



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL

CAMPUS DE CHAPECÓ

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

CIULA FÁTIMA RIBEIRO GAI

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NA REGIÃO DO *DESBRAVALLEY*:
DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES ATUANTES NO COLETIVO
EMÍLIAS**

CHAPECÓ

2020

CIULA FÁTIMA RIBEIRO GAI

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NA REGIÃO DO *DESBRAVALLEY*:
DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES ATUANTES NO COLETIVO
EMÍLIAS**

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

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta.

CHAPECÓ

2020

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Gai, Ciula Fátima Ribeiro
EMPREENDEDORISMO FEMININO NA REGIÃO DO DESBRAVALLEY::
DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES ATUANTES NO
COLETIVO EMÍLIAS / Ciula Fátima Ribeiro Gai. -- 2020.
70 f.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Kelly Cristina Benetti Tonani
Tosta.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2020.

1. Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino.
Coletivo de Mulheres. Ecossistema de Empreendedorismo.
I. Tosta., Kelly Cristina Benetti Tonani, orient. II.
Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

CIULA FÁTIMA RIBEIRO GAI

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NA REGIÃO DO
DESBRAVALLEY:**

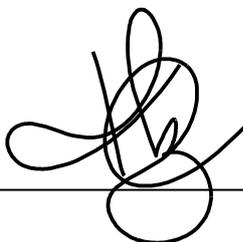
**DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES ATUANTES NO
COLETIVO EMÍLIAS**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul.

Orientadora: Prof^ªDr Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em: 17/12/2020.

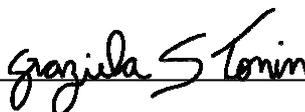
BANCA EXAMINADORA



Prof^ªDr Kelly Cristina Benetti Tonani Tosta – UFFS



Prof^ªDr Alessandra Cassol – UFFS



AGRADECIMENTOS

Entre altos e baixos, idas e vindas resumiram-se meus 10 anos de UFFS. Nesta longa trajetória conheci muitas pessoas que somaram na minha vida, que agregaram de certa forma em minha formação, dentre elas professores, colegas e amigos. Como todo ciclo tem um início um meio e um fim, este também está se findando para que um novo recomece. Agradeço a Deus a oportunidade que me concedeu de conhecer pessoas e viver experiências que carregarei para a vida.

Dentre todas as frases e afirmações que ouvi em minha trajetória acadêmica lembro e guardo como marco a frase dita por minha Orientadora em um dos primeiros semestres da graduação, a professora Dra. Kelly Tosta, a qual dizia que : “no muro do conhecimento devemos colocar nosso tijolinho”, espero um dia acrescentar tijolinhos a este muro. Kelly tu é minha inspiração de mãe, de mulher, de profissional. E com isso gostaria de agradecer por ser esta pessoa de luz, a qual durante todo o processo foi meu equilíbrio, obrigado por fazer mais.

As Emílias que destinaram seu tempo deram abertura e atenção a minha pesquisa, as entrevistadas que me atenderam com muito carinho, compartilharam seus conhecimentos e mostraram quão forte as mulheres são.

Aos meus pais Celso e Vera que me ensinaram a nunca desistir, a ser forte e persistir apesar de tudo, obrigado pais por me mostrarem que o conhecimento é algo que ninguém lhe tira. A minha família, minha Sogra Nice, meu sogro seu Déio, as minhas cunhadas Andressa e Paula que me apoiaram, me deram suporte para que este ciclo se concluísse.

Infinitamente quero agradecer a meu esposo Luiz Fernando Gai, obrigado por ser este homem incrível que és, obrigado por ser minha força na hora do desânimo, obrigado por ser presente, por me apoiar nos sonhos mais loucos, obrigado por ser minha base em toda vida, eu amo você e escolho você em todas a vidas e em todos os mundos.

O mais importante aos meus filhos Luiza e Gabi, vocês são minha motivação diária, vocês são minha luz, saibam que o mundo está esperando por vocês, por isso vivam, criem, mudem, a vida é curta e deve ser vivida. Amo vocês.

RESUMO

O empreendedorismo está em sua crescente perante a crise econômica vivenciada em nossa sociedade, com ele percebeu-se o potencial de alavancagem de novas tecnologias e inovação adentrando ao prisma da criação de um ecossistema de empreendedorismo e inovação. Nunca antes o empreendedor foi tão bem visto e almejado a identificar as características que compõem um perfil empreendedor. Assim as mulheres adentram ao mercado competitivo por meio de suas ações empreendedoras, apesar das dificuldades encontradas as mesmas obtiveram com estratégia a criação de Coletivos visando fomentar o empreendedorismo e se motivar no ambiente em qual estão inseridas. Com isso esta pesquisa buscou averiguar quais são os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que compõem o Coletivo de Mulheres Emílias na região do *Desbravalley* predominantemente na cidade de Chapecó-SC. Usando como técnica de coleta de dados questionários de questões abertas e fechadas bem como entrevista semi estruturada, na qual 29 empreendedoras responderam de forma digital via Google. A análise dos resultados deu-se por meio de estatísticas quantitativas e análise de conteúdo no âmbito qualitativo. Como resultado de pesquisa obteve-se como respostas aos desafios enfrentados o preconceito em relação a gênero, as dificuldades de implantação de negócios e consolidação do mesmo, bem como adaptar-se as constantes mudanças e a falta de experiência na gestão. As contribuições trazidas pelo estudo enquadram-se a importância do coletivo para as empreendedoras como o mesmo contribui e auxilia as mesmas em sua trajetória, bem como a margem para novas pesquisas comparativas a serem realizadas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Coletivo de Mulheres. Ecossistema de Empreendedorismo. *Desbravalley*.

ABSTRACT

Entrepreneurship is growing in the face of the economic crisis experienced in our society, with which the potential for leveraging new technologies and innovation has been realized, entering the prism of creating an ecosystem of entrepreneurship and innovation. Never before has the entrepreneur been so well regarded and aimed at identifying the characteristics that make up an entrepreneurial profile. Not differentiating women from entering the competitive market through their entrepreneurial actions, despite the difficulties they encountered, they strategically created the creation of Collectives aiming to foster entrepreneurship and motivate themselves in the environment in which they operate. Thus, this research sought to find out what are the challenges faced by women entrepreneurs that make up the Collective of Women Emilies in the Desbravalley region predominantly in the city of Chapecó-SC. Using questionnaires of open and closed questions as a data collection technique, as well as semi-structured interviews, in which 29 entrepreneurs responded digitally via Google. The analysis of the results took place through quantitative statistics and content analysis in the qualitative scope. As a result of the research, the prejudice against gender, the difficulties in implementing business and consolidating it, as well as adapting to the constant changes and the lack of management experience, were obtained as responses to the challenges faced. The contributions brought by the study fit the importance of the collective for the entrepreneurs as it contributes and helps them in their trajectory, as well as the scope for further comparative research to be carried out.

Keywords: Entrepreneurship. Female Entrepreneurship. Women's Collective. Entrepreneurship Ecosystem. *Desbravelley*.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Escolaridade das Empreendedoras.....43

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Resumo da Revisão Sistemática de Literatura.....	14
Quadro 2- Escala Teste Perfil Empreendedor.....	44
Quadro 3- Pontuação Individual pela escala Dornelas.....	45
Quadro 4- Média das Entrevistadas	45
Quadro 5- Pontuação por comportamento	45
Quadro 6- Comparativo: Teoria X Respostas Empreendedoras X Repetições..	46
Quadro 7- Comparativo: Teoria X Respostas Empreendedoras	47
Quadro 8- Frases Emílias sobre preconceito.....	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEBRAE - Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

MEIs- Micro Empreendedores Individuais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVOS	12
1.1.1 Objetivo Geral	13
1.1.2 Objetivos Específicos.....	13
1.2 JUSTIFICATIVA	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	16
2.1 EMPREENDEDORISMO	16
2.1.1 Empreendedorismo Feminino.....	21
2.1.2 Perfil Empreendedor.....	24
2.2 MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO OS DESAFIOS ENFRENTADOS	26
2.3 ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO.....	29
3 METODOLOGIA	34
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	34
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA	35
3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS	36
3.4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	38
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	39
4.1 COLETIVO DE MULHERES EMÍLIAS.....	39
4.2 PERFIL EMPREENDEDOR.....	43
4.3 TRAJETÓRIA PROFISSIONAL E EMPREENDEDORA.....	47
4.4 DESAFIOS EM EMPREENDER.....	50
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
REFERENCIAS	56
ANEXOS.....	63
APENDICES.....	64

1 INTRODUÇÃO

Segundo dados do GEM (2019) o percentual de 38,7% dos brasileiros adultos entre 18 a 64 anos de idade, aderiu à autonomia do próprio negócio. Esta ótica do empreendedorismo é considerada determinante ao aporte da economia nacional, tendo em vista a criação de novos empregos, capital de giro e giro da economia monetária. Contudo os dados do GEM (2019) diferentemente dos demais anos anteriores deu maior ênfase em saber o motivo pelo qual o brasileiro empreende, e 88,4% responderam como primeira opção a necessidade devido à escassez de empregos.

Em contrapartida o aumento do percentual de empreendedores que responderam que sua motivação seria “fazer diferença no mundo” foi de 51,4% mostrando assim a evolução da compreensão do termo Empreendedorismo.

O termo empreendedorismo tem sua origem no francês “*entrepeneur*” que significa fazer algo empreendedor. Em 1950, o economista moderno Joseph Schumpeter utilizou a palavra empreendedorismo como uma pessoa com criatividade e capaz de realizar inovações. (BRITO, PEREIRA, LINARD, 2013)

O conceito de empreendedorismo está longe de ser apenas o indivíduo que abre seu próprio negócio, que cria uma empresa, este no que lhe concerne deve ser denominado empresário, e ou gestor dos negócios e nem sempre empreendedor. (DORNELAS, 2018). “Empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização” (DORNELAS, 2001).

Fator determinante que dá ênfase a esta afirmação é o alto nível de mortalidade de empresas em seus primeiros anos de vida, indo ao encontro à afirmação feita pelo autor, referente à visão futura e planejada de acontecimentos. O empreendedorismo pode ser definido mais como um estilo de vida do que uma característica profissional. (DORNELAS, 2018).

Com a expansão do conceito de empreendedorismo pelo mundo, as mulheres também ganharam seu espaço, contudo de acordo com Silveira e Gouvêa (2008) os desafios enfrentados por estas ainda sobrepõem aos dos homens empreendedores, estes muitas das vezes estão associados a uma questão de gênero do que efetivamente a uma questão de capacitação e competência pessoal.

Por sua vez as relações de trabalho com o passar dos anos tornaram-se mais complexas e a disputa por espaço entre homens e mulheres cresce desde então, as

mulheres buscam construir uma nova identidade na qual possibilite desconstruir estereótipos sociais e culturais firmados há décadas. (CRAMER, ET AL, 2012).

Durante muito tempo em nosso país o termo feminista era considerado o oposto de feminino, feministas eram mulheres marginalizadas, masculinizadas, que sofriam chacotas e gozações perante a sociedade. Todavia por mais preconceituoso que se enquadra o Brasil neste período, foi nos anos 60 que as reivindicações das mulheres começaram a ganhar espaço, com o movimento denominado “segunda onda”, no qual buscava-se a igualdade de direitos entre homens e mulheres. (PEDRO, 2012).

As décadas passaram, mas ainda as lutas são as mesmas, a busca constante de igualdade no mercado de trabalho que as mulheres almejam, equidade de salários sem distinção, similaridade nas ascensões profissionais, levando em consideração a capacidade e não o gênero.

Segundo dados do IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no ano de 2016, as mulheres que possuíam ensino superior completo totalizam 33,9% da população de 25 anos ou mais, e os homens totalizam 27,7%. Em contrapartida a diferença de rendimento médio mensal entre ambos ainda é gritante. As mulheres ganham em média R\$ 1.764,00 enquanto os homens ganham R\$ 2.306,00 em média. Diante disso, a pergunta que paira, levando em consideração os dados dispostos pelo mesmo Órgão, onde as mulheres sobrepõem o percentual de população com nível superior comparado aos homens é: por que tanta diferença salarial?

Além da luta para o reconhecimento profissional as mulheres deparam-se com desafios associados ao gênero e falta de credibilidade em suas ações e propostas. Mesmo com ascensão do empreendedorismo e com isso o ganho de espaço da mulher no mercado competitivo de trabalho, estabelece-se como problema norteador da pesquisa: Quais os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras que compõe o coletivo Emílias?

1.1 OBJETIVOS

Toda pesquisa precisa ter estimado o que busca alcançar e saber, Lakatos e Marconi (2010) afirmam que a elaboração dos objetivos torna o problema explícito e

que os mesmos precisam responder as seguintes questões: “Por quê? Para quê? Para quem?”

Com isso valida Vergara (2016) que se o problema é uma questão a investigar os objetivos são um resultado a alcançar, é o meio de obter a resposta do problema norteador da pesquisa.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar os desafios apresentados às mulheres empreendedoras que compõem o Coletivo Emílias - mulheres empreendedoras na região denominada *Desbravalley*.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar o perfil empreendedor das mulheres que compõem o Coletivo Emílias na região do *Desbravalley*;
- b) Conhecer o papel do coletivo na atuação das mulheres que o compõem;
- c) Caracterizar a trajetória profissional e educacional das mulheres empreendedoras atuantes nesta região;

1.2 JUSTIFICATIVA

O presente estudo justifica-se devido à crescente evolução do empreendedorismo em nossa Região, embasada primordialmente pela implantação do conceito de Ecosistema Empreendedor, assim buscou-se analisar os desafios apresentados as mulheres empreendedoras que compõe o Coletivo Emílias na região do *Desbravalley*.

Bem como trazer amostra o funcionamento de um coletivo, a importância deste para quem faz parte e o que o mesmo agrega a seus integrantes.

Trazer também as dificuldades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras quais as queixas e necessidades que as mesmas têm em seu cotidiano empreendedor.

Com isso elaborou-se a revisão sistemática da literatura, onde Medeiros (ET AL, 2015) define como: “uma revisão sistemática da literatura, a partir de artigos científicos primários e empiricamente validados na indústria, com vistas a identificar, analisar, interpretar e reportar os estudos relevantes disponíveis para responder às

questões de pesquisa”. Salaria ainda o Centro Cochrane (2012) que a revisão sistemática da literatura é um estudo secundário, no qual tem o objetivo de reunir os semelhantes sendo publicados ou não, “avaliando-os criticamente em sua metodologia e reunido-os numa análise estatística, a metanálise, quando isto é possível”.

Com isso perante os estudos dispostos no portal da CAPES, utilizado como base de informações desta pesquisa, existem artigos e trabalhos científicos nos quais apresentam resultados sobre empreendedorismo feminino, por sua vez o enfoque a questão do empreendedorismo feminino especificamente no coletivo de mulheres ou coletivo feminino , não é abrangente, no qual a busca constatou 53 resultados com baixo refinamento de pesquisa. Resumo da Revisão Sistemática apresentada no quadro abaixo:

Quadro 1- Resumo da Revisão Sistemática de Literatura

Base de Dados PORTAL CAPES	
Trabalhos sobre Empreendedorismo Feminino	268
Trabalhos sobre Coletivo de Mulheres/Coletivo Feminino	0
Trabalhos sobre Empreendedorismo Feminino Coletivo de Mulheres/Coletivo Feminino	53
Total	321

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Como a pesquisa por artigos na área no Portal de periódicos da CAPES precisou ser feita de forma ampla sem qualquer filtro ativo para refinamento da busca, encontrou-se 53 artigos, mas destes apenas 2 tratam diretamente do empreendedorismo feminino com enfoque ao coletivo de mulheres ou coletivo feminino, sendo estes: Guerreiras Project: futebol e empoderamento de mulheres (DOS ANJOS et al, 2018) e Práticas de Empoderamento Feminino na América Latina (MARINHO; GONÇALVES, 2016), ambos ajudarão a formar o embasamento teórico desta pesquisa.

Justifica-se ainda pelo fator da constante busca por igualdade no mercado de trabalho pelas mulheres, a luta por igualdade de gênero no âmbito profissional, bem como a valorização e aquisição de reconhecimento por suas ações empreendedoras indiferente ao gênero e sim ligadas à sua capacidade pessoal.

Com isso se almeja que o trabalho em questão propicie uma melhor compreensão dos desafios enfrentados pelas empreendedoras que compõem o Coletivo Emílias na região do *Dresbravalley* , e que por sua vez possam contribuir e motivar futuras empreendedoras que buscam inovar e empreender tornando o mundo mais justo e humano. Além disso, pode servir como base para novos estudos do tema em questão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Visando a melhor compreensão do assunto abordado nesta pesquisa elaborou-se estudo bibliográfico com principais autores conhecedores dos assuntos a serem tratados, permitindo a melhor amplitude das lacunas a serem supridas, norteando a pesquisa e direcionando a mesma a obtenção dos resultados almejados, bem como resolução do problema previamente definido.

Tendo como primeiro tópico da fundamentação o tema geral da pesquisa o empreendedorismo tratando de forma detalhada seu histórico e evolução, bem como o empreendedorismo feminino englobando também o perfil empreendedor. Dando sequência o segundo tópico explanará o tema referente a mulheres no mercado de trabalho. Por sua vez o terceiro tópico relatará o assunto ecossistema de inovação e, empreendedorismo, trazendo a visão dos autores sobre o mesmo, ampliando e abrangendo definições deste.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é um termo relativamente novo no vocabulário nacional, todavia que vem adquirindo espaço e força, crescendo gradualmente nos últimos anos e ganhando visibilidade devido a sua influência e capacidade de estimular o desenvolvimento econômico, tecnológico e propiciar a inovação.

No Brasil o tema começou a ser difundido no final da década de 90, porém com consolidação no período de 2000 a 2010. Sendo assim trata-se de enfoque de estudos recentes em nosso país, que atraiu o interesse e curiosidade dos pesquisadores pela ascensão da criação de pequenas empresas, contudo também pela alta taxa de mortalidade destes negócios em seus primeiros anos de vida. (DORNELAS, 2012).

O termo empreendedorismo teve origem no francês "*entrepeneur*" que significa fazer algo empreendedor. Em 1950, o economista moderno Joseph Schumpeter utilizou a palavra empreendedorismo como uma pessoa com criatividade e capaz de realizar inovações. (BRITO; PEREIRA; LINARD, 2013).

Completa Carvalho, que (1996) apud Oliveira (2017, p.15):

[...] os empreendedores são indivíduos que têm a capacidade de criar algo novo, assumindo responsabilidades em função de um sonho, o de obter sucesso em seu negócio, estas pessoas são ousadas, aprendem com os erros e encaram seu negócio como um desafio a ser superado; têm

facilidade para resolverem problemas que podem influenciar em seu empreendimento, e mais, identificam oportunidades que possibilitam melhores resultados; são pessoas incansáveis na procura de informações interessadas em melhorias para o seu setor ou ramo de atividade, elevando ao máximo sua gestão.

O termo empreendedor é utilizado descrevendo alguém com desejo e potencial para converter uma nova ideia ou invenção em uma inovação bem-sucedida, tendo como principal tarefa a “destruição criativa”, o empreendedor é capaz de mudar a economia, introduzindo no mercado novos produtos ou serviços. (SCHUMPETER, 1984 *apud* BRITO, PEREIRA, LINARD, 2013).

Para Bernardi (2012) a ideia de um empreendimento surge por meio da observação, da percepção e análise de atividades, do desenvolvimento de uma cultura, e de hábitos sociais em uma sociedade na qual emanam demandas prováveis atuais ou futuras de necessidades não atendidas.

“O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.” Com isso constata-se que o empreendedorismo vem ganhando força e espaço no mercado Mundial, como meio de manutenção da economia de onde este evento ocorre. (JEFFRY TIMMONS, 1990 *apud* DORNELAS, 2017).

O mesmo autor salienta que a era atual pode ser descrita como a “era do empreendedorismo”. Onde não existem mais barreiras comerciais e ou culturais, e os paradigmas veem sendo quebrados pelos empreendedores, com o auxílio do encurtamento de distâncias, acesso rápido a informação, a tecnologia avançada, a Internet como aliada.

Assegura Dornelas que a pouco mais de 20 anos os jovens Brasileiros eram formados para trabalharem em grandes empresas e multinacionais, e que quando o enfoque do mercado mudou não havia profissionais qualificados e aptos para lidar com a inovação advinda do empreendedorismo. Precisando assim mudar seus pensamentos e abrir a visão para evolução trazida por ele. (DORNELAS, 2012).

Em meio à crise política econômica que perdura desde meados de 2014, a qual ocasionou o aumento da taxa de pessoas desempregadas no país em cerca de 12,7% no primeiro trimestre de 2019, dados estes dispostos pelo IBGE demonstram que cerca de 13,4 milhões de pessoas estão à procura de emprego.

Parte destas pessoas enxergam uma possibilidade de melhora em sua condição de vida na abertura de seu próprio negócio, onde segundo dados do Portal

do Empreendedor do Governo Federal no Estado de Santa Catarina existem 441.287 MEIs- Micro empreendedores Individuais registrados e destes 54% são homens e 46% são mulheres.

Por sua vez estas pessoas, geralmente são descritas e enquadradas como empreendedoras, não quer dizer que algumas destas não enquadrem-se no termo, entretanto é imprescindível fazer a distinção dos termos empreendedores e empresários. Ambos agem e visualizam o mundo de maneiras distintas.

Ainda é comum que o empreendedor seja confundido com o administrador, gerente ou gestor de uma organização, mesmo estes tendo algumas semelhanças em habilidades, ser empreendedor demanda muito mais que saber gerenciar. Dornelas (2008, p. 15) afirma que: “todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo administrador é um empreendedor. O empreendedor tem algo a mais, algumas características e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional”.

Realça ainda o referido autor que existem oito tipos de empreendedores e que cada um deles possuem características distintas entre si, sendo estes:

- a) O Empreendedor Nato (Mitológico) são os mais conhecidos e aclamados, onde começam do nada e criam impérios, com ideias visionárias, começam muito cedo a atuar no ramo corporativo, tem ótima habilidade de negociação e de vendas, são otimistas, sempre a frente de seu tempo, são comprometidos completamente a alcançar seus sonhos, são empreendedores que serão lembrados como referências;
- b) O segundo tipo de Empreendedor é denominado de o Que Aprende (Inesperado), este por sua vez é o mais comum, normalmente é uma pessoa que se depara com uma oportunidade e toma a decisão certa podendo assim mudar o que fazia na vida e empreender em seu próprio negócio. Ele aprende a lidar com as novas situações conforme elas ocorrem, bem como aprende a administrar e a correr riscos que antes não acreditava ser possível;
- c) O empreendedor Serial é aquele que é apaixonado não somente por criar uma nova empresa, mas pelo ato de empreender em si. Este busca criar novas ideias constantemente é uma pessoa dinâmica, que possui a habilidade de gerir equipes e motivá-las, gosta de relações interpessoais,

o *networking*, por sua vez tem a alta capacidade de captar recursos para colocar o negócio em funcionamento. Sua maior habilidade está em identificar uma oportunidade em potencial e não descansar enquanto esta não for implementada. Este não precisa de ninguém para motivá-lo envolve vários negócios ao mesmo tempo, gosta de criar e não de estar à frente dos mesmos, cada fracasso seu serve como aprendizado e motivação para continuar;

- d) O quarto é denominado Empreendedor Corporativo, é o que ganhou mais evidência nos últimos anos, tendo em vista a necessidade das empresas de inovar e renovar seus negócios, aprimorando-os ou criando-os. Geralmente são gestores criativos, competentes que conhecem seu segmento e possuem o conhecimento das ferramentas administrativas. Buscam o constante crescimento e alcance de resultados, adoram desafios, assumem riscos, mas previamente calculados, tendo em vista que não lidam com o seu patrimônio, mas o de terceiros. São motivadores e atraem pessoal qualificado e capacitado para suas equipes, contudo sabem se auto promover, são ambiciosos. Entretanto fora da segurança dos recursos do ambiente corporativo teriam dificuldades de enfrentar os problemas iniciais de abrir seu próprio negócio;
- e) Empreendedor Social é o quinto da lista, este é a aquele que tem o empreendedorismo como estilo de vida, no qual busca tornar o mundo um lugar melhor através de suas ações. Tem uma missão de vida, um propósito, geralmente engaja-se em causas humanitárias na qual visa dar acesso a recursos e oportunidades aos que não teriam. Empreendedores sociais são considerados fenômenos mundiais, principalmente em países em desenvolvimento como o nosso, pois com suas ações possibilita preencher lacunas deixadas pelo poder público. Dentre todos os tipos de empreendedores é o que menos importa-se com a questão financeira, busca compartilhar e contribuir com o desenvolvimento humano e social;
- f) O sexto é o Empreendedor por Necessidade, é aquele que criou seu negócio motivado pela situação vivida, muitas vezes uma demissão repentina, no qual precisa abrir seu próprio negócio para subsidiar sua existência e de sua família. Não é visto com bons olhos em países em

desenvolvimento, devido à maioria das vezes trabalharem na informalidade. Suas ideias são pouco inovadoras, por sua vez bem simples, estes podem ser considerados vítimas do modelo capitalista atual, pois não tiveram a possibilidade de estudar, planejar e ou conhecer seu segmento, são os principais alavancadores das taxas de falência das empresas nos primeiros anos de vida. Além de tudo, não contribuem para economia nacional, pois não arrecadam tributos que possam ser utilizados na melhoria da sociedade. Contudo este é considerado um dos maiores problemas nacionais e que não está nem perto de ter fim.

- g) Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar) é aquele que logo cedo recebe responsabilidade de levar o legado da família adiante. Este empreendedor destaca-se dentro de empresas familiares, e seu diferencial dar-se-a pela capacidade de gerir e multiplicar o patrimônio recebido. Apreendem desde muito jovens a gerir uma organização, todavia muitos deles têm em si o desejo de inovar e mudar as ideias que apreenderam com os familiares, outros são mais conservadores e seguem os passos de seus antecessores. Todavia na constante busca em manter o sucesso do empreendimento familiar, estes buscam por meio do ensino e especializações o apoio externo para alavancar seus negócios e saber lidar com a inovação constante do mercado.

h) O último é o tipo Empreendedor Normal (Planejado), em todas as teorias que relatam o empreendedorismo é citado o termo planejamento, não contradizendo este empreendedor enquadra-se naquele que planeja e estuda suas ações perante o mercado. Assume apenas riscos previamente calculados, tem uma visão clara do futuro e de suas metas. Este é o mais “completo” comparado aos empreendedores e o que tem mais chances de sucesso em longo prazo. No entanto, este não é o tipo mais visto, mesmo segundo o autor sendo uma referência a ser seguida, pois casos bem-sucedidos podem ser vistos em ambas as categorias levando em consideração o fato de que o planejamento aparece como atividade comum quando trata-se de empreendedorismo.

O empreendedorismo por mais relativamente novo que possa ser considerado em nosso cotidiano vem atraindo olhares de pesquisadores e

interessados em investir tempo e recursos nestas ideias, em âmbito mundial há muito mais tempo que no Brasil, todavia a passos lentos o empreendedorismo vem ganhando o espaço e reconhecimento devido. (DORNELAS, 2012).

Acentua ainda o autor que existem hoje instituições que dão aporte, apoiam auxiliam no planejamento dos negócios e direcionamento de ideias, um deles é o CEBRAE - Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa que foi criado em 17 de julho de 1972, por iniciativa do BNDE e do Ministério do Planejamento, com os primeiros iniciativas ao empreendedorismo com a disciplina “Novos Negócios” sendo inserida através da escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo.

Respalda ainda Dornelas que programas como a *Softex* e Genesis que atuam desde 1990 auxiliando a na criação de novas empresas de *Software* e Serviços (*startups*), ainda o programa do Governo Federal com enfoque ao apoio a micro e pequenas empresas, aumento da divulgação do empreendedorismo nacionalmente, visando obter aporte por meio de investidores individuais.

Tendo também um remanejamento das Universidades Brasileiras dando maior enfoque ao empreendedorismo onde hoje muitas delas Públicas ou Privadas dispõem de Incubadoras de Negócios, Empresas Júnior, Disciplinas isoladas e até mesmo cursos com enfoque no empreendedorismo, dando assim suporte aos atuais e novos empreendedores nesta era do conhecimento e da tecnologia da inovação.

Seguindo ainda o enfoque no empreendedorismo o tópico a seguir relatará de forma mais detalhada o empreendedorismo feminino dando maior abrangência ao tema da pesquisa em questão.

2.1.1 Empreendedorismo Feminino

Sabe-se por sua vez que o sucesso de um empreendimento está delimitado a três fatores básicos que são: “recursos financeiros, ideias e indivíduos”, tendo maior enfoque ao terceiro onde percebe-se que o maior responsável pelo sucesso do negócio é o indivíduo, sendo por sua capacidade de selecionar e gerir ideias estabelecendo objetivos para alcançar a conclusão destas, ou pela capacidade de adaptação as demandas advindas das constantes transformações do ambiente. (CRAMER ET AL; 2012).

Os autores respaldam ainda que o modo de empreender entre homens e mulheres é variável no qual as empreendedoras procuram traçar objetivos culturais e sociais além dos financeiros, bem como uma gestão preocupada com os indivíduos envolvidos no processo sua total compreensão para melhor aplicabilidade de suas funções, buscam também a satisfação direta de todos que participam direta ou indiretamente do negócio.

Amorim e Batista (2011) consentem também quando destacam que as mulheres possuem características naturais que possibilitam um desenvolvimento diferenciado e inovador, devido à maior sensibilidade e empatia, comprometimento e vontade de ajudar, atributos estes que facilitam o relacionamento interpessoal propiciando assim sucesso na área de serviços. Outro fator culminante é a capacidade feminina de efetuar mais de uma atividade ao mesmo tempo, a alta capacidade de persuasão distinta a masculina, bem como a habilidade de liderança democrática, onde demonstra ambição, a propensão a assumir riscos, independência e autoconfiança aspectos estes inerentes que, entretanto, não desrespeitam aos valores humanos, buscando sempre o melhor ambiente pessoal enfatizando a satisfação interna e externa da organização na qual empreende e ou administra.

Realidade está retratada em uma pesquisa realizada pelo *BCG – The Boston Consulting Group* no ano de 2010, apresentada pela *Época Negócios* no ano de 2018, percebeu-se que *Startups* fundadas por mulheres recebem menos investimentos, todavia faturam mais que o dobro que as fundadas por homens. O estudo utilizou a base de dados da *MassChallenge*, rede global de aceleradoras nas quais foram pesquisadas 350 *Startups*, sendo 258 criadas por homens e 92 fundadas ou co-fundadas por mulheres, onde as empresas fundadas por homens receberam o dobro de aportes que as fundadas por mulheres, todavia faturaram cerca de 10% a menos, onde a cada dólar investido as dos homens renderam 31 centavos e as das mulheres renderam 78 centavos por dólar investido.

A pesquisa traz ainda os fatores que levam as mulheres a receberem menos aporte que os homens, e dentre estes, está a falta de credibilidade que os investidores adotam pôr a frente de gestão e criação das *Startups* ser feminina, bem como o falho argumento de que homens são mais ousados e são adeptos a correrem mais riscos perante o mercado, pois são “propensos a fazer projeções

mais ousadas”, o que traz mais confiança por parte dos investidores. Outro fator citado na pesquisa foi de que os investidores homens não são familiarizados com os produtos ou serviços dispostos pelas *Startups* criadas por mulheres. A BCG sugere que as aceleradoras atuem no ecossistema empreendedor visando orientar os investidores buscando extinguir este preconceito deles atenuando a lacuna existente entre homens e mulheres empreendedoras.

O coeficiente motivador ao empreendedorismo feminino é a necessidade financeira segundo Amorim e Batista (2011), onde as mulheres empreendem visando auxiliar na renda familiar ou por já fazer parte dos negócios da família.

Com a inserção da mão de obra feminina no mercado de trabalho respaldou-se a questão da interação entre homens e mulheres em cargos de gerência ou empreendedores de seus negócios, salientando a desigualdade associada ao gênero anteriormente enfatizada por demais autores, fatores de desigualdade que abrangem desde salários, possibilidade de crescimento na carreira ou executar funções específicas, empecilhos estes que tendem a ser mais ressaltados quando trata-se de mulheres. (CRAMER *ET AL*; 2012).

Ressaltam ainda que as mulheres enfrentem a resistência para alcançar seu espaço no mundo, resistência esta muitas vezes advinda do âmbito familiar, onde elas precisam constantemente estar “provando e comprovando” que são capazes de gerir com sucessos seus empreendimentos e ao mesmo tempo suas famílias. Levando em consideração o fato de que as mulheres necessitam ter esta globalização de tarefas, elas precisam conciliar ambas as atividades para a satisfação pessoal.

Conforme citado anteriormente (AMORIN; BASTISTA, 2011) o fator motivador que levam as mulheres a empreender abrindo seus próprios negócios tange a questão financeira, por sua vez outra parte do grupo de empreendedoras, executa o verbo empreender de maneiras distintas, abrangendo-o mais como estilo de vida e satisfação pessoal do que o cunho remuneratório.

Ribeiro e Krakauer (2016) afirmam que o ato de empreender pelo estilo de vida é uma forma recente de tratar o empreendedor em sua individualidade, na qual a motivação dele está mais associada ao ato de empreender do que o propósito financeiro.

Salientam ainda que o empreendedorismo possa ser descrito como um “fenômeno social”, e que conseqüentemente varia de acordo com a mudança das realidades apresentadas pela sociedade. Sendo assim, nasce o termo “empreendedor *lifestyle*”, aquele no qual busca desempenhar atividades empreendedoras de forma a autorrealização e que ao mesmo tempo gere impacto ao seu redor. Os mesmos são motivados muito mais no que diz respeito propósito de vida e do negócio, bem como aplicação de sua missão, no impacto dela para com os demais envolvidos diretamente ou não no empreendimento, do que a questão de remuneração.

Contrapondo a percepção de Amorin e Batista (2011, p.11) demonstra a questão das motivações pelas quais as mulheres empreendem:

O mercado nacional é carente de iniciativas capazes de produzir riquezas, gerando frentes de trabalho, valorizando a sociedade e a si próprio enquanto cidadão. E o empreendedorismo feminino caminha nessa direção favorecendo a sociedade de forma geral, pois o modelo de gestão feminino trata as pessoas como possuidoras de caráter, culturas e necessidades individuais diferenciadas. [...] seja qual for sua razão, motivação ou necessidade o empreendedorismo tem dado a mulher caminhos de sucesso.

Homens e mulheres têm percepções diferentes na maneira de gerir os negócios e resolver problemas, a pesquisa em questão foca no empreendedorismo na ótica feminina, como as mulheres comportam-se no ato de empreender, bem como seus diferenciais competitivos, motivações e percepções e principalmente quais os desafios enfrentados por elas em sua trajetória de vida.

Os autores neste referencial citados destacam características pertinentes a um empreendedor com isso o próximo tópico retratará o assunto perfil empreendedor.

2.1.2 Perfil Empreendedor

Não há como tratar de empreendedorismo sem abranger a pessoa atuante por trás da ideia, por trás do empreendimento, para isso trata-se de perfil empreendedor.

Tendo em vista que o empreendedorismo vem tornando-se alvo de estudos acadêmicos cada vez com mais frequência, devido a sua forte ligação com o desenvolvimento regional e com a economia, sendo assim acaba-se unindo esforços entre empresas, instituições de ensino e governo na constante busca pela promoção do desenvolvimento do perfil empreendedor. (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009).

Enfatizam ainda os autores que se tornou relevante a busca em conhecer este perfil empreendedor devido ao elevado desprendimento de recursos voltados a esta área. Levando em consideração que ele representa um diferencial profissional bem como um facilitador para o sucesso empresarial e uma constante no desenvolvimento. Entretanto não realçando apenas o processo do empreendedorismo, mas considerando o ser humano como área de pesquisa, compreendendo que ele abrange a liberdade humana a realização pessoal e não somente a geração de riquezas.

Mc Clelland (1972, *apud* ANDREIS *et al* 2014, p.4) considera que empreendedores possuem características específicas, como a necessidade de realização e poder onde procuram constantemente mudanças em suas vidas, tem vontade de assumir responsabilidades, desafios e riscos, estabelecem metas e objetivos realizáveis, e colocam-se em situações competitivas pois são inovadores e tem capacidade de conviver com as incertezas, bem como são movidas pelo sucesso, o reconhecimento e o poder.

Empreendedores são pessoas inovadoras as quais identificam fatores como suporte, recursos que podem facilitar e ou propiciar a implantação de uma idéia tornando-a realidade. O indivíduo inovador está continuamente questionando o processo, e sempre buscando novas formas de pensar e fazer, buscando novas oportunidades estas pouco exploradas pelo mercado.

Schimidt e Bohnenberger (2009) vão ao encontro reafirmando que empreendedores possuem características atitudinais, e que estas são: Auto Eficaz na qual o indivíduo tem a capacidade de mobilizar, motivar recursos para controlar os eventos de sua vida, onde o mesmo molda ações, toma iniciativas, organiza mecanismos sociais e econômicos visando situações de proveito prático. Assumir Riscos, a capacidade de inovar perante a incerteza, agir com rapidez, inteligência, e eficiência perante as constantes mudanças do ambiente. Ser Planejador, saber antecipar fatos, prever ações futuras com base em situações presentes. Detectar Oportunidades, saber fazer uso das informações implícitas, capturar e identificar oportunidades. Ser Persistente, ter a cautela de agir perante a incerteza, ser perseverante e criativo, envolto a imaginação associando a inovação. Sociável, agir em prol de objetivos que movam a sociedade economicamente ou não. Ser Inovador, ser criativo e ter postura estratégica e por último a característica da

Liderança, quando um empreendedor reconhece a importância da interação com outras pessoas e a influência que a mesma pode causar.

Justapondo Muraro *et al* (2018) destacam que o perfil empreendedor é composto por fatores como a boa relação entre a criatividade e a inovação, capacidade de adaptação e flexibilidade moldando-se aos diversos ambientes, aptidão em mudar antigos hábitos visando a resolução de problemas, habilidade de persuasão e conciliação, sabe como conseguir a confiança de liderados ou associados, são audaciosos e ousados e seu sucesso não depende somente de suas habilidades mas também do conhecimento que o empreendedor dispõe sobre a área que atua.

Respaldam ainda que a ênfase das Universidade no enfoque ao ensino do empreendedorismo devido as mudanças no ambiente trazendo à tona os aspectos éticos, valores da cidadania e comprometimento com o meio ambiente torna assim o lugar propício a promoção das habilidades empreendedoras, não somente no âmbito de promover os negócios independentes, mas com um objetivo amplo buscando estimular a criatividade, inovação e identificação de oportunidades, criando assim a mentalidade empreendedora.

Assim Barbosa e Costa (2015) citam que o empreendedor de sucesso não necessariamente nasceu com as características empreendedoras, estas por sua vez podem ser adquiridas no decorrer de sua trajetória, além dos conhecimentos básicos relacionados ao negócio, a finanças, marketing e áreas afins faz-se imprescindível desenvolver as habilidades atitudinais, salientando as afirmações de Muraro *et al* (2018) quando enfatiza a importância do papel das Universidades e Instituições de ensino na disseminação da ideia empreendedorismo.

2.2 MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO E OS DESAFIOS ENFRENTADOS

Não há como falar de empreendedorismo feminino sem adentrar no aspecto histórico de como as mulheres chegaram ao mercado de trabalho, tendo em vista que primordialmente o papel das mulheres era cuidar de suas casas, maridos e filhos, contudo estes papéis foram mudando e adquirido novos aspectos. Com isso Amorim e Batista (2011) relatam que as mulheres conquistaram seu espaço no mercado de trabalho principalmente na 1ª e 2ª Guerra Mundial, onde a ausência de

homens tornou imprescindível a contratação de mulheres para funções antes vistas como exclusivamente masculinas, as mulheres ingressaram no mercado e passaram a assumir uma jornada dupla, dentro das organizações e na administração de seus lares. Todavia os direitos ainda não eram similares aos dos homens, foi aí que começaram as lutas e reivindicações por igualdade de gênero.

Com o passar das décadas as mulheres adentraram ao mercado de trabalho e passaram a conquistar seu espaço, contudo ter mulheres atuando a frente de organizações e gerindo negócios ainda é um paradigma a ser quebrado, por sua vez um grande passo foi dado levando o Brasil a uma evolução no aspecto aceitação, foi no ano de 2010 onde foi eleita a primeira mulher Presidente da República em nosso país, favorecendo assim acolhida do empoderamento feminino. (CARREIRA *et al*, 2015).

Salientam ainda as autoras que o que propiciou a crescente ascensão das mulheres no segmento dos negócios foi a sua capacidade de diversificação, bem como a facilidade em gerar rendimentos aos negócios que administram, enfatizam ainda que quando estas encontram dificuldades em chegar aos cargos de gestão dentro das organizações estas contornam as dificuldades e abrem suas próprias empresas.

Mesmo com a consolidação das mulheres no mercado de trabalho e a conquista dos seus direitos como cidadã, o gênero feminino ainda é tratado com desigualdade e passa por desafios quais não se aplicam ao masculino. O ambiente de trabalho ainda é o local propício para o assédio moral perante as mulheres, sendo rotineiro e não eventual. (NETO, 2008).

O mesmo autor define ainda que o assédio moral dar-se-á pela exposição da indivíduo a situações vexatórias, na qual a deixam constrangida, muitas vezes causando danos psicológicos e a desestabilizando perante seu emprego. Estes assédios geralmente veem de superiores os quais abusam de seu poder impondo vontades de desejos próprios aos demais.

Este abuso de poder no qual as mulheres são submetidas advêm de uma questão cultural relacionada a gênero, na qual enfatiza-se o fato de que na antiguidade o provedor era o homem, este deveria ocupar as funções laborais e as mulheres as funções domésticas. Mesmo com a evolução social e política na qual a história foi mudada, esta ideologia ainda ficou firmada nas pessoas, se alastrando

até a contemporaneidade, onde subentende-se que as mulheres devem ter condições de trabalho diferenciadas das dos homens, afetando assim a questão do crescimento profissional. (NETO, 2008). Consente Gurgel (2010) quando afirma que educação sexista na qual dispomos é fator crucial que possibilita que a violência contra mulher seja efetuada.

As mulheres sofrem com o preconceito desde os primórdios da civilização, muitas vezes sendo impedidas de atuarem no cenário profissional por uma questão de discriminação não somente por gênero, mas também na qualidade das ocupações dentro das organizações, e principalmente no âmbito da questão salarial. Ocasionalmente assim que muitas deixem seus sonhos de lado e limitem seus espaços de ascensão. (DI MAIO, ET AL, 2012).

Os dados do IBGE no ano de 2016 deixam claro que ainda vivemos em país cheio de desigualdade no que tangem igualdade de gênero. Onde as mulheres que possuem ensino superior completo totalizam 33,9% da população de 25 anos ou mais, e os homens totalizam 27,7%. Em contrapartida a diferença de rendimento médio mensal entre ambos ainda é gritante. As mulheres ganham em média R\$ 1.764,00 enquanto os homens ganham R\$ 2.306,00 em média.

Indo ao encontro dos dados acima dispostos ratificam Di Maio (ET AL, 2012) que mesmo com todos os desafios enfrentados para permanecer no mercado de trabalho e mostrar seu potencial, as mulheres estão usando como estratégia melhorar seu nível de conhecimento, se aprimorando profissionalmente, como mostram os percentuais de superioridade em nível de ensino superior completo. Sendo como outro diferencial disposto pelas mulheres é a capacidade de executar uma ou mais tarefas, onde incorporam atividades extras e as realizam com eficiência.

Tudo evolui e não diferentemente as mulheres também evoluíram, buscaram seus espaços e direitos por meio de lutas e reivindicações. Hoje ocupam cargos de gestão e de responsabilidade dentro das organizações. Conseguem executar suas atividades com zelo, mesmo que incorporadas a setores hostis, referto de preconceito e discriminação. Mesmo com todos estes desafios ainda presentes, advindos de uma sociedade machista, as mulheres estão se expandindo pelo mercado de trabalho e ocupando cargos antes nunca imaginados. (DI MAIO, ET AL, 2012).

Destacam ainda a facilidade de adaptação das mulheres nos diversos ambientes e situações, o saber remanejar as circunstâncias, bem como a busca pelo aprendizado constante. Na qual em seu ambiente de trabalho e ou gestão busca conciliar, apaziguar por meio do diálogo exercendo uma liderança forte, mas humana. As mulheres além de gerir muito bem suas atividades laborais são propícias a gerir suas vidas de cunho pessoal, família, filhos, marido, as mulheres já provaram ser “polivalentes” e são capazes de “provocar grandes mudanças no curso da história.”

Contudo as mulheres empreendedoras não se contentam com a simples execução de tarefas corriqueiras, elas sempre buscam mais, sendo assim encontram no empreendedorismo a chave para realizações de sonhos e propósitos de vida. Com isso o próximo tópico ratifica o ambiente empreendedor e de inovação denominado Ecossistema Empreendedor.

2.3 ECOSSISTEMA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

A ascensão do empreendedorismo mundialmente é notória, por sua vez o empreendedor sozinho não consegue transformar uma realidade, ele precisa estar sustentado em um ambiente de inovação que promova os negócios denominado de ecossistema empreendedor, este embasado em uma cultura empreendedora com redes de desenvolvimento atuantes visando a manutenção e auxílio dos empreendedores em seus primeiros anos.(QUEIROS; PARADELA, 2019).

Queiroz e Paradela (2019) afirmam que da mesma maneira na qual em Ecologia Ecossistema diz respeito ao sistema onde se vive, um conjunto de características físicas, químicas, biológicas que influencia na existência de um animal ou vegetal, unidade natural esta constituída de uma parcela viva e uma não viva interagindo e relacionando-se entre si formando um sistema estável. Não divergindo o Ecossistema empreendedor também visa dar sustentação aos empreendedores iniciais, propiciando um ambiente sustentável com características que facilitem a evolução dos empreendedores até o ato de alcançarem a estabilidade.

A verificação da efetividade de um ecossistema de empreendedorismo necessita da validação de alguns elementos, sendo estes: a ação do poder governamental e seus gestores visando facilitar e ou remover barreiras para o

desenvolvimento dos empreendimentos. A existência de valores, atitudes e comportamentos que motivem a ideia de inovação e empreendedorismo, como a tolerância a erros e fracassos e ao estímulo da criatividade e capacidade de desenvolver projetos. Outra ação tange a disponibilidade de valores financeiros que possibilitem a tirada do papel destas ideias de inovação. Ter instituições de ensino, governamentais, associações, entidades econômicas que tenham interesse em investir e despendar recursos a estes empreendedores. Existir uma concentração regional de atividades de pesquisa, desenvolvimento e de ensino visando ampliar e fundamentar uma rede de relacionamentos nacionais e internacionais. E por último a disponibilidade de compradores qualificados que propiciem melhorias no negócio e que consigam arcar com as necessidades de caixa dos anos iniciais do empreendimento. (ISEMBERG, 2010, p.18. *apud* QUEIROZ; PARADELA, 2019).

O ecossistema de empreendedorismo e inovação são propulsores fundamentais ao desenvolvimento e a competitividade econômica de uma região, por sua vez criar e manter um sistema que seja autossustentável e que incentive complexamente o empreendedorismo não é fácil, precisa de um conjunto de ações que visem impulsionar, contribuir e incentivar os empreendedores. Entretanto ele somente pode ser considerado sustentável quando ele conseguir sobrepor as barreiras por meio de seus facilitadores sendo eles políticos, pessoais, financeiros, econômicos ou ambientais.(BANHA; *et al*, 2017).

O mesmo autor salienta as dez principais barreiras enfrentadas para a consolidação de um ecossistema empreendedor. A primeira seria a falta de contatos comerciais, nem todos os empreendedores possuem uma rede ampla de contatos para difundir sua ideia, e até mesmo obter informações relevantes ao seu empreendimento, sabe-se que empreendedores de sucesso possuem uma rede vasta de *networks*. A segunda são as limitações psicológicas e culturais, ou seja, a falta de tolerância a erros e falhas, criando assim um tabu no que diz respeito a falências. Baixo nível de auto eficácia e ambição corporativa, onde a intenção de tronar-se um empreendedor deve ser de âmbito pessoal, uma auto realização. A quarta barreira diz respeito a falta de capital de financiamento, com condições de suportar os primeiros anos com baixos recursos financeiros, poucos investidores dispostos a aderir a ideia, e baixos incentivos governamentais, muitos

empreendedores acabam desistindo de seus negócios. A falta de incentivos fiscais, a baixa de financiamentos bancários e a questão tributária e legislativa também contam como empecilho ao ecossistema empreendedor. Pouca ênfase no ensino ao empreendedorismo pode ser fator crucial na implantação de um ecossistema de inovação. A inexistência ou baixa existência de empresas de alto crescimento podem afetar o estímulo por empreender, ou seja, empreendimentos exemplos de ascensão e sucesso. A oitava barreira salienta a falta de incentivo governamental para ações de inovação, ou seja, o incitamento a eventos de tecnologia e inovação que deem ênfase ao empreendedorismo, como a apresentação de *Startups*. Falta de incentivo aos pequenos empreendedores e ou *Startups*, pouca ênfase as benfeitorias, benefícios e efeitos positivos trazidos por estas na comunidade a qual faz parte. E por último a falta de participação de grandes empresas no Ecossistema empreendedor, tendo em vista que estas já possuem conhecimento e detém de informações valiosas de marketing, finanças e mercado que podem facilitar a auxiliar aos novos empreendedores ingressos.

Com isso Lemos (2011) afirma que para facilitar o estabelecimento definitivo de um ecossistema empreendedor em um país ou em uma região precisa do motriz de três forças denominando pelo mesmo como “tríplice hélice”, cada hélice equivale a uma instituição que pode facilitar o processo, sendo estas o Governo dedicado ao ambiente, as Universidade devotas a geração de novos conhecimentos e as Empresas na geração de riquezas, cada uma com seu papel fundamental no suporte ao ecossistema de inovação e empreendedorismo.

Reafirmando as colocações de Lemos, Cozzi (2008) destaca que a pesquisa universitária em nosso país é financiada pelo âmbito governamental, dando margem assim a redução de investimentos dada a opinião de cada governante atuante no poder. Para isso os países desenvolvidos abrem margem para investimentos de indústrias no campo de pesquisas dentro das universidades, fator este que gerou resultados relevantes, possibilitando manutenção das pesquisas universitárias por meio dos royalties pagos as Instituições, propiciando abertura de novos campos de pesquisas. Esta troca de conhecimento aliado a investimento das Universidades e das Empresas, movimentam a econômica nacional, gerando possibilidades de novos entrantes no mercado, maior necessidade de mão de obra, e por sua vez aumento

na capacidade produtiva de ambos os envolvidos, dando benefícios a toda sociedade e ao ambiente no qual faz parte.

Lemos (2011) enfatiza ainda que os empreendedores e pesquisadores quando instigados a envolver-se com os parâmetros governamentais acabam-se retraindo-se devido à falta de políticas públicas que motivem e deem força as essas pesquisas ou ideias de inovação. Problema esse advindo do pré conceito dos governantes perante os empreendedores que muitas vezes atuam na informalidade, todavia não levam em consideração que as incubadoras de negócios e incubadoras tecnológicas que atua dentro das Universidades são as maiores criadoras e desenvolvedoras de *Startups*, que na atualidade geram empregos e movimentam a economia não somente nacional.

Com isso o referido autor cita Moore (1996) onde salienta que um ecossistema de negócios é uma comunidade econômica formada por indivíduos que almejam um objetivo em comum entre si e no mundo dos negócios. Este ecossistema é formado por empresas, comunidade em geral, clientes e fornecedores, universidades que atuam e interagem entre si com relacionamentos mútuos e recíprocos benéficos a todos os componentes desta rede. Com esta junção de conhecimento alinhamento de forças o ecossistema evolui capacitando-se estrategicamente reunindo valores e recursos de seus componentes podendo modelar e antecipar o futuro.

Enfatiza ainda Lemos (2011) a importância do bom fluxo da “tríplice hélice”, sendo que sozinho cada hélice não consegue cumprir o seu papel no desenvolvimento do ecossistema empreendedor, pois ambas possuem *déficits* que são supridos pela outra hélice.

Cita como exemplo as empresas por si só não conseguiriam abranger a área de pesquisa e novos conhecimentos e informações, por sua rede de contatos ser finita e limitada, em contrapartida as Universidades detém destas informações bem como do tempo hábil disposto a pesquisar e conhecer novas fontes, também suas redes são infinitamente maiores, possibilitando a amplitude conhecimento científico em determinada área, em contrapartida as empresas possuem a prática de negócios que ajudam as Universidade na elaboração de novas teses e aplicabilidade das mesmas, tal como os recursos necessários para as pesquisas e aplicabilidade

destas. Para isso a cooperação entre as três forças faz-se crucial para que o ecossistema de empreendedorismo se aplique.

A ascensão do enfoque ao empreendedorismo bem como a busca de identificar o perfil empreendedor e aplicação da ideia de ecossistema de empreendedorismo e inovação, advindo do avanço tecnológico da era digital é explícito. Com isso visando demonstrar a força das mulheres empreendedoras que atuam no Região do *Desbravalley* especificamente na Região de Chapecó, o próximo tópico irá definir os processos metodológicos para a resolução do problema de pesquisa e alcance dos objetivos da mesma.

3 METODOLOGIA

Vergara (2016) define método científico como: “um caminho, uma forma, uma lógica de pensamento”. Confirmando Zanella (2006) afirma que método “é um procedimento, ou melhor, um conjunto de processos necessário para alcançar os fins de uma investigação. É o caminho percorrido em uma investigação.” Com isso este tópico ressalta os processos metodológicos quais foram utilizados na resolução do problema de pesquisa, bem como o alcance dos objetivos previamente definidos deste estudo. Para isso é dividido em quatro subtópicos sendo estes: Classificação da Pesquisa, Universo e Amostra, Técnicas de Coleta de Dados e por último a Análise e Interpretação dos Dados.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

O presente estudo enquadra-se em duas etapas a primeira como sendo uma pesquisa quantitativa, que de acordo com Terence e Filho (2006) alia matemática e lógica, onde visa enumerar e medir eventos, apurar as relações entre variáveis, utilizando dados estatísticos e mensuráveis em suas pesquisas, nas quais aplica a generalização na obtenção e análise dos dados. A pesquisa em questão enquadra-se em quantitativa na resolução do primeiro objetivo específico que visa obter o perfil das empreendedoras, necessitando assim de dados quantitativos que afirmam características comuns do grupo pesquisado.

Em contrapartida afirmam ainda os autores que uma pesquisa na área de administração totalmente quantitativa não conseguiria abranger de forma ampla a explorar o significado dos fenômenos identificados por ela. Com isso o presente estudo enquadra-se também como uma pesquisa qualitativa onde busca compreender de forma mais profunda os desafios enfrentados por mulheres atuantes neste Coletivo, dando ênfase aos demais objetivos específicos do estudo.

Vergara (2016) acentua que as pesquisas podem ser conceituadas quanto aos fins e aos meios. Quanto aos fins ela pode ser denominada: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada, intervencionista. Quanto aos meios de investigação: pesquisa de campo, de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, *ex post facto*, participante, pesquisa ação, estudo de caso.

O estudo em questão delimita-se quanto aos fins como aplicada, onde Vergara (2016) salienta que ela é “fundamentalmente motivada pela necessidade de resolver problemas”, bem como pela especulação no que se refere a curiosidade do pesquisador, esta tem uma finalidade prática.

Emoldura-se como descritiva onde “expõe características de determinada população ou determinado fenômeno”, correlacionam variáveis, sem o compromisso de explicar os fenômenos, mas usada como base para explicar estes. Onde no presente estudo será mensurado a quantidade de empreendedoras atuantes em no Coletivo de Mulheres Emílas na região do *Desbravalley*, bem como o levantamento do perfil destas mulheres. (VERGARA, 2016).

No que concerne os meios o estudo em questão delimita-se como primeiramente bibliográfico, no qual o estudo baseia-se em materias publicados, livros, revistas, artigos de acesso fácil ao público, onde serão levantados as definições e pareceres dos autores conhecedores da área em questão.

Como uma pesquisa de campo que foi efetuada onde ocorreu o fenômeno ou onde há meios para explicá-lo, sendo aplicado diretamente no foco da pesquisa dentro do Coletivo de Mulheres denominado Emílas na região do *Desbravalley*. Também quanto aos meios como estudo de caso, na qual visa o “caráter de profundidade e detalhamento”, esta por sua vez utilizará como método de coleta de dados os questionários e entrevistas visando a averiguação dos desafios enfrentados pelas empreendedoras pesquisadas. (VERGARA, 2016).

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

Faz-se necessário caracterizar o sujeito que será objeto do estudo, sujeito este que poderá ser uma unidade física e ou um indivíduo, por sua vez a “unidade a ser pesquisada deve ser precisamente definida”. (MARTINS, 2011). No presente estudo o Universo é definido como as mulheres que compõe o coletivo Emílas. Levando em consideração que o Coletivo não faz um controle rigoroso sobre as participantes ativas, utilizou-se como referência as 79 mulheres que estão no grupo de *Whatsapp*. O coletivo está inserido no Ecossistema *Desbravalley* e as mulheres que o compõem atuam predominantemente em Chapecó-SC.

A amostra desta pesquisa se deu por acessibilidade, sendo que a seleção dos elementos se dá pela facilidade de acesso aos elementos e indivíduos pesquisados (VERGARA, 2016). Delimitando-se como amostra as 29 mulheres que responderam ao questionário encaminhado. Martins (2011) define amostra como “subconjunto” da população, corroborando Vergara (2016) que afirma que amostra é uma parte do universo no qual é escolhido ou definido com base em algum critério de representatividade.

Para Martins (2011) existem dois métodos para compor uma amostra, o probabilístico onde cada elemento da população possua determinada probabilidade de ser selecionado. E o não probabilístico onde ocorre uma escolha deliberada dos elementos da amostra.

O presente estudo enquadra-se em uma pesquisa amostral não probabilística denominada amostragem intencional na qual é estipulado um critério proposital, que abrange um grupo no qual engloba os elementos e características a serem pesquisadas, onde o investigador dirige-se intencionalmente ao grupo sobre o qual deseja saber a opinião, sendo neste caso as empreendedoras que compõem o coletivo Emílias. (MARTINS, 2011). Esta enfatiza a primeira parte do estudo no que se refere à pesquisa quantitativa, na qual serão contatadas todas as 79 mulheres que fazem parte do Coletivo Emílias.

Para obtenção dos dados de cunho qualitativo utilizou-se de entrevistas tendo como a primeira entrevistada selecionada uma das fundadoras, por exercer liderança informal no Coletivo. A partir desta entrevista por meio da técnica denominada “bola de neve”, foram indicadas outras três integrantes do Coletivo pela liderança e experiência no grupo.

No próximo tópico serão apresentadas as técnicas de coleta de dados utilizadas na presente pesquisa.

3.3 TÉCNICA DE COLETA DE DADOS

O presente estudo no que concerne à coleta de dados será dividido em duas etapas: a primeira de cunho quantitativo na qual busca por levantar informações gerais referente as mulheres que compõem o Coletivo Emílias na Região do *Desbravalley*, bem como para averiguar o perfil empreendedor destas mulheres.

Para isso foi feito uso da técnica denominada questionário, que Vergara (2016) define como uma série de questões abertas ou fechadas, apresentadas ao respondente de forma digital ou impressa.

Com isso o questionário em questão, que consta como apêndice tem questões fechadas visando obter dados pessoais como idade, formação acadêmica, área de atuação do público alvo, bem como suas características comuns e perfil empreendedor. Contudo também conta com questões abertas visando obter características consideradas essenciais para uma empreendedora, quais destas possuem, bem como questões abertas para averiguar os desafios enfrentados, e sugestões de melhorias para o Ecossistema Empreendedor.

Os questionários passam por um período de pré-teste, onde foi disposto a um grupo de mulheres empreendedoras de forma digital via *WhatsApp*, buscando verificar falhas de interpretação ou melhoras a serem efetuadas nas datas, o que ocorreu de 30 de outubro a 01 de novembro de 2020. Com isso os questionários foram dispostos na ferramenta *Google Docs* a todas as 79 mulheres que compõem o Coletivo via *Whatsapp* no período de 11 a 21 de novembro de 2020.

Na segunda etapa da pesquisa, de cunho qualitativo, foi utilizada a técnica denominada entrevista a qual permite o “relacionamento entre entrevistado e entrevistador”, onde por meio de um interrogatório informal levanta-se as informações e os dados que tangem obtenção dos resultados da pesquisa. (VERGARA, 2016). As entrevistas foram gravadas visando que a pesquisadora tivesse acesso ilimitado às respostas obtidas, efetuando assim as análises.

A entrevista em questão utilizou de roteiro da semiestruturado, no qual não seguiu fielmente a lista de perguntas, mas foi conduzido de forma a obter todas as respostas almejadas para o alcance dos objetivos específicos e geral, Boni e Quaresma (2005) afirmam que o entrevistador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, dirigindo-as caso o informante acabe “fugindo” do assunto ou quando achar oportuno acrescentar outra pergunta caso a resposta não fique clara.

As entrevistas buscaram a melhor compreensão da trajetória destas mulheres e sugestões que elas têm para o fortalecimento do empreendedorismo feminino na região. A primeira entrevista visou também melhor compreender o objetivo, o funcionamento e o propósito do grupo, as entrevistadas serão descritas por nomes fictícios sendo estes: P1, I2, E3 e C4.

Após a coleta de dados acontece a etapa de análise e interpretação de dados descrita no próximo tópico.

3.4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Uma vez depurados os dados e informações estes deverão ser analisados, visando solucionar o problema de pesquisa proposto bem como colimar os objetivos e suas hipóteses testadas. (MARTINS, 2011).

Posterior à aplicação dos questionários foi usada a estatística descritiva, pela qual foi efetuado o resumo estatístico dos dados, bem como a correlação das variáveis de acordo com as respostas obtidas pelo mesmo. Com os dados adquiridos verificou-se características no que diz respeito, idade, escolaridade e perfil empreendedor.

Ainda perante a análise dos questionários e suas questões abertas que tangem a opinião das empreendedoras sobre as características essenciais de um empreendedor, buscou concatenar os fundamentos bibliográficos dispostos nas teorias abordadas no decorrer deste trabalho à realidade apresentada por elas em forma de comparativo.

Almejando a resolução do problema de pesquisa a análise das entrevistas será feita pela análise de conteúdo que segundo Campos (2004) é descrita como o conjunto de técnicas de análise da comunicação, onde o método possui duas fronteiras a primeira da linguística e a outra da interpretação, podendo por sua vez verificar a trajetória profissional e empreendedora, a importância do coletivo de mulheres na percepção de cada uma delas, e de fato quais os são desafios enfrentados pelas empreendedoras que compõe o coletivo de Mulheres denominado Emílias.

Com os procedimentos metodológicos apresentados o próximo tópico apresentará os resultados obtidos com a pesquisa em questão.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta etapa serão apresentados os dados obtidos por meio dos questionários aplicados as componentes do coletivo de mulheres Emílias, bem como a análise qualitativa fundamentada pelas entrevistas feitas com algumas das integrantes. Ações estas voltadas a resolução do problema de pesquisa visando alcançar os objetivos previamente definidos no início da mesma.

4.1 COLETIVO DE MULHERES EMÍLIAS

Tratando-se de empreendedorismo feminino e de coletivo de mulheres faz-se necessário falar de empoderamento, para Marinho e Gonçalves (2015) o termo empoderamento trata da busca, da reorganização elaborada por grupos de indivíduos no qual os mesmo almejam, buscam a distribuição igual de poder, é o processo onde enfrenta-se as estruturas de poder existentes tanto micro quanto macrossocial, visando o crescimento individual e coletivo de cada integrante deste grupo.

Carvalho (2004, *apud* MARINHO, GONÇALVES; 2015) enfatiza que processo de empoderamento tange as esferas pessoais, intersubjetivas e políticas continuamente, onde o mesmo só é efetivado quando ultrapassa todas as esferas citadas, reconhecendo assim as relações mutuas entre macro estruturas, indivíduos e coletivos, onde ao invés de localizar o aumento de poder em um único individuo posiciona-se o poder redirecionado e redistribuído no grupo, não ignorando por sua vez as ascensões individuais de poder dentro deste, mas dando ênfase ao coletivo.

O empoderamento pode ser visto ainda como a concepção e avaliação de práticas que promovem a autonomia e a superação de desigualdades de poder, adentrando assim no âmbito gênero e no empoderamento feminino (MARINHO, GONÇALVES; 2015).

Indo ao encontro a estas afirmações percebe-se a aplicabilidade do termo empoderamento feminino ao propósito do Coletivo de Mulheres Emílias, que tem como objetivo “Conectar e empoderar mulheres, compartilhar conhecimento e experiências, propagar e incentivar o empreendedorismo” (EMÍLIAS, 2016).

Com este propósito traz-se o movimento do coletivo de mulheres denominado Emílias, no qual teve início no ano de 2016 na Cidade de Chapecó situada ao Oeste de Santa Catarina, com a junção de um grupo de mulheres em um

restaurante da cidade, para uma conversa informal com Emilia Chagas da Contentools, empresa criadora de conteúdo com sede em Florianópolis-SC e atuação no vale do Silício, visando debater sobre mulheres importantes da história e empreendedorismo Feminino, com isso o nome do coletivo homenageou a pessoa qual alavancou a ideia do coletivo feminino passando a chamar-se Coletivo Emílias.

Após o primeiro encontro das fundadoras do Coletivo de Mulheres perceberam a necessidade de fomentar o empreendedorismo feminino na região, dar voz e vez as mulheres que tinham como propósito empreender, utilizando da visão de *give first* onde doa-se em prol de algo sem esperar nenhum retorno financeiro em troca, apenas enfatizando o bem comum e ou coletivo. Assim decidiram dar continuidade ao coletivo visando propiciar a entrada de novas mulheres ao mesmo tornando o mais forte e mais visto. Confirmado o que Ribeiro e Krakauer (2016) dizem quando trata do termo “empreendedor *lifestyle*”, aquele no qual busca desempenhar atividades empreendedoras de forma a autorrealização e que ao mesmo tempo gere impacto ao seu redor.

Passaram a divulgar o nome “EMÍLIAS” na região, participar de eventos de empreendedorismo, em universidades, *Startup Weekend* e até mesmo fora da cidade, no objetivo de fomentar a ideia do empoderamento feminino, enfatizando sempre as habilidades de cada componente do grupo, dando e propiciando a possibilidade de divulgação de suas características empreendedoras, possibilitando novos aprendizados e criando *networking*.

Com a formação do Coletivo de mulheres Emílias e com a perspectiva de crescimento do grupo as fundadoras buscaram criar uma identidade a ele, algo que fizesse com que elas fossem lembradas, vistas quando estivessem presentes em algum evento, para que as pessoas conhecessem seus trabalhos e suas ações fossem reconhecidas, fazendo assim com que o movimento ganhasse força.

Reafirmando os objetivos do Coletivo Emílias adentra as afirmações feitas pelos autores Marinho e Gonçalves (2015) onde o empoderamento como processo torna o agente ativo da transformação da vida e das culturas sociais, principalmente nas questões opressivas vividas pelas mulheres, propiciando assim a tomada de consciência e enfatizando o exercer do poder nos níveis, pessoais, coletivos e interpessoais por meio da participação feminina.

Com a fala de uma das fundadoras na qual demonstra de forma prática as afirmações dos autores acima, onde salienta como o empoderamento feminino possibilita a visibilidade das mulheres, bem como dá poder a elas, onde as mulheres geralmente têm: (P1).

Dificuldade em falar no meio dos homens, para serem reconhecidas pelo seu trabalho, pra aceitarem e ganharem visibilidade quando fazem alguma coisa importante, pra assumir lideranças e organizações... A mulher está sempre fazendo alguma coisa, mas sem aparecer, sempre por trás.

O coletivo de mulheres Emílias no ano de 2020 conta com 79 membras, e com encontros abertos e fechados sempre impulsionando o crescimento pessoal e coletivo de cada componente, o mesmo busca dar base e suporte as mulheres que buscam empreender. Hoje as Emílias impulsionam a ideia do ecossistema empreendedor no qual fazem parte, o ecossistema *Desbravalley* buscando agregar sempre com suas ações empreendedoras conforme a frase descrita como propósito de vida de uma das fundadoras que é “Mudar o mundo um pouco por dia” (P1).

Destacando a motivação pessoal de cada empreendedora entrevistada no que diz respeito a sua participação no coletivo Emílias, bem como a importância do mesmo para cada uma delas, e o que o este agregou em sua trajetória empreendedora, de forma ampla será relatado à percepção das entrevistadas.

Retomando o propósito do Coletivo Emílias que é “Conectar e empoderar mulheres, compartilhar conhecimento e experiências, propagar e incentivar o empreendedorismo” (EMÍLIAS, 2016), que se introduz a motivação pela qual as empreendedoras buscaram compor o coletivo.

A motivação pela qual a fundadora P1 organizou o grupo inicial do Coletivo Emílias foi para tratar de assuntos pertinentes ao empreendedorismo, “**para falar de negócios**”, para trocar ideias estas não somente assuntos pessoais, mas também visando fomentar o empreendedorismo feminino na região. O objetivo inicial tratava-se da organização de um evento denominado *Startup Weekend*, onde cada membra “**assumiu responsabilidade, desempenhou funções, se mobilizou**” para que o tudo fosse possível.

O coletivo buscava crescer, ter mais participantes, ter representatividade, e com isso foi experimentando e se reorganizando, visando sempre trazer “**conteúdo pra evoluir**”. Quando se construiu o propósito buscou-se demonstrar a visão que cada uma tinha do Coletivo, o que o mesmo representava para elas, bem como identificar o que cada uma tem de habilidades a oferecer, nas Emílias é enfatizado o

“**coloque suas habilidades a serviço se quer aprender alguma coisa**”, é estimular o pensar “**no que a gente quer, estamos aqui pra que?**” (P1). Salienta ainda que “**ser Emília é muito mais que estar no grupo Emílias**”, pois cada uma leva o propósito, vive o propósito do Coletivo.

No que tangem a abrangência do coletivo perante cada empreendedora P1 afirma que o empoderamento feminino não é entendido de forma agradável, que tudo “**o que promovemos resulta ou não empoderamento**” ele não é forçado, na realidade quem se dispõe a aprender é quem que vai se empoderar, pois as Emílias enfatizam a iniciativa de sair do seu universo, em compartilhar conhecimento e experiência, pois tudo o que se viveu de experiências quando compartilhado é que agrega, quando afirma-se que o Coletivo traz visibilidade ao feminino, traz oportunidade de cada uma somar de sua maneira, é que quando “**incentiva e possibilita que as mulheres se testem**”, se motivem a fazer algo novo, possibilita margem a todas serem ativas, “**transpor lideranças entre elas**”, o que gera a rede de relacionamentos dentro e fora do grupo são as conexões de habilidades, é a troca rica de informações, de conhecimento.

Consentindo a entrevistada C4 relata que foi convidada a fazer parte do Coletivo Emílias pelo seu empreendimento, e o que a mais motivou foi o “**unir forças**” a troca de motivação, onde cada componente “**inspira e é inspirada**”.

Demonstra ainda que o Coletivo potencializa o feminino, pois as mulheres tem “**a capacidade de criar, que já vem da natureza feminina**”, e “**vai além de criar outro ser**”, que existe explicitamente a motivação coletiva entre as membras e que “**o coletivo tem vida própria**” ao ponto de somente poder criar algo mais potente .

O Coletivo Emílias agrega em questões pessoais, no desenvolvimento de habilidades importantes que precisam ser trabalhadas, habilidades estas que tiveram um “**empurrãozinho das Emílias**”, onde possibilitou a percepção da importância de seus conhecimentos para um grupo, a ascensão das características empreendedoras no que tange planejamento estratégico. No qual o coletivo abre a visão de mundo, pois as mulheres estão se unindo para desenvolver soluções, possibilitando também criar ideias novas e conhecer pessoas de diversas áreas que somem a sua trajetória empreendedora (I2). Ressalta que o propósito de vida de um empreendedor deve seguir a linha de raciocínio da frase da “**peixinha do**

procurando Nemo, continue a nadar, continue a nadar”, pois às vezes se está cansada, mas deve dar sequência até atingir os objetivos, no empreendedorismo como na vida pessoal oscila-se entre altos e baixos e o propósito de empreender é continuar, o empreendedor já nasce com a **“gana de solucionar”**.

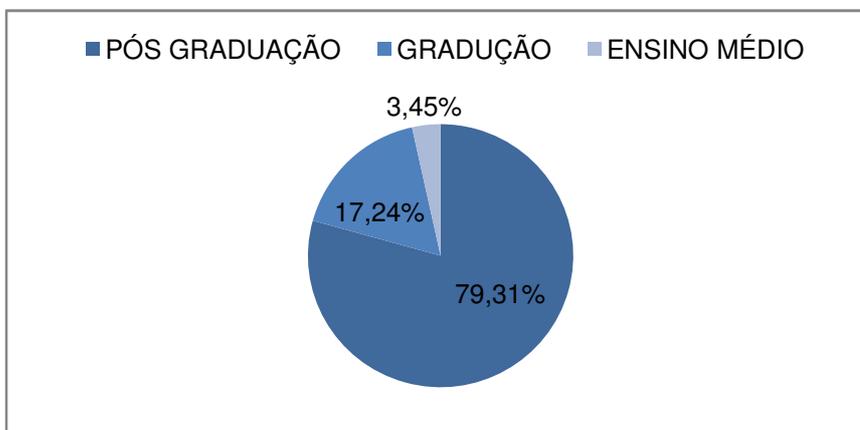
Destaca a entrevistada E3 que o papel do Coletivo Emílias é muito nobre, pois tem a função de **“incentivar mulheres a se desafiar e a tirar sonhos e objetivos do papel”**. Com isso demonstra-se no próximo tópico o perfil empreendedor das entrevistadas.

4.2 PERFIL EMPREENDEDOR

A primeira parte do questionário visou levantar as características em comum entre as empreendedoras que compõe o coletivo Emílias, das 79 participantes ativas do grupo 29 delas responderam o questionário encaminhado. Obtendo os seguintes dados relativos a: idade das entrevistadas está entre 25 anos e 49 anos, contabilizando assim a idade média delas situa-se na faixa dos 36 anos de idade.

Destas 29 empreendedoras, 79,3% delas possuem pós graduação e ou especialização, 17,2% são graduadas e 3,4% concluíram o ensino médio. As áreas de formação citadas são: Administração, Bióloga, Comunicação, Direito, Ciências da Computação, Jornalismo, Marketing, Recursos Humanos, Psicologia, Publicidade e Propaganda, Técnico em Cozinha e Engenharia, sendo que 82,8% das entrevistadas atua a mais de 2 anos nas empresas na qual fazem parte. Dados demonstrados conforme gráfico abaixo:

Gráfico 1- Escolaridade das Empreendedoras



Visando melhor compreender o perfil empreendedor das mulheres que compõe o coletivo Emílias elaborou-se uma questão em escala com afirmações sobre atitudes empreendedoras, onde elas deveriam estipular notas de acordo com seus comportamentos, sendo 5-(Excelente), 4-(Bom), 3-(Regular), 2-(Fraco) e 1-(Insuficiente), as afirmações dispostas no questionário tem como base o teste de perfil empreendedor- ambiente, atitudes e *know-how* de Dornelas, onde o mesmo estipula a métrica de valores resultantes do somatório das respostas, dando o desempenho de cada uma de acordo com estes resultados. (DORNELAS, 2003). Demonstrado conforme o quadro abaixo:

Quadro 2- Escala Teste Perfil empreendedor

120 a 150 pontos	Empreendedor, com todas as características empreendedoras presentes, alto potencial de diferenciação.
90 a 119 pontos	Empreendedor, com muitas características empreendedoras, mas precisa enfatizar o equilíbrio entre os pontos fortes e fracos.
60 a 89 pontos	Ainda não é empreendedor, na maior parte do tempo se comporta como administrador tradicional, não possui características diferenciadas de empreendedorismo.
Menos de 59 pontos	Não é empreendedor, com esta atitudes dificilmente será um, prefere seguir a ser seguido.

Fonte: Elaborado pela autora, com base em Dornelas, 2020.

Com base nesta escala, as respostas obtidas no questionário foram que 19 mulheres somaram um total de mais de 120 pontos segundo a escala de Dornelas, sendo que a maior soma de pontos obtida foi de 139, estando assim mais próximo aos 150 pontos que representam a maior pontuação no teste. No mais 10 delas totalizaram de 90 a 119 pontos na escala de Dornelas, destas a menor pontuação foi de 101 pontos, estando mais próximo a casa dos 90 pontos. Com os dados obtidos 65,5% das entrevistadas estão acima dos 120 pontos enquadrando-se como empreendedoras com alto potencial de diferenciação, as demais 34,5% como

empreendedoras que por sua vez ainda precisam buscar um equilíbrio entre os pontos fortes e pontos fracos, (DORNELAS, 2003).

Quadro 3- Pontuação Individual pela escala de Dornelas

	PONTUAÇÃO NA ESCALA DE DORNELAS
Maior pontuação Individual	139
Menor pontuação Individual	101

Fonte: Dados primários, 2020.

A média de pontos obtida entre entrevistadas é de 121,41 pontos deixando-as então no quadro de empreendedoras com alto potencial de diferenciação.

Quadro 4- Média das entrevistadas

	PONTUAÇÃO MÉDIA
Média das entrevistadas	124,41

Fonte: Dados primários, 2020.

Por sua vez visando fazer a análise individual pelos comportamentos descritos no teste de Dornelas, este utilizado para o levantamento da pontuação das entrevistadas perante a escala buscou-se verificar qual dos comportamentos obtivera maior e menor pontuação. Sendo assim dos trinta comportamentos citados no questionário o que obteve maior pontuação foi no que tange: a característica de não ser convencional, cabeça aberta, pensador o qual obteve 132 pontos com base em nas respostas das 29 entrevistadas. Em contrapartida o comportamento com menor pontuação foi o de que: é dirigido pelo mercado (*market driven*) onde teve 105 pontos. Dados dispostos no quadro abaixo:

Quadro 5- Pontuação por comportamento

COMPORTAMENTO	PONTUAÇÃO
Menor pontuação entre as entrevistadas: É dirigido pelo mercado (<i>market driven</i>)	105
Maior pontuação entre as entrevistadas: Não-convencional, cabeça aberta, pensador	132

Fonte: Dados primários, 2020.

Dando sequência aos dados obtidos com o questionário aplicado solicitou-se em pergunta aberta, quais as características e ou competências consideradas essenciais a um empreendedor, das respostas obtidas 69% delas afirmam ter duas

ou todas as características empreendedoras citadas, as que não afirmaram possuir duas ou mais dizem estar trabalhando na construção e no aprimoramento destas características. Com isso se efetuou quadro comparativo com as características citadas no referencial teórico bem como o número de repetições:

Quadro 6- Comparativo: Teorias X Respostas Empreendedoras x Repetições

MC CLELLAND	SCHIMIDT E BOHNENBERGER	EMÍLIAS	NÚMERO DE REPETIÇÕES
BUSCA POR MUDANÇAS	CAPACIDADE DE MOBILIZAR	PERSISTENCIA	9
NECESSIDADE DE REALIZAÇÃO	INICIATIVA	EMPATIA	5
ASSUME RISCOS	TEM AÇÃO	LIDERANÇA	5
ASSUME RESPONSABILIDADES	ASSUME RISCOS	AUTO CONHECIMENTO E AUTO DISCIPLINA	4
METAS E OBJETIVOS CLAROS	INOVA PERANTE A INCERTEZA	TER ATITUDE (AÇÃO)	4
INOVADOR	PLANEJA	CONFIANÇA	4
COMPETITIVO	ANTECIPA FATOS	INOVADORA	3
CAPACIDADE DE CONVIVER COM A INCERTEZA	SABE IDENTIFICAR OPORTUNIDADE	RESILIENCIA	3
RECONHECIMENTO	PERSISTENTE	ADAPTAÇÃO	3
PODER	CRIATIVO	VISÃO	3
	POSTURA ESTRATÉGICA	CORAGEM	3
	LIDERANÇA	INICIATIVA	3
	INTERAÇÃO ENTRE PESSOAS	TER ESTUDO E CONHECIMENTO	3
		PERCEPÇÃO DE MERCADO	2
		ASSUMIR RISCOS	2
		PRO ATIVIDADE	2
		CONSTANCIA	2
		DETERMINAÇÃO E FOCO	2
		SABER TRABALHAR EM EQUIPE	2

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

A característica mais citada pelas entrevistadas foi a de persistência na qual enquadra-se na teoria de Schimidt e Bohnenberg (2009) como uma das características essenciais no perfil empreendedor.

Características da teoria de MC Clelland (2014) como: iniciativa, liderança, antecipar os fatos e saber identificar oportunidades se alinham as respostas obtidas de percepção de mercado e visão, iniciativa e liderança. Características de interação entre pessoas, capacidade de conviver com a incerteza de Schimidt e Bohnenberg enquadram-se nas respostas de empatia, saber trabalhar em equipe, e ser corajosa. As respostas de ter ação, confiança, assumir riscos e ter liderança aparecem em ambas as teorias, conforme demonstrado no quadro a seguir:

Quadro 7- Comparativo: Teorias X Respostas Empreendedoras

MC CLELLAND	SCHIMDT E BOHNENBERGER	EMÍLIAS
	PERSISTENTE	PERSISTENCIA
INICIATIVA		INICIATIVA
	INTERAÇÃO ENTRE PESSOAS	EMPATIA
		SABER TRABALHAR EM EQUIPE
TEM AÇÃO	BUSCA POR MUDANÇAS	TER ATITUDE (AÇÃO)
		CONFIANÇA
ASSUME RISCOS	ASSUME RISCOS	ASSUMIR RISCOS
	CAPACIDADE DE CONVIVER COM A INCERTEZA	CORAGEM
INOVA PERANTE A INCERTEZA	INOVADOR	INOVADORA
LIDERANÇA		LIDERANÇA
CAPACIDADE DE MOBILIZAR	ASSUME RESPONSABILIDADES	
ANTECIPA FATOS		PERCEPÇÃO DE MERCADO
SABE IDENTIFICAR OPORTUNIDADES		VISÃO

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Validando as afirmações de Amorim e Batista (2011) quando destacam que as mulheres possuem características naturais que possibilitam um desenvolvimento diferenciado e inovador, devido à maior sensibilidade e empatia, comprometimento e vontade de ajudar, atributos estes que facilitam o relacionamento interpessoal propiciando assim sucesso na área de serviços, a alta capacidade de persuasão, bem como a habilidade de liderança democrática, onde demonstra ambição, a propensão a assumir riscos, independência e autoconfiança aspectos estes inerentes que, entretanto não desrespeitam aos valores humanos, buscando sempre o melhor ambiente pessoal enfatizando a satisfação interna e externa da organização na qual empreende e ou administra, no comparativo entre a teoria e as respostas obtidas estas enquadram-se em todas as características citadas de um perfil de empreendedor.

Visando adentrar a análise dos dados qualitativamente os próximos resultados apresentados trarão as respostas obtidas por meio da aplicação das entrevistas.

4.3 TRAJETÓRIA PROFISSIONAL E EMPREENDEDORA

O termo empreendedor é utilizado descrevendo alguém com desejo e potencial para converter uma nova ideia ou invenção em uma inovação bem-sucedida, tendo como principal tarefa a “destruição criativa”, o empreendedor é capaz de mudar a economia, introduzindo no mercado novos produtos ou serviços. (SCUMPETER, 1984 *apud* BRITO, PEREIRA, LINARD, 2013) reafirmado pelas afirmações das entrevistadas quando afirmaram a necessidade de mudança, a necessidade de trazer “soluções” para o mundo (P1, I2, C4, 2020).

Consentem Ribeiro e Krakauer (2016) quando afirmam que empreendedoras são motivados muito mais no que diz respeito propósito de vida e do negócio, bem como aplicação de sua missão, no impacto dela para com os demais envolvidos diretamente ou não no empreendimento, do que a questão de remuneração.

Com isso a trajetória profissional de cada mulher entrevistada se interliga a sua trajetória empreendedora, devido ao fator culminante que é a capacidade feminina de efetuar mais de uma atividade ao mesmo tempo. (AMORIN; BATISTA, 2011).

Das 29 mulheres que foram abrangidas pelo questionário 4 delas foram selecionadas para entrevista visando melhor compreensão das informações, dando maior ênfase a resolução do problema de pesquisa, uma delas P1 é fundadora do coletivo de mulheres Emílias, e as demais I2, E3 e C4 forma nomes citados pela P1 como pessoas fundamentais a contatar para resolutiva e alcance dos objetivos estipulados.

Confirmando as afirmações de Cramer (et al; 2012) no qual considera o fato de que as mulheres necessitam ter esta globalização de tarefas, elas precisam conciliar ambas as atividades para a satisfação pessoal a entrevistada C4 destaca que é formada em psicologia e que também atua em seu empreendimento voltado a disseminação do termo e da filosofia do empreendedorismo a crianças. Salaria que se reconheceu empreendedora aos 35 anos de idade onde percebeu que **“se eu empreendesse eu poderia ter liberdade pra criar, pra desenvolver, pra tomar decisões, ter autonomia, ter protagonismo”**, que poderia levar **“solução mais cedo e em escala, com o nosso conhecimento profissional técnico”**, onde a mesma afirma que **“o empreendedorismo é o caminho mais incrível”**, tendo a capacidade de criar e pôr em ação, em pratica a favor de outras pessoas. Salaria ainda que o empreendedorismo **“é a capacidade que encontrou, uma forma de concretizar uma ideia, torná-la uma solução”**. Na carreira de empreendedor o propósito de vida deve estar alinhado ao propósito do empreendimento deve ser **“o que eu tenho de mais nobre pra entregar”**, o **“empreendimento é uma jornada, tirar da cachola e pôr em prática na vida”**.

Em contrapartida a entrevistada P1 também e formada em psicologia, mas que hoje se dedica completamente a seu empreendimento no segmento de fotografias comerciais para empresas e tem nesta sua fonte de renda, diz se

reconhecer como empreendedora desde muito pequena, sua lembrança mais distante é quando a mesma era chamada de **“metida”**, por se curiosa, por sempre buscar saber. Afirma ainda que empreendedor **“não tem medo de tentar coisas novas”**, que sua trajetória profissional foi muito variada, na qual todas as atividade que desempenhou e os cargos que ocupou visou **“ariscar”**, pois o processo de empreender **“é instável mas é prazeroso”**.

Salienta ainda que tem aversão ao comodismo, que gosta de mudar, por isso já atuou em várias áreas, inclusive com vendas familiares, e que abrir seu próprio negócio agregou habilidades as quais ela não possuía, que precisou conhecer, estudar e buscar informações pertinentes ao empreendedorismo para que conseguisse se manter ativa no mercado por tanto tempo, que a atividade em si é só **“20%”** os demais tem que saber administrar, o empreendedor tem que ter **“diferencial”** para com o seu cliente. Indo ao encontro a afirmação de Dornelas (2008, p. 15) o qual diz que: **“todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter sucesso, no entanto, nem todo administrador é um empreendedor”**.

Empreender pra mim é **“encontrar uma paixão”**, **“amo trabalhar com pessoas”**, atender vender foi herdado de berço, frase da entrevistada E3 que é formada em Publicidade, a mesma afirma-se **“intraempreendedora”** a que busca empreendedor com o propósito de ajudar os outros, de poder ser o braço direito de alguém, que empreender não é somente ter um negócio, mas sim ter ações empreendedoras e inovadoras, empreender está no propósito, **“nesse meio termo eu já criei 3 negócios dentro da família”** a mesma colabora na manutenção de ambos , no momento trabalha em uma empresa privada, oportunidade esta que surgiu de um projeto acadêmico e **“claro, jamais descarto a possibilidade de um dia abrir meu próprio negócio”**.

A entrevistada I2 é formada em psicologia e atua na área, respalda que não é necessário ter uma empresa para ser empreendedor, quando as pessoas afirmam que começar a empreender é quando começa a trabalhar em seu negócio próprio é falha **“pois, mas não tenho esta percepção, empreendedorismo é mais abrangente”**, em sua perspectiva **“empreender é agregar o mundo, gerar soluções, seja materiais ou não”**.

A mesma corrobora ainda que se compreende como empreendedora desde sua época da infância e adolescência a qual era rotulada de “**metida**”, pois “**tentava achar solução pras coisas**”, soluções para as relações pessoais, para resolução de conflitos e para a abrangência a questões sociais influenciado assim em sua formação acadêmica, na qual possibilitou o empreendedorismo de forma não “**material**”. Enfatiza que “**empreender também é quem tem a ideia e passa a ideia**”, não somente quem aplica.

Contudo as 4 entrevistadas ratificam a importância do propósito em sua trajetória empreendedora, a vontade de querer mudar uma realidade, de solucionar problemas, com isso adentramos aos desafios enfrentados ao empreender.

4.4 DESAFIOS EM EMPREENDER

O preconceito está presente perante as mulheres desde os primórdios da civilização, muitas vezes sendo impedidas de atuarem no cenário profissional por uma questão de discriminação não somente por gênero, mas também na qualidade das ocupações dentro das organizações, e principalmente no âmbito da questão salarial. Fazendo com que assim muitas deixem seus sonhos de lado e limitem-se seus espaços de ascensão. (DI MAIO et al, 2012).

Salientando as afirmações do referido autor a entrevistada I2 destaca que um dos desafios do empreendedorismo feminino é se “**reconhecer o termo para se compreender nele**”, para pessoas que não são da área que nunca adentraram no assunto torna-se mais difícil a compreensão do mesmo bem como sua percepção e auto visão como empreendedora.

O abuso de poder no qual as mulheres são submetidas advém de uma questão cultural relacionada a gênero, na qual enfatiza-se o fato de que na antiguidade o provedor era o homem, este deveria ocupar as funções laborais e as mulheres as funções domésticas. Mesmo com a evolução social e política na qual a história foi mudada, esta ideologia ainda ficou firmada nas pessoas, se alastrando até a contemporaneidade, onde subentende-se que as mulheres devem ter condições de trabalho diferenciadas das dos homens, afetando assim a questão do crescimento profissional. (NETO, 2008).

Compatibiliza da ideia quando destaca que sua profissão é reconhecida como uma profissão gerida por mulheres, sendo assim no âmbito profissional não sofreu

preconceito em relação ao gênero, mas entende e confirma que existe sim preconceito **“enraizado a questão cultural”** onde algumas profissões como a de engenharia sofrem preconceito quando atuantes mulheres. Assente ainda que existe a rotulação de meninas tachadas de **“metidas”** quando questionam, ou buscam soluções que muitas vezes não seriam aplicados no masculino, mas que a sociedade está engatinhando em uma evolução, em uma nova era de desconstrução.

E3 diz estar sempre presente em reuniões com número elevado de homens e geralmente empresários mais velhos, sendo assim **“acaba que em alguns momentos a minha competência é questionada”**, mas que procura sempre agir com inteligência e demonstrara a qualidade de seu trabalho e atendimento enfatizando o porquê está ali.

Embasado nas afirmações dos referidos autores acima citados, no questionário de pesquisa com 29 empreendedoras alcançadas levantou-se em questão aberta se estas já haviam sentido algum preconceito em relação ao gênero, destas 6 responderam que não e 23 responderam que sim, as frases citadas pelas mulheres foram:

Quadro 8- Frases Emílias sobre preconceito

“O fato de ser mulher empreendedora impacta o tratamento é diferente”
“Falta de confiança por ser mulher e não um homem ao atender o cliente”
“Oportunidades entregues a homens”
“Já me senti "cortada" em meu potencial por ser mulher e ter filhos, desconforto por precisar atender os filhos e por vezes deixar o trabalho”.
“Muito, uma mulher assertiva é taxada de grosseira, de inflexível, até mesmo de louca”
“pelo fato de ser sócia de um homem, sempre se dirigirem a ele para tomadas de decisões.”
“inúmeras vezes, é como se você tivesse que ser muito mais qualificada e melhor do que os homens, para ser considerada do mesmo nível, além disso, vi muitos homens ganharem oportunidade pois pareciam merecer, sem ter provado tal merecimento e sinto

que a mulher tem que provar primeiro para depois talvez ter chance de ser promovida, ganhar certas oportunidades”
“Sempre precisei ter esforço dobrado para “provar” ser tão ou mais competente que profissionais do sexo oposto”
“empresas dirigidas por homens. Ouvir de uma jovem o que ele precisa fazer de diferente, no início, não é bem aceito”
“Foi um dos motivos principais de trabalhar para mim mesma, estava farta de assédio, e de não ser tão bem conceituada quanto os homens por ser jovem e mulher”

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Evidenciando esta questão as Emílias alcançadas pelo questionário trouxeram como principais desafios enfrentados pelas empreendedoras: a falta de experiência em gestão, a auto confiança, perceber o nicho de mercado, falta de capital de giro, dar o primeiro passo para empreender, ter coragem e começar, adaptar-se as constantes mudanças, a inovação, gerir pessoas e motivar a equipe, transição de carreira, planejamento e processos administrativos, suportar os fracassos e não desistir, continuar.

Contudo a entrevistada C4 evidencia que o maior desafio no qual enfrentou **“implicam em inventar algo e pôr em prática”**, pois tudo que é novo que não existe é complicado de se materializar, construir algo do zero e trazer de uma forma nova e atrativa é algo complexo, por sua vez fracassar é natural mas tem que tentar de novo, porque **“o que te sustenta no teu caminho é o teu propósito”**.

As mulheres empreendedoras não se contentam com a simples execução de tarefas corriqueiras, elas sempre buscam mais, sendo assim encontram no empreendedorismo a chave para realizações de sonhos e propósitos de vida, não somente enfrentam o preconceito, mas ainda destacam demais desafios enfrentados no âmbito o empreendedorismo. **Luiza Helena Trajano assegura que “Empreendedorismo, para mim, é fazer acontecer, independentemente do cenário, das opiniões ou das estatísticas. É ousar, fazer diferente, correr riscos, acreditar no seu ideal e na sua missão.”** Com isso o próximo tópico esplanada as considerações referentes a pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo mais do nunca está em ascensão, mas não o empreendedor tradicional, mas sim aquele que busca um diferencial, que busca mudar seu ambiente, impactar pessoas, o empreendedor com propósito.

Com a presente pesquisa buscando averiguar os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras do Coletivo Emílias destacou-se a necessidade de não se aplicar mais o termo empreendedorismo feminino, mas o empreendedorismo ser tratado de forma geral sem enfatizar o gênero, pois o que torna o indivíduo um empreendedor são suas atitudes, suas habilidades e não seu gênero.

Apesar da crescente evolução da sociedade perante o feminismo bem como a evolução das mulheres no mercado de trabalho, não deve fechar-se os olhos aos preconceitos vividos por estas quando buscam empreender e inovar. Com a presente pesquisa obteve-se como resultado 79,3% das entrevistadas responderam sentir-se lesadas por serem mulheres, com frases de taxaço de “loucas”, “metidas”, e a constante busca em provar serem competentes, até mesmo a perda de oportunidades profissionais por serem mulheres. Adjetivos estes que não se enquadrariam em cunho masculino caso aplicado, segundo as entrevistadas.

Buscando a resolutiva do primeiro objetivo específico no que diz respeito ao perfil empreendedor das mulheres que compõem o Coletivo Emílias, obteve-se como resposta de pesquisa que as 29 empreendedoras alcançadas com o questionário 19 delas enquadram-se como empreendedoras de alto diferencial e 10 delas como empreendedoras em crescimento pessoal. Sendo que nas respostas obtidas no que tange as características essenciais ao perfil de um empreendedor no comparativo entre as citadas pelos autores deste referencial teórico e as das empreendedoras do Coletivo todas foram destacadas e afirmadas pelas entrevistadas, mostrando assim que elas possuem o perfil empreendedor no qual procura-se estimular em um Ecossistema de empreendedorismo e inovação.

Com o segundo objetivo de pesquisa de conhecer o papel do coletivo na atuação das mulheres que o compõem, destaca-se que as entrevistadas demonstraram que o coletivo possibilitou a motivação interpessoal entre elas, a troca de informações e conhecimento, bem como a visibilidade de suas habilidades profissionais e ou pessoais. Além do *networking* que o coletivo possibilita a elas por

meio de interação com demais grupos e adentrar ao ecossistema *Desbravalley*, traz a perspectiva pessoal no que possibilitou que elas se reconhecessem como empreendedoras, que identificassem seu propósito e trabalhassem em prol deste, dando margem a aprimorar habilidades necessárias na manutenção de seu empreendimento ou de suas carreiras.

No que tange caracterizar trajetória profissional das mulheres empreendedoras atuantes nesta região, verificou-se uma vasta abrangência de atuações em diferentes áreas, e formações acadêmicas, que das 29 empreendedoras alcançadas 79,3% possuem Pós Graduação, e 17,2% são graduadas. Nos relatos das entrevistas aplicadas, averiguou-se que as profissões escolhidas pelas mulheres são embasadas em seu perfil e características empreendedoras, que quando elas não estavam sentindo-se satisfeitas com o que viviam mudaram, e foram buscar melhor conhecer o que era empreender, almejando vivenciar seu propósito de vida.

Como indagação feita as entrevistadas visando sugestões de fortalecimento do empreendedorismo feminino dentro do Ecossistema *Desbravalley*, obteve-se como respostas por elas o prisma da visibilidade, de mostrar ações empreendedoras, torná-lo mais visível e acessível, fortalecer o coletivo, com ações voltadas encorajar as empreendedoras, como espaços para o compartilhamento de informações e experiências, que vigorem as competências pessoais, rodadas de negócios, palestras que visem dar base as suas necessidades de aprendizado.

Buscar a união entre as mulheres, não somente do coletivo, mas no que tange o fortalecimento de empreendimentos feminino, “nós somos protagonistas da mudança. Precisamos cada vez mais preferir serviços prestados por mulheres”, palestras motivacionais com *cases* de sucesso de empreendedoras, possibilitando a desmistificação da mulher como sexo frágil e adentrando como agente de negócios.

Outra sugestão foi a de incentivos governamentais e financeiro para dar suporte às empreendedoras em seus anos iniciais ou até mesmo para tirar do papel suas ideias, além do suporte técnico e qualificação profissional, pois elas respaldaram a falta de conhecimento sobre técnicas de administração e termos de empreendedorismo, que para mulheres que não atuam nas áreas de gestão dificulta o processo, pois antes de agir elas precisam conhecer os termos. Enfatizar o estudo

do empreendedorismo nos primórdios da infância, facilitando assim o processo criativo e ascensão do perfil empreendedor dentro do Ecossistema.

E por último, mas não menos importante a conscientização do público masculino, de que as mulheres devem ser vistas de igual para igual, onde a “mulher percebe sua força criativa e desapega de modelos culturais ainda machistas”.

Como resultado ao objetivo geral deste trabalho de Analisar os desafios apresentados às mulheres empreendedoras que compõem o Coletivo Emílias - mulheres empreendedoras na região denominada *Desbravalley*, conclui-se com base nos dados coletados por meio do questionário e entrevista que além da questão do preconceito relativo ao gênero, as frases de cunho preconceituosas que as mulheres precisam ouvir, da constante necessidade de auto afirmação e comprovação de suas competências profissionais no mercado, elas evidenciam que os principais desafios enfrentados pelas empreendedoras abrangem a falta de experiência em gestão, a auto confiança, perceber o nicho de mercado, falta de capital de giro, dar o primeiro passo para empreender, ter coragem e começar, adaptar-se as constantes mudanças, a inovação, gerir pessoas e motivar a equipe, transição de carreira, planejamento e processos administrativos, suportar os fracassos e não desistir, continuar.

O presente estudo deixa como sugestão a verificação dos motivos pelos quais existem tão poucas mulheres atuantes em *Startups* no ecossistema *Desbravalley* sendo apenas 7 mulheres para um total de 61 *Startups* ativas, levando em consideração o estudo disposto no referencial teórico que demonstra maior rentabilidade em *Startups* gerenciada e ou criadas por mulheres.

Bem como a continuidade da pesquisa com enfoque aos empreendedores masculinos ou participantes do Ecossistema *Desbravalley* como um todo buscando verificar a percepção dos mesmos em relação a dois pontos: preconceito em relação a gênero e importância do coletivo.

Findando assim conclui-se que esta pesquisa demonstrou que mesmo com a evolução da sociedade o gênero ainda é motivo de preconceito e diferenciação profissional. Entretanto as mulheres aprenderam a se adaptar-se, a inovar e buscar seu lugar no mundo, usando de estratégias como a criação de Coletivos buscando fortalecer o empreendedorismo da região na qual estas fazem parte.

REFERENCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento**. 2011. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. acessado em: 10/11/2019.

ANDREIS, Alexandra; PRANTZ, Cláudia; SACIOTO, Evandro Busato; ANDRADE, Simone Fonseca de. **PERFIL INOVADOR E O PERFIL EMPREENDEDOR: um estudo de caso no setor metal mecânico**. Geintec-Gestão, Inovação e Tecnologias, São Cristovão-Se, v. 4, n. 5, p. 1361-1375, 2014. Anual.

ANJOS, Luiza Aguiar dos; RAMOS, Suellen dos Santos; JORAS, Pamela Siqueira; GOELLNER, Silvana Vilodre. Guerreiras Project: futebol e empoderamento de mulheres. **Revista Estudos Femininos**, Florianópolis, v. 26, p. 1-16, 2018.

BANHA, F.; ALMEIDA, H.; REBELO, E. e ORGAMBIDEZ-RAMOS, A.. **The main barriers of Portuguese entrepreneurship ecosystem: Interpretive Structural Modeling (ISM) approach**. *TMStudies* [online]. 2017, vol.13, n.2, pp.60-70. ISSN 2182-8458.

BARBOSA, Lucas Oliveira. **PERFIL EMPREENDEDOR: um estudo sobre as características do perfil empreendedor**. 2015. 48 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda, 2015.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, Estratégias e Dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

BIGARELLI, Barbara. **Startups Fundadas por mulheres faturam mais, mostra estudo**. Epocanegocios.globo.com, 2018. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2018/07/startups-fundadas-por-mulheres-faturam-mais-mostra-estudo.html>> acessado em 03/11/2019.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. **Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais**. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, vol. 2, n.1, p. 68-80, jan/jul.2005.

BRITO A.M.; PEREIRA P. S.; LINARD A. P. **Empreendedorismo**. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, Juazeiro do Norte, 2013.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. **MÉTODO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO: ferramenta para análise de dados qualitativos no campo da saúde**. Rev. Brasileira de Enfermagem, p.611-614, set/out.2004.

CARREIRA, Suely da S.; FRANZONI, Ana B.; ESPER, Aulina J.F.; PACHECO, Daniela C.; GRAMKOW, Fabiana B.; CARREIRA, Manoel F. **Empreendedorismo Feminino: um estudo fenomenológico**. NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia, vol.5, n.2, p.06-13, abr./jun.2015.

CASTRO, Ademar Araujo. **Revisão Sistemática e Meta-Análise**. 2001.

COZZI, Afonso. **Empreendedorismo de base tecnológica**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CRAMER, Luciana; CAPPELLE, Mônica Carvalho; ANDRADE, Áurea Lucia; BRITO, Mozar José. **REPRESENTAÇÕES FEMININAS DA AÇÃO EMPREENDEDORA: UMA ANÁLISE DE TRAJETÓRIAS DAS MULHERES NO MUNDO DOS NEGÓCIOS**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE, vol. 1, n.1, p.53-71, jan./abr. 2012.

DE OLIVEIRA, Meire Ramalho e VITALE TORKOMIAN, Ana Lúcia. **Como estimular um ecossistema empreendedor? Experiências de universidades norte-americanas e européias**. *Innovar* [online]. 2019, vol.29, n.71, pp.11-24. ISSN 0121-5051. <http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v29n71.76392>.

DI MAIO, Claudia A; ET AL. **MULHERES NA LIDERANÇA: A EVOLUÇÃO DAS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO**. XVIII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica. Paraíba, 2012.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo Corporativo: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

DORNELAS, José. **EMPREENDEDORISMO: Transformando ideias em negócios**. 3.ed.-Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José. **EMPREENDEDORISMO: Transformando ideias em negócios**. 4.ed.-Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José. **EMPREENDEDORISMO: Transformando ideias em negócios**. 7.ed.-São Paulo: Empreende, 2018.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor: Práticas e Princípios**. Tradução Carlos Maferrani. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

Empresas e Negócios estatísticas, 2020. Disponível em: <<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/redesim/estatisticas>>acessado: 06/11/2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR-GEM. **Empreendedorismo no Brasil-2017: relatório executivo**. IBQN, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR-GEM. **Empreendedorismo no Brasil-2019: relatório executivo**. IBQN, 2019.

GUBITS, Sonia; NORIEGA, José A. Vera. **Método Qualitativo: epistemologia, complementaridades e campos de aplicação**. São Paulo: Vetor, 2004.

GURGEL, Telma. **FEMINISMO E LUTA DE CLASSE: HISTÓRIA, MOVIMENTO E DESAFIOS TEÓRICOS-POLÍTICOS DO FEMINISMO NA CONTEMPORANEIDADE.**

Rio Grande do Norte, 2010.

HIRATA, Helena. **Gênero, classe e raça Interseccionalidade e consubstancialidade das relações sociais.** Revista Tempo Social, vol. 26, p. 61-73, São Paulo, 2014.

Indicadores Sociais das Mulheres no Brasil. IBGE.gov.br, 2018. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/materias-especiais/20453-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html>> acessado em 05/10/2019.

MEDEIROS, Juliana Dantas Ribeiro Viana de; ALVES, Daniela C. P.; VASCONCELOS, Alexandre Marcos Lins de; SCHUENEMANN, Carla Taciana Lima Lourenço Silva; WANDERLEY, Eduardo. Engenharia de requisitos em projetos ágeis: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Principia**, João Pessoa, v. 28, p. 11-24, 2015. Anual.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 7. ed- São Paulo: Atlas, 2010.

LEMOS, Paulo Antonio Borges. **As Universidades de Pesquisa e a Gestão estratégica do Empreendedorismo- Uma proposta de metodologia de análise de ecossistemas.** São Paulo: 2011.

LIMA, Rosa C. R; FREITAS, Ana A. F. **Personalidade Empreendedora, recursos, ambiente, atividades organizacionais, gênero e desempenho financeiro de empreendedores informais.** RAP-Revista de Administração Pública, vol.2, p.511-531, Rio de Janeiro, 2010.

MARINHO, Paloma Abelin Saldanha; GONÇALVES, Hebe Signorini. **Práticas de empoderamento feminino na América Latina.** Rio de Janeiro, 2016.

MARTINS, GAILBERTO De A. **Manual para Elaboração de Monografias e Dissertações**. 3.ed- São Paulo: Atlas S., 2011.

MORANDI, Tainá Bruna. **Assédio Moral no ambiente organizacional: o contexto dos abusos psicológicos contra as mulheres no ambiente de trabalho**. Santa Catarina, 2017.

MURANO, Renata *et al.* **AVALIAÇÃO DO PERFIL EMPREENDEDOR EM MEIO ACADEMICO**. Gestão e Desenvolvimento, Novo Hamburgo, v. 14, n. 2, p. 136-156, jul. 2018. Semestral.

NETO, Alexandre Rui. **Assédio Moral contra Mulher nas Relações de Trabalho: uma reflexão sobre suas conseqüências econômicas e psicológicas**. Mato Grosso, 2008.

NEVES, José L. **PESQUISA QUALITATIVA- CARACTERISTICAS, USOS E POSSIBILIDADES**. Caderno de Pesquisa em Administração, São Paulo, v.1, n°3, 2°sem./1996.

O que é crise econômica?. Politize.com.br, 2018. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/crise-economica-o-que-e/>> acessado em 05/10/2019.

OLIVEIRA, Marcelo Casimiro de. **Atividade empreendedora em Florianópolis, contexto histórico, realidade atual e perspectivas futuras**. 2017. 46 f. TCC (Graduação) - Curso de Administra~, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.

OSTERWALDER, Alexandre. **Business Model Geration- Inovação em Modelos de Negócios: uma manual para visionários, inovadores e revolucionários**. Rio de Janeiro, Alta Books, 2011.

PEDRO, Joana Maria. **Traduzindo o debate: uso da categoria gênero na pesquisa histórica**. História, São Paulo, vol. 24, p. 77-98, 2005.

PEREIRA, Mauricio F. **Planejamento Estratégico: Teorias, Modelos e Processos**. São Paulo: Atlas S.A, 2010.

PINSKY, Carla B.; PEDRO, Joana M. **Novas Histórias das Mulheres**. São Paulo, Contexto, 2012.

QUEIROZ, Audemir; PARDELA, Celia. **Alicerces do Desenvolvimento: Cultura empreendedora e Redes de Suporte ao Empreendedorismo(ECOSSISTEMA)**. In: DALLAMUTA, João; OLIVEIRA, Luiz C.; HOLZMANN, Henrique A. **Administração, Empreendedorismo Inovação 4**.ponta Grossa, vol. 4, Atena Editora, 2019.

Revisão Cochrane. [centrocochranedobrasil.org.br](http://www.centrocochranedobrasil.org.br), 2009. Disponível em: <http://www.centrocochranedobrasil.org.br/revisoes.html> acessado em : 16/11/2019.

RIBEIRO, Artur T. V.B; KRAKAUER, Patricia V. De C. **EMPREENDEDORISMO POR ESTILO DE VIDA: ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE FATORES MOTIVACIONAIS, CARACTERÍSTICAS E GESTÃO**. Revista de Gestão e Secretariado-GESEC, São Paulo, vol.7, n.1, p.112-131, Jan/Abr.2016.

SARAIVA, Adriano; PERET, Eduardo. **Desemprego sobe 12,7% com 13,4 milhões de pessoas em busca de trabalho**, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agenciadenoticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24283-desemprego-sobe-para-12-7-com-13-4-milhoes-de-pessoas-em-busca-de-trabalho> acessado em 05/10/2019.

SCHMIDT, Serje; BOHENENBERG, Maria Cristina. **PERFIL EMPREENDEDOR E DESEMPENHO ORGANIZACIONAL**. Anpad: RAC, Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450-467, jul. 2009. Mensal.

SILVEIRA, Amélia; GOUVÈA, Anna B. **EMPREENDEDORISMO FEMININO: MULHERES GERENTES DE EMPRESAS**. FACES R. Adm. Belo Horizonte, vol.7, p.124-138, 2008.

SCOTT, Joan W. “**Gênero: uma categoria útil de análise histórica**”. **Educação e Realidade**. Porto Alegre, vol. 20, jul-dez. 1995, p. 99. Versão em Português [HTTP://www.archive.org/details/scott_gender](http://www.archive.org/details/scott_gender).

TERENCE, Ana C. F.; FILHO, Edmundo E. **Abordagem quantitativa, qualitativa e a utilização da pesquisa-ação nos estudos organizacionais**. XXVI ENEGEP, Fortaleza, Out.2006.

VERGARA, Sylvia Constanr. **Métodos de Coleta de Dados no Campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

VERGARA, Sylvia Constanr. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 16. Ed-São Paulo: Atlas, 2016.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia da Pesquisa**. Florianópolis: SEaD UFSC, 2006. 144 p.

ANEXOS

Teste de perfil empreendedor
Teste 1 – Auto-avaliação de seu perfil empreendedor

- 1- Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir e escreva a nota na última coluna.
- 2- Some as notas obtidas para todas as características.
- 3- Analise seu resultado global com base nas explicações ao final.
- 4- Destaque seus principais pontos fortes e pontos fracos.
- 5- Quais dos pontos fortes destacados são mais importantes para o desempenho de suas atribuições atuais na empresa?
- 6- Quais dos pontos fracos destacados deveriam ser trabalhados para que o seu desempenho na empresa seja melhorado? É possível melhorá-los?

Características	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente	Nota
	5	4	3	2		
Comprometimento e determinação						
1. Proatividade na tomada de decisão.						
2. Tenacidade, obstinação.						
3. Disciplina, dedicação.						
4. Persistência em resolver problemas.						
5. Disposição ao sacrifício para atingir metas.						
6. Imersão total nas atividades que desenvolve.						
Obsessão pelas oportunidades						
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes.						
8. É dirigido pelo mercado (market driven).						
9. Obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes.						
Tolerância ao risco, ambigüidade e incertezas						
10. Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir).						
11. Procura minimizar os riscos.						
12. Tolerância às incertezas e falta de estrutura.						
13. Tolerância ao estresse e conflitos.						
14. Hábil em resolver problemas e integrar soluções.						
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação						
15. Não-convençional, cabeça aberta, pensador.						
16. Não se conforma com o status quo.						
17. Hábil em se adaptar a novas situações.						
18. Não tem medo de falhar.						
19. Hábil em definir conceitos e detalhar idéias.						
Motivação e superação						
20. Orientação a metas e resultados.						
21. Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados.						
22. Não se preocupa com status e poder.						
23. Autoconfiança.						
24. Ciente de suas fraquezas e forças.						
25. Tem senso de humor e procura estar animado.						
26. Tem iniciativa.						
27. Poder de autocontrole.						
28. Transmite integridade e confiabilidade.						
29. E paciente e saber ouvir.						
30. Sabe construir times e trabalhar em equipe.						

Fonte: DORNELAS, José Assis. Empreendedorismo Corporativo: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas, Rio de Janeiro, Campus, 2003

Material da Escola de Empreendedores da Unitecne - 2004

Apoio do CNPq - UNIUBE

unitecne@uniube.br

Tel.(34) 3319-8894

APÊNDICES

Questionário 1- Google Docs.

PESQUISA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

Prezada empreendedora, você está sendo convidada a participar como voluntária da pesquisa de conclusão de curso em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, sobre o tema Empreendedorismo Feminino: Desafios enfrentados pelas mulheres do Coletivo Emílias.

A pesquisa tem como objetivo geral: analisar os desafios apresentados às mulheres do Coletivo Emílias. Tem como objetivos específicos: identificar o perfil empreendedor destas mulheres, caracterizar sua trajetória educacional e profissional, bem como verificar ações e sugestões que visam o fortalecimento do empreendedorismo feminino na Região.

O público alvo desta pesquisa são: mulheres empreendedoras atuantes que fazem parte do Coletivo Emílias.

As respostas obtidas neste questionário serão somente utilizadas para pesquisa em questão, os dados ou nomes não serão revelados em nenhum caso.

Responsáveis pela pesquisa: Ciula Gai- Acadêmica de Administração - Contato: ciula.dias@gmail.com -

(49) 98901-2139. Dra. Kelly Tosta- Professora Orientadora - Contato: kellytosta@uffs.edu.br .

Você aceita participar voluntariamente desta *

Sim

Não

Empreendedorismo Feminino .

Responda as questões abaixo de acordo com a sua percepção. Lembrando-se que não existem respostas certas ou erradas. O que o questionário espera é determinar o perfil empreendedor de cada

1 IDADE *

2 ESCOLARIDADE *

ENSINO MÉDIO

GRADUAÇÃO

PÓS

3 ÁREA DE FORMAÇÃO ACADÊMICA E/OU PÓS GRADUAÇÃO: *

4 QUAL SUA PROFISSÃO E OU ÁREA DE ATUAÇÃO? *

5 HÁ QUANTO TEMPO ATUA NESTA EMPRESA? *

MENOS DE 6 MESES

6 MESES A 1 ANO

DE 1 ANO A 2 ANOS

MAIS DE 2 ANOS

6 Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir:

CARACTERÍSTICAS	EXCELENTE	BOM	REGULAR	FRACO	INSUFICIENTE
	5	4	3	2	1
1. Proatividade na tomada de decisão.					
2. Tenacidade, obstinação.					
3. Disciplina, dedicação.					

4. Persistência em resolver problemas.					
5. Disposição ao sacrifício para atingir metas.					
6. Imersão total nas atividades que desenvolve					
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes					
8. É dirigido pelo mercado (<i>market driven</i>).					
9. Obsessão em criar valor e satisfazer aos clientes.					
10. Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir)					
11. Procura minimizar os riscos.					
12. Tolerância às incertezas e falta de estrutura.					
13. Tolerância ao estresse e conflitos.					
14. Hábil em resolver problemas e integrar soluções.					
15. Não-convencional, cabeça aberta, pensador.					
16. Não se conforma com o <i>status quo</i> .					
17. Hábil em se adaptar a novas situações.					

18. Não tem medo de falhar.					
19. Hábil em definir conceitos e detalhar ideias.					
20. Orientação a metas e resultados.					
21. Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados					
22. Não se preocupa com <i>status</i> e poder.					
23. Autoconfiança.					
24. Ciente de suas fraquezas e forças.					
25. Tem senso de humor e procura estar animado.					
26. Tem iniciativa.					
27. Poder de autocontrole.					
28. Transmite integridade e confiabilidade.					
29. É paciente e saber ouvir.					
30. Sabe construir times e trabalhar em equipe.					

7 CITE TRÊS CARACTERÍSTICAS/COMPETÊNCIAS GERENCIAIS QUE VOCÊ ACREDITA SEREM MAIS IMPORTANTES EM UM EMPREENDEDOR:

8 DAS CARACTERÍSTICAS CITADAS, QUAIS VOCÊ POSSUI?

9 QUAL O PRINCIPAL DESAFIO QUE VOCÊ ACREDITA TER ENFRENTADO NA SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL?

10 O FATO DE SER MULHER IMPACTOU DE ALGUMA FORMA SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL? JÁ SOFREU ALGUM TIPO DE PRECONCEITO RELACIONADO A ISSO?

11 NA SUA OPINIÃO, QUE AÇÕES SERIAM RELEVANTES PARA O FORTALECIMENTO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO EM NOSSA REGIÃO?

Roteiro de Entrevista 1- Fundadora e Líder Informal Emílias

Fale brevemente de sua trajetória empreendedora...

O que é ser empreendedora, empreender sem empreendimento?

Como surgiu a ideia do Coletivo Emílias ? Motivada Por que ?

Quais foram as maiores dificuldades que encontrou em sua trajetória empreendedora ?

Preconceito em relação a gênero...

O que agrega e traz oportunidades as empreendedoras da nossa região fazer parte de um Coletivo de Mulheres?

Como o Coletivo Emílias pode contribuir para cada mulher, e como contribui para o ecossistema?

Ideias e ou sugestões para o fortalecimento do empreendedorismo feminino da Região do *Desbravalley*...

Quando você fala em não usar mais o termo empreendedorismo feminino em suas palestras o que quer dizer com isso?

Indique empreendedoras que fazem parte do Coletivo Emílias que pode agregar na pesquisa e contribuir ao alcance dos objetivos.

Roteiro de Entrevista 2- Empreendedoras do Coletivo

Fale brevemente de sua trajetória empreendedora...

O que é ser empreendedora, empreender sem empreendimento?

Como foi sua inserção no Coletivo Emílias? Motivada por que ?

Quais foram as maiores dificuldades que encontrou em sua trajetória empreendedora ?

Preconceito em relação a gênero (trabalho)...

O que agrega e traz oportunidades as empreendedoras da nossa região fazer parte de um Coletivo de Mulheres?

Importância do Coletivo de Mulheres na sua percepção?

Relate uma experiência boa, um aprendizado que as Emílias lhe trouxeram?

Ideias e ou sugestões para o fortalecimento do empreendedorismo feminino da Região do *Desbravalley*...