou estagnação da empresa.

4.6 A EXPERIÊNCIA DE TRABALHAR PARA TERCEIROS

A Bruna relatou que a concepção dos desafios do empreendedorismo vem das experiências que ela teve quando trabalhou com uma das gestoras de uma grande indústria de Chapecó. E que os desafios que a gestora enfrentava, ela também enfrenta hoje por estar rodeada de homens. Ela informou que “é muito mais comum ter homem empreendendo, homem em cargo de gestão do que mulher, mas de certa forma foi de muito aprendizado essas experiências.”

Quanto a Paula, ela já trabalhou em uma clínica de estética em Chapecó, Coronel Freitas e Concórdia. Após se formar e voltar para Chapecó, ela trabalhou

como recepcionista em uma clínica de estética. Ela aprendeu muitas tarefas, como por exemplo, ficha de pacientes, organização, agendamentos, entre outros. E essas experiências contribuíram e muito no momento de abrir a clínica até os dias atuais.

A experiência de trabalhar para os outros é bom para adquirir uma bagagem e experiência, de como lidar com pessoas. Uma coisa muito marcante foi sobre o que não fazer no ambiente profissional, por isso eu prezo tanto pela ética (PAULA).

Alice afirma que toda experiência é válida. Ela trabalhou em duas empresas de carteira assinada. E aprendeu muitas coisas, entre elas de como ser uma chefe, e na outra, de como ser uma líder. Essas experiências contribuíram com o que ela faz hoje, de como lidar com o público, de entender as necessidades do cliente, e no segundo emprego, ela aprendeu como ser mais organizada nas atividades, a pensar antes de fazer, a se comunicar de forma correta com os clientes, e acredita que se não fosse por esses dois empregos ela não teria coragem de empreender.

A Fernanda trabalhou como menor aprendiz em uma empresa de grande porte, no departamento de pessoal. Ela informou que era muito tímida, mas essa experiência de trabalho, proporcionou a ela o desenvolvimento da habilidade de falar com o público, e também, a ajudou a ser mais atenciosa e mais focada,

Foi no segundo emprego em que ela conheceu a publicidade. Durante 4 anos ela aprendeu muitas coisas que estão diretamente relacionadas ao que ela faz hoje, e só saiu da empresa pois tinha o objetivo de abrir o próprio negócio.

Para a Julia, trabalhar por 10 anos em uma empresa de contabilidade com um chefe que era como um pai fez toda a diferença na vida empreendedora. Ele sempre a incentivou a buscar sempre mais, a se profissionalizar, a acreditar em si.

A Maria é a única entrevistada que nunca trabalhou para terceiros, era costureira, autônoma.

Para Grazielle, a experiência de trabalhar para terceiros fez total diferença, foi como uma escola, além de ter trazido mais maturidade a ela. A empresa na qual ela atuou durante muitos anos, trabalhava com o programa de qualidade total, com indicadores, e com outras questões voltadas para a área financeira, e boa parte do que ela aprendeu, vem replicando nos seus empreendimentos.

A Selma trabalhou como freelancer na época do ensino médio, ela precisava abordar as pessoas para que elas experimentassem os produtos alimentícios ou de

estética, ela trabalhava para várias marcas. Fazia abordagem, apresentava o produto, foi totalmente voltado para o atendimento ao público e para vendas. Ela ficou dois anos. Depois ela começou a trabalhar em uma empresa de consórcios, ficou dois anos e meio (atendimento ao público, ao cliente, parte administrativa). E essas experiências ajudaram muito no empreendimento dela, ela teve vários treinamentos voltado para vendas, de marketing.

Quadro 11 - Contribuições que a experiência de trabalhar para terceiros trouxe

Entrevistada	Contribuições das experiências de trabalho formal
Bruna	1) Aprender a se portar e agir perante situações profissionais que se encontra rodeada de pessoas do gênero masculino.
Paula	1) As tarefas que ela desempenhou em outras clínicas serviram de base para desempenhar as tarefas da clínica que ela possui; 2) Aprendeu o que fazer e não fazer no ambiente profissional no que diz respeito à questão ética.
Alice	1) Aprendeu a diferença entre chefe e líder; 2) Lidar e se comunicar com o público, entender as necessidades do cliente.
Fernanda	1) Desenvolveu a timidez e a habilidade de falar em público; 2) Contribuiu para que ela se tornasse mais focada e atenciosa.
Julia	1) Recebeu incentivos para fazer faculdade; 2) Teve oportunidade de crescimento de cargo.
Maria	1) A Maria nunca trabalhou para terceiros.
Graziele	1) Trouxe muita maturidade; 2) Aprendeu questões voltadas a área financeira e de Recursos humanos.
Selma	1) Teve muitos treinamentos voltados para a área de marketing e vendas; 2) Desenvolveu a habilidade de falar em público.

Fonte: a autora, 2019.

É interessante perceber que cada uma das entrevistadas trouxe uma concepção diferente da outra referente às experiências que tiveram em empregos formais. Isso mostra que esse fator em questão é muito pessoal, individual e

intransferível. De acordo com os estudos de Natividade (2009), a experiência anterior, interfere na viabilidade e estabelecimento de um novo negócio.

4.7 PONTOS FAVORÁVEIS E DESFAVORÁVEIS EM SER EMPREENDEDORA

Para a Bruna a parte negativa é a questão financeira ser demorada, mas ela possui essa consciência, e citou sobre a importância da rede de amigos e familiares no início do negócio. O ponto positivo é a flexibilidade de horários do negócio. E a dificuldade é a diversidade de atividades, é preciso ser autodidata.

A Paula acredita que empreender é sempre um desafio por conta dos altos e baixos, não há uma segurança financeira no final do mês, é uma renda variável.

Hoje ela se sente mais estável, mas no início era um desafio ter que ficar indo atrás de clientes. E por conta dessas situações, ela aprendeu a se organizar melhor, como por exemplo, planilha para lembrar o paciente o dia que ele deve retornar a clínica. E o ponto positivo está relacionado a questão da liberdade, para ela não tem preço, e se ela fosse voltar no tempo, empreenderia de novo.

Os pontos positivos para a Alice estão relacionados com a flexibilidade em fazer os próprios horários, o retorno financeiro, em se motivar e dobrar o salário, se tiver foco e força de vontade.

E os pontos negativos é você depender muito do cliente, às vezes as pessoas cortam o que não é tão essencial para elas, e é nesse hora que a gente tem o poder de empreendedora nas mãos, lançar algo para o cliente que ele não vai ter como recusar, lançar uma promoção, um mimo (ALICE).

A Fernanda acredita que o ponto negativo seja a incerteza se o negócio dará certo ou não, e os pontos positivos são o crescimento pessoal e profissional, criar metas e sonhos maiores, mas é preciso ir atrás, trabalhar muito.

A Julia relata que o ponto negativo é se manter empreendendo. “É preciso arranjar novas estratégias. O diferencial é quem vai conseguir fazer algo pra se manter, e crescer, mesmo nas crises que vem acontecendo”, ela vem crescendo como loja, cerca de 10% ao mês. Isso significa que as estratégias estão dando certo.

E o ponto positivo, é uma realização profissional, “empreender te faz adquirir muito conhecimento. Tem que ser vários profissionais em um, além de ser mãe, esposa, dona de casa. É muito gratificante.”

Para Maria, o lado positivo está em lidar com o público, ela criou muitas amizades ao longo desses 21 anos de loja, e nos primeiros 16 anos de empresa ela ganhou muito dinheiro, mas agora ela relata que está mais difícil, que ela está levando, que não sabe até quando ela vai continuar, ainda mais por já ser aposentada, e por ter uma estabilidade financeira.

A Grazielle cita a liberdade como ponto positivo. Apesar de ser franqueada e ter que seguir certas normas, existe muita liberdade de criar alternativas, eventos. E isso pra ela fez muito sentido, ela sempre gostou de coisas que envolvessem mais a criatividade e menos processos burocráticos.

Ela afirma trabalhar muito mais como empreendedora do que quando era funcionária, mas se ela tiver que se distanciar do emprego para cuidar da filha ou para viajar, ela tem a liberdade de fazer isso, ela faz sem peso na consciência, sem ter que dar explicação para ninguém.

O ponto negativo é a instabilidade financeira, todo mês é um mês, a carga tributária no Brasil é muito elevada, a questão da lei trabalhista a preocupa também. Ela não teve nenhum problema, mas sabe do risco, então isso a preocupa.

Viver do empreendedorismo não é fácil, tem meses que o que se ganha é só para pagar as contas. A loja demorou mais de um ano para que eu conseguisse tirar o pró-labore. É preciso ter um resguardo por trás, não dá para depender somente daquele dinheiro, principalmente no início. É preciso ter um bom capital de giro para que se caso acontecer algo, não ter que fechar a empresa no primeiro ano (GRAZIELE).

É imprescindível conhecer as características do local que vai inserir o empreendimento. Ela teve que criar medidas diferentes para cada cidade que ela possui a franquia.

Para a Selma, um dos pontos positivos está relacionado ao fato de ser algo totalmente dela, por ter total poder de decisão, é algo que depende e exige muito dela.

E o ponto negativo é nessa mesma linha de raciocínio, pois ela precisa comprar roupas que são o gosto das clientes e não do gosto dela. Ela tem a consciência de que se não conseguir vender as roupas depois, a responsabilidade

por aquela decisão equivocada será dela. Outro ponto negativo apontado está relacionado a administração do negócio, em separar a conta pessoal da conta jurídica. A entrevistada informa ter bastante receio de fazer algo errado quanto à legislação.

Quadro 12 - Pontos favoráveis e desfavoráveis em ser empreendedora

Entrevistada	Pontos positivos	Pontos negativos
Bruna	1) Flexibilidade.	1) Retorno financeiro a longo prazo.
Paula	1) Liberdade.	1) Instabilidade financeira.
Alice	1) Flexibilidade; 2) Retorno financeiro.	1) Dependência dos clientes.
Fernanda	1) Desenvolvimento pessoal e profissional; 2) Criar metas e sonhos maiores.	1) Incerteza quanto à continuidade da empresa nos primeiros 2 anos.
Julia	1) O desenvolvimento e a realização pessoal e profissional.	1) Continuidade do negócio.
Maria	1) Lidar com o público, criar novas amizades.	1) Continuidade do negócio.
Graziele	1) Liberdade; 2) Poder colocar a criatividade em prática.	1) Instabilidade financeira; 2) Legislação trabalhista e carga tributária.
Selma	1) Ter autonomia e poder de decisão.	1) Ser responsável pelas decisões tomadas; 2) Administrar, separar a conta física da conta jurídica.

Fonte: a autora, 2019.

Em relação aos pontos positivos, a Bruna e a Alice destacaram a flexibilidade como ponto principal. Quanto a Grazielle e a Paula, consideraram a liberdade como

preponderante. A Fernanda e a Julia concordam que o desenvolvimento pessoal e profissional é o que mais as motiva. A Maria foi a única que citou sobre criar novas amizades e a Selma foi a única também, ao citar o poder de decisão como um dos pontos positivos.

No que diz respeito aos pontos negativos, a Julia, a Fernanda e a Maria, concordam que se manter empreendendo é um dos pontos mais desafiadores, enquanto que para a Grazielle e para a Paula, a instabilidade financeira é o que mais pesa. A Selma acredita que ser responsáveis pelas decisões tomadas e suas respectivas consequências, é o que mais a preocupa. A Alice levantou o fato de depender das clientes como ponto negativo, e por fim, a Bruna, que abordou o tempo elevado em conseguir se manter com o dinheiro proveniente da empresa.

Em uma pesquisa realizada pelo SEBRAE no ano de 2017 intitulada como “O céu e o inferno do empreendedorismo”, é levantado dois fatores que permeiam a vida do empreendedor: a insegurança e a falta de reconhecimento, tudo isso por conta das diversas situações que eles precisam enfrentar diariamente, indo de um oposto ao outro em curto espaço de tempo.

E os dados da pesquisaram apontaram que em relação a vida pessoal, fazer o que se gosta ficou em primeiro lugar nas pesquisas, com 62% dos votos e último, ter status e poder, com 6% dos votos. Em relação aos dados positivos, o fator de maior relevância foi se sentir pressionado pelo fato de tudo depender de si mesmo. e o que fazer o que se gosta, foi o ponto positivo mais pontuado na pesquisa.

Percebe-se que as entrevistadas do presente estudo trouxeram outras variáveis, tais fatos podem ser explicadas devido à região que em que cada pesquisa foi realizada, a primeira na cidade de Chapecó, e a segunda em São Paulo, ou seja, são regiões com culturas, anseios e vivências diferentes.

4.8 PRECONCEITOS VIVENCIADOS

A Bruna relatou que no ramo que ela atua hoje não tem experiência com preconceitos, pois de acordo com o depoimento, parte dos fornecedores é do sexo feminino, e cita ainda que elas são unidas apesar de serem concorrentes, que dão dicas umas às outras, que fazem indicação. E completa dizendo que existe mais parceria do que preconceito, ao contrário de quando ela trabalhava com consultoria,

ela enfrentou preconceito até mesmo para desempenhar atividades básicas, ela nunca era convidada a dirigir ou a sentar na frente, mesmo o carro sendo dela. E apesar de ser a mais velha e com conhecimentos acadêmicos mais desenvolvidos, ela não era respeitada como tal, não tinha muita voz.

A Paula não se lembra de ter sofrido preconceito por ser mulher no mundo da estética, exceto quando ele precisa negociar equipamentos para a clínica “mas eu sempre fui muito firme. fui aprendendo com a vida, hoje consigo lidar bem com isso”. Outra situação que ela tem vivenciado, é o preconceito por parte dos engenheiros quando ela vai visitar a construção da sua nova clínica, e tem sido o pai o intermediador nesse processo de acompanhamento e supervisão.

Para a Alice, o preconceito que ela sofre não está relacionado ao gênero, e sim às atividades que ela desempenha, ela recebe perguntas do tipo: Você faz mais alguma coisa ou só isso?

Já a Fernanda, relata ter passado por algumas situações constrangedoras por ser mulher. Na visão dela alguns clientes não entendem o processo de produção, e principalmente no final do ano, o movimento devido as festas, é muito grande. E certo dia, um cliente descontente com o atraso da entrega, chegou no balcão e pediu para falar com o chefe, e ela respondeu: pode falar, a chefe sou eu.

Por outro lado, ela relatou o que mais a motiva, que são as mulheres dizendo: “nossa, você tão nova e já empreendendo. Que legal!” E a Fernanda conclui que o elogio e o incentivo acabam tornando o preconceito insignificante.

A Julia discorda da Fernanda nesse aspecto, ela entende de outra forma o fato de acharem ela tão nova para ser empreendedora, na opinião da entrevistada soa como preconceito. “Pra empreender não tem idade. Tem preconceito por parte de outras mulheres também, e os homens não acreditam na capacidade da mulher.” Ela fica muito feliz quando vê outra mulher empreendendo, pois acredita que há muito espaço. A mulher é mais detalhista, perfeccionista e tem uma visão mais ampla.

A Maria relata não se lembrar de ter sofrido preconceito.

No ambiente empreendedor a entrevistada Grazielle relata nunca ter sofrido preconceito, mas quando ela trabalhava na multinacional sim. Pois ela foi uma das primeiras supervisoras de RH, tinha reunião que ela não conseguia falar, os homens não deixavam ela se colocar, era cortada. E agora como empreendedora, ela não percebe, relata que talvez seja por conta da maturidade que ela adquiriu.

A Selma conta que sofre preconceito por ser mulher e por ter uma loja virtual. Ela relata que apesar do e-commerce estar muito em alta, às vezes parece que as pessoas não valorizam tanto quanto uma loja física, e muitas vezes se referem a loja dela de uma forma depreciativa como “lojinha”. E esse preconceito ela recebe tanto de homens, quanto de mulheres.

Quadro 13 - Preconceitos vivenciados por serem do gênero feminino

Entrevistada	Preconceitos
Bruna	Não sofreu preconceito no ambiente empreendedor, mas sim quando era consultora.
Paula	Sente que há preconceito quando precisa negociar equipamentos com homens.
Alice	O preconceito que ela sofre não está relacionado ao gênero, e sim às atividades que ela desempenha.
Fernanda	Sofreu preconceito por ser subjugada como funcionária, e não como dona.
Julia	Sofre preconceito por mulheres por ser nova e por homens por julgarem que ela não é capaz.
Maria	Não se recorda de ter sofrido preconceito.
Graziele	Enquanto empreendedora relata não ter sofrido preconceito, mas quando trabalha em uma multinacional, sim.
Selma	Sofre preconceito por ser mulher e por ter uma loja virtual.

Fonte: a autora, 2019.

É interessante notar que as entrevistadas Bruna e Grazielle, não se recordam ter sofrido preconceito dentro do empreendedorismo, mas sim quando trabalhavam para terceiros. Enquanto que Alice e Selma, disseram que o preconceito sofrido está nas pessoas em menosprezar o trabalho delas. A Julia relata que o preconceito vem de todas as partes, inclusive das próprias mulheres. A Maria não se recorda de ter sofrido preconceito, e a Paula sente preconceito quando precisa realizar tarefas indiretas a suas atividades como ir até a clínica que está em obra. E por fim, a Fernanda, que foi subjugada ao não ser levada a sério como dona da empresa

4.9 COMO ELAS CONCILIAM A VIDA FAMILIAR COM A VIDA PROFISSIONAL

A Bruna leva o seu filho de um pouco mais de um ano de idade para a loja todos os dias. Na parte da manhã a avó materna ajuda a cuidar, e na parte da tarde, ela deixa o filho com os avós paternos, para que ela possa resolver outras questões pessoais e profissionais.

Para a Paula, Alice, Fernanda, Maria e Selma que não possuem filhos, relatam que conciliar a vida profissional e pessoal não é um desafio, principalmente por poder contar com o apoio de outras pessoas próximas a elas.

A Julia conta que é muito difícil conciliar a vida profissional com a vida pessoal, pois ela é muito intensa, no início ela estava se dedicando muito para a vida profissional e deixando um pouco de lado a filha e o marido. Ela viu que precisava de um equilíbrio, então começou a delegar mais. Ela precisa viajar uma semana sim e outra não, então ela tenta recompensar a família de outras formas.

A Grazielle relata que apesar de trabalhar bastante, a família está em primeiro lugar. Ela relata que aprendeu a se colocar em primeiro lugar, e acredita que isso tem a ver com a maturidade.

A pesquisa realizada por McGowan Redeker, Cooper e Greenan (2012), revela que para muitas mulheres, o prazer em gerenciar a sua própria empresa resulta em uma maior liberdade e flexibilidade, tem como contraponto, equilibrar as demandas do negócio e os compromissos familiares. Diante dessa situação, a experiência em empreender por muitas vezes acaba gerando aspectos negativos de relevância e uma fonte de tensão. As experiências negativas estão relacionadas a compromissos conflitantes, sentimento de culpa, e também sobre o papel que a mulher tradicional possui, especialmente o de mãe de família, responsável pelas atividades domésticas.

4.10 O QUE FAZ A DIFERENÇA NO SUCESSO EMPREENDIMENTO

A Bruna acredita que o principal é a dedicação quase que exclusiva, e relata que tem procurado separar a vida profissional da vida pessoal, principalmente nas redes sociais.

Para a Paula o diferencial é manter sempre a ética, o comprometimento, o conhecimento e o profissionalismo, para que o negócio se torne algo sustentável.

A Alice relata que entre os pontos que fazem a diferença no sucesso do empreendimento está relacionado com atendimento ao cliente, o cuidado, mandar um parabéns no dia do aniversário, “mostrar que a pessoa não é só uma fonte de gerar lucro para você, mas é um relacionamento, uma relação ganha ganha.”

Já para a Fernanda, o primeiro ponto levantado é ser humilde, ter um ambiente de trabalho em que os clientes se sintam confortáveis para ir tomar um chimarrão, que vão para conversar, e tratar todos os clientes com igualdade e respeito, independente da classe social, de quanto vai gastar na gráfica.

A Julia relata que acima de tudo tem que existir simplicidade pois dessa forma você torna as coisas e os processos mais simples. É preciso também ter muita visão do futuro, visão do macroambiente, ver o posicionamento das outras empresas que oferecem o mesmo serviço, e ver onde pode melhorar. “O entusiasmo e auto estima contam muito, é fundamental procurar ver o lado positivo das coisas, porque vendo o lado positivo você consegue ser mais paciente e mais assertiva”. E finaliza dizendo que não tem segredo, não tem receita, e a pessoa tem que se dedicar muito.

A Maria relata que para ela o que faz diferença no sucesso da loja, é o fato dos produtos serem de boa qualidade.

Já para a Grazielle, o sucesso do empreendimento é uma somatória de coisas. A começar pelo produto, além de ser de qualidade, é imprescindível que o empreendedor tenha afinidade com o mesmo, que procure conhecer o máximo de características que ele possui, “nunca colocar uma coisa que não te representa. pois é preciso vestir a camisa. é preciso cuidar do cliente, colocá-lo em primeiro lugar.”

Além disso, tem que saber gerir, tem que saber olhar para o teu negócio sem emoção, olhar de uma forma mais racional. No final do mês tem que colocar na ponta do lápis se deu lucro ou não. No início é preciso amar o teu negócio, e depois analisá-lo mais friamente, tem que ser com base numérica, não dá pra ficar no achismo (GRAZIELE).

Para a Selma, a chave do sucesso está em modernizar, se atualizar. acompanhar a evolução das tendências, do público alvo. Ela relata que as pessoas já estão vendendo em outras plataformas como no pinterest, no hangout, então ela precisa acompanhar essa tendência de consumo para se manter dentro do mercado e competitiva.

Quadro 14 - O que faz a diferença no sucesso do empreendimento

Entrevistada	Percepções acerca do sucesso do negócio
Bruna	1) Dedicção quase que exclusiva; 2) Separar a vida profissional da vida pessoal.
Paula	1) Manter sempre a ética, o comprometimento, o conhecimento e o profissionalismo.
Alice	1) Atendimento ao cliente.
Fernanda	1) Humildade; 2) Ter um ambiente de trabalho acolhedor; 3) Tratar todos os clientes com igualdade e respeito.
Julia	1) Simplicidade; 2) Ter visão do futuro, visão do macroambiente; 3) Entusiasmo e dedicação.
Maria	1) Produtos de qualidade.
Grazielle	1) Produto de qualidade; 2) Ter afinidade com a área e conhecer as características do produto; 3) Saber gerir.
Selma	1) Modernizar, se atualizar. acompanhar a evolução das tendências.

Fonte: a autora, 2019.

Nota-se que as empreendedoras mais jovens como a Alice (26 anos), Fernanda (26 anos) e Selma (22 anos), colocaram o fator financeiro como o principal motivo que as levaram a empreender. De acordo com Machado (2009) a idade é um dos principais fatores que influenciam diretamente na concepção de sucesso, em contrapartida, a empreendedora Graziela, de 51 anos, colocou outros fatores mais importantes, entre eles a flexibilidade e a liberdade.

4.11 DICAS PARA AQUELES QUE DESEJAM EMPREENDER

A Bruna recomenda conhecer de tudo um pouco do ramo no qual deseja empreender. Acredita que é preciso sair da zona de conforto para conquistar objetivos maiores, e ter amor pelo que faz.

Para a Paula, é necessário ter ousadia e o pé no chão ao mesmo tempo, um equilíbrio entre essas duas coisas. Ela exemplifica com o fato de ter mudado para uma sala maior que o valor do aluguel era 4 vezes mais caro. E conclui dizendo que é preciso ter coragem, acreditar no potencial que se tem.

A dica que a Alice dá, é para começar, “porque a gente às vezes fica esperando uma oportunidade perfeita, mas gente tem que fazer a oportunidade ser perfeita”.

A Fernanda acredita que é preciso ter muita força de vontade, muita fé, correr atrás, estudar muito, conhecer o público alvo, concorrentes, conhecer um pouco de tudo, pois segundo ela essas atitudes abrem muitas portas. “Não pode ter medo, pra ser empreendedora tem que arriscar.”

Para a Julia, tem que ter muita persistência,

é preciso ter ciência do que ela quer, não será fácil, não terá retorno rápido, e terá que se desprender de muita coisa para que o negócio dê certo, e seja um negócio rentável, não existe moleza. e o que constrói um empreendedor são os desafios, quem ganha tudo de mão beijada não passa por esse desenvolvimento que é fundamental para a longevidade do negócio (JULIA).

Por conta desses fatores que muitas empresas não se mantiveram na crise de acordo com ela, “é preciso ser muito melhor e muito mais eficiente, você tem que se transformar e ser diferente a cada momento, tem que ter uma cabeça muito aberta para conseguir fazer algo diferente, algo visionário”.

A Maria recomenda realizar um plano de negócios antes de iniciar um novo empreendimento, assim como, oferecer produtos de qualidade e quem não tenham muita oferta na cidade, e a última dica, é não começar com dívida, ter uma capital de giro, principalmente para os dois primeiros anos.

Para a Grazielle também é necessário arriscar, ter o pé no chão, fazer um bom planejamento e dispor de capital de giro. Outro fato de relevância, é escolher uma área que se tenha afinidade, e não procurar o dinheiro antes da realização profissional, pois o dinheiro é uma consequência.

A Selma acredita que primeiro é necessário analisar com cuidado e depois se lançar nesse desafio, “pois se a gente começa a pensar muito a gente acaba não fazendo. Pense em algo, e mentaliza que vai dar certo.”

Quadro 15 - Dicas para futuros empreendedores

Entrevistada	Dicas
Bruna	1) Conhecer o ramo do empreendimento; 2) Sair da zona de conforto.
Paula	1) Ter equilíbrio entre ousadia e pé no chão.
Alice	1) Começar. Não esperar a oportunidade perfeita;
Fernanda	1) É preciso ter fé, força de vontade, ser proativa; 2) Conhecer o mercado, os clientes e os concorrentes.
Julia	1) Ser paciente, persistente e desprendida.
Maria	1) Realizar um plano de negócio antes de começar; 2) Oferecer produtos de qualidade; 3) Ter capital de giro.
Graziele	1) Arriscar mas manter os pés no chão; 2) Fazer um bom planejamento; 3) Ter capital de giro.
Selma	1) Primeiro analisar com cautela e depois se desafiar.

Fonte: a autora, 2019.

É interessante perceber que neste quadro as entrevistadas trouxeram pontos de vista diversificados. E que as dicas compartilhadas têm ligação com os desafios enfrentados, assim como, com o perfil de cada uma delas. A Fernanda, por exemplo, em outros momentos da entrevista citou a fé com um dos fatores. Quanto a Maria, deu ênfase na qualidade do produto em mais de uma pergunta do questionário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tendência é que o empreendedorismo por mulheres se fortaleça cada vez mais devido ao contexto histórico e a conscientização que elas vêm conquistando. E vale lembrar que, essa luta não cabe somente àquelas que desejam empreender, mas sim a todas as outras mulheres que são impactadas pelo preconceito gerado a partir do gênero, e que de certa forma se sentem limitadas ou prejudicadas por ele.

O presente estudo teve todos os seus objetivos específicos alcançados, atendendo ao objetivo geral proposto de analisar os desafios enfrentados e o perfil das mulheres empreendedoras do município de Chapecó SC. A pesquisa selecionou 8 mulheres para compor o estudo que correspondiam aos critérios elencados na metodologia.

Ao selecionar o público alvo, buscou-se diversificar o perfil das mulheres empreendedoras, como por exemplo: a área de atuação; a idade; formação das entrevistadas; e estado civil. De tal forma que fosse possível trazer experiências e expectativas de diferentes setores e gerações, sobre um mesmo assunto. Entretanto, por uma questão de acessibilidade, 5 das 8 entrevistadas são do ramo da moda, sendo elas: de moda sustentável, franquias e loja virtual. Mas apesar disso, cada uma trouxe exemplos e situações muito enriquecedoras.

Em uma das primeiras perguntas do questionário sobre o que é ser empreendedora, notou-se que a Fernanda e a Maria não possuem um entendimento claro sobre o assunto, elas descreveram ações e pensamentos voltados apenas para as atividades que um administrador desempenha. E isso pode ser explicado, pois ainda há falta de entendimento da população sobre o que é ser empreendedora e o que é ser administradora. Uma coisa não exclui a outra, é possível ser um dos dois, ou ser os dois.

Entre os motivos que as levaram a empreender, 50% das entrevistadas citaram o fator financeiro como o principal fator, e uma curiosidade, é que essas respondentes são as mais jovens do grupo, com idade entre 22 e 26 anos. Isso demonstra que os interesses variam de acordo com a fase que a pessoa se encontra.

Um dado interessante do perfil das mulheres entrevistadas, é que apenas 3 delas já são mães, de apenas 1 filho. E quando questionadas sobre como fazem

para conciliar a vida pessoal com a vida profissional, relataram ter muito apoio, principalmente do marido e dos avós.

Em relação às dificuldades enfrentadas, todas aquelas que possuem funcionárias: Grazielle, Julia e Paula, citaram a parte da gestão e da liderança como um dos maiores desafios, assim como, a Paula, a Bruna, a Fernanda e a Selma, relatam sentir dificuldade no que diz respeito à legislação e administração da empresa, visto que apenas duas das entrevistadas: Selma e Grazielle tiveram matérias de administração na faculdade. Outro fator relacionado às dificuldades é entender como o mercado e o ramo que elas atuam funcionam. Por fim, a falta de capital para investir, assim como, para manter as atividades da empresa, foi citada por boa parte das entrevistadas.

As entrevistadas que possuem experiência em empregos formais, afirmaram que aprenderam muitas atividades, desenvolveram habilidades, entre tantas outras coisas que utilizam hoje em dia no seu trabalho. E que foram nesses ambientes, em que elas começaram a se questionar se deveriam empreender, e o que fariam para realizar esse projeto.

Entre os pontos positivos em empreender citados pelas entrevistadas, a liberdade, a flexibilidade e o retorno financeiros foram os mais mencionados, e em relação aos pontos negativos, a instabilidade financeira e o desafio de se manter empreendendo foram os mais pontuados.

Em relação aos objetivos específicos anteriormente elencados, acredita-se que tenham sido atingidos com êxito, visto que foi possível identificar qual é o perfil das mulheres empreendedoras do município de Chapecó; revelar a trajetória de vida das entrevistadas e os motivos que as levaram a empreender; relatar os desafios enfrentados por elas e se sofreram preconceito por serem mulheres e empreendedoras; e verificar as concepções das entrevistadas acerca do empreendedorismo.

No que diz respeito ao preconceito por ser mulher e empreendedora. É importante destacar que a Alice, Julia e Selma relataram sofrer preconceito das próprias mulheres ao julgarem que são muito novas para empreender, ou por menosprezar uma delas por ter loja virtual e a outra por atender a domicílio. Em relação ao preconceito exercido por homens, A Bruna, a Paula, a Grazielle e a Selma, informaram que dentro do ambiente empreendedor que elas atuam há poucos homens, e que talvez por isso não sintam tanto, entretanto, afirmaram que

durante as experiências profissionais anteriores ou atividades indiretamente relacionadas à empresa, sofreram com o preconceito provindo de pessoas do gênero masculino.

5.1 SUGESTÕES PARA NOVOS ESTUDOS

Existe uma vasta variedade de temas interessantes a serem estudados acerca do empreendedorismo. A primeira sugestão é realizar uma pesquisa de cunho qualitativo com empreendedores do gênero feminino e masculino, a fim de comparar suas respectivas características, assim como, a forma que eles lidam com a gestão, e suas percepções acerca do assunto. A segunda sugestão é adentrar no mundo das franquias, e buscar compreender as vantagens e desvantagens desse modelo de negócio, assim como, os desafios. Uma terceira sugestão é realizar um estudo entre universitários que se consideram empreendedores, contrapondo os que acreditam não ter perfil, com o intuito de verificar se as características se repetem.

REFERÊNCIAS

ÁVILA, Maria Betânia de Melo. **A dinâmica do trabalho produtivo e reprodutivo: uma contradição viva no cotidiano das mulheres.** In: GODINHO, Tatau; VENTURI, Gustavo. Mulheres brasileiras e gênero nos espaços público e privado: uma década de mudanças na opinião pública. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013.

BARROS, Aidil de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas.** 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

CARVALHAL, Terezinha Brumatti. **A inserção da mulher no mercado de trabalho e a questão de gênero.** Revistas da faculdade de ciências e tecnologia - UNESP, 2012. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/viewFile/805/828>>. Acesso em: 30 de set. de 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

Coad, A., & Tamvada, J. P. (2012). **Firm growth and barriers to growth among small firms in India.** Small Business Economics, 39 (2), 383-400. <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-011-9318-7>.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: empreender como opção de carreira.** São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2009. xviii, 440 p.

DEMETRIO, Diego Wander. **Qual a diferença entre empreendedor e empresário?.** SEBRAE, 2017. Disponível em <<https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-e-empresario/>>. Acesso em 25 de fev. de 2019.

DONATO, José Varela. **Empreendedorismo e estratégia: estudo da criação de duas empresas no setor de refrigerantes no Ceará .** Fortaleza, CE: Banco do Nordeste do Brasil, 2014. 306 p.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 4. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GALVÃO, Cristina Maria; SAWADA, Namie Okino; TREVIZAN, Maria Auxiliadora. **Revisão sistemática:** Recurso que proporciona a incorporação das evidências na prática da enfermagem. Revista Latino Americana de Enfermagem, Ribeirão Preto, maio 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-11692004000300014&lng=en&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 20 set. 2018.

GASPARI, Leni Trentim. **Educação e Memória:** Imagens Femininas nas “Gêmeas do Iguazú” nos anos 40 e 50. (Dissertação de Mestrado em Educação) Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2003.

GEM Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil:** 20116. Coordenação: GRECO; Simara Maria de Souza Silveira. Curitiba: IBQP, 2016.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOMES, A. F., SANTANA, W. P. G., & SILVA, J. M. (2004). **Mulheres empreendedoras: desafios e competências.** Disponível em: <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>> . Acesso em: 25 de set. de 2018.

Gomes, D. T; Guerra, P. V. & Vieira, B. N. (2011). **“O Desafio do Empreendedorismo Feminino”.** In: Anais do Encontro da ANPAD. 35. Rio de Janeiro.

GRUBITS, Sonia; NORIEGA, José Angel Vera (Org). **Método qualitativo:** epistemologia, complementaridades e campos de aplicação. São Paulo: Vetor, 2004.

HIRATA, Helena. **“Flexibilidade, trabalho e gênero”.** In: HIRATA, Helena Sumiko; SEGNINI, Liliana Rolfsen Petrilli (Orgs.). Organização, trabalho e gênero. São Paulo: SENAC, 2007.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HISRICH, R. **Entrepreneurship:** starting, developing and managing a new enterprise. Boston, 1989.

KARAWEJCZYKA, Mônica. **Os primórdios do movimento sufragista no Brasil:** o feminismo “pátrio” de Leolinda Figueiredo Daltro. **Estudos Ibero-americanos,** Rio

Grande do Sul, v. 40, n. 1, p.64-84, jun. 2014. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/15391/12462>>. Acesso em: 23 de set. 2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEITE, Rosalina de Santa Cruz. **A operária metalúrgica**. São Paulo: Semente Editora, 1982. 160p.

MACHADO, Hilka Vier. et al. **O processo de criação de empresas por mulheres**. RAE eletrônica, [on-line], v. 2, n. 2, 2003.

MACHADO, Maria Marcondes. **O diário de bordo como ferramenta fenomenológica para o pesquisador em artes cênicas**. Sala Preta, Vol. 2, 2016. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/salapreta/article/view/57101/60089>>. Acesso em 01 nov. 2018

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: foco na decisão**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2012. 308 p.

MCGOWANA, P. et al. **Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities**. Entrepreneurship & Regional Development, USA, v. 24, n. 1-2, 2012.

MARTINS, C. B.; CRNKOVIC, L. H.; PIZZINATTO, N. K.; MACCARI, E. A. (2010). **Empreendedorismo Feminino: características e perfil de gestão em Pequenas Empresas**. Revista de Administração da UFSM, 3, 2, p. 288-302, 2010.

NATIVIDADE, Daise Rosas. **EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL: políticas públicas sob análise**. Rio de Janeiro: Revista de Administração Pública, v. 48, jan/fev 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122009000100011>. Acesso em: 23 set. 2018.

Oliveira, L. B; Cavazotte, F. S. C. N & Paciello, R. R. (2013) **“Antecedentes e Consequências dos Conflitos entre Trabalho e Família”**. Revista de Administração Contemporânea. Rio de Janeiro, 17(4): 418-437, Jul./Ago.

PENROSE, E. **A teoria do crescimento da firma**. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2006

PORTO, Maria de Fátima Silva. **Com licença, eu vou à luta: mulheres empresárias de patos de minas – 1980-90**. Uberlândia, 2002. 250 f. Tese (Mestrado) – Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-graduação em História. Uberlândia, 2002.

PRONI, Thaíssa Tamarindo da Rocha Weishaupt; PRONI, Marcelo Weishaupt. **Discriminação de gênero em grandes empresas no Brasil**. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 26, n. 1, p.29-11, fev. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2018000100212&lng=pt&tlng=pt>. Acesso em: 29 ago. 2018.

RICHTER, Linda. **Explorando o papel político do gênero na pesquisa de turismo**. In.: THEOBALD, William. Turismo Global. São Paulo: SENAC, 2002.

SAMPAIO, Rosana F.; MANCINI, M.c. **Estudo de revisão sistemática: Um guia para síntese criteriosa da evidência científica**. Revista Brasileira de Fisioterapia, São Carlos, v. 11, n. 1, 110 p.83-89, jan. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbfis/v11n1/12.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2018.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SPELL. **Base de dados**. 2018. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/>> . Acesso em: 20 set. 2018.

TAROZZI, M. **O que é a grounded theory?** Metodologia de pesquisa e de teoria fundamentada nos dados. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

URIARTE, L. R. **Identificação do perfil intraempreendedor**. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

VERGARA, Sylvia Maria. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

APÊNDICE A - Termo de Consentimento livre e Esclarecido

Termo de Consentimento livre e Esclarecido

Prezada,

Você está sendo convidada a participar da pesquisa “EMPREENDEDORISMO FEMININO: Uma análise do perfil e dos desafios enfrentados por mulheres empreendedoras da cidade de Chapecó SC.” A sua participação não é obrigatória sendo permitido desistir e retirar o seu consentimento.

O objetivo deste estudo é: Analisar os desafios enfrentados e o perfil das mulheres empreendedoras do município de Chapecó sc. Para atingir este, outros objetivos foram elencados, sendo eles: a) Identificar qual é o perfil das mulheres empreendedoras do município de Chapecó; b) Revelar a trajetória de vida das entrevistadas e os motivos que as levaram a empreender; c) Relatar os desafios enfrentados por elas e se sofreram preconceito por serem mulheres e empreendedoras; d) Verificar as concepções das entrevistadas acerca do empreendedorismo.

Sua participação consiste em responder as perguntas presentes no questionário, contribuir com informações, experiências e concepções que giram em torno do empreendedorismo. Os dados coletados serão utilizados únicos e exclusivamente para o trabalho de conclusão de curso. E para preservar a sua identidade, seu nome e o nome da sua empresa não serão divulgados.

Em relação a forma que os dados serão coletados, para facilitar a dinâmica da entrevista e a transcrição dos dados na íntegra, com sua autorização, serão gravados no formato de áudio, entretanto, apenas a pesquisadora e o seu orientador terão acesso aos áudios.

Você está recebendo uma cópia deste termo onde consta o nome e o e-mail da pesquisadora e do seu orientador, de forma que possa entrar em contato para tirar dúvidas caso haja.

Pesquisadora: Ariana Vieira da Silva

E-mail: arianavieira1@hotmail.com

Orientador: Humberto Tonani Tosta

E-mail: humberto@uffs.edu.br

Declaro que entendi o propósito da pesquisa e estou de acordo com a participação.

Nome

Assinatura

_____, ____/____/____
Local Data

APÊNDICE B - Roteiro de entrevista

ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1) Idade
- 2) Estado civil
- 3) Escolaridade
- 4) Ramo do empreendimento
- 5) Na sua concepção, o que é ser empreendedora?
- 6) O que pesou na sua decisão em se tornar empreendedora?
- 7) No decorrer da sua jornada, quais foram os desafios mais marcantes, e o que você fez para superá-los?
- 8) Você já trabalhou para terceiros? Como foi a experiência?
- 9) Quais são os pontos negativos e positivos de ser empreendedora?
- 10) No ambiente empreendedor você já sofreu algum preconceito por ser mulher? Como foi? Como você lidou com essa situação?
- 11) Em sua opinião, o que faz a diferença no sucesso do empreendimento?
- 12) Na sua família há histórico de empreendedorismo?
- 13) Qual é o seu propósito/legado de vida?
- 14) Qual dica você tem para dar àqueles que desejam empreender?
- 15) Deseja se pronunciar acerca de algo não abordado na entrevista?