



SERGIO HENRIQUE CARIA DE SOUSA

**MULHERES EMPREENDEDORAS: CARACTERÍSTICAS E
DESAFIOS PARA MANUTENÇÃO DO NEGÓCIO**

CAMPO LIMPO PAULISTA

2020

CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO DAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS

SERGIO HENRIQUE CARIA DE SOUSA

**Mulheres empreendedoras: Características e desafios para
manutenção do negócio**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas do Centro Universitário Campo Limpo Paulista para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Marco Antonio Silveira.
Coorientadora: Prof.^a Dr.^a Patrícia Viveiros de Castro Krakauer

Linha de Pesquisa: Empreendedorismo e Desenvolvimento.

CAMPO LIMPO PAULISTA
2020

Ficha catalográfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, São Paulo, Brasil)

S698m

Sousa, Sergio Henrique Caria de

Mulheres empreendedoras: características e desafios para manutenção do negócio / Sergio Henrique Caria de Sousa. Campo Limpo Paulista, SP: Unifaccamp, 2020.

Orientador: Prof^o. Dr. Marco Antonio Silveira
Coorientadora: Prof^a. Dr^a. Patrícia Viveiros de Castro Krakauer

Dissertação (Programa de Mestrado Profissional em Administração) – Centro Universitário Campo Limpo Paulista – Unifaccamp.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Dificuldades da mulher em empreender. I. Silveira, Marco Antonio. II. Krakauer, Patrícia Viveiros de Castro. II. Centro Universitário Campo Limpo Paulista. III. Título.

CDD-658.42

SERGIO HENRIQUE CARIA DE SOUSA

**Mulheres empreendedoras: Características e desafios para manutenção do
negócio**

Dissertação de Mestrado aprovada em 31/08/2020

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marco Antonio Silveira
UNIFACCAMP – Centro Universitário Campo Limpo Paulista

Prof.^a Dr.^a Patrícia Viveiros de Castro Krakauer
UNIFACCAMP – Centro Universitário Campo Limpo Paulista

Prof.^a Dr.^a Roosiley dos Santos Souza
UFMS – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

AGRADECIMENTOS

Agradeço infinitamente à força maior, que nos momentos de maior dificuldade, me trouxe coragem, resiliência, inquietude e obstinação para a materialização desse sonho.

Aos meus heróis, a quem chamo de pai e mãe, Benê e Sueli, que com muito incentivo, apoio, torcida e orações, não mediram esforços para que eu concluísse esta importante etapa da minha vida. De todo o meu coração, obrigado! Mãe, sua torcida, orações e generosidade, foram combustíveis para eu nunca desistir. Pai, seu estímulo, encorajamento e prudência me deram confiança e proteção para seguir sempre firme até o final dessa caminhada. Amo vocês mais do que tudo nessa vida.

Ao meu estimado professor e orientador, Prof. Dr. Marco Antonio Silveira, por todo o cuidado, paciência, orientação e competência. Suas recomendações, sempre bem-vindas e fundamentais, foram essenciais para a conclusão dessa dissertação. Levarei seus ensinamentos por toda a minha vida. Minha eterna gratidão!

A minha coorientadora Prof.^a Dr.^a Patrícia Viveiros de Castro Krakauer, pelos puxões de orelha, mas acima de tudo pelos ensinamentos, compreensão, conselhos e generosidade que tanto me auxiliaram ao longo do curso de mestrado.

Agradeço também a Prof.^a Dr.^a Roosiley dos Santos Souza pela valiosa contribuição ao meu trabalho, repletas de conhecimento e experiência.

Sou muito grato a todo corpo docente da UNIFACCAMP, que sempre emitiram seu saber com muito entusiasmo e profissionalismo.

Aos funcionários da secretaria da Instituição, pela atenção e gentileza com que sempre me receberam e atenderam.

A todos os amigos de curso, pela força, incentivo, cooperação e valiosa convivência.

Um especial agradecimento às mulheres empreendedoras que participaram desta pesquisa, pela disponibilidade, atenção e confiança a mim prestados.

EPÍGRAFE

“Somos o resultado dos livros que lemos, das viagens que fazemos e das pessoas que amamos.”

Airton Ortiz

RESUMO ESTRUTURADO

Propósito da pesquisa: Em busca de autonomia e independência financeira, o empreendedorismo tem despertado cada vez mais o interesse nas mulheres. No entanto, questões culturais, sociais e contemporâneas tornam o protagonismo feminino especialmente desafiante. Observando os transtornos enfrentados pelas mulheres em seu ambiente empreendedor e o hiato empírico quanto às consequências e barreiras enfrentadas pelo gênero, a presente pesquisa insere-se no esforço de compreender as dificuldades das mulheres em empreender.

Problema e Objetivos: O presente estudo tem o propósito de contribuir para elucidar as adversidades retratadas na literatura, abordando o histórico de objeções enfrentados pelas empreendedoras em seu ambiente de trabalho. Assim, o objetivo geral deste trabalho é compreender as dificuldades encontradas pelas mulheres na condução e manutenção de seus empreendimentos na cidade de Amparo (SP).

Abordagem metodológica: Realizou-se uma pesquisa com abordagem qualitativa de natureza exploratória, tendo a história de vida como método. Para coleta de dados, foi empregue a entrevista semiestruturada em profundidade. Para o tratamento de dados, utilizou-se da técnica análise de conteúdo.

Resultados Alcançados: Verificou-se que a mulher empreendedora de Amparo possui faixa etária dos 35 a 45 anos, com alta escolaridade, sendo 20% mestras, 60% nível superior completo e 20% ensino médio completo, casada, com filhos e avançado tempo nos negócios. Possuem predicados de maturidade na manutenção de seus empreendimentos, são apaixonadas pelo trabalho e pelas pessoas, buscam independência financeira, apreciam a organização das coisas, valorizam a determinação que possuem e prezam pela atenção aos detalhes. As principais dificuldades identificadas foram a discriminação e preconceitos sofridos em seus ambientes de trabalho, a dupla jornada e a intensa dedicação ao empreendimento. Os desafios do atual surto de coronavírus (SARS-CoV-2), causador do Covid-19, frente aos negócios revelam a necessidade de incrementar serviços e implementar e utilizar as ferramentas digitais.

Contribuição: Esta pesquisa oportuniza a solução das dificuldades que as mulheres enfrentam em seus empreendimentos, contribuindo com diretrizes ao gênero na orientação e autoconhecimento à discussão empreendedora. Este estudo ainda auxiliará na confrontação das implicações obtidas em relação às barreiras e objeções das mulheres empreendedoras da cidade de Amparo com as de outras localidades.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Empreendedorismo Feminino e Dificuldades da mulher em empreender.

STRUCTURED ABSTRACT

Purpose of research: In search of autonomy and financial independence, entrepreneurship has increasingly aroused interest in women. However, cultural, social and contemporary issues make the female protagonism especially challenging. Observing the disorders faced by women in their entrepreneurial environment and the empirical gap regarding the consequences and barriers faced by gender, this research is part of the effort to understand women's difficulties in undertaking.

Challenge and Objective: This study aims to contribute to elucidate the adversities portrayed in the literature, addressing the history of objections faced by women entrepreneurs in their work environment. Thus, the general objective of this work is to understand the difficulties encountered by women in conducting and maintaining their enterprises in the city of Amparo (SP).

Methodological approach: A qualitative approach of an exploratory nature was carried out, with life history as a method. For data collection, an in-depth semi-structured interview was used. For the treatment of data, the technique of content analysis was used.

Attained Results: It was verified that Amparo's enterprising woman is between 35 and 45 years old, with high education: 20% master's degree, 60% higher education complete and 20% high school complete, married, with children and advanced time in business. They have predicates of maturity in the maintenance of their ventures, are passionate about work and people, seek financial independence, appreciate the organization of things, value the determination they have and appreciate the attention to detail. The main difficulties identified were the discrimination and prejudices suffered in their work environments, the double journey and the intense dedication to the enterprise. The challenges of the current outbreak of coronavirus (SARS-CoV-2), causing the Covid-19, in front of business reveal the need to increase services and implement and use digital tools.

Contribution: This research provides an opportunity for the difficulties that women face in their enterprises, contributing with gender guidelines in the orientation and

self-knowledge to the entrepreneurial discussion. This study will also help in confronting the implications obtained in relation to the barriers and objections of women entrepreneurs in the city of Amparo with other localities.

Key-words: Entrepreneurship, Female Entrepreneurship and Difficulties of women in entrepreneurship.

.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - PROPORÇÃO DA TAXA DE EMPREENDEDORISMO INICIAL (OPORTUNIDADE E NECESSIDADE) BRASIL 2002 A 2016.....	35
FIGURA 2 - NÚMERO DE EMPREENDEDORES POR GÊNEROS - BRASIL 2017	39
FIGURA 3 - NÍVEIS DE ESCOLARIDADE	43

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: COLOCAÇÃO DO BRASIL NO RANKING GEM DE 2000 A 2016	16
QUADRO 2: CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR (CCEs).....	26
QUADRO 3: CONCEITOS E DIMENSÕES DE COMPETÊNCIA.....	28
QUADRO 4: POSIÇÃO TAXAS DE EMPREENDEDORES INICIAIS (TEA) E ESTABELECIDOS (TEE) POR FAIXA ETÁRIA NO BRASIL EM 2016.....	33
QUADRO 5: MOTIVAÇÃO DOS EMPREENDEDORES INICIAIS NO BRASIL EM 2016.....	36
QUADRO 6: PERFIL DAS EMPREENDEDORAS ENTREVISTADAS.....	69
QUADRO 7: ANÁLISE DO CONTEXTO DOS RECURSOS E MOTIVAÇÕES DAS EMPREENDEDORAS.....	77
QUADRO 8: UNIDADE DE REGISTRO.....	84
QUADRO 9: ANÁLISE DO CONTEXTO DOS DESAFIOS E DIFICULDADES DAS EMPREENDEDORAS.....	91
QUADRO 10: UNIDADE DE REGISTRO.....	100
QUADRO 11: PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS DO NEGÓCIO COM RELAÇÃO À PANDEMIA DO COVID-19.	107
QUADRO 12: UNIDADE DE REGISTRO.....	112

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - DADOS CONFRONTADOS ENTRE A PRESENTE PESQUISA E ARTIGOS SELECIONADOS.....115

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CCEs	Características do Comportamento Empreendedor
Covid-19	Coronavírus Disease 2019
Eaesp	Escola de Administração de Empresas de São Paulo
Empretec	Programa de Empreendedorismo e Tecnologia
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FMI	Fundo Monetário Internacional
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEI	Microempreendedor individual
MPE	Micro e Pequenas Empresas
OECD	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
PNADC	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua
RME	Rede Mulher Empreendedora
Seade	Sistema Estadual de Análise de Dados
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TEA	Taxa de Empreendedores Iniciais
TEE	Taxa de Empreendedores Estabelecidos
TTE	Taxa Total de Empreendedores

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1 Objetivos da Pesquisa.....	18
1.2 Aplicabilidade e Justificativa de Pesquisa.....	19
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
2.1 Distinções do Empreendedor	25
2.2 A Escalada do Empreendedorismo no Brasil	31
2.3 O Empreendedorismo Feminino	38
2.4 O Perfil das Mulheres Empreendedoras	42
2.5 Dificuldades e Desafios.....	46
2.6 Recursos e Objetivos para Empreender	50
2.7 Setores de Atuação	52
2.8 Desígnios do Empreendedorismo de Mulheres.....	53
2.9 O Empreendedorismo e o Covid-19.....	57
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	60
3.1 Método de Pesquisa.....	61
3.2 Coleta de Dados	62
3.2.1 Instrumento de Coleta	63
3.3 Análise de Dados.....	65
3.4 Validade e Confiabilidade	66
4.1 Perfil das Entrevistadas.....	68
4.2 Recursos e Motivação para Empreender.....	71
4.3 Desafios e Dificuldades para Empreender.....	86
4.4 Perspectivas Atuais e Futuras.....	103
4.5 Discussão dos Resultados.....	114
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	129
REFERÊNCIAS	133
APÊNDICES	142

1. INTRODUÇÃO

O tema empreendedorismo é amplo e diversos são os conceitos de sua relevância e expressividade. O empreendedorismo potencializa o senso de conquista, independência e oportunidade nos seres humanos. Qualquer esforço de elaboração, desenvolvimento e construção de novas atividades ou novas empresas, pode ser considerado empreendedorismo (GEM, 2016).

A importância do empreendedorismo é crescente, devido às mudanças significativas que contemplam economia e sociedade. Ademais, os últimos tempos foram marcados pela quebra de estereótipos de gênero, principalmente pela expansão da participação feminina no mercado de trabalho, contribuindo progressivamente no desenvolvimento de renda e propagação de empregos em diversos setores de atuação. A mulher encontrava-se, até certo tempo, em condições de vulnerabilidade, devido aos cuidados do lar e filhos e por sua dependência aferida aos maridos. Contudo, desbravou espaços, conquistou cargos, dominou negócios e buscou capacitação profissional, transformando o empreendedorismo feminino em um contexto de protagonismo e grande interesse aos estudos empíricos. Para Jonathan (2011), o aumento da atuação das mulheres no empreendedorismo do país, indica elevado desenvolvimento e alta geração de renda para população.

Degen (2008), argumenta que os empreendedores criam negócios com características de oportunidade, desenvolvendo simultaneamente economia e inovação. O grande questionamento era perceber que, embora muitas dessas características fossem tradicionalmente dos homens, com a crescente igualdade de gênero, as mulheres reivindicaram uma crescente inserção no mercado, resultando em uma ampla camada de mulheres empreendedoras (NATIVIDADE, 2009). Nesse sentido, o empreendedorismo feminino tornou-se determinante ao esforço de independência e empoderamento das mulheres.

Dentro desse contexto, surgem muitas interrogações e objeções diante das explicações e entendimentos que possam esclarecer o que levam as mulheres a empreenderem. Para o Sebrae (2019), o incentivo às práticas empreendedoras femininas é necessário, pois permite o avanço do protagonismo, autonomia, renda e criação de empregos pelas mulheres. Segundo Natividade (2009), a isso se soma o

fato de as mulheres serem o esteio da maioria das famílias, em especial nos estratos socioeconômicos mais baixos, revestindo o empreendedorismo feminino de destacada importância social. Muitas pessoas, e nisso obviamente se incluem as mulheres, valem-se do empreendedorismo como meio de sobrevivência, dignidade, autorrealização e expectativa de vida. Na visão de Machado, Gazola e Anez (2013), a possibilidade de explorar uma inovação comercial, e assim, a abertura de uma nova empresa se torna acessível diante do amplo nível de qualificação e capacitação que as mulheres se encontram atualmente. O desejo de uma vida melhor, com ganhos diferenciados e aumento do nível de consumo, pode resultar em incentivos para que as mulheres empreendam. Tais características podem ser evidenciadas com base na ascensão do empreendedorismo feminino no país. Durante os anos de 2000 e 2001, segundo a pesquisa GEM (2001:2016) a participação masculina em atividades empreendedoras no Brasil era extremamente superior aos níveis femininos, e esse panorama se alterou nos anos seguintes (Quadro 1).

Quadro 1 - Colocação do Brasil no ranking GEM de 2000 a 2016

Ano	Número de países	Posição do Brasil	Atuação Feminina	Atuação Masculina
2000	21	1º	29%	71,0%
2001	29	5º	29,1%	70,9%
2002	37	7º	42,4%	57,6%
2003	31	6º	46,8%	53,2%
2004	34	7º	43,4%	56,6%
2005	37	7º	50%	50,0%
2006	42	10º	43,8%	56,2%
2007	42	9º	52,4%	47,6%
2008	43	13º	47,3%	52,7%
2009	54	14º	53%	47,0%
2010	59	10º	49,3%	50,7%
2011	54	15º	48,6%	51,4%
2012	67	16º	49,6%	50,4%
2013	68	8º	52,2%	47,8%
2014	73	10º	51,2%	48,8%
2015	62	8º	49%	51%
2016	65	8º	51,5%	48,5%

Fonte: GEM (2000:2016)

A partir de 2002, as mulheres empreendedoras passaram a buscar compreensão das oportunidades que o mercado dispunha, revelando competências gerenciais e ordenando viabilidades com as necessidades de empreender. Em 2007, pela primeira vez desde o começo da pesquisa em posição nacional, os homens foram superados pelas mulheres. A partir dessa constatação, aumentou o fascínio de estudos sobre o tema, buscando atributos e peculiaridades da mulher empreendedora que evidencie tal realidade. O Quadro 1 exibe a colocação no *ranking* de empreendedorismo do Brasil em relação aos países investigados nos anos de 2000 a 2016, assim como a participação de gênero no empreendedorismo do país, baseado na taxa de empreendedores iniciais.

Os números e estatísticas retratam o espaço conquistado pelas mulheres no mercado de trabalho, e questionam a imagem de inferioridade das mulheres perante a sociedade. Os papéis de gênero foram se alterando à medida da vontade e desejo por algo considerável, contemplando melhorias e evoluções pessoais e familiares. Do ponto de vista de Machado *et al.* (2003), as mulheres possuem predominantes incentivos para empreender, como flexibilidade entre vida pessoal e profissional, atenção maior na criação dos filhos e aumento do orçamento familiar. Na atualidade, as mulheres compreendem o quão importante é sua participação na dimensão empreendedora e no engajamento social, justificados ainda por atributos peculiares, como prudência, competência, cordialidade e zelo. Os motivos e dificuldades com que as mulheres criam suas empresas requerem maior entendimento e compreensão, devido ao seu grau de importância em condições de crescimento e mortalidade de empresas específicas a esse gênero (MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013).

A busca por reconhecimento e igualdade, torna as mulheres importantes diante de valores como geração de empregos, criação de recursos e inovações, visto que atualmente as mulheres se assemelham aos homens na criação e desenvolvimento de empresas. Sobressaem diante do processo empreendedor obstáculos enfrentados pelo gênero como diferenciação (JONATHAN, 2011; HAMILTON, 2013; ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014; DEMARTINI, 2019), dificuldades em empreender (MORRIS *et al.*, 2006; MACHADO, 2008; MACHADO; GAZOLA; ANEZ, 2013), equilíbrio trabalho e família (QUENTAL; WETZEL, 2002; LINDO, 2007; JONATHAN, 2011; STROBINO; TEIXEIRA, 2014),

mas também, análise de atributos e motivação em empreender (BUTTNER ; MOORE, 1997; BRUNI; GHERARDI; POGGIO, 2004; GOMES, 2004; MACHADO *et al.*, 2003).

Com base no entendimento dessas indagações, surgem mais questões quanto à realidade empreendedora das mulheres de Amparo: Quem são as mulheres que empreendem? Qual o motivo para empreender? Em que setores empreendem? Qual origem dos recursos? Dispõem de apoio familiar? Quais dificuldades em empreender na cidade de Amparo?

Todas as questões acima são relevantes e merecem uma atenção por parte da academia. Neste trabalho, o foco do estudo será na busca de responder à seguinte questão de pesquisa:

O que dificulta para as mulheres a manutenção e condução de seus empreendimentos na cidade de Amparo (SP)?

1.1 Objetivos da Pesquisa

▪ OBJETIVO GERAL

O objetivo geral, segundo Cervo e Bervian (2002), estabelece compreensão e entendimento ao propósito do pesquisador com a realização da sua investigação. Assim sendo, esta pesquisa tem como objetivo geral:

Compreender as principais dificuldades encontradas pelas mulheres na condução e manutenção de seus empreendimentos na cidade de Amparo (SP).

▪ OBJETIVOS ESPECÍFICOS

No que se refere aos objetivos específicos, Richardson (2012), salienta o entendimento de etapas a serem concluídas, para atingir o objetivo geral. Desta maneira, consideram-se os seguintes objetivos específicos, desdobrados do objetivo geral acima apresentado:

a) Identificar características e variáveis na trajetória de mulheres empreendedoras decorrentes de sua condição feminina.

b) Analisar o impacto das questões associadas a gênero nas características dos empreendimentos de pequeno porte.

c) Avaliar os impactos atuais e futuros da pandemia nos empreendimentos pesquisados.

1.2 Aplicabilidade e Justificativa de Pesquisa

Ajusta-se a esta pesquisa à questão “empreendedorismo feminino” para o desenvolvimento e progresso das micro e pequenas empresas, haja vista a atratividade do assunto apurado, além da possibilidade de ofertar maior conhecimento sobre o tema. Para tanto, realizou-se um estudo em uma próspera cidade, situada no interior do Estado de São Paulo (Amparo/SP). Segundo dados do IBGE (2010), em seu último censo, o município de Amparo possui uma população de 65.829 pessoas. Localiza-se na Serra da Mantiqueira em uma região conhecida como Circuito das Águas Paulista, a 138 km da capital São Paulo. A economia da cidade transcorre de práticas como comércio, turismo e agropecuária, porém é da indústria a principal atividade econômica do município (IBGE, 2017).

Do ponto de vista social, esta pesquisa faz-se necessária ao entendimento do empreendedorismo feminino e abrangência com que as micro e pequenas empresas impulsionam a economia no país. O presente estudo colabora para que novos trabalhos sejam realizados em grau comparativo a outras localidades, assim como a fundamentação teórica validada a partir do tema proposto.

Nos últimos anos, o protagonismo e empoderamento das mulheres vêm se notabilizando, graças à sua maior presença no processo empreendedor. Apesar disso, são os homens que ainda se sobressaem quando o assunto é o estabelecimento e continuidade de empreendimentos no mercado. Segundo pesquisa GEM (2016), entre os empreendedores estabelecidos e consolidados, as mulheres perdem em proporção diante dos homens, 42,7% e 57,3% consequentemente. Em relação aos empreendedores homens e mulheres que inicialmente abrem suas empresas, a pesquisa constata um leve domínio feminino, 48,5% e 51,5% respectivamente.

Porém, as mulheres mesmo abrindo mais da metade de novos negócios no país, enfrentam maiores dificuldades, barreiras e vulnerabilidades na conservação e manutenção de seus negócios. Todavia, segundo Lindo (2007), a vontade e o desejo do trabalho elaborado incentivam e estimulam as mulheres, no enfrentamento de desafios e obstáculos em sua esfera produtiva. Muitas mulheres empreendem por necessidades e outras se valem das oportunidades, desempenhando profissionalmente, funções semelhantes ou superiores às dos homens. Para as mulheres, a motivação para criação do próprio negócio não se mede somente por suas adversidades, mas pelas ambições, expectativas e desejos que compreendem seu ambiente de trabalho (MACHADO; GAZOLA; ANES, 2013).

Em síntese, diversas são as razões dos obstáculos encontrados pelas mulheres na administração de seus negócios. A identificação dessas causas auxilia na delimitação investigativa do atual estudo, agregando novos fundamentos sobre o empreendedorismo feminino e suas adversidades.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo foi elaborado tendo como referência algumas das principais concepções teóricas encontradas na literatura dessa área de conhecimento. Verifica-se como o empreendedorismo é definido no Brasil e no mundo, sua abordagem histórica e evolutiva, assim como os desafios, dificuldades e motivações enfrentadas pelas mulheres em empreender.

Empreendedorismo é um tema que vem sendo tratado há tempos. E, apesar do conteúdo ter sido estudado por diversos autores ao longo dos anos, em nenhuma das circunstâncias se obteve uma conformidade fiel sobre sua exata definição, fruto da contínua transmutação das características e práticas que envolvem o tema. Em período anterior ao aparecimento do capitalismo, Salim e Silva (2010) mencionam atributos que caracterizam o empreendedorismo primitivo, desde que o homem trazia provimentos para sobrevivência, ausentando-se de sua moradia e indo caçar. Logo, percebe-se a vontade de conseguir algo mais satisfatório, independente de sua circunstância e condição, constatando objetividade e anseio por uma vida mais distinta.

Dornelas (2018) aponta que uma das primeiras definições do termo empreendedorismo surgiu pelo mercador Marco Polo, com a implantação de caminhos comerciais para o Oriente. O mercador firmou um tratado com um certo indivíduo, detentor de capital, hoje conhecido como capitalista, em comercializar e revender artigos e mercadorias de propriedade desse, em troca da partilha dos ganhos, aventurando-se em inúmeras regiões, correndo riscos à sua integridade física e emocional (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Ao longo dos séculos XVI e XVII, o empreendedorismo ultrapassou os extremos econômicos, emergindo uma nova perspectiva comercial, também conhecida como mercantilismo (MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006). Muitos países ocidentais escoavam produtos e artigos recorrentes a suas nações, criando grandes rotas de navegação, e ampliando lucros e ganhos comerciais.

O economista Richard Cantillon (1964), em sua clássica obra literária publicada em 1755, averbou o primeiro uso do termo empreendedorismo, em que definia um caminho de incertezas quanto ao risco de adquirir algo, por um preço acordado a recebê-lo. Com a evolução dos mercados e negócios, o conceito de

risco passou a estar correlacionado ao regime empreendedor. Nesse âmbito, o cidadão que empreendia, determinava acordos de venda de mercadorias ou município de serviços ao governo, contraindo um prévio acordo assinado que firmava um valor fixo.

Já em 1803, Jean Baptiste Say (1983) considerou empreendedorismo como uma expansão econômica, dado ao fato da criação de novos empreendimentos. Say sustentou fundamentos potenciais sobre o empreendedorismo, evidenciando razões para que Schumpeter (1947) expandisse sua visão sobre o tema e para outros autores transcorrerem sobre o assunto.

Filion (1999), afirma que ambos os autores conceituavam empreendedores como pessoas que corriam altos riscos, sobretudo por investirem suas próprias economias em variados negócios. Entre as décadas de 10 e 20 do século passado, Joseph A. Schumpeter (1947) idealizou funções que cabiam aos empreendedores na composição entre efeito empreendedor e formação de novos mercados. Considerando a evolução dos povos, progride-se também a formação de novos costumes e estilos, manifestando-se lacunas no mercado, prontas a serem pesquisadas e investigadas.

Surgia nessa época o termo "destruição criativa", resultado da modificação de antigos produtos e consumos, por novos, conferindo a essa decorrência característica entendida como inovação (FILION, 1999; GUEDES, 2009).

De acordo com Schumpeter (1947), o papel da inovação no processo empreendedor resulta na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados:

O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos materiais e tecnologias (p. 158).

Schumpeter (1947) relacionou o empreendedorismo às descobertas de novas oportunidades e construção de novos negócios. Associou novas práticas e produtos à inovação, e demonstrou a importância do desenvolvimento econômico com a figura central do empreendedor.

Tais descobertas vão ao encontro das práticas empreendedoras que conhecemos nos dias atuais. Menção essa confirmada pelos autores Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 6); "uma oportunidade empreendedora nasce da introdução de

um produto tecnológico existente, utilizado em um mercado para criar um novo mercado em outro local".

Mantém-se a ideia de que o empreendedor necessitava de presteza e atenção à qualidade do serviço, bem como à construção e melhorias de produtos ofertados. A partir desse prelúdio, se dá a longevidade dos negócios e mercados, fazendo com que o desenvolvimento econômico fosse mais bem elevado (FILION, 1999).

Durante os anos, o tema empreendedorismo continuava em progressiva elucidação, e em 1959 Arthur Cole, então diretor da biblioteca da Universidade de Harvard, considerou o empreendedorismo como uma atividade com propósito de iniciar, manter e aumentar uma unidade de negócios voltada ao lucro, produção e distribuição de bens e serviços. O tema empreendedorismo difundiu-se de tal maneira que Cole acabou criando um centro de pesquisa e análise em parceria com a Universidade americana, na cidade de Cambridge, Estado de Massachusetts. Não restam dúvidas de que durante décadas o termo fora constantemente definido embasado nas evoluções culturais, políticas e econômicas da sociedade (HASHIMOTO, 2017).

A partir da metade do século XX, transcorreu o desenvolvimento de pesquisas que elevaram o assunto empreendedorismo para outros padrões de estudos, convergindo ao comportamento humano. Dentre os precursores dessas considerações, destacam-se os pesquisadores Max Weber e David McClelland.

Weber (2004), investiga os mecanismos de padrões dos empreendedores, o elo do indivíduo com o emprego, papel de liderança nos negócios e a clareza do ganho como fruto de uma dedicação pessoal. McClelland envolve o período dos anos 50 e 60, compondo as conquistas dos indivíduos nas necessidades de suas realizações. Em ponderação ao ponto de vista de McClelland, o empreendedor possuía conhecimento e *expertise* de produção, independente se dono ou não do negócio, não usufruindo de proveito próprio, mas assistindo a todos os que rodeiam (FILION, 1999). Posterior a McClelland, o entendimento do empreendedorismo seguia uma linha enlaçada ao comportamento, perdurando 20 anos, até a década de 80.

Os empreendedores não se limitavam a um único perfil psicológico, apesar de profundos estudos de teor cognitivo tentarem ratificar certas particularidades à

personalidade dessas pessoas (FILION, 1999; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). A alegação a essa observação diz respeito que ser empreendedor não é um gesto de decisão individual, que depende exclusivamente do caráter da pessoa, mas sim estimulado pelo ambiente, como hábitos, costumes e cultura local, delimitando assim um fenômeno regional.

No transcurso da década de 80, decorreu a expansão das pesquisas sobre o empreendedorismo, ampliando seu desenvolvimento às universidades e espalhando-se por quase todas as ciências humanas e gerenciais (FILION, 1999). Os pesquisadores amplificaram a indagação considerando o perfil empreendedor ao desempenho realizador, percebendo os aspectos de conquista e/ou adversidade de recentes atividades relacionadas ao gerenciamento de empreendimentos.

Tal estudo tomou grandes proporções, a ponto de se criar um local exclusivo sobre o tema; o Babson College. Esse local exerceu propostas e concepções a grandes empresas, propagando seus efeitos intensamente. Mérito de intensas investigações sobre conteúdos empreendedores e de atividades comerciais e a propagação do tema empreendedorismo a diversos cursos de graduação e pós-graduação da instituição (SALIM; SILVA, 2010; DORNELAS, 2018).

É explícito que ao longo dos anos inúmeros cientistas e pesquisadores têm aprofundado o empreendedorismo baseado nos mais diversos questionamentos. Os conceitos dos economistas Cantillon, Say e Schumpeter foram especificados na linguagem literária como uma cognição econômica do termo. Os economistas difundiram conceitos correlacionados, apropriados às investigações de riqueza e capital que manifestaram o domínio da figura do empreendedor nesse segmento.

Em contraponto, sociólogos e psicólogos como Weber e McClelland, apresentam conceitos referentes ao comportamento humano, distinguindo-os da literatura como comportamentalistas, destacando em seus estudos as teorias de necessidades, sistemas de valores e motivação.

Filion (1999), relata a diferença do conceito entre economistas e comportamentalistas. Para o autor, os economistas estão relacionados a efeitos de crescimento e desenvolvimento, ressaltando a inovação; já os comportamentalistas, a engenhosidade, insistência, equilíbrio e liderança. Em suma, a evolução do assunto empreendedorismo ao longo dos tempos é percebida pelos estudos feitos por teóricos e especialistas que delinearam a evolução econômica e comportamental

sobre o tema. Essas ilustrações são mais bem identificadas na sequência, baseadas nas análises de ensinamentos que se seguem.

2.1 Distinções do Empreendedor

Segundo Dornelas (2018), o termo empreendedor deriva do francês, é proveniente da palavra “*entrepreneur*” e tem como definição: aquele que estabelece.

Apesar de identificar algo inovador e por vezes oportuno, o empreendedor constantemente sofre com ameaças de retorno financeiro e de seus investimentos, mesmo estudando e entendendo o risco que o mercado possui, fazendo com que situações de desconforto persigam involuntariamente diferentes empreendedores (DORNELAS, 2007).

Tanto Guedes (2009) quanto Dornelas (2018) consolidam o status empreendedor como indivíduo inquieto, que possui percepção do ambiente em distinguir oportunidades, fascinados por gerar ou conceber algo, assumindo riscos, potencializando meios que transformem em lucro projetos idealizados, e que desejam reconhecimento e admiração aspirando a uma forte representatividade em seu meio.

Ao somatório do senso empreendedor, ocorrem as escolhas e decisões dos indivíduos. "O indivíduo portador das condições necessárias para empreender saberá absorver o que for necessário para a criação, o desenvolvimento e a realização de sua visão" (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2008, p. 5). Neste contexto, fica claro o comportamento do “indivíduo” como o diferencial de realização construtiva do empreendimento, ressaltando suas habilidades e características que impulsionam o sucesso ou o fracasso dos negócios.

Como aprimoramento de práticas empreendedoras, desenvolveu-se no país o Programa de Empreendedorismo e Tecnologia (EMPRETEC). O Empretec é uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU), elaborado exclusivamente no Brasil pelo SEBRAE, desde o ano de 1993. Este programa tem o propósito de aperfeiçoar características de comportamento empreendedor e ajustar novas oportunidades de negócios (SEBRAE, 2019).

Para melhor elucidação de habilidades e características em empreender, apresentam-se, no Quadro 2, as Características do Comportamento Empreendedor (CCEs) desenvolvidas como base no seminário do programa Empretec:

Quadro 2 - Características do Comportamento do Empreendedor (CCEs)

Característica	Definição
Busca de Informações	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entrega-se intensamente na análise de consumidores, produtores e concorrentes. ▪ Averigua constantemente proporcionar novos serviços e produtos. ▪ Consulta a peritos para o auxílio de resoluções e decisões.
Busca de Oportunidades e Iniciativa	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atua com iniciativa prevenindo ocorrências. ▪ Esforça-se em ampliar suas atividades, a novos produtos e serviços. ▪ Atento a possibilidades e ocasiões inusitadas para empreender algo novo.
Comprometimento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assume a responsabilidade por suas decisões. ▪ Usufrui da parceria e colaboração com seus colaboradores na realização de tarefas. ▪ Empenha-se na satisfação dos clientes ao invés das obrigações em curto prazo.
Correr Riscos Calculados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calcula riscos e analisa possibilidades premeditadamente. ▪ Esforça-se na contenção de falhas e equilíbrio dos resultados. ▪ Encontra-se em circunstância que exige desafios e riscos limitados.
Estabelecimento de Metas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determina metas e propósitos que estimule um significado próprio. ▪ Possui visão de longo prazo. ▪ Estipula objetivos e resultados alcançáveis.
Exigência de Qualidade e Eficiência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procura maneiras de realizar melhores recursos, mais ágeis e acessíveis. ▪ Atua excedendo e superando os padrões de excelência. ▪ Estabelece procedimentos que garantam a realização de atividades no período estipulado com a qualidade desejada.

Independência e Autoconfiança	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantém-se firme em suas convicções independente do ponto de vista de outros. ▪ Mesmo diante de objeções e dificuldades, mantém-se perseverante e convicto. ▪ Demonstra autoconfiança em seu desempenho e capacidade.
Persistência	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Resiliente diante de intensas dificuldades. ▪ Muda de estratégia para suplantar desafios e obstáculos. ▪ Despende de esforço e sacrificio para conquistar seus propósitos.
Persuasão e Rede de Contatos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emprega estratégias para persuadir em pró de seus ideais. ▪ Atinge seus propósitos através de parcerias com pessoas chave. ▪ Fortalece e potencializa relações comerciais.
Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projeta tarefas através de prazos e etapas definidas. ▪ Através das mudanças de cenário e de resultados reformula seus projetos. ▪ Controla indicativos financeiros empregando-os para tomar decisões.

Fonte: Sebrae (2019)

Conforme ilustrado no Quadro 2, tão importante quanto o comportamento que impulsiona o desenvolvimento e a inovação, também é a competência que define a perícia e a astúcia da figura do empreendedor. Nessa conjuntura, atributos como criatividade, convicção e adaptação a contratempos faz do empreendedor uma peça chave ao êxito empresarial.

Desta maneira, é imprescindível considerarmos os padrões de competência que fomentam a figura empreendedora. Como descrito por Fleury e Fleury (2001), competência é um termo empregado na definição de um indivíduo capacitado que cumpre detalhadamente determinada atividade.

Muito da definição de competência relaciona-se ao desempenho de uma ação, apoiado na capacidade de realização de atividades por um profissional, tendo como dimensões seus conhecimentos, habilidades e atitudes (SAUPE, 2006). O

Quadro 3 elucida melhor as dimensões de competência empreendedora que envolvem atributos como capacidade, domínio e comportamento.

Quadro 3 - Conceitos e dimensões de competência

Conceito	Definição
Conhecimento	Conjunto de dados apurados por meio de leitura e compreensão que viabiliza ao profissional domínio intelectual em tomar decisões e resolver distúrbios e impasses.
Habilidades	Conjunto de perícia adquirido com habilidades repetitivas, conferindo ao profissional experiência na tomada de decisão e resolução de inconvenientes.
Atitudes	Conjunto de comportamentos obtidos através da análise e observação, atribuindo ao profissional domínio ético em saber conviver e existir, além da capacidade em tomar decisão e resolver incidentes.

Fonte: Saupe (2006, p. 33)

Em conformidade com as competências necessárias para as práticas empreendedoras, os autores Baron e Shane (2007) destacam cinco habilidades sociais fundamentais e extensivas aos empreendedores: 1) percepção social (habilidade de elucidar as pessoas acertadamente); 2) expressividade (habilidade em expressar as próprias emoções, sendo percebida pelas pessoas, motivando-as); 3) administração de imagem (habilidade em causar reações positivas ao primeiro contato); 4) persuasão e influência (habilidade em alterar as atitudes dos outros); 5) adaptabilidade social (habilidade em adaptar a inúmeras situações e encontrar-se tranquilo). Os estudos sobre competências e habilidades são constantemente aprofundados, graças a sua valorização contemporânea e indispensável na continuidade do negócio e na busca por resultados, característicos ao empreendedorismo.

Do ponto de vista de Dornelas (2018), o empreendedor possui traços e maneiras de agir, possuindo conjunto e atributos que alinham a uma determinada forma distinta e variável de sucesso. Segundo o autor, constatam-se diferentes condições que referencia o empreendedor, como:

- iniciativa na criação de negócios e paixão pelo que faz;
- emprego de recursos acessíveis e criativos, modificando o ambiente em que vive;
- aceitação em assumir riscos e eventuais fracassos.

Um atributo compartilhado por diversos autores é o aspecto perseverante do empreendedor. De fato, para Hisrich, Peters e Shepherd (2004, 2014, 2016), o empreendedor é alguém convicto de suas escolhas, porém peça infundável de um ambiente com adjetivos recheados de pressões, dificuldades e obstáculos, além do impacto emocional interferir em decisões a serem planejadas.

Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008) afirmam que a melhor maneira de saber se um indivíduo se caracteriza como empreendedor é pela sua inventividade e criatividade, assim como o estudo e o acompanhamento de empreendimentos novos e similares, bem como pela associação de ideias e identificação de erros e acertos. Por consequência, o empreendedor desenvolve habilidades que se comparam a um treinamento, praticando exercícios de ajustes a impasses e adaptação às adversidades e ao ambiente escolhido.

Do ponto de vista de Dolabela (2006), só pode ser chamado de empreendedor aquele que concebe consequências assertivas e proveitosas para a população, comprometido com a região, estado e país em que empreende, e não imerso somente no senso de lucratividade, mas também envolvido em interesses sociais e benfeitorias locais. Pode-se dizer que o empreendedor é alguém que acredita que pode modificar o mundo. O autor deixa claro que seria um equívoco o empreendedor focar tão somente no lucro e ignorar certas premissas diante de melhorias e soluções, agregando facilidades à vida da população de maneira geral.

Quando o entendimento se refere ao empreendedorismo de maneira geral, volta-se a cognição em perceber o ambiente, transformar problemas em soluções, lapidar oportunidades em negócios rentáveis e escaláveis, todavia sem nenhuma certeza ou garantia de sucesso. Vale evidenciar que o processo empreendedor, inicia-se quando, um ou vários indivíduos identificam possibilidades em conceber algo revolucionário e inovador (BARON; SHANE, 2007; FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2008; GUEDES, 2009; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014; DORNELAS, 2018). O mais inquietante é apurar a relevância do empreendedorismo

na busca da autossuficiência, através de um olhar pragmático de problemas e tendências inerentes ao ambiente.

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2016, p. 06):

[...] o empreendedorismo requer ação - ação empreendedora por meio da criação de novos produtos / processos e / ou entrada em novos mercados, que podem ocorrer por meio de uma organização recém-criada ou dentro de uma organização estabelecida. Os empresários agem de acordo com o que acreditam ser uma oportunidade. Como as oportunidades existem (ou criam e / ou geram) alta incerteza, os empreendedores devem usar seu julgamento sobre se devem ou não agir.

Esses autores deixam claro que o foco do empreendedorismo é o encontro das ações geradoras de recursos com o enfoque pessoal nas decisões gerenciais. Entende-se a importância de relacionar as crenças pessoais de entender o ambiente, associando a algo novo em formação. Muitas das maneiras de ordenar o surgimento de novos mercados e produtos transcorrem das convicções particulares dos empreendedores em conceituar o certo e o errado dos seus negócios.

Fica evidente que, mesmo com a evolução de equipamentos, o surgimento de novos processos de produção, e a aparição de novos recursos, os riscos e incertezas são constantes em quem empreende. O empreendedorismo é mola incessante de atividades de inovação, corroborando com desenvolvimento de produtos e aperfeiçoamento de mercados, mas que possui frequentes inconvenientes em aspectos operacionais para seus agentes.

Evidenciam-se, defronte a essas informações, alguns questionamentos, tais como; quando se inicia o processo empreendedor? Quem é o empreendedor? O que é empreendedorismo? Em respostas a essas indagações, entendemos que o processo empreendedor se inicia quando um ou vários indivíduos identificam possibilidades ao conceberem algo revolucionário e inovador.

O empreendedor é aquele que concebe consequências assertivas e proveitosas para sua região, estado e país. Segundo o modelo GEM (2016), empreendedorismo é qualquer esforço no desenvolvimento de um novo empreendimento ou negócio, que pode referir-se a uma atividade independente, uma nova organização, ou ampliação de um negócio existente, onde suas predileções partem de indivíduos, grupos de indivíduos ou corporações já estabelecidas. Em suma, empreendedorismo é um processo de oportunidades que atendem as necessidades de uma população, projetando atributos de inovação

quando da construção e facilidade de produtos e serviços contemporâneos, sendo agente transformador de economia e tecnologia.

2.2 A Escalada do Empreendedorismo no Brasil

A importância do termo empreendedorismo nos últimos anos ganhou notoriedade no Brasil. Muito dessa significância ocorreu graças à abertura da economia brasileira para o mundo, em meados de 1990 (PELOGIO *et al.*, 2016). Em vista disso, múltiplas instituições enfrentaram violentas crises, estimuladas pela livre concorrência de produtos e empresas estrangeiras. Fizeram com que empresas nacionais investissem em modernidade e organização de suas instalações e processos.

Como resultado, inúmeras demissões foram praticadas, além de diversas organizações encerrarem suas atividades de modo definitivo. Para Barros e Pereira (2008), a variação do aumento do desemprego está relacionada ao crescimento de práticas empreendedoras. Sendo assim, pelo autoconhecimento adquirido ou até pela falta de oportunidades, muitos garimpam negócios convenientes, confeccionando fontes próprias de renda, fazendo com que inúmeros brasileiros desvendassem sua vocação empreendedora. Anteriormente, mencionava-se muito pouco sobre temas envoltos ao empreendedorismo e idealização de empresas de pequeno porte. Porém, com o tempo, o Brasil foi criando estrutura e vigor com avanços e acontecimentos que intensificaram as práticas empreendedoras no país. Segundo Pelogio *et al.* (2016), até certo período, tinha-se a concepção de que métodos e técnicas padronizadas satisfaziam o triunfo dos negócios, no entanto tal conceito confronta procedimentos de transformação, visto que, as empresas contemporâneas são criadas em condições distintas das encontradas no passado.

Em síntese, no decurso da década de 1990, o empreendedorismo emerge no Brasil criando forma e, mesmo com a ausência de parâmetros, destacando-se na criação de unidades de cooperação às práticas empreendedoras no país.

Já partir do ano 2000, o Brasil iniciou sua participação no que é hoje considerada no mundo, a mais abrangente pesquisa sobre empreendedorismo, o Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Essa pesquisa é administrada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). Segundo Dornelas (2012), esse

índice de pesquisa considera indicadores que informam e mensuram qualidades e condições do empreendedorismo, além das atitudes e práticas dos empreendedores ao estudo de inúmeros países.

Nesse mesmo ano, o Brasil conquistou a primeira posição dentre 21 países pesquisados, com dados consideráveis, como na concepção de empresas que em quase sua totalidade era administrada por homens, além da faixa etária de atuações empreendedoras compactadas entre os 25 e 34 anos. Muitas dessas estimativas são analisadas pelo GEM, mediante taxas de atividades empreendedoras no país como a TTE (Taxa Total de Empreendedores), TEA (Taxa de Empreendedores Iniciais), integrada por empreendedores nascentes e novos e a TEE (Taxa de Empreendedores Estabelecidos), definidos como proprietários de negócios que se gratificam monetariamente por certo período.

Apesar dos números favoráveis, em anos seguintes, o Brasil não permaneceu liderando o *ranking*, porém sempre esteve entre os principais países empreendedores. Ainda que o país manifeste certas barreiras ao fortalecimento do empreendedorismo, de 2000 a 2016 seguidamente integrou as 16 nações que mais empreenderam no mundo (GEM, 2001-2016). Mais recentemente em 2015, obteve o oitavo lugar no *ranking* de 31 países com maior desenvolvimento econômico, impulsionado pela eficiência e compactado em idades de 18 a 64 anos, com estimativa de 26 milhões de brasileiros envolvidos em algum tipo de atividade empreendedora. Em certo período de tempo, a começar por 2014 e acentuado em 2016, tornou-se notório uma desaceleração econômica, consequência da instabilidade de mercados internacionais, crises políticas e queda do preço das *commodities*. Ainda assim, em 2016, repetiu a 8º posição no *ranking* mundial de empreendedorismo, determinando que de cada 100 brasileiros, 20 exerciam algum tipo de atuação empreendedora.

O conhecimento e os resultados de estudos empreendedores estão diretamente relacionados ao perfil dos indivíduos, dentre os quais a faixa etária. O GEM (2016) classifica em ciclos de idades os brasileiros economicamente ativos: a iniciar dos 18 a 24 anos, dos 25 a 34 anos, dos 35 a 44 anos, dos 45 a 54 anos e, por fim, dos 55 a 64 anos. Sendo assim, constatou-se que a maior parte dos empreendedores iniciais se encontra na faixa dos 25 a 34 anos e a menor extensão na faixa dos 55 a 64 anos, conforme Quadro 4.

Quadro 4 - Posição Taxas de Empreendedores Iniciais (TEA) e Estabelecidos (TEE) por faixa etária no Brasil em 2016

Taxas Empreendedoras (Brasil)	18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos
TEA	19,7	30,3	22,9	16,6	10,4
TEE	6,2	17,9	30,1	26,5	19,2

Fonte: GEM (2016)

Quanto às taxas específicas de empreendedorismos estabelecidos (TEE), com participação em empreendimentos com mais de 42 meses de funcionamento, os indivíduos com idade entre 35 e 44 anos prevalecem, enquanto os da faixa de 18 a 24 anos possuem a menor extensão. O fato de os indivíduos com idade amadurecida, considerados como terceira idade, apresentarem números significativos em empreendimentos iniciais e estabelecidos, sugere aspectos que evidenciam a diminuição do número de fecundidade populacional e ampliação da expectativa de vida.

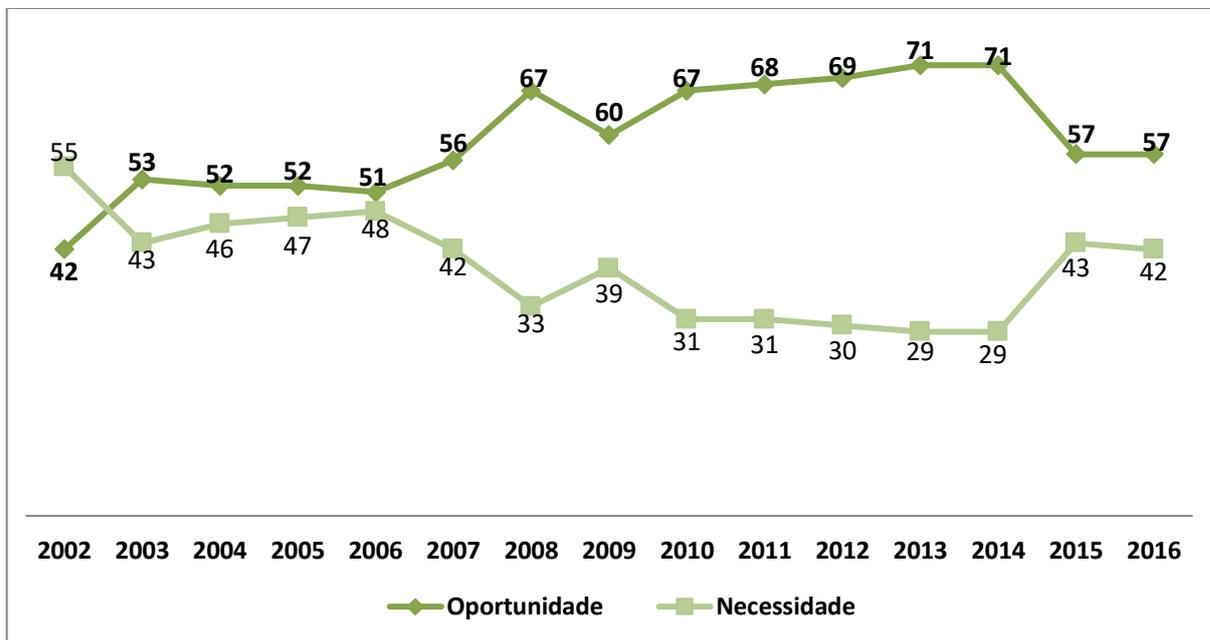
Para apuração dos níveis de escolaridade dos empreendedores no Brasil, a pesquisa GEM (2016) pratica quatro categorias: Educ0 (nenhuma educação e/ou fundamental incompleto), Educ1 (fundamental completo e/ou ensino médio incompleto), Educ2 (ensino médio completo e/ou superior incompleto), Educ3 (superior completo/ especialização incompleta e completa e/ou mestrado incompleto e completo/ doutorado incompleto e completo). Baseado nas taxas de empreendedorismo, destacaram-se os empreendedores com maior nível de escolaridade. Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA): Educ0: 27,4%, Educ1: 19,9%, Educ2: 46,4% e Educ3: 6,3%; já para os empreendedores estabelecidos (TEE): Educ0: 29,2%, Educ1: 26,2%, Educ2: 38,1% e Educ3: 6,4%.

Com base no levantamento dos dados percentuais é possível atestar que próximo da metade dos empreendimentos no Brasil (estabelecidos 44,5% e iniciais 52,7%) concluiu o ensino fundamental e estão concluindo o superior, além da proporção de *stricto sensu* completo e a concluir. Esses resultados demonstram que futuros negócios terão maior planejamento e conhecimentos específicos, graças à formação acadêmica mais desenvolvida, fazendo com que empreendimentos tenham mais sucesso e solidez no mercado.

O acesso ao crédito, à expansão de empregos e à distribuição de renda incentivavam oportunidades de negócios e atividades empreendedoras nas mais diversas áreas, durante o período de prosperidade e desenvolvimento. Para Dornelas (2018), a oportunidade de mercado enfatiza a abertura de empresas levando a dois tipos de características empreendedoras. A primeira indica o empreendedorismo de oportunidade, em que o indivíduo cria por meio de planejamento, preparação e organização de empresas funcionais, mirando ordenadamente a geração de lucros e empregos. A segunda designação seria o empreendedorismo por necessidade, em que o indivíduo atuante arroja-se em empreender pela falta de perspectiva como desemprego e opções de mercado. Por serem em sua maioria atividades informais, a ausência de planejamento apropriado faz com que muitos fracassem rapidamente, intensificando dados de mortalidade de negócios e principalmente a insuficiência de prosperidade econômica. Nos últimos anos, o mercado interno está recuando, reflexo da desaceleração recente da economia brasileira, fazendo com que empreendedores por oportunidades tenham situações menos favoráveis, graças à indisponibilidade do país, e dando notoriedade ao empreendedor por necessidade (GEM, 2016).

Mesmo assim, em 2016 o Brasil seguiu encorpado diante das taxas de empreendedorismo inicial, independentemente das adversidades e dificuldades. O empreendedorismo por oportunidade ainda lidera a proporção empreendedora com seus 57,4% de negócios iniciais, diante dos 42,4% dos empreendedores por necessidade. Esses dados em números comparativos dá uma proporção de que a cada 100 empreendedores, 57 são de oportunidade (GEM, 2016). Ressalta-se na Figura 1, a proporção da motivação dos empreendedores iniciais através de um comparativo entre as taxas de oportunidade e necessidade dos últimos anos.

**Figura 1 - Proporção da taxa de empreendedorismo inicial (oportunidade e necessidade)
Brasil 2002 a 2016**



Fonte: GEM (2016)

Um adendo na diversidade de escalas numéricas das taxas de empreendedorismo da Figura 1. Confrontando a equiparação de proporção, à medida que a taxa empreendedora por oportunidade aumenta, diminui a taxa por necessidade, mutuamente. Diversos brasileiros são otimistas quando o objetivo é empreender, mesmo estando ou não comprometidos com o negócio, e tendo consciência das adversidades e dificuldades que assolam o país (CAMPELLI *et al.*, 2011). As oportunidades localizam-se em todos os espaços e ambientes, traduzidas por necessidades e soluções, talvez aí, encontra-se a explicação para esse tipo de otimismo e confiança.

Já o Quadro 5, demonstra integralmente o percentual da população ativa economicamente (18 a 64 anos), refletido na estimativa populacional (133,9 milhões), com dados gerais ao ano de 2016, relacionando o total de empreendedores iniciais a sua proporção motivadora.

Quadro 5 - Motivação dos Empreendedores Iniciais no Brasil em 2016

Faixa Etária	Estimativa Populacional (18 a 64 anos)	Estimativa de Empreendedores (18 a 64 anos)	Motivação	Números de Empreendedores	% da TEA
18 a 64 anos	133,9 milhões	26.135.822 milhões	Oportunidade	15.022.742 milhões	57,4%
			Necessidade	11.113.080 milhões	42,4%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de GEM (2016)

Evidencia-se um frequente crescimento empreendedor ao longo dos anos (Figura 1), só que alavancado pelo impulso das necessidades de se empreender, 43% aproximadamente em 2015 e 42% em 2016. Mesmo com certa distância em proporção numérica da motivação por oportunidade, considera-se total atenção a seus robustos 11 milhões de brasileiros envolvidos em empreendimentos por necessidade (Quadro 5). Números que se expandiram em período de nove anos, a contar de 2007 a 2016. Eventualmente, esses números e escalas indicam um empreendedorismo mais autônomo no país, correspondidos pela simplicidade de estruturação, gestão participativa, criação da lei do MEI (Microempreendedor Individual), e o crescimento dos níveis de escolaridade.

Já para apuração de distribuição por renda dos empreendedores brasileiros, a pesquisa GEM (2016) considera níveis de rendimento definidos como: um salário mínimo; dois salários mínimos; três salários mínimos, mais de três a seis salários mínimos e mais de seis salários mínimos. Para os empreendedores iniciais, 13,7% ganham renda de até um salário; 28,8 %, dois salários; 28,5%, três salários; 25,4%, de três a seis salários mínimos; e, por fim, 3,5% dos empreendedores iniciais ganham mais de seis salários mínimos.

Para os empreendedores estabelecidos, a distribuição de renda é mais apurada na faixa dos três a seis salários mínimos, em que 9,7% ganham renda de um salário mínimo; 21,1%, dois salários; 29,2%, três salários; 34,6%, de três a seis salários mínimos; e 5,3%, mais de seis salários mínimos.

Considerando os empreendedores iniciais, 57,4% ganham renda familiar entre três e seis salários mínimos, e comparado com os estabelecidos, esses números chegam aos 69,1% com o mesmo nível de renda. A renda dos empreendedores estabelecidos é maior dos que atuam em negócios iniciais, possivelmente por situações como conhecimento de mercado, segmentação de

clientes, perícia em estratégias e resiliência em momentos de crise. Dornelas (2012) afirma que os exímios empreendedores conhecem bem seus empreendimentos graças ao tempo e discernimento que detêm sobre os mesmos.

A pesquisa GEM (2016) também destaca as atividades principais dos empreendedores nascentes, fundamentado nas motivações de necessidade e oportunidade. No caso de oportunidades, quatro principais atividades respondem por 31,9% do total: Restaurantes e estabelecimentos de alimentação e bebidas (9,5%); comércio varejista de vestuário e acessórios (9,3%); manutenção e reparação de veículos automotores (6,9%); comida preparada, bufê e serviços de *catering* (6,2%). Em decorrência da necessidade, as quatro principais atividades respondem por 52,3% do total: restaurantes e estabelecimentos de alimentação e bebidas (29,3%), comida preparada, bufê e serviços de *catering* (9,3%), serviços ambulantes de alimentação (6,9%), comércio varejista de vestuário e acessórios (6,8 %).

Somados aos estudos característicos de perfil, como faixa etária, níveis de escolaridade, distribuição de renda e atividades principais, encontra-se a distinção de empreendimentos abertos em seu estágio inicial, mediante o gênero. Em 2007, 52,4% dos empreendedores iniciais eram mulheres e 47,6% homens. A partir de 2009, a proporção atingiu seu maior pico, sendo 53% mulheres e 47% homens. Após essa data, os percentuais tornaram-se parelhos, sinalizando uma parcela maior de mulheres na totalidade de empreendedores iniciais. Se observarmos as estatísticas de gênero no Brasil, em pouquíssimo tempo, é muito provável que a mulher lidere qualquer tipo de levantamento empreendedor no país, visto que, de acordo com dados levantados pelo último censo feito pelo IBGE em 2010, 51,11% da população são mulheres.

Por essa razão, projetos e incentivos ao empreendedorismo feminino são constantemente desenvolvidos. Como exemplos conhecidos, temos a plataforma “Rede Mulher Empreendedora” (RME), que tem como objetivo empoderar empreendedoras economicamente. Também existe o fundo de investimento “W55” que é voltado unicamente às empreendedoras e oferece treinamentos, *network* e acesso a capital. O projeto “B2mamy” de desenvolvimento e crescimento de *startups*, é focado em mães empreendedoras. O “Programa 10.000 Mulheres” dispõe e fornece educação em administração e gestão de negócios. Esse programa foi um dos primeiros projetos voltados ao empoderamento e empreendedorismo

feminino, e foi desenvolvido pelo banco de fomento Goldman Sachs. Esse programa é exercido em mais de 40 países e é coordenado no Brasil pela FGV - EAESP e Fundação Dom Cabral. A atribuição significativa das mulheres no cenário empreendedor é uma consequência do aumento de sua independência econômica e social. As mulheres mostram-se gradualmente como as provedoras centrais da renda familiar, além de apresentarem maiores níveis de escolaridade.

Segundo Baron e Shane (2007), a atratividade ao empreendedorismo expandiu de tal maneira que muitas pessoas optaram por escolher essa prática como profissão. O desejo de ter o próprio negócio, liberdade de horário, praticar o que se aprecia, conquistar patrimônio considerável em relação ao mercado estabelecido são formas percebidas, com as quais indivíduos são seduzidos e entusiasmados pelo empreendedorismo.

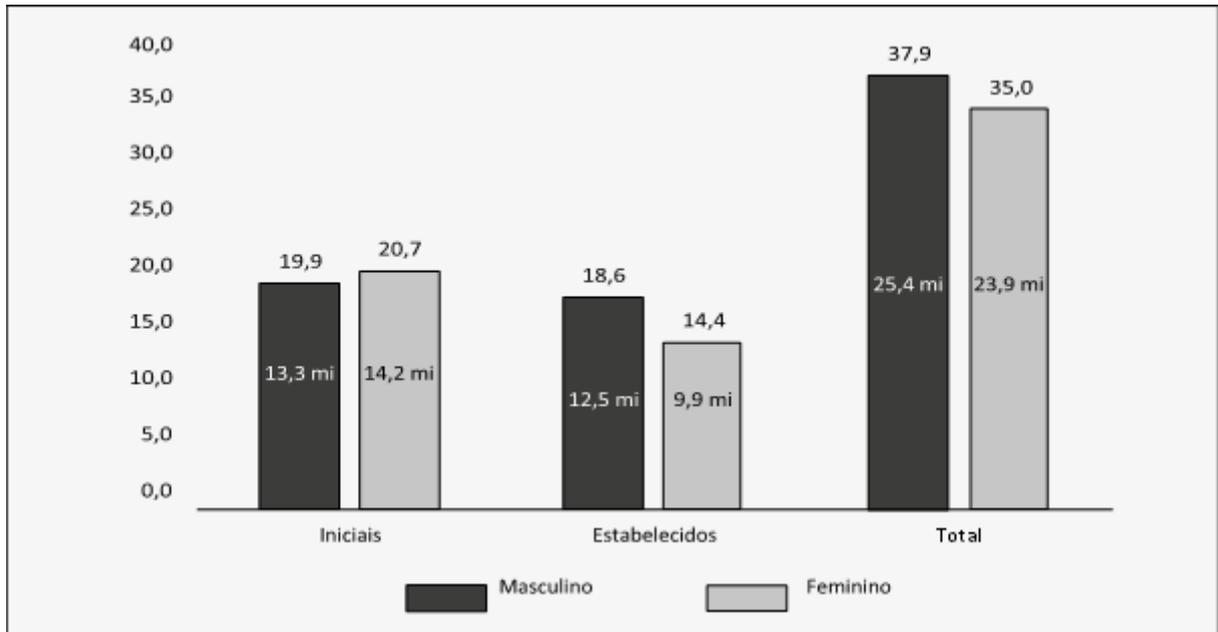
Mesmo diante de um cenário favorável, o Brasil possui inconvenientes de caráter cultural que atingem tanto homens quanto mulheres. Nas palavras de Dornelas (2018), a desmistificação da não valorização cultural de homens e mulheres de sucesso no Brasil, através do empreendedorismo pode ser considerada uma carência. Muitos empreendedores de ambos os sexos que aceleram o país raramente são reconhecidos ou admirados. Segundo o autor, esses indivíduos são ativos de desenvolvimento e prosperidade para a nação, mas não são reconhecidos; e, ao contrário, muitas vezes são notados como indivíduos que findaram seus negócios por outros meios ou que a sorte os conduziu.

2.3 O Empreendedorismo Feminino

Na opinião de Baron e Shane (2007), o processo empreendedor inicia-se quando um ou mais indivíduos reconhecem potencial e possibilidades de gerar novas mercadorias, serviços, negócios, métodos, valores econômicos, procedimentos e demandas tecnológicas. Assim, a cada ano, a quantidade de mulheres que buscam autonomia e independência financeira se eleva diante do envolvimento e percepção de novas oportunidades, e a idealização de novos empreendimentos. Um estudo recente conduzido pelo GEM (2017), corroborou para a consolidação do empreendedorismo feminino no país. Em dias atuais, as mulheres alcançaram níveis de empreendedorismo próximos aos dos homens, constatação

essa referenciada pelos números. E, dos quase 49 milhões de empreendedores iniciais e estabelecidos no Brasil, aproximadamente 24 milhões são mulheres, conforme observado na Figura 2.

Figura 2 - Número de empreendedores por gêneros - Brasil 2017



Fonte: GEM (2017)

Para Buttner e Moore (1997), é através do empreendedorismo que muitas mulheres descobrem possibilidades de desenvolver competências, habilidades e autonomia para decidirem seu próprio destino.

Conforme Hisrich e Peters (2004, p. 90):

O crescimento significativo no número de mulheres trabalhando fora criou um novo campo de pesquisa interessado em verificar se mulheres trabalhadoras, administradoras e empreendedoras são diferentes dos seus colegas do sexo masculino. Está claro que empreendedores e empreendedoras têm muito em comum. Porém, apesar de algumas características de histórico e de personalidade serem muito semelhantes, há diferenças notáveis entre os sexos em termos de motivação, ponto de partida e habilidades para negócios levados para o empreendimento.

Segundo Demartini (2019), o empreendedorismo feminino pode ser entendido como um tema de pesquisa baseado em gênero, enquanto qualidades e funções padronizadas dos seres humanos, ao invés de analisar atributos que retratam indivíduos. O gênero pode ser considerado como uma das principais forças de contribuição aos padrões de vida social. Para Hamilton (2013), o gênero foi

elucidado em termos de particularidades e comportamentos exclusivamente relacionados a mulheres ou homens, como forma de construção social. Semelhantemente, o IBGE (2016) refere-se ao gênero como distinções entre homens e mulheres em questões de oportunidades, atributos e relações sociais. As mulheres possuem características próprias no ambiente de trabalho, no entanto as empresas seguem a orientações e atributos masculinos. A grande maioria das organizações ainda possui um ambiente que reflete o domínio masculino (Gomes, 2004).

Para Yousafzai, Saeed e Muffatto (2015), em muitas sociedades as mulheres ainda são definidas por meio de seus papéis domésticos associados às obrigações familiares (fertilidade, criação de filhos, zelo pelos idosos), mesmo trabalhando igual ou mais horas do que seus parceiros masculinos. Segundo o IBGE (2016), as mulheres dispõem 73% a mais de horas aos cuidados de afazeres domésticos/pessoas do que os homens (18,1 horas contra 10,5 horas). Para Hamilton (2013), características 'masculinas' como competitividade, racionalidade e autocontrole são conhecidos e adequados ao ambiente público que evidencia atividades políticas e econômicas. Já as características 'femininas' como sensibilidade, intuição e generosidade são consideradas mais adequadas ao ambiente doméstico.

Esses autores também afirmam que muitos homens possuem formação e práticas em negócios mais sólidos, enquanto as mulheres, de uma maneira geral, são mais educadas, porém suas instruções são menos relevantes às práticas empreendedoras. Muito da inexperience e falta de prosperidade de negócios dirigidos por mulheres deve-se ao fato de não possuírem um histórico amplo de abertura de empresas, ou pela inexperience em trabalhar em negócios de âmbito realizador.

Para Morris *et al.* (2006), o sexo do empreendedor não pode ser considerado vantagem ou desvantagem, pois as empresas comandadas por ambos os gêneros podem ser administradas de inúmeras maneiras. No entanto, muitas são equivalentes quanto sua eficácia geral.

As mulheres dispõem de diversificadas práticas em sua vida, podendo muitas vezes não seguir o estereótipo de conquistas demonstradas pelos homens. Muitas mulheres possuem competências que as ajudam a combinar de forma eficaz os

negócios e a família, fazendo com que muitos homens abonem a prática de dona de casa em dirigir e organizar o lar, com as práticas gerenciais, independente da experiência profissional que possui (MORRIS *et al.*, 2006). Muito da perícia das mulheres em gerenciar o lar, pode enriquecer considerável eficiência na administração de negócios. Ainda segundo Morris *et al.*(2006), as empreendedoras femininas também enaltecem a vontade de alcançar propósitos na profissão em conjunto com as responsabilidades familiares.

A ampliação da participação das mulheres em novos empreendimentos pode ser esperada a despeito da autenticidade, aceitação e simpatia aos estilos femininos de empreender. Como descrito por Gomes (2004), as organizações estão incorporando os valores femininos em sua gestão, por meio da colaboração em vez da rivalidade, aplicação da motivação e convencimento em vez da autoridade e comando, e enaltecendo o relacionamento interpessoal. A aptidão das mulheres em administrar, não sobrepõe à propensão masculina, mas são um complemento, pois um e outro colaboram com suas competências naturais ao triunfo da organização (GOMES, 2004). Segundo estudos, de todos os donos de empresas efetivas no Brasil, 34% são mulheres, número que representa quase 9,3 milhões de brasileiras (SEBRAE, 2019).

Para Gouvêa, Silveira e Machado (2013), as mulheres atualmente equivalem a uma alta fatia de renda e de emprego em países em desenvolvimento, justamente por criarem negócios que em sua maioria são micro e pequenas empresas.

Gomes (2004) alega que as pesquisas sobre empreendedorismo feminino são fundamentais devido à relevância de seu impacto econômico, político, social e cultural nos estímulos da sociedade. As práticas empreendedoras femininas serão maiores, caso a regulamentação vigente do país garanta o respeito e o apreço a seus esforços na criação de valor para a sociedade (YOUSAFZAI; SAEED; MUFFATTO, 2015).

A presença feminina crescente em atividades empreendedoras não é apenas um complemento da renda familiar, apesar das crises e do desemprego assolarem o país, mas uma razão para transformação pessoal (GOMES, 2004).

2.4 O Perfil das Mulheres Empreendedoras

Para Buttner e Moore (1997), as mulheres que pensam em deixar o ambiente corporativo para alcançar um melhor equilíbrio entre trabalho e a família o fazem à medida que atingem a meia-idade, época em que as escolhas da profissão são reavaliadas e as opções de mudança surgem como novos desafios para a carreira.

Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), as empreendedoras femininas dispõem de algumas particularidades em seu perfil de empreender: (1) a faixa etária entre 35-50 anos; (2) forte tendência de serem casadas e terem filhos; (3) na maioria dos casos possuem alto nível de educação formal; (4) costumam atuar em pequenos negócios; (5) iniciam as empresas com baixo capital social; e (6) possuem experiência prévia nos setores em que almejam atuar (OECD, 2000 apud TAKAHASHI; GRAEFF; TEIXEIRA, 2006).

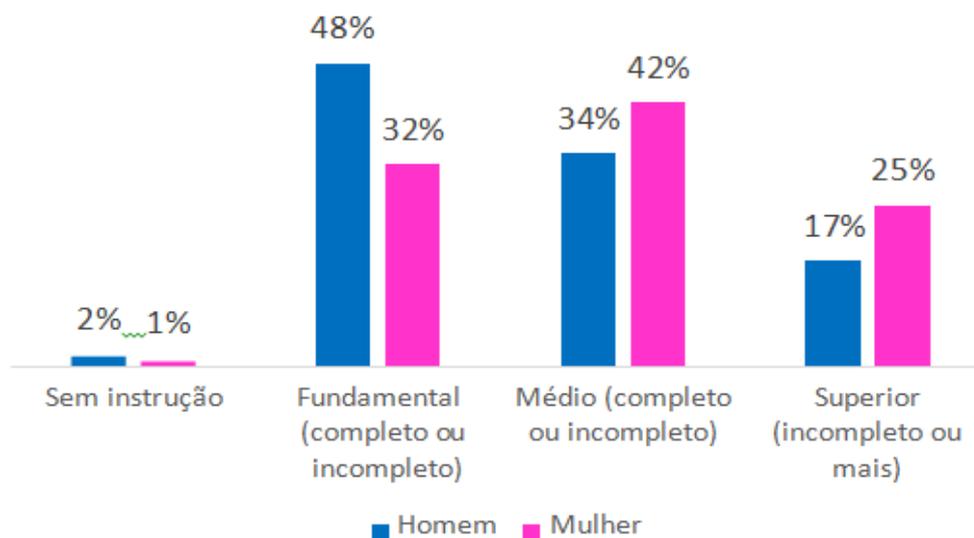
Em relação a faixa etária das mulheres que empreendem, segundo pesquisa de Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) com empreendedoras de Santa Catarina, a maioria das entrevistadas abriram seus negócios com menos de 44 anos, sendo que a média de idade para criação de empreendimentos é de 29 anos, além do fato de a sua maioria estar casada e com filhos. Longenecker *et al.* (2011) afirma que o momento preciso para empreender encontra-se entre os 25 e 35 anos, devido ao equilíbrio entre experimentações advindas da maturidade e pelas responsabilidades familiares.

Como afirma Jonathan (2011) em sua pesquisa com 149 empreendedoras do Rio de Janeiro, o perfil traçado das empreendedoras femininas é a mulher que possui negócios com até 10 funcionários, média de idade em torno dos 45 anos, com nível escolar superior completo, casada, possuindo em média dois filhos, e dedicando 10 horas diárias em sua jornada de trabalho. De acordo com o Sebrae (2019), as donas de negócios são na maioria das vezes mais jovens quando comparadas aos homens. As empresárias que comandam negócios formais e informais possuem uma média de idade em torno de 43,8 anos, enquanto os homens possuem média de 45,3 anos.

Quanto aos níveis de educação, de acordo com Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), a maioria das mulheres possui ensino superior e especialização. O IBGE através do PNADC (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) de

2018 indica que, o nível de escolaridade das mulheres é 16% maior em comparação aos homens, conforme observado na Figura 3.

Figura 3 - Níveis de escolaridade



Fonte: PNADC/IBGE (2018)

De maneira idêntica, o relatório GEM (2018) reafirma que as mulheres apresentam maior escolaridade que os homens, tanto em nível médio quanto em superior. Tal informação se ratifica quando homens e mulheres são comparados na abertura de empreendimentos com os já estabelecidos. Para os empreendedores iniciais o nível médio completo, ou mais, se sobrepõe, liderado pelas mulheres com 61% contra 58%. Entre os estabelecidos a diferença de escolaridade se amplia, sendo 54% para as mulheres, ante os 39% dos homens em grau de instrução. Dados crescentes amplificam a evolução dos níveis de educação entre os empreendedores, com avançado destaque aos níveis de educação das mulheres.

Quando a temática compreende a grandeza dos negócios, as mulheres preponderam em pequenos empreendimentos. De acordo com Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), a maioria das empresas femininas possui cinco funcionários ou menos. Segundo Morris *et al.* (2006), ao iniciar um negócio na comparação de gênero, as mulheres empreendedoras inclinam-se a uma menor proporção em relação à grandeza do empreendimento, em comparativo com os homens. Elas não aspiram à amplificação das atividades e entendem que o maior temor está nos riscos que envolvem a empresa, do que um objetivo em seu rápido crescimento. As

mulheres decidem minuciosamente, preocupando-se com o retorno de seus atos em longo prazo, e os homens decidem mais prontamente, repercutindo suas ações em curto prazo (GOMES, 2004).

Segundo Goltz, Buche e Pathak (2015), o processo de iniciar um negócio difere dos homens, pois as mulheres enfrentam um ambiente desfavorável e dificultoso, com menos assistência e aprovação. Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) salientam dificuldades para as mulheres empreenderem devido a razões que envolvem risco financeiro, falta de preparo em empreender, carência de referências e ausência de apoio.

Em relação ao risco financeiro, Gomes (2004) declara que as mulheres possuem uma conduta mais cautelosa e procuram não correr grandes riscos. Segundo Demartini (2019), as empresas comandadas por mulheres arrecadam em média uma quantidade menor de recursos financeiros em comparação com os homens. O êxito dos negócios muitas vezes é medido pelo avanço econômico, prosperidade nas vendas, contração de funcionários e elevação dos lucros. Baseado em Buttner e Moore (1997), as mulheres proprietárias de empresas tendem a possuir negócios em escala menor e com crescimento mais lento.

Em sua pesquisa, Morris *et al.* (2006) relatam que tanto empreendedores masculinos quanto femininos acarretam desempenhos similares em seus negócios. Para esses autores, nos últimos anos o número de empresas administradas por mulheres aumentou três vezes em escala de crescimento quando comparado aos homens.

Para Buttner e Moore (1997), os homens preferem atividades que proporcionam maior ganho e valores, ao passo que as mulheres optam por atividades que proporcionam desafios e desenvolvimento profissional. Esses dados demonstram que os principais objetivos para as mulheres empreenderem estão voltados ao crescimento profissional e à realização pessoal.

Dados relevantes indicam que a mulher ao se arriscar em um negócio dispõe de certa autoconfiança, decorrente de experiências e práticas de trabalhos anteriores. De acordo com Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), a maior parte das empreendedoras ao tomar a decisão de empreender já possuía vivência profissional e de trabalho. Machado *et al.* (2003) fazem menção às experiências e conhecimentos de vida, pois, ao observarem os caminhos profissionais traçados

pelas mulheres, percebem que elas já possuíam clareza e práticas profissionais prévias.

Mesmo com essas experiências, elas podem ser desencorajadas devido à burocracia, às regras e procedimentos (YOUSAFZAI; SAEED; MUFFATTO, 2015). Os países que possuem grande linha regulamentadora e vasta carga burocrática tendem a possuir menor crescimento empreendedor e menor abertura de empresas, bem como países com instituições reguladoras frágeis, abrangendo demasiada corrupção e carência de propriedade intelectual.

Outro inconveniente é quanto às possibilidades de uso de recursos de empréstimos e financiamentos. Segundo o Sebrae (2019), as mulheres empresárias tomam menos empréstimo, e com valor médio igualmente menor. O valor médio do empréstimo para mulheres é R\$ 13.071,00, menor que o dos homens. Além disso, as mulheres pagam taxas de juros maiores. A taxa anual de juros para as empreendedoras é 3,5 % a mais, quando comparada aos homens. Em contrapartida, a taxa de inadimplência das mulheres é inferior à registrada pelos homens; 3,7% para mulheres, contra 4,2% para os homens. Esses números demonstram que o mercado e instituições financeiras estão fundadas em desigualdade de gênero.

Conforme verificado, as mulheres possuem inúmeros atributos que as levam a empreender; entre eles, o alcance em equilibrar trabalho e a família. A experiência de trabalhos anteriores também pode ser verificada como um forte impulso empreendedor, assim como a importância dada aos estudos e o desejo de conquistas pessoais e profissionais. Situações de insegurança também acompanham as mulheres, como o receio de empreender em cenários de incertezas e altos riscos.

Assim, reveste-se particular importância ao perfil das mulheres, para identificarmos a partir da próxima seção, suas principais dificuldades e desafios no campo empreendedor.

2.5 Dificuldades e Desafios

Dentre os constantes desafios e barreiras para as mulheres empreenderem, um acentuado obstáculo é a dificuldade na ascensão aos altos cargos e à direção das empresas, delineando um fenômeno conhecido como “teto de vidro”.

O “teto de vidro” é quando as mulheres, ainda que tenham iguais responsabilidades que os homens, têm remuneração inferior, têm maiores dificuldades de ascensão, além de possuírem maiores contratempos em suas carreiras (DEMARTINI, 2019). Para Quental e Wetzel (2002), o termo teto de vidro é atribuído a impedimentos e dificuldades incompreensíveis que acompanham exclusivamente as carreiras das mulheres em seu caminhar a altos cargos e funções. O fenômeno supõe que a eficiência e produtividade feminina são vistas como inferiores frente à eficiência e capacidade de produção dos homens. Isso faz com que as mulheres sejam subestimadas no cenário gerencial e operacional, refreando a ascensão de sua colocação, assim como a continuidade no mercado de trabalho.

Além dos conflitos internos às organizações, outras questões como exigências e obrigações subordinadas, sempre acompanharam as mulheres. Segundo Gomes (2004), à mulher sempre foram impostos ambientes de repressões e imposições culturais e familiares. Em um passado recente, a mulher, ao se casar, obrigava-se a adequar às circunstâncias e regras dadas exclusivamente pela família do cônjuge.

Como é descrito por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), outras experiências negativas acompanham o gênero feminino no mercado de trabalho, com adversidades que envolvem conflitos, remorso, exercício da maternidade e cuidados com o lar. Segundo Buttner e Moore (1997), quando a mulher vivencia confronto entre trabalho e cuidados com a família, procurando concordância entre as partes, isso pode sinalizar o êxito e o sucesso com a estabilidade e a responsabilidade de ambas. Na visão das autoras, a responsabilidade pela gestão da empresa, combinada com o cuidado da família, gera angústia e preocupação. Para Lindo *et al.* (2007), quanto mais tempo o indivíduo se dedica ao trabalho, menos tempo terá para dedicar-se à família, havendo interferência do domínio profissional no domínio familiar, e aumentando dessa maneira o desacordo entre trabalho-família. Por outro

lado, quanto mais tempo dedicado à família, menos tempo terá para o trabalho, aumentando o confronto família-trabalho.

Horários de trabalho extensos e amplos são considerados determinantes para o esgotamento e antagonismo entre a profissão e a família (STROBINO; TEIXEIRA, 2014). Lindo *et al.* (2007) relatam situações que as mulheres habitualmente enfrentam, a ponto de despendem um tempo menor em sua jornada de trabalho devido a cuidados de filhos, de enfermos e recém-nascidos. A mulher possui desafios específicos e, muitas vezes, pode abrir mão de um alto salário ou migrar de um emprego com possibilidades de crescimento para um outro que requeira menos tempo de dedicação.

Quanto à maternidade, geralmente é a mulher quem sacrifica suas oportunidades, abandonando estudos, protelando ascensão profissional e, muitas vezes, desligando-se do emprego em benefício de um papel social marcado como feminino. Segundo Porto (2002), as mulheres dispõem de sentimento de culpa por trabalharem fora e por não desfrutarem da convivência dos filhos, deixando-os em casa ou aos cuidados de outras pessoas. A maternidade pode ser uma das razões pela qual as mulheres não avançam mais em suas carreiras, tão facilmente quando comparado com os homens. O sentimento de culpa também pode ser considerado um infortúnio para o sucesso empreendedor feminino.

Outra dificuldade de gênero são os afazeres domésticos, historicamente concentrados e realizados pelas mulheres. De acordo com Strobino e Teixeira (2014), as tarefas do lar são relacionadas ao sexo feminino e são vistos e impostos como função feminina. O homem considera-se responsável pelo provento, ausentando-se das funções e cuidados com o lar. Segundo Buttner e Moore (1997), embora haja valorização das obrigações dos cônjuges na manutenção e sustento da casa, é a mulher que sempre assume proporção maior de tarefas em relação às responsabilidades e cuidados da moradia. Tanto os homens quanto as mulheres lidam com as exigências conflitantes entre o casamento e suas responsabilidades, mas são os deveres tradicionais de zelo e dedicação (de filhos e residência) que envolvem as mulheres e determinam suas opções, preferências e pretensões.

Simultaneamente, as empreendedoras sofrem constantes pressões em seu ambiente de trabalho, agravado pelo pouco ou quase inexistente apoio recebido do marido ou de filhos maiores (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). O tempo

que a mulher se dedica à família pode ser medido com base na ajuda do cônjuge em compartilhar tarefas, assim, com esse suporte na divisão do trabalho doméstico, divergências e discordâncias são diminuídas (LINDO *et al.*, 2007). O tradicional contexto em que as mulheres são naturalmente direcionadas aos afazeres domésticos, evidencia desigualdade de gênero, que refletem a arbitrariedade da partilha de tarefas, e que inclui o próprio emprego. Nesse sentido, a atuação empreendedora pode se manifestar como uma alternativa de profissão, desenvolvendo um equilíbrio entre lar e profissão (QUENTAL; WETZEL 2002).

Quando o assunto é o provento do lar, Porto (2002) afirma que as mulheres enfrentam intensa resistência dos maridos em relação ao sustento da casa, pois, muitas vezes, os homens acreditam que devem ser os principais geradores de riqueza da família. Apesar das barreiras e inconvenientes, um estudo realizado pelo Sebrae evidenciou a dimensão das mulheres empreendedoras chefes de família; passando de 38% para 45% em 2019. Nota-se com a evolução dos números, a predominância das empreendedoras como provedoras centrais do lar, mesmo com atividades extras e cuidados característicos, ultrapassando o percentual de esposas que apenas auxiliam os maridos no complemento da renda familiar (SEBRAE, 2019).

Segundo Longenecker *et al.* (2011), cada vez mais mulheres estão abrindo negócios e se aventurando no empreendedorismo, ao ponto de os homens terem um novo papel; o de esposo da empreendedora. Quando apoia, o cônjuge pode atuar como um ponto de suporte entre trabalho e família, sendo bom ouvinte, participativo e prestativo; quando impeditivo, dificulta objetivos, frustra propósitos e intimida ganhos e lucros. As mulheres enfrentam gradualmente a tentativa de estabilidade entre a administração do negócio e da família (MORRIS *et al.*, 2006; QUENTAL; WETZEL, 2002).

Em relação à falta de desafios e frustrações das mulheres em seus empreendimentos, as mulheres ao perceberem seus desejos e ambições anulados, deixam de exercer suas posições corporativas (BUTTNER; MOORE, 1997). A frustração por falta de desafios pode ser um registro do insucesso ao crescimento profissional e empresarial, propiciando desinteresse e desmotivação nos negócios e impactando na lucratividade dos empreendimentos.

Muito do insucesso e atribuições em empreender se deve ao empenho comedido e/ou intenso da mulher na execução e percepção de suas atividades, assim como o modo como se veem. Segundo as pesquisas de Morris *et al.* (2006), há uma diferença entre as empreendedoras modestas e as de alto crescimento. As de crescimento modesto eram avessas ao risco, mas tinham orgulho em empreender, e, ao se sentirem sozinhas como donas do negócio, concentravam-se seus esforços unicamente na empresa, não observando as oportunidades que o ambiente dispunha. Para as empreendedoras de alto risco, esses autores demonstraram a existência de uma ligação intensa com seus empreendimentos, especificando o aprimoramento contínuo de seus negócios. Na ânsia e angústia por resultados, Jonathan (2011) afirma que as mulheres assumem intensas obrigações, ocasionando desgastes como falta de tempo com os familiares, intenso horário profissional, alto volume de trabalho e carência de distração.

De acordo com Bruni, Gheraldi e Poggio (2004), o empreendedorismo feminino possui três inconvenientes que dificultam suas práticas de sua ação. A primeira envolve o status sociocultural que obstrui a atuação nos negócios devido aos deveres familiares e compromissos domésticos. Na sequência, a questão da informação, pois afirma que as mulheres têm dificuldades de acesso à comunicação, divulgação e exclusão em redes informais. E, finalizando, com os entraves de acesso ao capital, pois muitas não conseguem lidar com dinheiro.

Nas palavras de Morris *et al.* (2006), alguns fatores poderiam explicar as barreiras de crescimento ao empreendedorismo relacionado às mulheres; segundo esses autores as empreendedoras possuíam menos predisposição em desenvolver uma formação didática em computação ou engenharia, e tinham forte inclinação a não participarem de cursos ou ensinamentos sobre como estabelecer um novo empreendimento. Por outro lado, os homens tinham maior disposição na contratação de pessoas que não faziam parte de seu ciclo familiar, maior destreza em começar um novo empreendimento voltado à ciência e tecnologia, e maior propensão a questões de conhecimento e inventividade.

A discriminação ao modo feminino de empreender é mais preponderante em países de baixa renda, e exerce uma retenção de produtividade e níveis de educação, assim como uma redução da atuação das mulheres no mercado de trabalho (DEMARTINI, 2019).

Yousafzai, Saeed e Muffatto (2015) afirmam que, a ausência de suporte dada pelos governos em termos de políticas, regulamentos e barreiras legais, prejudica a atividade empreendedora das mulheres. Entre as limitações do crescimento de negócios, considera-se a falta de harmonia entre demandas de trabalho, família e sua vida pessoal (MORRIS *et al.*, 2006). De modo semelhante, a mulher costuma manter um lento crescimento de suas empresas, tendo em vista o tempo despedido com seus filhos, pela busca por qualidade de vida, pela forte relação interpessoal com funcionários e consumidores, e autonomia nas decisões de seus empreendimentos (LINDO *et al.*, 2007).

Assim, de modo geral, apresentamos nessa revisão bibliográfica os desafios e entraves enfrentados pelas mulheres em seu ambiente empreendedor: a ausência de reconhecimento à capacidade de gerenciamento e produtividade; confrontos entre o trabalho e a família; a maternidade e o sentimento de angústia e culpa, por não compartilharem do convívio dos filhos; a falta de apoio familiar para com os cuidados domésticos; dúvidas e desconfianças na obtenção de créditos e financiamentos; a animosidade de parentes e amigos ao constituir o próprio negócio; e a insegurança do parceiro quanto à independência financeira. Essas barreiras e dificuldades parecem perseguir as mulheres em suas trajetórias empreendedora, ainda que busquem autonomia, independência e protagonismo, instigando aspectos relevantes ao seu meio empreendedor. Essas questões justificam e instigam o interesse e desenvolvimento desse trabalho.

2.6 Recursos e Objetivos para Empreender

Segundo a pesquisa de Porto (2002), as mulheres iniciam sua vida empresarial graças ao capital dos seus maridos, dos pais ou heranças familiares. O medo do fracasso está relacionado com as cobranças dos cônjuges, pois não possuíam recursos iniciais próprios (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). A independência muitas vezes ocorre pela assistência masculina.

Como descrito por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), a figura do marido é apontada como mentor para as tomadas de decisão, pelo fato de o homem ser o maior apoiador financeiro e ideológico das mulheres. Segundo esses autores, pelo

fato de as mulheres frequentemente serem dependentes dos maridos, ocorrem dificuldades na relação com as entidades financeiras e nos financiamentos.

De acordo com os estudos de Machado *et al.* (2003), realizados em países como Brasil, Canadá e França, com 90 empreendedoras, as principais causas para a mulher abrir uma empresa são, por um lado, descontentamento no emprego e, por outro, perspectiva de ambientes de oportunidades e de realização individual. Grande parte das mulheres pesquisadas tiveram como modelo os próprios pais, todavia; quando o assunto é a origem do capital para abertura de negócios, somente as francesas realizaram por empréstimo bancário. Outras mulheres pesquisadas realizaram seus projetos pelas economias pessoais, enquanto uma parte buscou aporte em sociedades com familiares e amigos.

Como afirma Machado *et al.* (2003), as mulheres utilizam-se de economias pessoais (35,6%) além de empréstimos de família e amigos, e essas opções representam 40%. Também aparecem outras opções, tais como venda de imóveis e empréstimos bancários.

Hisrich, Peters e Shepherd (2004, p. 85) alegam que, “distintamente dos empreendedores que obtêm ajuda de investidores, empréstimos pessoais e bancários, as empreendedoras iniciam seus empreendimentos apenas com seus recursos e economias pessoais”.

Sobre a origem do capital e a forma da participação societária, Machado *et al.* (2003) afirmam que isso é um assunto pouco explorado e consideram que:

É possível que haja tendência por parte das mulheres a iniciar empresas na forma de sociedade, não obstante, essa pode ser também uma inclinação para as pequenas empresas, em geral, e não somente para as que são criadas pelas mulheres (MACHADO *et al.*, 2003, p.8)

Quanto a distúrbios financeiros nos negócios, Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) afirmam que tais dificuldades ocorrem pela inadimplência ou insuficiência de consumidores, e isso é consequência da falta de maiores conhecimentos e informações em suas áreas de gestão.

Baseado nos resultados da sua pesquisa, realizada com empreendedoras, selecionando empreendimentos de crescimento moderado e elevado, Morris *et al.* (2006) percebeu que as mulheres que empreendiam modestos negócios ou de alto crescimento, desenvolviam a maneira de empreender, por possuírem forte identidade com o empreendimento ou motivadas por conquistas e riquezas.

Em comparação com as mulheres, os homens, mesmo os menos capacitados e talentosos, possuem melhores acessos a recursos sociais, econômicos, políticos e ao mercado de trabalho (DEMARTINI, 2019). Muitas mulheres quando comparada aos homens, são desmotivadas e influenciadas a pensarem que detêm menor sucesso em seus empreendimentos, acarretando privações e relutância em adquirir recursos financeiros ou financiamento institucional (MORRIS *et al.*, 2006).

2.7 Setores de Atuação

No Brasil, defronte a incontestáveis oportunidades de negócios e empreendimentos, a mulher exerce importante papel de fomento. As mulheres são quase metade dos MEI existentes no país, além de se destacarem em nichos rentáveis e considerados importantes para economia, que se direcionam as áreas de beleza, moda e alimentação.

Como descrito por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), grande parte das empresas abertas pelas mulheres catarinenses são de comércio (47%) e serviços (34%); e somente uma pequena porcentagem em indústrias. Jonathan (2011) afirma que, as mulheres empreendedoras atuam em setores diversificados de negócios, tendo sua principal presença norteada em áreas de serviços e comércio. De modo distinto, Demartini (2019) afirma que as mulheres empreendedoras estão concentradas em áreas como saúde, educação, administração e bem-estar.

O cenário empreendedor modifica-se ano após ano com a intensificação feminina no mercado. Segundo Longenecker *et al.* (2011, p. 13), até certo tempo “as empreendedoras restringiam-se, em sua maioria, a montar salões de beleza, pequenas lojas de roupas e outros estabelecimentos voltados especialmente ao público feminino”. Atualmente, as mulheres fundam empresas, constroem indústrias em um cenário anteriormente impensável. O desejo de uma vida melhor juntamente com a devoção e o empenho para que o negócio prospere, incentivam as empreendedoras a trilharem caminhos de conquistas, mesmo que se expondo a barreiras e dificuldades.

A sobrevivência das empresas geridas por mulheres ocorre devido à combinação de atributos masculinos, como persistência, arrojo e atitude; e atributos femininos, tais como, solidariedade, instinto e sensibilidade. Isso mostra uma

maneira particular em gerenciar, que, aliada a uma profunda entrega ao trabalho, colabora para altos índices de continuidade de empresas administradas pelas mulheres (GOMES, 2004).

A correlação entre os gêneros também é observada pela pesquisa GEM (2016), constatando que no Brasil as empreendedoras femininas criam novos empreendimentos com a mesma intensidade que os homens, no entanto; arcam com maiores privações, tais como preconceito ou discriminação de gênero, dificuldades de créditos e financiamentos, além de conflitos familiares.

Em síntese, nessa seção, ressalta-se a relevante quantidade de mulheres que empreendem, seja em seus lares ou atividades inclinadas ao comércio e serviços, com uma combinação de atributos e características que impulsionam o processo empreendedor. Na próxima seção, veremos os aspectos que levam as mulheres a iniciarem seus empreendimentos.

2.8 Desígnios do Empreendedorismo de Mulheres

De acordo com o Sebrae (2019), as mulheres são a maioria entre os novos empreendedores no Brasil e representam aproximadamente 51% das novas empresas. Entre as razões dessa representatividade, podemos citar a motivação e o seu efeito em atribuir continuidade aos negócios e à perspectiva de futuro. Robbins (2009), conceitua a motivação como prática perseverante de empenho e dedicação que se alinha a princípios institucionais, envolto ao entusiasmo em executar certa atividade.

Segundo OECD (2000, apud MACHADO *et al.*, 2003), as mulheres empreendedoras podem ser classificadas em três categorias: a) aquelas que não possuem outro tipo de profissão, e devido à falta de conhecimento no ramo, possuem pequenos negócios; b) aquelas que têm um histórico familiar e seguem os empreendimentos dos pais e familiares; c) e aquelas que, com estratégias de atitude positiva, fazem-no por motivos de realização pessoal.

A existência de empreendedores na família, como pais ou pessoas muito próximas, influencia e incentiva empreendedoras em suas ações, que são construídas pelo aprendizado cognitivo e afetivo (MACHADO *et al.*, 2003). Desse

modo, são inspiradas a reproduzir modelos conhecidos de comportamento e conduta.

Robbins (2009, p. 130) alega que:

Pais apoiadores parecem exercer um papel importante na influência sobre as tendências empreendedoras dos filhos. Pessoas empreendedoras normalmente têm pais que as encorajam a realizar seus objetivos, ser independentes e assumir responsabilidades por seus atos.

As mulheres empreendem por vários propósitos, por alterações na vida pessoal ou transições profissionais. Muitas das escolhas em empreender também ocorrem devido a mudanças de domicílio, pelos filhos, por divórcios ou por já estarem idade madura para serem aceitas no mercado de trabalho. Fatores como aposentadoria e desemprego fazem com que as mulheres optem por negócios próprios, criando para si novas oportunidades de trabalho (JONATHAN, 2011). Parafrazeando as convicções de Garrido, Mendonça e Silveira (2018), é o trabalho que possibilita às pessoas uma disposição temporal, que as qualifica em seu processo de desenvolvimento e seu entusiasmo rumo aos desejos e ideais.

Na visão de Gomes (2004), um empreendedor detém conhecimento específico, competências e até carências, que resultam em aspectos como necessidades individuais, compreensão do empreendimento, compreensão metodológica e convivência interpessoal. Porto (2002) alega que as principais características para as empresárias conduzirem bem seus negócios e permanecerem no mercado são o conhecimento e o aprendizado. Para Silveira, Maia e Fioravanti (2012), o aprendizado no trabalho, enriquece o acervo pessoal de atitudes, conhecimentos e habilidades, podendo ser classificado como fonte de satisfação, motivação e realização para os indivíduos.

Como afirma Machado *et al.* (2003), muitas iniciaram seus empreendimentos por um decurso gradual de vivências e oportunidades, desligando-se das empresas que trabalhavam somente após suas empresas começarem a gerar lucro.

Na opinião de Jonathan (2011), as mulheres possuem diversas motivações que as levam à abertura de negócios e atividades autônomas, dentre as quais a autorrealização. Exercer poder de decisão, estimular desafios, exercitar convicções, tudo isso são fontes de satisfação para as empreendedoras. De acordo com a autora, a estabilidade financeira é outra intensa fonte de motivação. Porto (2002) confirma esse pressuposto alegando que a independência financeira é o principal

combustível. Assim como descrito pelo Sebrae (2019), as mulheres empreendem instigadas pela escassez de renda ou em busca de autossuficiência financeira.

Do ponto de vista de Machado *et al.* (2003), as mulheres apresentam motivações econômicas, psicológicas e sociais. A alta abrangência de mulheres empreendedoras no Brasil também pode ser referida pela maleabilidade que um negócio próprio pode proporcionar em suas vidas. Como dona do próprio empreendimento, a mulher motiva-se adequando horários de sua jornada de trabalho a administração do lar e à educação dos filhos. Apesar de valorizarem o sentido do trabalho, prevalece como principal motivação a importância dada à família (PORTO, 2002).

Para Lindo *et al.* (2007), um dos gatilhos para empreender é a dinâmica de compromissos, estruturando seu empreendimento à sua carga horária, baseada na administração e nas prioridades do lar. Em síntese, o envolvimento das mulheres para o sucesso de seus negócios é medido pela satisfação de suas conquistas, respeito a si própria e a seus funcionários, além do bom relacionamento com filhos e familiares (JONATHAN, 2011).

Quando a motivação se equipara ao gênero, Buttner e Moore (1997) declaram que os empreendedores homens são mais instigados a empreender pela necessidade de melhorar sua posição na sociedade e de sua família; enquanto as mulheres são estimuladas mediante desafios, desejos de autorrealização e o equilíbrio entre a ocupação profissional e a família. De acordo com Lindo *et al.* (2007), quando comparado ao impulso e ascensão na carreira, as mulheres dão ênfase maior aos filhos e cônjuges. Os homens dão maior prioridade a promoções e amplitudes de seus cargos. As mulheres independem de responsabilidades profissionais para dedicarem-se ao círculo familiar; enquanto os homens privilegiam totalmente o desenvolvimento de sua vida profissional. As empresárias enfrentam divergências entre a carreira e o lar graças à falta de harmonia que compõe a vida íntima e ocupacional (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Com base na influência e liderança, Gouvêa, Silveira e Machado (2013) afirmam que a mulher compartilha mais o poder e as informações, tentando agradar funcionários e colaboradores; enquanto os homens centralizam. As mulheres evitam conflitos, procuram preservar o entendimento e a coerência, buscando a melhor maneira de usufruir o seu tempo (JONATHAN, 2011). Muito dessa compreensão se

deve ao estilo peculiar de liderar e orientar os indivíduos. Para Jonathan (2011), as empreendedoras estruturam seu estilo de liderança a uma adequada convivência, construindo relacionamentos profissionais respeitosos, concebendo uma hierarquia tanto equilibrada quanto participativa; e apoiando-se na confiabilidade e boas práticas entre a empresa e os funcionários. Assim, as características de liderança das empreendedoras acentuam o compartilhamento do poder, ao invés da imposição e controle sobre as pessoas. Segundo Gouvêa, Silveira e Machado (2013), a mulher possui um estilo de liderança voltado às pessoas e à realização de tarefas, sem esquecer os objetivos e propósitos que envolvem a sua posição.

Como descrito por Demartini (2019), o papel das mulheres no empreendedorismo, na administração e na governança corporativa é considerado fundamental para a prosperidade e o bem-estar das economias. Yousafzai, Saeed e Muffatto (2015) afirmam que todo empreendedorismo é incorporado a instituições sociais, culturais e políticas, e influenciam valores, normas, motivos e comportamentos dos indivíduos. De maneira geral, Gomes (2004) alega que as mulheres se encontram mais inseridas no mercado de trabalho na posição de empreendedora.

Mesmo manifestando características que possam assegurar esforço e êxito gerencial em seus empreendimentos, a sensação de fracasso em certas ocasiões pode acompanhar as mulheres. Segundo Machado *et al.* (2008), o sentido do fracasso em seus negócios pode estar relacionado a erros gerenciais, ao passo que virtudes e atributos pessoais podem estar associados a características de triunfo e conquistas. No entanto, esses autores declaram que o fracasso devido às características pessoais é muito incerto de ser analisado, pois a propensão é de responsabilizar pessoas ou mesmo causas externas desassociadas da empresa.

De maneira geral, evidenciam-se, nesta seção, os propósitos empreendedores das mulheres, a existência de familiares empreendedores, como incentivo em suas vidas, as diversas motivações para continuidade dos negócios e o sentido de insucesso e frustração. A partir da próxima e última seção, serão abordados os impactos atuais e futuros da pandemia nos empreendimentos.

2.9 O Empreendedorismo e o Covid-19

A contar do início do atual surto de coronavírus (SARS-CoV-2), responsável pelo Covid-19, ocorrendo enorme apreensão e cuidados de uma doença que proliferou abruptamente em todos os cantos do mundo. Vale ressaltar que o Ministério da Saúde do Brasil (2020), elucida a doença como sendo um espectro clínico variando de infecções assintomáticas a quadros graves nos seres humanos. Somando-se a isso, impactos destoantes ao cotidiano das pessoas, assim como alterações, transformações e adaptações em toda a cadeia empreendedora do mundo, como nunca visto antes.

As micro e pequenas empresas exercem intenso fomento na geração de renda no país, atraindo cuidados e atenção quanto a sua condição durante a pandemia do Covid-19 e o período de isolamento social. É notório observar, incontáveis adversidades e apuros, em relação às atividades econômicas recentes. Segundo dados estatísticos coletados pela pesquisa Pulso Empresa, elaborada pelo IBGE (2020), abordando a situação operacional e comercial das empresas devido ao impacto do novo coronavírus, das quase 3 milhões de empresas em funcionamento em junho de 2020 no país, mais de 60% identificaram consequências negativas em suas atividades.

De fato, a pandemia transferiu imbrólios a quase todos os países do globo e distúrbios proeminentes em suas economias. O Fundo Monetário Internacional (FMI, 2020) alega que a economia mundial em 2020 terá um encolhimento 3%, enquanto a economia brasileira encolherá outros 5%. A evolução, rapidez e unicidade desta pandemia chama atenção. O distanciamento social, assim como o fechamento temporário de estabelecimentos de serviços e comércios foram medidas protetivas tomadas pelo governo para contenção e refreamento desta pandemia, porém afetando diretamente empresas e seus trabalhadores.

Segundo dados do Sebrae (2020), o Brasil possui mais de 6 milhões de estabelecimentos, sendo 99% desse total, micro e pequena empresas (MPE). As microempresas empregam 16 milhões de trabalhadores, respondendo por quase 52% das carteiras assinadas. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro

e Pequenas Empresas (SEBRAE), em virtude dos efeitos do coronavírus, conforme publicação da CNN Brasil (2020), pelo menos 600 mil micro e pequenas empresas fecharam as portas, deixando aproximadamente 9 milhões de pessoas desempregadas.

No caso de microempresas gerenciadas por mulheres, a situação não é diferente. Segundo a Rede Mulher Empreendedora (RME, 2020), metade dos empreendimentos femininos sofreram impactos negativos, porém permaneceram resistentes em seu funcionamento, enquanto para 39% das empreendedoras, significou o encerramento de suas atividades. Outro dado relevante com relação às empreendedoras é a preocupação com o futuro. A Rede Mulher Empreendedora (RME, 2020) afirma ainda que a maior parte das empreendedoras mulheres pressupõe que a crise ocasionada pelo novo coronavírus, irá impactar diretamente seu empreendimento e conseqüentemente sua renda. Além disso, 37% das entrevistadas possuem como maior enfrentamento ao Covid-19, a manutenção e sobrevivência de seus negócios.

Apesar do duro impacto econômico e humano ocasionado pelo coronavírus, o sentido de resiliência e determinação acompanham as empresárias, observados na contenção de gastos e na busca de novas ações de mercado. Um percentual de 84% das empreendedoras, de acordo com a Rede Mulher (RME, 2020), reduziram gastos gerais em suas empresas, além de negociarem preços e prazos com seus fornecedores. Outros acautelamentos nos negócios foram à inserção digital e a adaptação de novos serviços, devido ao fechamento temporário dos estabelecimentos. Dados do Sebrae (2020) revelam que 5% dos empresários que obtiveram aumento de vendas no período utilizaram-se de estratégias de vendas e comercialização de produtos em plataformas *online*, além do emprego de serviços de *delivery* em seus estabelecimentos.

Em virtude da contenção e proliferação do coronavírus, necessitou-se o fechamento do comércio em quase todo primeiro semestre de 2020. Para a preservação de empregos e negócios, muitas empresas buscaram a reinvenção de seus serviços, produtos e atendimento. Os meios digitais identificaram soluções a essas questões, adaptando empresas às necessidades de avanço e transformação digital. Da Costa (2020) afirma que a habilidade de manter um empreendimento está

associada à demanda por soluções, inovações e a transposição de dificuldades. Fleck (2003) tonifica tal afirmação, alegando que o tamanho do sucesso de uma empresa, é medido através de sua habilidade de sobrevivência. Em vista a todo esse cenário, não existe uma certeza do tamanho do abalo que o novo coronavírus pode exercer nas micro e pequenas empresas de maneira geral. A única convicção são os negócios impactados pela pandemia, a luta por sua sobrevivência e a prudência das empreendedoras em cenários futuros do país.

Em suma, nesse capítulo abordamos a história e os conceitos do empreendedorismo, bem como a evolução do empreendedorismo no Brasil. Posteriormente, explanou-se o perfil empreendedor das mulheres, as dificuldades enfrentadas, os recursos obtidos, os setores e atividades de atuação, os estímulos que as levam a empreender nesse universo, bem como os impactos da pandemia do coronavírus nos empreendimentos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir os propósitos estabelecidos, realizou-se uma pesquisa de abordagem exploratória e qualitativa, em duas etapas. Foi caracterizada, na primeira etapa, a literatura que apresenta indagações sobre empreendedorismo feminino, dificuldades e desafios, recursos e objetivos para empreender, setores de atuação e desígnios do empreendedorismo das mulheres, através de livros, artigos e dissertações. Segundo Lakatos e Marconi (2010), o levantamento de dados bibliográficos é uma síntese sobre principais trabalhos realizados, sobre a temática de estudos propostos, que têm a finalidade de fornecer elementos relevantes e atuais sobre o tema investigado.

A partir da segunda etapa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas em profundidade, para dissertar sobre o tema pertinente às dificuldades encontradas pelas mulheres, na condução e manutenção de seus empreendimentos. A unidade de observação desta pesquisa é composta por mulheres empreendedoras da cidade de Amparo/SP, que possuem microempresas nos setores de comércio e serviço, com até nove funcionários, sendo adotado o critério do IBGE e utilizados pelo Sebrae.

A seleção das entrevistadas foi mediante a facilidade de acesso, como descrito por Freitas *et al.* (2000, p. 5): “os participantes são escolhidos por estarem disponíveis”. Conseqüentemente, as respondentes iniciais foram empreendedoras conhecidas do pesquisador, que depois de entrevistadas, recomendaram outras empreendedoras do próprio ambiente de relacionamento. Dessa maneira, utilizou-se a técnica “bola de neve”, ampliando assim o leque de contatos e variáveis. Segundo Baldin e Munhoz (2011), a técnica da “bola de neve” tem sua ocorrência pela utilização de redes de referência e amostragem, sendo utilizada em pesquisas sociais em que os participantes iniciais recomendam novos participantes, até atingirem um total necessário de entrevistados, definido como ponto de saturação.

O intuito dos estudos exploratórios é o rastreamento de informações detalhadas sobre determinado assunto de indagação, uma vez que há escasso entendimento sobre a temática a ser abordada. Nos estudos exploratórios, existe a ausência de fundamentos a assuntos pertinentes quanto sua investigação, cabendo aprendido

e enfoque do pesquisador na percepção e entendimento sobre novas ideias e concepções (CRESWELL, 2007). Segundo Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa exploratória em sua fase preliminar, possibilita a definição do tema pesquisado, proporcionando mais informação às indagações e descobrindo um novo tipo de perspectiva dos assuntos relacionados.

Assim sendo, a presente pesquisa categoriza-se como exploratória, pois apresenta o intuito de aprimorar a compreensão de temas pouco explorados, trazendo à tona, dados específicos às dificuldades encontradas pelas mulheres na manutenção de seus negócios, objetivando o aprofundamento e detalhamento deste fenômeno.

3.1 Método de Pesquisa

Atestada a natureza exploratória, evidencia-se a abordagem desta pesquisa como qualitativa. A abordagem qualitativa descreve o pensamento do indivíduo a ser estudado, que se encontra totalmente inserido em seu contexto pragmático. Segundo Creswell (2007), a pesquisa qualitativa é executada em condições naturais, abrangendo elementos como atitudes e comportamento humano, sendo completada com características e elaborações. Os recursos básicos da pesquisa qualitativa são a interpretação de fenômenos e a atribuição de significados (SILVA; MENEZES, 2005).

Na proposta qualitativa:

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos, vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos (Richardson, 2012, p. 80).

De Sordi (2017), afirma que o método qualitativo direciona-se a opiniões e interpretações dos sujeitos estudados, materializando de forma indutiva a construção de teorias. Martins (2004, p. 292) complementa essa ideia afirmando que “a variedade de material obtido qualitativamente, exige do pesquisador uma

capacidade integrativa e analítica que, por sua vez, depende do desenvolvimento de uma capacidade criadora e intuitiva”. Assim sendo, a abordagem qualitativa concedeu uma análise extensiva das empreendedoras, suas dificuldades, condições e fatores que as influenciam na condução dos negócios. Posto que, o ambiente empreendedor é cercado por diversas intervenções, compreendendo desta maneira, como as mulheres as interpretam. Segundo Eisenhardt (1989), as referências qualitativas são úteis ao entendimento de razões e motivos, demonstrando clareza a causas de determinada ação. Corroborando ao entendimento qualitativo dessa pesquisa, considera-se seu processo cognitivo resultantes da coleta, instrumento e análise de dados.

3.2 Coleta de Dados

Como procedimento de coleta de dados, adotou-se a pesquisa de campo. O objetivo da pesquisa de campo é investigar acontecimentos reais em um determinado grupo definido, observando fatos como acontecem em seus locais rotineiros (GIL, 2002). Segundo Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa de campo aplica-se com o propósito de adquirir elementos e referências a respeito de um problema, indagando uma resposta da qual se queira constatar.

Na busca de dados e subsídios ao estudo de campo, partiu-se para a realização da entrevista com a primeira empreendedora iniciada em junho de 2020, e quinze dias depois, o encerramento e conclusão de todas as entrevistas deste estudo. Para atestar maior fidedignidade e entendimento à pesquisa, aplicou-se à entrevista um contato individual e privativo entre as partes. Fato do qual percebeu-se maior confiança aos argumentos, melhor elucidação da opinião pessoal, e melhor juízo de valores.

Elaborou-se um roteiro de entrevistas semiestruturadas, viabilizando maior compreensão das alegações das respondentes, possibilitando a esse pesquisador, indagar perguntas pertinentes ao tema abordado, tratando quando necessário de novas questões abordadas durante a coleta de dados. Para Flick (2009), as entrevistas semiestruturadas passaram a ser amplamente aplicadas, despertando o interesse de pesquisadores. Segundo Richardson (2012), este tipo de entrevista procura saber o que, por que e como algo surge e transcorre, obtendo elementos

detalhados que possam ser empregados em uma análise qualitativa. Lakatos e Marconi (2010) argumentam que este tipo de entrevista tem o domínio de analisar amplamente uma questão, utilizando-se de perguntas abertas e possuindo de certa maneira um diálogo informal.

3.2.1 Instrumento de Coleta

Devido à natureza exploratória, à abordagem qualitativa e à aplicação de entrevistas semiestruturadas, utilizou-se como complemento à natureza deste projeto, o método história de vida. Para Becker (1994), a história de vida ajusta-se aos propósitos de apurar pressuposições em forma de relato, possibilitando ao pesquisador noção de métodos e procedimentos. Como descrito por Maccali *et al.* (2014), esse recurso possibilita ao pesquisador um entendimento histórico dos métodos e critérios de trabalho, atentando as convicções e preferências do entrevistado.

Conseqüentemente, as mulheres foram estimuladas a narrar questões sobre sua trajetória, propiciando a reconstrução das dificuldades e das experiências profissionais. Como descrito por Spindola e Santos (2003, p. 120), a história de vida fundamenta-se na “premissa de que os conhecimentos sobre os indivíduos só são possíveis com a descrição da experiência humana, tal como ela é vivida e tal como ela é definida por seus próprios atores”. Nas palavras de Miranda, Cappelle e Mafra (2014), ao narrarem suas vidas, as pessoas necessitam de confiança e acolhimento por parte do pesquisador. No decorrer de suas análises, o pesquisador prescreveu sentido aos temas apresentados, simultaneamente, encarregou-se de apurar eventos, fatos e situações no transcorrer da história da entrevistada.

Por meio das narrativas das respondentes, ao relembrar seus relatos e histórias de vida, o pesquisador acatou e considerou as informações acolhidas. Segundo Miranda, Cappelle e Mafra (2014, p. 4) “na fase inicial quem define categorias de pensamento e análise, assim como a ordem dos fatos é o narrador do relato. O ideal é que o pesquisador interfira menos possível”.

As empreendedoras entrevistadas constituem o sujeito social desta pesquisa, e este autor, o observante. De acordo com Spindola e Santos (2003, p. 121) “o pesquisador e o sujeito se completam e modificam mutuamente em uma relação

dinâmica e dialética”. A partir das narrativas das empreendedoras, essa pesquisa teve como ponto central compreender suas histórias, evidenciando principalmente, a autonomia cultural, pessoal e social das entrevistadas.

Para Maccali *et al.* (2014), os dados coletados devem estar ajustados ao argumento teórico do pesquisador, e com os atributos do fenômeno estudado. Em suma, a história de vida caracteriza-se como mecanismo importante na pesquisa qualitativa, pois é pertinente ao entendimento do coletivo. Desse modo, é possível analisar grupos, e ter compreensão de conceitos que descrevem tendências em indivíduos e em empresas (MIRANDA; CAPPELLE; MAFRA, 2014).

Os trâmites da coleta de dados foram organizados percorrendo as seguintes etapas:

1. Guia de Pesquisa: através do levantamento bibliográfico foi concebido um guia de entrevista semiestruturada em profundidade (Apêndice A).
2. Pré-teste de pesquisa: se fez uso de um modelo de entrevista com uma empreendedora, relatado a seguir, ratificando seu contexto e recursos necessários.
3. Triagem: para cumprimento da entrevista, utilizou-se de preceitos de seleção - mulheres empreendedoras com mais de um ano de atividades em setores de comércio ou serviço, possuindo sócios ou não. As respondentes iniciais foram conhecidas do pesquisador, utilizando-se das indicações dessas, ao contato com outras empreendedoras e na conclusão desta pesquisa.
4. Registro e configuração: para a execução da entrevista foi desenvolvido documento (Apêndice B) para averbação da pesquisa.
5. Solicitação de entrevistas: a solicitação se seu deu por aplicativos de mensagens e telefonemas, após a confirmação, todas as entrevistas procederam-se através de *software* de voz e vídeo, requisitando posteriormente o preenchimento do termo de consentimento.

6. Metodologia de entrevista: as entrevistas ocorreram com dez empreendedoras no período 15/06/2020 a 28/06/2020, conforme roteiro de entrevista (Apêndice B).

Efetivação pré-teste

Executou-se um pré-teste de diagnóstico para a pesquisa, com o intuito de constatar possíveis dificuldades em sua aplicabilidade. No dia 12/06/2020 foi executado o diagnóstico.

1. Entrevista: não existiu nenhum impasse ou inconveniente com relação à aplicabilidade da pesquisa
2. Questões: não existiu nenhuma resistência ou objeção à cognição das questões expostas
3. Tempo: a entrevista realizou-se em 30 minutos aproximadamente.
4. Alterações: se fez necessário a introdução de mais questões na pesquisa. "Você se identifica como empreendedora. Por quê? O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente".

3.3 Análise de Dados

Através dos pressupostos elencados nesta pesquisa, o ponto seguinte de ajuste foi a transcrição e o tratamento dos dados embasados nos questionários e entrevistas efetivadas pelas empreendedoras. Logo após a ordenação dos dados, obtiveram-se as devidas referências de informação e o perfil do grupo das respondentes, para executar as possibilidades de análise estabelecidas. Para o tratamento e elucidação desta metodologia, decidiu-se pela técnica análise de conteúdo, segundo a proposta de Bardin.

De acordo com Bardin (2011, p. 44), a definição de análise de conteúdo corresponde:

conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não).

Além da simples cognição textual, a análise de conteúdo mergulha em um entendimento intenso de temas e transcrições expansivas. Segundo Flick (2013, p. 143) "análise de conteúdo tem por objetivo classificar o conteúdo dos textos, alocando as declarações, sentenças ou palavras a um sistema de categorias".

A abrangência da análise de conteúdo definiu-se partindo dos objetivos gerais que nortearam esse estudo: as dificuldades encontradas pelas mulheres, na condução e manutenção de seus empreendimentos, história de vida como fator elucidativo, variáveis decorrentes da condição feminina em empreendimentos de pequeno porte e impactos atuais e futuros da pandemia nos negócios.

3.4 Validade e Confiabilidade

Apropriado à natureza qualitativa desta pesquisa, ressalta-se a interrogação quanto da confiabilidade e o rigor da qualidade de critérios utilizados. Segundo Flick (2009), a pesquisa qualitativa possui seus próprios parâmetros de exatidão científica que atestam a autenticidade de dados atingidos em sua aplicação. Os padrões de credibilidade muitas vezes constituem referências pessoais dos pesquisadores, dando sentido interpretativo ao desdobramento da pesquisa. Segundo Prodanov e Freitas (2013), pesquisar cientificamente simboliza a busca de informações, contribuindo a metodologias que deem resultados e confiabilidade. Para Paiva Jr., Leão e Mello (2011), a confiabilidade dos métodos se refere à validação na obtenção verídica de seus objetivos, sendo repetida e ponderada, comprovando os mesmos resultados. Assim como evidenciado por esses autores, adota-se para presente pesquisa, o conceito de confiabilidade na execução das pesquisas e veracidade na comprovação das conclusões, ressaltando a relevância do cumprimento das etapas deste estudo, garantindo sua fidedignidade e idoneidade aos resultados alcançados.

Como cautela e cuidados com as entrevistas individuais, aderindo ao uso de questionários e sua segurança, foi realizada gravações das mesmas, com a intenção de facilitar a compreensão e cognição dos procedimentos. O tamanho da amostra, especificadas pelas dez empreendedoras entrevistadas, independe do julgamento de valor, assegurando veracidade e confiabilidade a esta pesquisa. Segundo Paiva Jr., Leão e Mello (2011), a dimensão da amostra não indica relevância para concepção da pesquisa, desde que apresente elementos e afluência de dados.

Em síntese, esta pesquisa buscou atender os requisitos de validade e confiabilidade da seguinte maneira:

1. No sentido de asseverar a coleta de dados, buscou-se identificar a veracidade das informações das respondentes através de registro de pessoa jurídica, ambientes de negócio, tempo de atuação e número de colaboradores.
2. Buscou-se a fidedignidade à interpretação dos dados perante a técnica de análise de conteúdo.
3. Manteve-se a fidedignidade às questões respondidas através das referências e fundamentação teórica.

4. RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os principais resultados obtidos mediante a coleta e análise dos elementos que evidenciam o problema de pesquisa. Efetuou-se um estudo com mulheres empreendedoras na cidade de Amparo/SP, que possuem microempresas com até nove funcionários. Como apresentado no capítulo 3, está sendo adotado o critério do IBGE e utilizados pelo Sebrae, sendo contemplados os setores de comércio e serviços.

Fundamentado nas estruturas de vocabulário e expressões utilizadas pelas respondentes, faz-se necessário à compreensão do texto através de uma linguagem coloquial. Sendo assim, ressalta-se através do conceito desenvolvido, o desdobramento deste capítulo em cinco seções. As duas primeiras seções retratam o perfil das mulheres empreendedoras, além de seus recursos e motivações para empreender. Na terceira seção, os desafios e dificuldades em empreender. Na quarta, as perspectivas atuais e futuras em meio à pandemia do Covid-19. Por fim, na quinta seção, a discussão dos resultados. O roteiro com as questões aplicadas é apresentado no Apêndice B.

4.1 Perfil das Entrevistadas

O principal objetivo desta seção foi inicialmente conhecer o perfil das mulheres empreendedoras da cidade de Amparo/SP entrevistadas. As questões foram referentes à idade, estado civil, número de filhos e suas idades, formação e grau de escolaridade, o tipo de negócio e tempo de atuação e quantidade de sócios e o número de funcionários em seu quadro colaborativo.

Mediante contato via telefone e aplicativo de mensagens instantâneas, das pessoas contatadas, atingiu-se um número de dez empresárias que ratificaram interesse e aceitaram participar do contexto desta pesquisa. Devido à pandemia do coronavírus, que assola o momento presente da efetuação deste trabalho, todas as entrevistas foram realizadas através de *softwares* de conexão de voz e vídeos pela

internet. As entrevistadas tiveram como critério de confidencialidade seus nomes substituídos por uma identificação, correspondente à ordem de sequência da realização das entrevistas, além de um termo de consentimento assinado pelas empreendedoras, autorizando o uso das informações e revalidando a preservação de suas identidades. Elaborou-se o Quadro 6 para melhor apresentação das mulheres empreendedoras participantes dessa pesquisa:

Quadro 6 - Perfil das Empreendedoras Entrevistadas

Entrevistadas	Idade	Estado Civil	Filhos e Idade	Grau Escolaridade	Tipo de Negócio	Tempo Negócio	Sócios	Funcionários
E1	30	União Estável	Uma filha, 1 ano	Fisioterapia e Superior Completo	Clínica de Estética	6 anos	Não possui	3
E2	39	Casada	Uma filha, 4 anos	Psicologia e Mestrado	Consultoria e Prestação de Serviços	14 anos	1	3
E3	34	Solteira	Não possui	Cinema e Superior Completo	Doceria	8 anos	Não possui	1
E4	35	Casada	Duas filhas, 4 anos e 3 meses	Engenharia Ambiental e Mestrado	Loja de Produtos Naturais	11 anos	1	9
E5	37	Casada	Um filho, 2 anos	Contabilidade e Superior Completo	Escritório de Contabilidade	15 anos	1	9
E6	44	Casada	Um filho, 14 anos	2º grau completo	Loja de Calçados e acessórios	16 anos	1	2
E7	32	Separada	Não possui	2º grau completo	Corretora de Seguros	20 anos	2	5
E8	48	Divorciada	Um filho, 14 anos	Biologia e Superior Completo	Banho e tosa - pet shop	19 anos	Não possui	1
E9	43	Casada	Um filho, 8 anos	Gestão Produção Industrial e Superior completo	Restaurante	2 anos	2	3
E10	31	Casada	Não possui	Economia e Superior Completo	Loja de Lingeries, pijamas e semijoias	4 anos	Não possui	2

Fonte: Dados da pesquisa

As empresarias entrevistadas possuem faixa etária diversificada, variando entre os 30 e os 48 anos, indicando média de idade em torno dos 37 anos. Dados correspondentes aos da pesquisa GEM (2018), que indicam maior concentração de empreendedoras femininas distribuídas entre as faixas dos 35 a 54 anos.

Seis das entrevistadas são casadas, uma em união estável, uma solteira e outras duas separadas. Dados que se enquadram com a pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora (RME, 2016), apontando que 61% das

empreendedoras são casadas ou possuem uma união estável, 28% são solteiras, 10% separadas e divorciadas e apenas 1% viúva. Já com relação ao número de dependentes, seis das entrevistadas declaram ter apenas um filho, apenas uma com dois filhos e outras três empreendedoras não possuem filhos. A esses resultados equivale os estudos realizados por Gouvêa, Silveira e Machado (2013), onde constatou o estado civil casada como preponderante, além de quase todas empreendedoras possuírem filhos.

Apresentam alto nível de instrução, sendo que duas são mestres, seis com ensino superior completo e outras duas com segundo grau completo. Na totalidade Brasil, o Sebrae (2019) apontou que 25% das empreendedoras mulheres possuíam nível superior incompleto ou mais, enquanto 42% detinham ensino médio completo ou incompleto. Identifica-se uma relevância ao comparativo de resultados entre as empreendedoras nacionais com as de Amparo, referente aos níveis de instrução, em que as empreendedoras entrevistadas apresentam níveis superiores à média brasileira, caracterizando alto interesse em conhecimento e capacitação, visto o porquê de ofertas e demandas serem cada vez mais disputadas e rigorosas nos empreendimentos.

Os dados da tabulação apontam uma predominância dos setores de atividades considerados femininos como: clínica de estética, lojas de calçados, restaurante, banho e tosa, doceria, produtos naturais e loja de *lingerie*. Como também presente a participação das empreendedoras entrevistadas em setores considerados masculinos como: consultoria empresarial, escritório de contabilidade e corretora de seguro, justificado pelo alto período em exercício e atuação no mercado. Diante do exposto, torna-se visível certa semelhança de informações quando comparado à pesquisa GEM (2018), na qual as atividades predominantes ao gênero feminino são a de tratamento de beleza e cabeleireiros, serviços domésticos, confecção de peça de vestuário exceto roupas íntimas, comércio de artigos do vestuário e acessórios, restaurantes e serviços de alimentação e bebidas.

O tempo médio dos negócios intercala entre 2 e 20 anos, já a existência de sócios é predominante em mais da metade dos empreendimentos, destoando dos dados do Sebrae (2019), que aponta 81% dos negócios geridos por mulheres não possuírem qualquer tipo de vínculo societário, ao mesmo tempo em que 19% dos

negócios relacionados às mulheres possuem de 1 a 5 sócios em seu empreendimento. Quanto ao quadro colaborativo, observou uma diversidade, entre um e nove funcionários. Na proporção de geração de empregos, segundo dados do GEM (2018), quase 85% das empreendedoras não possui nenhum tipo de colaborador, enquanto outras 15% empregam de 1 a 4 funcionários.

4.2 Recursos e Motivação para Empreender

Nesta seção será apresentado um resumo das entrevistas realizadas com as empreendedoras, destacando relatos em conformidade com os recursos, vantagens e motivações que as levam a empreender. Através do Apêndice B, encontram-se planilhas com descrições precisas e detalhadas das entrevistas desta seção, assim como de todo o trabalho.

As mulheres buscam constante espaço no empreendedorismo e vencem obstáculos e adversidades em nome de um sonho, desejo ou aspiração. A história de vida das mulheres empreendedoras aqui relatadas, através das entrevistas pessoais, descreve o início da trajetória empreendedora, a maneira como buscaram subsídios para abertura dos negócios, a forma como é realizado o controle financeiro do empreendimento, as experiências anteriores de trabalho, se possuem familiares que empreendem e a motivação em seguir e continuar com o negócio.

A Empreendedora 01, trabalhou em quatro empresas no intervalo de seis anos, quando ainda morava em São Paulo. Ao retornar para a cidade de Amparo, trabalhou em um Spa em curto período. Suficiente para perceber excessiva jornada de trabalho e má remuneração, o que a estimulou a abandonar o emprego e abrir seu próprio negócio. O capital financeiro para abertura do negócio partiu do pai. A gestão financeira do empreendimento é feita através de planilhas de computador. A entrevistada possui o próprio pai como influenciador e único empreendedor na família. Sua principal motivação para empreender é a busca por segurança financeira. Considera a empatia como seu diferencial empreendedor e finalizou citando a flexibilidade de horário como principal vantagem em ser empreendedora.

A Empreendedora 02, relatou que começou a trabalhar com 11 anos, vendendo chocolate que a mãe fazia, pelo próprio bairro. Com o tempo, o desejo de fazer faculdade a levou a buscar um emprego de promotora de vendas. Por intermédio do emprego, teve contato e envolvimento com pessoas, levando a cursar psicologia. Depois de formada, partiu para o campo organizacional e conseqüentemente consultoria em áreas de gestão. Trabalhou anteriormente em três empresas, entre elas uma cooperativa médica e uma instituição de ensino superior, ambas na cidade de Amparo. Abriu o negócio com suas próprias economias, por não demandar alto custo, posteriormente necessitou de capital de giro para ampliar e mobiliar a empresa, não observando problemas ou dificuldades em adquirir os encargos. O controle financeiro do empreendimento é feito através de planilhas de *excel*. Tem a mãe como exemplo e influência empreendedora. A motivação para empreender vem da paixão pelas pessoas e pelo trabalho. A visão, determinação e a percepção são classificadas como seus diferenciais empreendedores. Vê a autonomia no trabalho como a principal vantagem em empreender.

A Empreendedora 03 descreveu que depois de formada no Rio de Janeiro e retornar para Amparo, sempre considerava ter algum empreendimento. Facilitou a decisão, o fato de possuir conhecimento na fabricação de doces, em virtude dos ensinamentos da mãe e a comercialização de seus produtos na janela da própria casa. Trabalhou muito pouco anteriormente, uma rápida passagem em uma rede de televisão, atividades "*freelancers*" de desenho e moda e alguns meses em uma instituição de ensino superior, todos no Rio de Janeiro. O capital para abertura do negócio foi através das próprias economias e facilitou o ponto de venda da família, ausentando-se de obrigações como aluguel. O controle financeiro é feito por intermédio de planilhas em *excel*. Tanto o pai quanto a mãe são exemplos de empreendedores na família. Além da influência da mãe, o pai inspira na busca dos objetivos. Valoriza a inovação e autonomia no trabalho como motivação em empreender. Destaca sua dedicação como diferencial empreendedor. Considera a autonomia em criar e mudar o que quiser como a principal vantagem em ser empreendedora.

A Empreendedora 04 relatou que estudava fora e, no mesmo ano em que o pai havia idealizado a empresa, 2009, retornou em definitivo para a cidade tomando a frente dos negócios. Trabalhou anteriormente em uma empresa de gelatinas e mais alguns meses em uma empresa química, mas foi em uma loja de roupas que percebeu o tino para os negócios. Não injetou nenhum tipo de capital para abertura do negócio, pois o pai já o havia feito. Quando necessário investimento na empresa recorre à família, ao próprio pai, para assim, evitar pagar juros em bancos. Planilhas de *excel* são o principal controle financeiro da empresa. Pai, tios e primos são empreendedores na família, porém sem influência em sua gestão. A principal motivação para empreender é fazer o que se ama, e o diferencial como empreendedora mulher é a praticidade de fazer várias coisas ao mesmo tempo, já a flexibilidade de horário é considerada a principal vantagem de empreender.

A Empreendedora 05 comentou que sempre trabalhou em escritórios de contabilidade muito cedo, com 13 anos. Em todo o trabalho, algo não a fazia feliz, até criar coragem e arriscar seu próprio escritório. Para a abertura do empreendimento, utilizou-se de economias pessoais, outro facilitador foi o imóvel de atuação do negócio não ter ônus de aluguel por pertencer a família. O controle financeiro é através de um sistema operacional bem simples e profissional que facilita o planejamento. O pai e o irmão possuem empresas e através da força de vontade de ambos favoreceu o sentido de inspiração. A independência financeira é destacada como motivação para empreender. Entende que o otimismo e a organização são seus diferenciais como empreendedora. Considera a flexibilidade de horário e agenda como principal vantagem em empreender.

A Empreendedora 06, ao ser entrevistada, comentou que sempre trabalhou muito nova na padaria do pai, acordava de madrugada e sempre encarava um trabalho penoso. Após a venda da padaria, o marido a incentivou a abrir um negócio, também pelo fato de possuir conhecimento em materiais de couro e trilhando o caminho de loja de calçados, inclinada inicialmente em sapatos finos e ao público feminino. Durante 9 anos, a padaria do pai foi seu único trabalho, o que a estimulou a ter resiliência e nunca desistir. A maior parte do capital para abertura do negócio partiu do marido além do estímulo, pelo fato do ponto comercial da loja ser da família do cônjuge, ausentando-se do aluguel. O controle financeiro é de um sistema bem

qualificado e organizado que emite nota fiscal, baixa no caixa e estoque e tem o pai como único exemplo de empreendedor na família. A principal motivação para empreender é trabalhar no que se ama e o relacionamento com as pessoas. Considera a empatia e o amor ao trabalho seu maior diferencial empreendedor. Tem o conhecimento que o negócio proporciona e a liberdade de horários como a principal vantagem em se empreender.

A Empreendedora 07 comentou que sempre trabalhou na empresa que foi gerada pelo pai há 21 anos. Com 11 anos, iniciou sua caminhada em um momento difícil para a empresa, no qual todo o apoio era válido, despertando conhecimento e prazer pelo empreendimento. O exercício do trabalho prematuro a auxiliou na transição da gestão da empresa e nas responsabilidades provenientes do empreendimento, que hoje se encontra bem estruturado. Não injetou nenhum tipo de economia ou recursos para abertura do negócio, pois o pai já o fizera. Quando necessitou investimento para a empresa, recorreu às reservas do pai e ao caixa da empresa quando favorável. O controle financeiro é através de planilhas de *excel*, tendo o pai e o tio como empreendedores na família, com certo destaque a influência do pai, devido aos ensinamentos e ao ambiente envolvido. A motivação para empreender segue duas vertentes: uma é a continuidade do negócio idealizado pelo pai, a outra é o prazer no que faz. Considerou como seu maior diferencial empreendedor a característica de ser multitarefas e observadora. Vê a flexibilidade de horários como a principal vantagem em empreender em um negócio próprio.

A Empreendedora 08 pautou sua carreira bem nova na fazenda do pai, herdando o gosto e estudos pela Biologia. Depois de formada identificou dificuldades de seguir carreira em sua ciência e resolveu morar fora do país para aprimorar a língua inglesa, se estabelecendo nos Estados Unidos pelo período de 6 anos. Trabalhou no exterior em vários lugares somente para suprir as necessidades, e ao retornar começou a dar aulas de inglês em uma escola de idiomas para adolescentes por vários anos. Percebeu a partir deste momento, que o estresse das aulas não a estava fazendo feliz. Graças ao gosto pelos animais, resolveu arriscar e montar um negócio de banho e tosa. Por se tratar de um empreendimento de baixo investimento, utilizou-se das próprias economias para sua abertura. Viabilizou ainda mais o negócio, o fato do imóvel pertencer à entrevistada, ausentando-se do aluguel.

O seu controle financeiro é feito através de um caderninho de notas. Ela tem o pai como único empreendedor na família. Carregou influência em empreender da fazenda, em realizar algo que oferecesse prazer, encontrados adiante no exercício do empreendimento. A motivação para seguir em frente é fazer o que gosta e consequentemente desfrutar da convivência da família. Definiu o profissionalismo e o fato de ser observadora como seus diferenciais empreendedores. Ao seu olhar, a principal vantagem para empreender é a flexibilidade de horário.

A Empreendedora 09 ponderou que começou a trabalhar bem cedo, em uma padaria onde o dono era muito empreendedor, permanecendo por 8 anos. Depois trabalhou em uma empresa química, até surgir à oportunidade de trabalhar junto aos irmãos em um restaurante. O fato de ter trabalhado anteriormente em uma padaria, auxiliou a entrevistada em aspectos de atendimento e educação aos clientes. Investiu um mínimo valor no empreendimento, em razão do negócio já ter sido estabelecido pelos irmãos, compensando com o conhecimento adquirido pelos estudos. O controle financeiro é feito através de planilhas de computador e não possui nenhum exemplo anterior ao negócio, de empreendedores na família. Considera que a disciplina e a organização categorizam seu diferencial como empreendedora. A independência financeira e a flexibilidade de horário são destacadas como motivação para empreender e possuir um negócio próprio.

A Empreendedora 10 começou a trabalhar muito nova, em uma loja de roupas, depois escola de inglês e, por fim, em uma multinacional alemã na cidade de Campinas. No último trabalho, já percebendo o desejo em algo que desse prazer, começou a vender semijoias. A demanda foi aumentando e com o dinheiro comprava mais e vendia mais, isso pelo período de 2 anos. Sentia muito prazer no que fazia e, nesse intervalo, vinha a Amparo para casa do namorado, hoje marido. Percebeu outras oportunidades na cidade, como vender roupas íntimas. Saiu do emprego e mudou-se para a cidade, onde estabeleceu uma loja de semijoias e *lingeries*. O fato de ter trabalho em uma multinacional, serviu para alinhar seus valores e descobrir sentido e prazer em empreender. Investiu capital próprio, como recursos da rescisão de contrato e da venda de um carro para abertura e investimento no negócio. O controle financeiro é através de um sistema de pagamentos e despesa que facilita os lançamentos, além do mais, não possui

ninguém na família que empreenda, apenas o marido no momento. A principal motivação para empreender é a satisfação das clientes. O amor ao trabalho e a resiliência são considerados por ela seus diferenciais empreendedores. Para a entrevistada, além da felicidade das clientes, os principais motivos em possuir um negócio são a flexibilidade de horário e a liberdade em idealizar coisas novas para o empreendimento.

No Quadro 7 identifica-se a análise de contexto das respondentes, fundamentado nos recursos e motivações para empreender.

Quadro 7 - Análise do Contexto dos Recursos e Motivações das Empreendedoras

Entrevistadas	Iniciativa Empreendedora	Experiências Anteriores	Experiências Anteriores Impactaram em Empreender	Capital Abertura do Negócio	Controle Financeiro	Empreendedores na Família	Motivação Empreendedora	Diferencial Empreendedor	Vantagens em ser Empreendedora
E01	"Eu morei seis anos em São Paulo, Quando eu voltei para Amparo fui trabalhar em um Spa era muito mal remunerado, isso fez com que eu abandonasse meu emprego e me estimulasse a abrir meu negócio."	"Eu trabalhei em outras quatro empresas da minha área."	"Sim, me auxiliou justamente pelo fato de entender o que é liberdade."	"Quem me ajudou foi o meu pai. Quem financeiramente me ajudou a comprar os primeiros produtos, maca, aparelhos, foi tudo ele."	"Eu uso planilha de computador."	"Sim meu pai. Ele me influenciou em nunca desistir, sempre ir atrás do meu sonho."	"Na verdade eu busco a independência financeira, para poder viver bem, tranquila sem me preocupar com os boletos do final do mês."	"Acredito que seja a empatia em saber escutar o que meu cliente, me colocar no lugar dele muitas vezes."	"Mas que a flexibilidade de horário me ajuda muito, consigo me organizar melhor e a ter tempo para minha família."
E02	Eu tinha onze anos e minha mãe fazia chocolate. Eu colocava os chocolates em uma caixa e ia vender no bairro."	"Sim em três empresas."	"Não. Eu sempre tive clareza em abrir meu próprio negócio."	"Na verdade, para o meu capital não precisava de muito, foi das minhas economias."	"Eu uso planilhas de excel, tenho muito controle."	"Sim, minha mãe é empreendedora. Ela me influenciou, não diretamente, mas sim pela dinâmica em que eu cresci e me desenvolvi."	"Sou apaixonada pela vida, pelas pessoas e pelo meu trabalho, sou extremamente motivada."	"Acho que é a visão e a determinação, eu sei o que eu quero. Também me considero muito observadora."	"Ter autonomia, ser dona da minha agenda, do meu tempo, das minhas atividades, poder fazer às coisas a hora que eu quiser."

E03	Eu estudava no Rio de Janeiro e depois de me formar voltei para Amparo, sempre pensava em ter algo, e como já tinha esse conhecimento em fazer doces por causa da minha mãe, pensei em arriscar.	"Eu trabalhei muito pouco. Eu estudava no Rio de Janeiro, cheguei a fazer uns trabalhos <i>freelances</i> , logo na sequência voltei para Amparo."	"Despertou-me para o negócio que possuo hoje".	"Economias próprias. Ajudou-me também o fato de possuir um ponto de venda legal, o mesmo até hoje, não pagava aluguel, era a casa dos meus pais."	"Normalmente eu faço o controle em planilhas de <i>excel</i> , não tenho nenhum programa específico."	"Sim meu pai. A minha mãe começou a fazer chocolate para vender por certo período também. Identifico-me pelo jeito do meu pai em ir buscar as coisas e não depender de ninguém."	"Inovar no meu trabalho e ter liberdade."	"Acredito que seja colocar a minha alma no negócio, a dedicação, o amor que eu tenho pelo meu trabalho."	"Com certeza é a autonomia em criar e mudar o que eu quiser, a liberdade é muito boa também."
E04	Eu estudava fora e meu pai já tinha aberto a loja e em 2009 mesmo voltei pra ficar de vez. Depois eu entrei e comecei a tocar o negócio meu pai até aposentou.	"Trabalhei anteriormente em uma empresa de gelatinas, em outra empresa química, e uma loja de roupas. foi aí que eu vi tinha tino para o negócio."	"Sim, eu percebia que não era aquilo que eu queria, preferia um maior liberdade, ter contato com as pessoas."	"O capital já vinha do meu pai, era próprio dele, não precisei colocar nenhum centavo."	"É bem simples, eu uso planilhas de <i>excel</i> ."	"Sim, tenho vários, pai, tios, primos. Mas não acho que me influenciaram, sigo a minha própria cabeça."	"Olha fazer o que se ama é o principal de tudo é a minha maior motivação sem dúvida."	"Eu me considero muito prática e também muito observadora."	"A flexibilidade de horário com certeza."
E05	Eu comecei a trabalhar muito cedo com 13 anos, em outros escritórios de contabilidade.	"Através das experiências em outros escritórios de contabilidade fui criando coragem até o ponto de me arriscar."	"Quando eu trabalhava em outras empresas eu não era feliz totalmente, queria algo mais."	"Usei minhas próprias economias e meu pai possuía um imóvel onde é meu escritório."	"Hoje eu uso um sistema operacional bem simples e profissional que me facilita o controle e o planejamento."	"Sim, meu pai, meu irmão. Com certeza, principalmente na força de vontade em buscar as coisas e passar pelas adversidades."	"Independência financeira."	"Acredito que o meu diferencial seja o otimismo. Também sou muito organizada e isso me ajuda muito."	"A flexibilidade. Eu me planejo em cima da minha agenda, e a autonomia também para fazer o que eu quiser, na hora que eu quiser."

E06	Eu comecei a trabalhar com meu pai muito nova, ele possuiu uma padaria por 9 anos. E eu fazia tudo, acordava de madrugada, colocava a mão na massa literalmente."	"Trabalhei em apenas uma empresa que era a do meu pai, era uma padaria."	"Sim totalmente. O sentido do empreendedorismo amadureceu por lá."	"Quem investiu a maior parte foi meu marido, e ajudou também o fato do ponto comercial ser dos pais dele."	"Eu possuo um sistema bem qualificado e organizado."	"Sim, meu pai que tinha a padaria e meu marido com a empresa de couro. A resiliência e a vontade de nunca desistir, foram as principais influências do meu pai."	"Trabalhar naquilo que eu amo e o relacionamento com as pessoas."	"O amor ao meu trabalho e a empatia com os clientes também."	"O conhecimento em que o negócio me proporciona de pessoas e produtos e a liberdade de horários."
E07	Meu pai tem a empresa há 21 anos, e desde pequena 11 anos, a empresa passava por um momento difícil e todo apoio era válido e a partir daí comecei a conhecer o trabalho.	"Não, sempre trabalhei desde muito cedo na corretora."	"Sim, meu pai sempre disse que ia deixar a empresa como herança. Então já fui me habituando."	"O capital foi das economias do meu pai, o meu tio ajudou um pouco."	"Uso planilhas de excel, contas a pagar e contas a receber, não preciso mais do que isso."	"Sim, meu pai e meu tio, eles que começaram tudo e me ensinaram tudo."	"Dar continuidade no sonho do meu pai."	"Acho que sou multitarefas e também sou muito observadora."	"Flexibilidade de horário, a liberdade de poder sair a hora que quiser também e de me ausentar, isso é ótimo."
E08	"Meu pai tinha uma fazenda que vendia café, então comecei bem novinha a ajudá-lo no escritório."	"Meu pai tinha uma fazenda de café. Fiquei anos com ele, depois fui para os EUA, lá trabalhei em muitos lugares,"	"Sim, ajudou para saber o que eu queria."	"O investimento foi pequeno para abertura da empresa, ajuda o local ser meu, não pago aluguel."	"Precisava ter um controle melhor, anoto tudo em um caderno."	"Meu pai que tinha a fazenda, mas não acredito que tenha me influenciado."	"O equilíbrio em fazer o que eu gosto e poder desfrutar da convivência da família."	"Acho que é o profissionalismo em entregar um trabalho da melhor maneira possível. Também me julgo observadora."	"Flexibilidade de horário, isso é a maior vantagem."

E09	"Comecei a trabalhar muito cedo. Quando era mais nova, comecei em uma padaria."	"Sim em mais duas empresas. Uma padaria onde trabalhei quase oito anos e a outra uma indústria química. "	"De certa maneira, pois hoje lembro os ensinamentos do meu antigo empregador."	"Na verdade o restaurante já estava em funcionamento, ajudei um pouco na época com valores mínimos."	"No começo era caderninho, depois fui adaptando as planilhas."	"Não. Ninguém na família."	"Sonho com a minha independência financeira, isso me move todos os dias."	"Sou muito disciplinada com as minhas coisas e organizada também."	"Flexibilidade de horário sem dúvida."
E10	"Trabalho desde muito nova."	"Já trabalhei em loja de roupas, escola de inglês, e por último em uma multinacional alemã de engenharia e eletrônica."	"Serviu para alinhar meus valores e saber o que eu queria realmente, ter algo que me desse prazer e fizesse sentido, que era empreender."	"Eu abri com capital próprio."	"Eu tenho um sistema de contas a pagar, receita, despesa que facilita os lançamentos."	"Na minha família ninguém empreende."	"Satisfazer as minhas clientes."	"Acho que é o amor ao trabalho e a resiliência em nunca desistir."	"Mas o principal é a flexibilidade de horário e a liberdade de querer fazer o que eu acho correto na loja."

Conforme as narrativas das empreendedoras E02, E05, E06, E07, E08, E09 e E10, verifica-se a vontade e a iniciativa ainda na adolescência, em buscar conhecimentos, coragem e convicção para alcançarem seus ideais empreendedores. Entretanto, três das entrevistadas, as empreendedoras E01, E03 e E04, tiveram atração maior em empreender, quando retornaram de outras cidades ao término de seus estudos ou conclusão de atividades específica.

A autoconfiança na decisão de empreender é comprovada nas experiências de trabalhos anteriores, como relatados pelas empreendedoras E01, E02, E03, E04, E05, E06, E08, E09, E10. Apenas a empreendedora E07 teve a trajetória de experiência desenvolvida durante o decorrer do negócio da própria família, entretanto, a qualificando para o processo gradativo de sucessão. Segundo o Sebrae (2019), grande parte das mulheres já possui algum tipo de experiência no mercado de trabalho, quando decidem pela abertura do próprio negócio.

O capital para abertura dos negócios, conforme pode ser lido nas falas das empreendedoras E02, E03, E05, E08, E09 e E10 foi através das próprias economias. Nenhuma das empreendedoras recorreu a empréstimos bancários para abertura do negócio. E completam:

- Economias do pai - Empreendedoras E01, E04 e E07.
- Economias do marido - Empreendedora E06.

Para Machado *et al.* (2003), as empresas conduzidas por mulheres utilizam-se de pouco capital inicial, provenientes em sua maioria da poupança familiar. O Sebrae (2019) correlata tais informações apontando que 41% das mulheres iniciam seus negócios sem qualquer tipo de capital, enquanto 41% utilizam-se das próprias economias, poupança e rescisão de contrato de trabalho.

Além dos recursos pessoais e familiares para abertura do negócio, chama atenção que uma parte das empreendedoras (E03, E05, E06 e E08) isentarem-se do ônus do aluguel, em virtude dos imóveis pertencerem à família ou à própria empreendedora, reduzindo desta maneira gastos excessivos, beneficiando o caixa e aumentando investimentos e melhorias. Um adendo ao ponto de venda dos negócios, apesar de muitas empreendedoras disporem do gozo dos imóveis,

nenhuma propriedade desempenha simultaneamente função de moradia. Informação que difere da pesquisa do Sebrae (2019), alegando que 68% das mulheres empreendedoras trabalham na própria residência.

Em relação ao controle financeiro da empresa, as empreendedoras E05, E06 e E10 possuem *softwares* operacionais específicos ao controle monetário, enquanto as empreendedoras E01, E02, E03, E04, E07 e E09 controlam seus custos através de planilhas nos computadores. Apenas a empreendedora E08 utiliza-se de caderno para controle das despesas. Segundo Lacombe e Heilborn (2008), o controle como função administrativa, consiste em corrigir e mensurar desempenhos específicos que assegurem que metas e objetivos sejam alcançados. De certa maneira, as informações das entrevistadas realçam a relevância dada à tomada de decisão financeira, mediante o controle de gastos e investimentos.

Quanto à existência de empreendedores na família, as entrevistadas E01, E02, E03, E04, E05, E06, E07 e E08, afirmam possuir parentes que já tiveram ou que ainda conservam seus negócios. Já as entrevistadas E09 e E10 alegam não possuir nenhum empreendedor familiar. Das entrevistadas que afirmaram tal questão, as empreendedoras E01, E02, E03, E05, E06 e E07 argumentaram que tiveram certa influência de parentes em seus propósitos empreendedores; enquanto as empreendedoras E04 e E08 relatam que mesmo tendo empreendedores na família, não tiveram ou sofreram nenhum tipo de influência.

Sobre a influência da família em atividades empreendedoras, Fillion (1991, 1999) salienta que indivíduos que possuem em seus ambientes familiares proprietários de negócios detêm grandes possibilidades em trilhar o mesmo caminho empreendedor. Assim, quanto mais jovem a pessoa empreender, maior será a influência familiar.

Com referência à motivação para empreender, a razão mais frequentemente citada foi o fato de fazer o que se ama. Outro relevante estímulo das empreendedoras foi à independência financeira, além da paixão pelas pessoas. Abaixo encontra-se os relatos congruentes ao conteúdo e seu teor de fidedignidade vistos em cada entrevistada:

- fazer o que se ama: Empreendedoras E02, E04, E06, E07, E08;

- independência financeira: Empreendedoras E01, E05 e E09;
- paixão pelas pessoas: Empreendedoras E02, E06, E10;
- paixão pela vida: Empreendedora E02;
- poder inovar: Empreendedora E03;
- possuir liberdade: Empreendedora E03;
- dar continuidade ao sonho do pai: Empreendedora E07;
- convivência da família: Empreendedora E08.

Os estudos de Teixeira e Bomfim (2016) revelam nas empreendedoras a autoconfiança em empreender, além do espírito aventureiro como principais motivações. Para Gouvêa, Silveira e Machado (2013), as mulheres privilegiam uma renda melhor do que trabalhando para os outros. De acordo com o Sebrae (2019), mais da metade das mulheres empreendem pelo fato de fazer o que gostam, e outras pelo desejo de realizar um sonho.

Outro ponto abordado refere-se à percepção em analisar o próprio diferencial empreendedor. O diferencial mais citado pelas entrevistadas foi o de observadora. E ainda declaram ser ou ter:

- observadora: E02, E04, E07 e E08;
- amor ao trabalho: E03, E06 e E10;
- determinada: E02, E03 e E08;
- organizada: E05 e E09;
- empatia: E01 e E06;
- visão: E02;
- praticidade: E04;
- otimismo: E05;
- multitarefas: E07;
- disciplinada: E09;
- resiliente: E10.

Para Gomes (2004), trabalhar com algo distintivo, aplicando talento pessoal e envolvimento são fatores essenciais para as mulheres obterem sucesso nos negócios.

Quanto as principais vantagens em possuir um negócio, as empreendedoras E01, E04, E05, E06, E07, E08, E09 e E10 estabeleceram a flexibilidade de horário como a mais ponderada. Outras vantagens citadas foram: a autonomia (E02 e E03), liberdade (E03 e E10) e o conhecimento (E06). Como descrito por Quental e Wentzel (2002), as mulheres privilegiam o empreendedorismo pela atribuição de horários mais flexíveis bem como a autonomia que esta possibilita, transpondo equilíbrio entre trabalho e família. Muitas vezes a mulher empreende por diversas outras vantagens, do que somente a lucratividade de seus negócios.

O Quadro 8 lista, através das entrevistas realizadas, as unidades de registro e as categorias abordadas pela pesquisa.

Quadro 8 - Unidade de Registro

UNIDADE DE CONTEXTO	UNIDADE DE REGISTRO	TOTAL DE REPETIÇÕES
1 – Experiências Anteriormente ao Empreendimento	Detêm	9
	Não Detêm	1
2 – Decisões de Empreender devido a Experiências Anteriores	Favoreceu	9
	Não Favoreceu	1
3 – Capital para Abertura do Negócio	Economias Próprias	6
	Economias do Pai	3
	Economias do Marido	1
4 – Controle Financeiro	Planilhas <i>Excel</i>	6
	<i>Softwares</i> Operacionais Financeiros	3
	Caderno	1
5 – Empreendedores na	Possuem	8

Família	Não Possuem	2
6 – Inspiração nos Negócios em razão de Empreendedores na Família	Influenciou	6
	Não influenciou	2
7 – Motivação para Empreender	Fazer o que se ama	5
	Independência financeira	3
	Paixão pelas pessoas	3
	Paixão pela vida	1
	Poder inovar	1
	Possuir liberdade	1
	Continuidade ao sonho do pai	1
	Convivência da família	1
8 – Diferencial como Empreendedora Mulher	Observadora	4
	Amor ao trabalho	3
	Determinada	3
	Organizada	2
	Visão	1
	Praticidade	1
	Otimismo	1
	Empatia	1
	Multitarefa	1
	Disciplinada	1
	Resiliente	1
	9 – Vantagens em ser Empreendedora	Flexibilidade de horários
Autonomia		2
Liberdade		2
Conhecimento		1

Fonte: Dados da Pesquisa

Evidenciam-se nesta seção e através do Quadro 8, as análises de contexto através das histórias de vida das empreendedoras, relatando recursos, vantagens e motivações que as levam a empreender.

4.3 Desafios e Dificuldades para Empreender

A partir dessa seção serão abordados os desafios e dificuldades enfrentados pelas empreendedoras, através dos resultados e análise de dados. Foram apuradas questões como: total de horas dedicadas ao trabalho, renda e sustento da família, capacitação e preparo para os negócios, aptidão em assumir riscos, preconceitos no trabalho, a identidade empreendedora, adversidades enfrentadas, conflitos trabalho-família e a condição privilegiada ou desfavorável do gênero para os negócios.

A Empreendedora 01 pondera que possui uma carga horária muito puxada, trabalhando doze horas diárias. Quanto ao sustento do lar, o empreendimento ampara tanto o marido, devido às dificuldades geradas pelo Covid-19, assim como toda a família. Capacita-se constantemente, devido ao negócio abranger áreas que envolvem saúde e bem estar. Baseado na capacidade em assumir riscos, acena positivamente, devido aos altos investimentos em aparelhos e pela sazonalidade que envolve o negócio. Nunca sofreu preconceitos, pelo fato de estar imersa em um ambiente feminino. Fundamentado à identidade empreendedora, denomina-se positivamente, em função da criatividade necessária ao empreendimento e o bom relacionamento com as clientes. Considera a concorrência na cidade como a principal adversidade enfrentada. Quanto às dificuldades em conciliar trabalho-família, considera que possui, devido a horários diversos de trabalho no decorrer do dia e os cuidados com a filha. No tocante ao apoio, possui a mãe, cunhada e marido para com as atenções da filha e o marido para com os cuidados do lar. O fato de ser mulher a ajuda muito, por estar totalmente inserida no universo feminino.

A Empreendedora 02 normalmente trabalha doze horas por dia, porém, devido às alterações resultantes do Covid-19 e com os cuidados da filha pequena, reduziu sua carga horária para oito horas diárias. Em relação à renda da família, a empresa é o principal sustento do lar. Capacita-se frequentemente, trocando experiências em grupos empreendedores, assim como cursos envolvendo *marketing* e desenvolvimento humano. Com relação aos altos riscos, aventurava-se mais, porém nunca muito alto, adotando nos dias atuais, uma política mais conservadora. Já sofreu preconceitos oriundos do alto escalão das empresas, da qual presta serviços, aliviando tais dificuldades com a incorporação do marido ao

empreendimento e ações estratégicas da empresa. Quanto à identidade empreendedora, até certo tempo não se via como, mas hoje reconhece esse papel de mulher empreendedora em virtude da busca por oportunidades e realização. A principal adversidade mencionada foi a maternidade, além do mais, possui dificuldades na adequação entre trabalho-família, principalmente pelo período de quarentena imposto pela pandemia, no qual grande parte das atividades domésticas deslocou-se exclusivamente a entrevistada, ainda assim, possui apoio externo e do marido. O fato de ser mulher no empreendimento a ajuda, pelas habilidades multifuncionais que dispõe e atrapalha, ao mesmo tempo, diante da constante provação de sua capacidade profissional.

A Empreendedora 03 trabalha demasiadamente, ultrapassando doze horas por dia, principalmente em datas comemorativas, chegando a dedicar-se mais do que vinte e quatro horas ao trabalho. A renda e o sustento são frutos do próprio negócio. Não costuma capacitar-se, em relação aos artefatos de consumo, por mérito de conhecimento aos ensinamentos da mãe, mas sim de modo a capacitar-se ao meio empreendedor, através de cursos ofertados pelo Sebrae como o Empretec. Tem medo das incertezas do mercado, por isso arrisca-se escassamente. Já vivenciou preconceito, provenientes de vendedores homens ao seu poder de negociação. Identifica-se como empreendedora, através da busca por oportunidades e o interesse por inovações. A burocracia é considerada a principal adversidade em empreender, e a questão trabalho-família não exige tantos cuidados, por ser sozinha e não possuir filhos. O fato de ser mulher a ajuda muito, principalmente pelo formato do empreendimento, o doce, por realçar mais o lado feminino.

A Empreendedora 04 trabalhava em média dez horas por dia, até o nascimento da primeira filha, reduzindo a carga de trabalho para cinco a seis horas diárias, porém consideradas bem produtivas. Com a inserção do marido ao negócio, todo o sustento e despesas da família dependem do empreendimento. Capacitou-se ao longo dos anos, com cursos de gestão e negócios ofertados pelo Sebrae e pela associação comercial da cidade. Arrisca-se moderadamente, comprando insumos não tão conhecidos pelo público e clientes. Em nenhum momento observou preconceito em seu ambiente de trabalho, além do mais, identifica-se como empreendedora pela constante capacitação e prazer no que faz. Define a burocracia

como a principal adversidade ao seu empreendimento, pertinentes aos trâmites de compra e venda de produtos. Possui dificuldades em conciliar trabalho-família, justamente pelos serviços domésticos com os cuidados dos filhos. Dispõe de apoio da mãe, sogra e o marido com os cuidados do lar. O fato de ser mulher a ajuda, visto que o maior público do empreendimento é o feminino e, em muitos casos apresentarem similar faixa etária.

A Empreendedora 05 dedica-se ao seu negócio oito horas diariamente, atestando suficiência ao cumprimento de seus afazeres. Divide a renda familiar com o marido, capacita-se constantemente com cursos, especializações, além do auxílio de uma rede de relacionamentos equivalente a sua área de atuação. Arrisca-se moderadamente, nada muito arrojado, pois possui certo receio. Não atestou nenhum tipo de preconceito em seu trabalho, ademais, identifica-se como empreendedora por estar atenta as mudanças de mercado, inovações e o sonho de possuir o próprio empreendimento. Declara que a relação dos clientes como a falta de informação de documentos e extratos é a principal adversidade do negócio. Considera dificultoso conciliar o trabalho com a família, principalmente depois do nascimento da filha, mas possui apoio do marido com cuidados do lar e também de uma pessoa externa na limpeza da casa. Julga indiferente o fato de ser mulher nos negócios, pois a ofício visa ao resultado a ser entregue ao cliente, independente do gênero.

A Empreendedora 06 trabalha em torno de nove horas diárias, e apesar do marido possuir outra empresa, é o próprio empreendimento que paga a maioria das despesas da família. Não busca capacitação, prefere a troca de informações com fornecedores e clientes. Assume altos riscos, principalmente quando considera uma aposta a compra de novas coleções. Pelo fato do ramo ser forte no gênero feminino, nunca observou preconceito no trabalho. Identifica-se como empreendedora, principalmente por arriscar em coisas novas e não ter medo das incertezas. Considera a maior adversidade a incerteza em apostar em algo que não sabe se dará certo, possui ainda, dificuldades em conciliar o trabalho com a família, devido aos ofícios da casa como lavar, passar e cozinhar, mas considera o apoio do marido e filho essenciais para a organização do lar, além da circunstância de possuir uma secretária do lar como respaldo. O fato de ser mulher nos negócios é compreendido

como algo extremamente positivo, pela esfera do trabalho estar totalmente imerso no mundo feminino.

A Empreendedora 07 trabalha oito horas por dia normalmente. O empreendimento é o seu principal sustento. Capacitou-se especificamente em um órgão para o exercício da profissão e outros envolvendo as atividades do empreendimento. Considera-se muito conservadora para assumir altos riscos. Já sofreu preconceito e desconfiança no trabalho, pelo fato de ser jovem e mulher, principalmente de clientes mais conservadores, além de considerar o ramo em que atua machista. Não se identifica como empreendedora, pelo fato de herdar o negócio pronto do pai. Considera a concorrência, como a principal adversidade do negócio, devido ao número de empresas similares na cidade. Por morar sozinha e perto da mãe, que também a auxilia com certos cuidados, não identifica dificuldades para conciliar o trabalho e a família. Sente ausência de credibilidade em sua função por parte dos clientes mais antigos pelo fato de ser mulher.

A Empreendedora 08 com o tempo priorizou mais a família deixando de trabalhar aos sábados e domingos, mesmo assim cumpre uma carga de oito horas diárias de trabalho. A empresa é o principal sustento e capacita-se muito com profissionais renomados e *workshops* específicos do setor. Além disso, é superconservadora, não assumindo riscos e sendo prudente, preferindo criar um caixa para futuros investimentos a pagar juros abusivos em bancos. Já sofreu preconceito no trabalho com fornecedores, que em sua maioria são do sexo masculino, dificultando negociações que envolvem valores e prazos. Não se identifica como empreendedora, por não focar no lucro e por não ter ambição nos negócios. Considera a principal adversidade conciliar a vida pessoal e familiar com as responsabilidades da empresa. Além disso, confirma tal sentença argumentando a alta dificuldade com os serviços do lar, cuidados com o filho e os pais. Com a pandemia, dispensou uma ajudante do lar, assumindo todos os encargos da casa. O fato de ser mulher a ajuda, uma vez que concilia os detalhes e caprichos que demarcam o serviço, atributos femininos que diferenciam seu empreendimento.

A Empreendedora 09 devido à pandemia do Covid-19 e os cuidados da casa, trabalha seis horas por dia. A renda é dividida com o marido, que trabalha em outra área. Além disso, capacitou-se exclusivamente pelas disciplinas ofertadas pela

faculdade que cursava, direcionando-a ao empreendedorismo. Possui aversão aos riscos, desejando nunca necessitar de bancos. Já sofreu preconceito com fornecedores e produtores, sobretudo em negociações. Quanto à identidade empreendedora, denomina-se positivamente, pela vontade de vencer e buscar o melhor para família. Pondera manter o fluxo de caixa organizado e positivo, como a maior adversidade em empreender, devido à situação atual da pandemia e pelos altos impostos e tributos. Possui dificuldades em conciliar trabalho e família, assumindo todos os encargos da casa e cuidados com o filho, não possuindo nenhum tipo de apoio. O fator mulher no empreendimento ajuda no sentido de cuidados com a empresa e atrapalha, quando o assunto é negociação com os fornecedores.

A Empreendedora 10 trabalha doze horas por dia, sendo que a renda e as despesas divididas meio a meio com o marido que também é empreendedor. Capacita-se através de várias parcerias com grandes marcas que oferecem treinamento de gestão e tendências, além de diversos cursos pela *internet*. Não gosta de arriscar, quando precisou foi para uma linha de crédito baixa, do BNDES. Pelo fato do ramo ser totalmente direcionado ao gênero feminino, nunca observou preconceito no trabalho. Identifica-se como empreendedora, principalmente por ser criativa, traduzir oportunidades e nunca desistir. Considera a maior adversidade do negócio a falta de tempo e cuidados de si mesma. Dispõe de dificuldades em conciliar o trabalho com a família, devido ao tempo que permanece no empreendimento, ainda assim, possui apoio do marido e de uma secretária do lar para com as tarefas domésticas. O fato de ser mulher nos negócios é compreendido como algo extremamente positivo, por trabalhar em um ramo totalmente voltado ao universo feminino.

Após os relatos das histórias de vida das empreendedoras, materializando o objetivo característico do capítulo 2 desta dissertação, foram analisados os dados acompanhando o proposto reportado por Bardin (2011) e já referido no capítulo 3 do presente estudo.

Fundamentado nos desafios e dificuldades para empreender, identifica-se, através do Quadro 9, a análise de contexto das entrevistadas.

Quadro 9 - Análise do Contexto dos Desafios e Dificuldades das Empreendedoras

Entrevistadas	Horas Trabalhadas por Dia	Renda e Sustento da Família	Capacitação para o Negócio	Assumir Riscos	Preconceito Profissional	Identificação como Empreendedora	Principais Adversidades como Empreendedora	Conflito Negócio e Família. Possui Apoio	O fator Mulher Ajuda ou Atrapalha nos Negócios
E01	"Tem dia que eu venho de manhã e só vou embora à noite. Tem dia que eu trabalho doze horas seguidas."	"Hoje por causa do Covid depende totalmente daqui da clínica."	"Sim. Constantemente, por que é uma área que muda muito, tem muita novidade, muita coisa no mercado. Se eu não buscar curso e capacitação, eu fico para trás."	"Um aparelho que utilizo aqui na clínica custa 20 mil reais. Aí eu parcelo a perder de vista, já é um risco. Por isso no meu caso só de estar de portas abertas já é um alto risco."	"Não. Meu gênero até me ajuda."	"Sim, me identifico. A criatividade em relação ao trabalho, o bom relacionamento faz com que eu me sinta empreendedora."	"A concorrência na cidade, existem muitas clínicas de estética por aqui."	A minha filha, eu tenho que deixar uma pessoa, minha mãe e cunhada também me ajudam. Meu companheiro me apoia com os cuidados do lar e da minha filha."	"No meu caso ajuda muito. Estou totalmente inserida no universo feminino."
E02	"Eu trabalho normalmente 12 horas por dia."	"Hoje a empresa é a nossa principal renda."	"Eu me capacito o tempo inteiro. Participo de alguns grupos empreendedores, No momento, estou mais focada em cursos de <i>marketing</i> digital, enfim, vários cursos."	"Hoje tenho uma política mais conservadora. Anteriormente eu me aventurava mais, mas nunca muito alto."	"Sim. A gente trabalha diretamente com a diretoria (presidente, diretor), o alto escalão que normalmente é masculino, aí é complicado, não me davam muita atenção."	"Hoje eu me reconheço nesse papel, até pela maturidade em reconhecer oportunidades, sonhos, buscar sempre realização."	"Acredito que a maior adversidade para mim foi a maternidade."	"Sim. Nesse período de Covid estou fazendo as atividades da casa e conciliando com os cuidados da minha filha. Se eu não tivesse apoio de uma pessoa externa seria muito mais difícil "	"Em alguns aspectos ajuda e em outros atrapalha."

E03	<p>"Eu trabalho bastante, tem época que eu trabalho muitas horas. Ultrapassa às 12h por dia, Já cheguei a virar 24hs trabalhando."</p>	<p>"Sou a única renda, me mantenho com o meu negócio exclusivamente."</p>	<p>"Não na verdade, sempre observava a minha mãe que era uma doceira de mão cheia. O que eu busquei foi um curso no Sebrae, o Empretec que me ajudou muito por ser voltado ao pequeno empreendedor."</p>	<p>"Baixa. Fico com medo das incertezas, arrisco pouco, penso várias vezes para fazer alguma coisa para o negócio."</p>	<p>"Sim, já tive e tenho dificuldades. Quando entro em contato com os vendedores quase todos são homens e aí já percebi que há uma dificuldade na negociação, não me levam tão a sério."</p>	<p>"Sim, me identifico. Busco muitas oportunidades, gosto do que é novo como produtos e serviços."</p>	<p>"Acho que a parte da burocrática, por ser um negócio pequeno."</p>	<p>"Eu sou sozinha, como eu não tenho filhos a questão de cuidados com o lar é mais tranquila."</p>	<p>"No meu ramo ajuda."</p>
E04	<p>"Depois da maternidade diminui um pouco o ritmo. Hoje trabalho umas 5 a 6 horas por dia, só que bem produtivas."</p>	<p>"Tiramos todo o sustento e despesas do nosso negócio."</p>	<p>"Quando eu comecei não, mas ao longo dos anos sim. Cursos de gestão e capacitação de negócios ofertados pela associação comercial aqui da cidade, pelo Sebrae, cursos livres pela internet."</p>	<p>"Olha até certo risco eu assumo, me considero moderada nesse quesito."</p>	<p>"Não, nunca tive dificuldade."</p>	<p>"Sim. Eu procuro me preparar muito para o meu negócio e faço o que gosto."</p>	<p>"Acho que é a papelada sabe, a burocracia."</p>	<p>"Sim, tanto na arrumação da casa como com os cuidados com as crianças. Minha mãe, minha sogra e meu marido me apoiam muito, e isso me ajuda demais a trabalhar no negócio, e com os serviços do lar."</p>	<p>"Sim ajuda, o nosso maior público é o feminino, muito da minha faixa etária."</p>

E05	"Estou presente no meu negócio 8 horas diariamente."	"Divido a renda e as despesas com o meu marido, metade para cada um praticamente."	"Sim. A contabilidade é uma área que sempre temos que nos capacitar, então eu busco cursos, especializações, além de possuir uma rede de relacionamento em minha área."	"Bem baixa, abri meu escritório graças à reserva que pude ter e pelo fato de não pagar aluguel."	"Nunca tive preconceito."	"Sim, tenho sempre que ficar atento as mudanças e também tenho que inovar. Fora o fato de abraçar esse sonho que sempre tive em ter um negócio próprio."	"A falta de informação dos clientes."	"Meu marido me apoia muito com os cuidados do lar. Mesmo assim eu tenho uma pessoa que me ajuda em casa na limpeza, mas não é fácil conciliar família e trabalho."	"Indiferente."
E06	"Trabalho durante o horário comercial que gira em torno de 9 horas."	"A empresa é o nosso maior sustento."	"Olha vou ser bem sincera, não sou de fazer muito curso, não. Eu troco muita experiência no ramo e converso com muitas marcas, fornecedores e clientes."	"Olha eu arrisco muito. Faço isso com todas as trocas de coleções. Aposto alto mesmo, um tiro no escuro."	"O forte da loja é a linha feminina, por isso nunca senti dificuldade e nem preconceito."	"Sim, me identifico. Eu gosto de estar fazendo coisas novas e não ter medo disso, tenho muita coragem."	"A incerteza de arriscar e apostar em algo ou coleção que eu não sei se dará certo."	"Sinto bastante dificuldade. Quando estou em casa tenho os serviços de uma dona de casa comum, lavar, cozinhar, mas meu marido e meu filho colaboram para tudo ficar organizado. Ajuda também eu ter uma secretária do lar."	"Ajuda demais. Pelo fato da loja ser muito feminina."

E07	"Eu trabalho normalmente 8 horas por dia."	"Sou a única renda, a corretora é o meu principal sustento."	"Sim, fiz um curso da Funenseg que é a escola nacional dos seguros, um curso específico que te dá uma carteirinha de corretor de seguros. E outros mais para capacitação da profissão e novidades do setor."	"Eu não gosto de me arriscar. Sou muito conservadora."	"Sim e muito. O ramo em que trabalhamos é muito machista, muitos clientes de mais idade principalmente, não depositam muita confiança."	"Eu não me vejo. Tudo aqui na corretora já veio pronto com o meu pai, eu não fiz esforço nenhum."	"A concorrência. Empresas e negócios do mesmo ramo aqui na cidade."	"Hoje como moro sozinha, perto do meu trabalho, próximo da minha mãe, não possuo tanta dificuldade. Consigo administrar bem meu tempo, minha mãe, quando pode, me ajuda."	"Atrapalha demais. Parece que pelo fato de ser mulher eu não tenho credibilidade, isso me incomoda muito."
E08	"Trabalhava sábado, domingo, feriados, sem descanso. Mas hoje em média umas 8 horas por dia."	"A empresa é o meu principal sustento."	"Sim muito. Seja curso <i>online</i> , presencial, <i>workshops</i> . Essas são ações que me mantêm atualizada."	"Sou superconservadora, não assumo riscos."	"Olha já tive sim dificuldades, principalmente em relação a fornecedores. A maioria são homens e eu percebo a indiferença em negociações de valores e prazos."	"Não me vejo. Eu gosto do lado humano, do bom atendimento, do cliente satisfeito, nem tudo pode ser considerado lucro."	"Jornada dupla. Os cuidados da casa, com os cuidados da empresa"	"Sinto dificuldade, a parte que mais cansa são os serviços do lar. O meu ramo também exige muito. Meu filho depende de mim, e meus pais por terem uma idade mais avançada dependem de cuidados."	"No meu ramo ajuda."

E09	"Devido à pandemia e os cuidados com a casa trabalho meio período. Toda a parte da manhã, umas 6 horas."	"Divido a renda com meu marido."	"Tive disciplinas na faculdade que me ajudaram a abrir a mente."	"Tenho aversão aos riscos. Nunca e nem quero precisar de bancos ou financiamento."	"Sim, fornecedores e produtores. Quando entregam mercadorias e na hora de negociar."	"Sim, pela vontade de vencer e querer algo melhor."	"Manter o fluxo de caixa organizado e positivo."	"Sinto bastante. Tenho que cuidar do meu filho e de casa, não tenho apoio."	"No sentido de atendimento, ajuda. Mas quando o assunto é negociação, aí complica."
E10	"Normalmente sou muito presente na loja, planejo tudo por lá, então passo das 12 horas de trabalho tranquilamente."	"Eu divido a renda com o meu marido. Dividimos o sustento da família em meio a meio."	"Sim. Parcerias com grandes marcas, oferecem vários tipos de treinamentos, inclui aí gestão e tendências. Além de diversos cursos oferecido pela <i>internet</i> ."	"Olha não gosto de me arriscar muito. Mas acabei indo ao BNDES que tinha uma ótima linha de prazo e capital de giro, foi a única vez que arrisquei um pouco."	"Não, estou inserida em um mundo totalmente feminino."	"Sim me vejo como uma empreendedora. Por tentar ser criativa a todo o momento, por traduzir oportunidades e nunca desistir."	"A gestão de tempo."	"Eu sinto muita dificuldade. Eu não gosto das tarefas domésticas. Eu tenho apoio de uma secretária do lar, meu marido também me ajuda."	"O fato de ser mulher ajuda, é uma vantagem."

Mediante o relato das empreendedoras, descritos no Quadro 9, identificaram-se algumas adversidades em suas histórias de vida como alta jornada de trabalho, menor ousadia em seus empreendimentos, sexismo e dificuldades em conciliar trabalho e família.

Posteriormente à análise das informações obtidas, constatou-se que as empresárias possuem uma intensa jornada de trabalho. Além do enfrentamento característico ao gênero como cuidados da família e do lar, empenho demorado ao empreendimento aliado a busca de bons resultados e na superação das dificuldades. Diante desses fatos, apura-se a excessiva carga de trabalho, abrangendo doze horas diárias, relatadas pelas empreendedoras E01, E02, E03 e E10. Para a empreendedora E06, a carga corresponde a nove horas diárias. Já as empreendedoras E05, E07 e E08 trabalham oito horas diárias, enquanto as empreendedoras E04 e E09 finalizam tomam seis horas diárias em seus empreendimentos.

Segundo Cassol (2007), as mulheres sentem o ambiente de maneira íntima e detalhada, adotando escolhas e estratégias que julgam pertinentes ao caminhar dos seus negócios. Afirmação evidenciada por Lindo *et al.* (2007), especificando que, mesmo as empreendedoras que desfrutam da liberdade em planejar seu dia a dia, acabam empenhando-se muito mais que o previsto. Ainda segundo as autoras, por ter seu próprio negócio, a jornada de trabalho das empreendedoras, passa a ser mais extensa, chegando a trabalhar doze a quatorze horas por dia, principalmente no início do empreendimento.

Para Jonathan (2011), a percepção das mulheres ao empreendedorismo as leva a assumir inúmeros deveres e atribuições, refletidos em uma pesada carga de trabalho e desfavorável carga de distração e repouso.

Com relação ao sustento da família, 70% das entrevistadas afirmam que o empreendimento é a principal renda, enquanto 30% dividem a renda com seus pares.

- empresa como Principal Renda: E01, E02, E03, E04, E06, E07 e E08;
- divide a Renda: E05, E09 e E10.

Segundo o censo demográfico do IBGE (2010), 40,9% das mulheres auxiliam o complemento da renda de suas famílias. Para Lindo *et al.* (2007), a mulher inserida no mercado de trabalho é aquela que gera e auxilia o sustento da casa, sendo muitas vezes a principal renda de sua família.

Com referência à capacitação nos negócios, a maioria das entrevistadas E01, E02, E04, E05, E07, E08, E09 e E10 afirmam preparar-se constantemente para seus empreendimentos, através de grupos de contato, cursos e treinamentos. Apenas as entrevistadas E03 e E07 não sentiram necessidade de aprimoramento em suas áreas. Segundo dados do GEM (2016), com o aumento do empreendedorismo feminino no Brasil, as mulheres tendem a investir mais em capacitação, ajudando o fortalecimento e vigor de seus negócios.

Outro ponto abordado refere-se à capacidade em assumir altos riscos para os negócios. É percebida nas entrevistadas a cautela em tomar decisões, entretanto elas se arriscam de fato, não obstante de certa dose de receio. As empreendedoras E01 e E06 arriscam-se plenamente em seus empreendimentos. Já as empreendedoras E02, E03, E04, E05 e E10 arriscam-se moderadamente; enquanto as empreendedoras E07, E08 e E09 possuem aversão aos riscos. Quanto à postura encadeada pelo alto risco financeiro, Gomes (2004) alega que ocorre uma tendência de conduta mais conservadora para não correr riscos em grande escala. Segundo Wilkens (1989), existe um rótulo difundido de que as mulheres são mais acanhadas que os homens, menos audaciosas, necessitando maior autoconfiança, conseqüentemente menor disposição para riscos e aventuras.

A discriminação e o preconceito são temas significativos nos depoimentos de metade das mulheres empresárias. A discriminação é evidenciada pelas empresárias E02, E03, E07, E08 e E09. Na somatória das empreendedoras, as entrevistadas E01, E04, E05, E06 e E10 disseram não enfrentar nenhum tipo de preconceito ou discriminação, indicando estarem em áreas propensas ao universo feminino como, por exemplo: clínica de estética, loja de produtos naturais, escritório de contabilidade, loja de calçados e acessórios e loja de *lingeries* e semijoias.

Segundo o Sebrae (2019), as mulheres sofrem discrepantes julgamentos em relação ao homem, apontados como mais habilidosos em assuntos relacionados a

negócios, tornando mais árduo para as mulheres, descobrir um ambiente favorável ao desenvolvimento dessas habilidades.

A discriminação, baseada nos estereótipos de gênero é um aspecto que ocorre durante o trajeto da mulher, desde a contratação por uma empresa, até o momento em que ela deseja empreender. Para Porto (2002), apesar dos avanços e conquistas das mulheres em tempos atuais, ainda é nítida a manifestação de preconceitos e tabus pelo fato de serem independentes e ativas. O autor afirma ainda que a mulher deseja um equilíbrio entre seus pares, aspirando a iguais direitos e deveres e a ser livre de discriminação e preconceitos.

Quanto à identidade e o próprio reconhecimento do papel como empreendedora, a grande maioria das entrevistadas E01, E02, E03, E04, E05, E06, E09 e E10 se veem inseridas e legitimadas ao meio, destacando características peculiares ao ofício como: coragem, resiliência, inovação, busca de oportunidades, capacitação, etc. Apenas as entrevistadas E07 e E08 não se reconhecem como empreendedoras. Uma, por receber a empresa pronta do pai, sem demanda de esforço e recurso de sua parte, e a outra por não visar a tanto o lucro e mais o lado humano.

Teixeira e Bonfim (2016), evidenciam em seus estudos com mulheres empreendedoras de agências de viagens no estado de Sergipe, que situações de enfrentamento ao ambiente dos negócios geram desgaste emocional e físico, afetando diretamente a autoestima e o moral das empresárias.

Além disso, o ato de empreender já é considerado um processo desafiador, tanto ao enfrentamento de adversidades, quanto ao desenvolvimento e manutenção dos negócios. Para o gênero feminino não é o oposto, o enfrentamento é ainda mais característicos pelo simples fato de ser mulher. Com referência às adversidades encontradas pelas mulheres em empreender, as razões mais citadas foram: concorrência e a burocracia. Abaixo segue os relatos completos das entrevistadas:

- concorrência: E01 e E07;
- burocracia: E03 e E04;
- maternidade: E02;
- falta de informações dos clientes: E05;

- incertezas de mercado: E06;
- jornada dupla: E08;
- fluxo de caixa: E09;
- gestão do tempo: E10.

Outra situação abordada foram as dificuldades de conciliar o negócio com os cuidados da família. Tanto as mulheres, quanto os homens lidam com imposições e privações que contornam suas responsabilidades ao casamento e cuidados dos filhos. Mas é a alta carga de dedicação e deveres tradicionais correspondentes à esfera feminina, que as levam a definir preferências e opções. A maior parte das entrevistadas E01, E02, E04, E05, E06, E08, E9 e E10 relatam sentir dificuldades em conciliar o trabalho com cuidados da família e tarefas do lar. Apenas as entrevistadas E03 e E07 sentiram mais tranquilidade, muito pelo fato de morarem sozinhas e não possuírem filhos.

No decorrente, as entrevistadas E01, E02, E04, E05, E06, E07 e E10, relatam ainda possuir apoio de familiares, maridos e pessoas externas, para com os cuidados do lar; enquanto as entrevistadas E03, E08 e E09 revelaram não possuir nenhum tipo de assistência. Segundo dados do IBGE (2016), as mulheres passam 20,9 horas por semana realizando serviços domésticos, ao passo que os homens dedicam apenas 11,1 horas nessas tarefas.

Para Lindo *et al.* (2007), o período que a mulher dedica-se à família é aferido pelo apoio e compartilhamento de tarefas realizadas pelo marido, diminuindo conflitos e divergências proporcionando maior equilíbrio entre o trabalho e a família.

Quanto ao fato do gênero facilitar ou atrapalhar os negócios, grande parte das empreendedoras E01, E02, E03, E06, E08 e E09 sinalizam positivamente, devido ao ambiente intitulado feminino a que estão inseridas. Já as empreendedoras E02, E07 e E09 relatam que o fato de ser mulher dificulta seus empreendimentos, justamente por atuarem em ramos considerados masculinos como consultoria empresarial, corretora de seguros e restaurante. Apenas a empreendedora E05 indica indiferença ao cenário de gênero.

Após as análises apresentadas pelo contexto das histórias de vida das empreendedoras, relatando seus desafios e dificuldades para empreender, que sobrepõe as categorias levantadas pela pesquisa.

O Quadro 10 exibe as palavras-chave que mais evidenciaram as entrevistas efetuadas com mulheres empreendedoras.

Quadro 10: Unidade de Registro

UNIDADE DE CONTEXTO	UNIDADE DE REGISTRO	TOTAL DE REPETIÇÕES
1 – Horas Trabalhadas	Doze horas	4
	Nove horas	1
	Oito horas	3
	Seis horas:	2
2 – Principal Renda	Da Própria Empresa	7
	Divide com o Marido	3
3 – Capacitação Profissional	Sim	8
	Não	2
4 – Assumir Riscos	Totalmente	2
	Moderadamente	5
	Negativamente	3

5 – Sexismo	Sofre	5
	Não Sofre	5
6 – Autorreconhecimento	Reconhece	8
	Não Reconhece	2
7 – Principais Adversidades	Concorrência	2
	Burocracia	2
	Maternidade	1
	Dificuldades com os Clientes	1
	Incertezas de Mercado	1
	Jornada Dupla	1
	Fluxo de Caixa	1
Gestão do Tempo	1	
8 – Dificuldades Trabalho-Família	Sim	8
	Não	2
9 – Apoio Afazeres Domésticos	Sim	7
	Não	3
10 – “Ser” Mulher nos Negócios	Ajuda	6
	Atrapalha	3
	Indiferente	1

Fonte: Dados da pesquisa

Verificam-se, através do Quadro 10, as expressões mais significativas da unidade de contexto "desafios e dificuldades", categorizadas por sua percepção.

Unidade de contexto 1 - Horas trabalhadas: constata-se a intensa jornada de trabalho das empreendedoras resultantes do empenho dedicado ao negócio e à busca por bons resultados. Quatro das entrevistadas afirmam trabalhar doze horas diárias.

Unidade de contexto 2 - Principal renda - destaca-se o número de famílias chefiadas por mulheres, no qual 70% das empreendedoras afirmaram serem a principal fonte de renda de suas famílias, mediante seus negócios. Isso demonstra maior empoderamento e participação feminina no mercado de trabalho.

Unidade de contexto 3 – Capacitação profissional – A capacitação desenvolve e potencializa atividades e negócios. Grande parte das empreendedoras, 80%, afirmam se qualificar pelas necessidades de mercado, inovações e melhorias. Um adendo ao contexto onde, empreendedoras relatam grupos de contato como capacitação profissional. Fortalecer a *networking* faz com que as mulheres busquem uma edificação mais sólida e rápida a suas redes de relacionamentos, fomentando novas ideias e tonificando o empreendimento.

Unidade de contexto 4 - Assumir riscos: poucas empreendedoras arriscam completamente, enquanto a maioria são conservadoras. A grande justificativa é a identificação adequada dos riscos e a habilidade em evitá-los. O temor em perder é refletido pelo comportamento cuidadoso no ambiente financeiro, consequências da prudência com relação aos filhos e à família. Se percebem alguma incerteza, recuam.

Unidade de contexto 5 – Sexismo – muitas empreendedoras salientaram preconceitos e discriminação em seus ambientes de trabalho. Essa afirmação é comprovada pelos números desse estudo: 50% das entrevistadas relatam sofrer algum tipo de indiferença quanto ao gênero. Em um mundo empresarial dominado pelos homens, a demonstração de capacidade e eficiência torna-se estafante. A falta de reconhecimento à competência feminina gera frustração e insatisfação, colocando à prova suas naturais habilidades.

Unidade de contexto 6 - Autorreconhecimento - a grande maioria das entrevistadas, reconhecem sua posição como idealizadoras e realizadoras e pela busca de sonhos e objetivos. A relevância do reconhecimento no papel de agente de

mudanças e transformação, aliado à identificação de pares em seu ecossistema de negócios, auxilia a autoestima e a legitimação como empreendedora.

Unidade de contexto 7 - *Principais adversidades* - as palavras mais mencionadas foram a 'concorrência', seguida da 'burocracia'. Segundo as empreendedoras, a rivalidade é muito acirrada devido a preços e serviços parelhos em uma cidade do interior, além da burocracia com trâmites e procedimentos que dificultam a rotina e organização.

Unidade de contexto 8 - *Dificuldades trabalho-família* - A dupla jornada é relatada por 80% das entrevistadas, principalmente o desconforto com a divisão do tempo, estendendo e ampliando suas atividades aos afazeres domésticos, não sendo remunerada ou vezes valorizada.

Unidade de contexto 9 - *Apoio afazeres domésticos* - a grande maioria das entrevistadas possui apoio nos afazeres domésticos. A divisão de obrigações é efetiva aliviando a carga de trabalho, potencializando assim, a participação das empresárias no mercado de trabalho.

Unidade de contexto 10 - *Ser mulher nos negócios* - a grande maioria concordou que o fato de ser mulher auxilia em seus negócios, principalmente pelo ambiente a que estão inseridas, imersos quase que completamente ao público feminino. Entretanto, as atividades administradas pelas mulheres ainda são mais vulneráveis, justamente por seus negócios e serviços possuírem pouca diversificação e baixo valor agregado.

4.4 Perspectivas Atuais e Futuras

Nesta seção será abordada: a visão de futuro do empreendimento, desafios enfrentados e os impactos atuais e futuros em meio à pandemia do Covid-19 nos negócios.

A Empreendedora 01 argumenta poder ampliar seu negócio no futuro, contratando funcionários e administrando melhor a agenda de trabalho. O maior desafio enfrentado até o momento está sendo a pandemia do Covid-19, pelas

incertezas e cuidados específicos que compreende seu ramo de atividade. A pandemia impactou diretamente o negócio, com cancelamentos e a desmarcação de clientes. A redução de clientes foi sentida em quase 50% que o habitual. Como tendência de futuro e sobrevivência, a modalidade de atendimento domiciliar na casa das clientes.

A Empreendedora 02 pretende prospectar nas áreas públicas com a projeção do aumento de 50% da carteira de clientes. O maior desafio está na área comercial, contratar mão de obra especializada e eficiente. Com relação ao impacto sofrido nos negócios pela pandemia, não houve alteração, em virtude da ampla carteira de clientes e méritos de nenhum cancelamento de contrato. Somente a parte operacional modificou-se, principalmente o deslocamento que era constante e de alto valor, e as consultorias transformadas totalmente *online*. Como tendência de futuro, o mercado de gestão digital e remoto.

A Empreendedora 03, por trabalhar com doces, planeja brevemente um novo espaço de presentes nobres em seu negócio. Um *site* também não está descartado, além da aspiração em abrir outra loja em alguma cidade turística. O desafio maior é a administração e o controle financeiro do negócio. Em relação ao impacto da pandemia em seu negócio, vislumbrou aumento das vendas, que segundo a respondente por conta da compulsividade e carência das pessoas. A parte operacional teve que ser adaptada ao *delivery* e entregas constantes. Canais de atendimento também foram ampliados, principalmente o uso de aplicativos de mensagens. A tendência de futuro para o negócio é a comercialização de produtos em um *site*.

A Empreendedora 04 projeta produtos naturais com a marca do empreendimento, para abastecer atacado, lojas e restaurantes. O maior desafio foi ter enfrentado uma crise no ano de 2009, além de um golpe financeiro de um cliente. Com relação ao impacto sofrido nos negócios devido à pandemia, não sentiram desequilíbrio. Por possuírem um *site*, as vendas cresceram vertiginosamente, aumentando 500% a demanda, que, segundo a entrevistada, reflete os cuidados com a saúde, por se tratar de produtos naturais e saudáveis. O ambiente operacional teve que ser capacitado para atendimentos *online* e redes sociais. A tendência de futuro é a estruturação das entregas e uma melhor elaboração do *site*.

A Empreendedora 05 intenciona desenvolver um *site*, para aperfeiçoar e facilitar informações e consultas. O maior desafio está na área digital, em transformar a habitual contabilidade em online. A pandemia não afetou o negócio, pois não perdeu nenhum cliente, apenas estreitou a prospecção, que segundo a respondente, não pode ser considerado sinal de infortúnio. A tendência do negócio para o futuro é a transformação digital, processos automatizados e novas ferramentas remotas.

A Empreendedora 06 planeja ampliar mais o espaço físico do empreendimento. Considera como maior desafio a constante prospecção de clientes. A pandemia afetou o procedimento comercial e o atendimento das clientes. A parte operacional moldou-se, através de informativos e promoções via redes sociais e aplicativos de mensagens, além das remessas e entregas de produtos aos clientes. Como tendência de futuro ao empreendimento, investimento na área remota, com a implantação de um *site*.

A Empreendedora 07 planeja um programa de expansão para o empreendimento. O maior desafio foi um período turbulento nos negócios e do quase fechamento da empresa. A pandemia impactou diretamente a prospecção de clientes. A busca por alternativas remotas e não mais presencial tornou-se uma adversidade, além do resguardo financeiro dos clientes em relação aos contratos de seguros. Como tendência para o negócio, a busca por parcerias e ferramentas remotas, como aplicativos e *sites*.

A Empreendedora 08 pretende ampliar o espaço do empreendimento e acrescentar outra atratividade como um ambiente de café. O maior desafio é o equilíbrio entre a família e negócio. A pandemia afetou diretamente o negócio, com a diminuição da remessa de animais pelos clientes e como consequência a queda das atividades. A tendência para o negócio são os serviços remotos, divulgação do empreendimento em redes sociais e *internet*.

A Empreendedora 09 projeta ampliar o estabelecimento. O maior desafio encontrado é a administração e gestão do negócio. Por se tratar de um ramo alimentício, a pandemia afetou as atividades de comercialização, intensificando serviços de *delivery*, divulgação em redes sociais e o uso de aplicativos de

mensagem. Como tendência para o futuro, o investimento em serviços de entrega e remotos.

A Empreendedora 10 pretende tornar o empreendimento *online*. O maior desafio é a transição da estrutura física para a remota. A pandemia afetou as vendas negativamente em sua totalidade, porém, paralelamente como medida de ação, aumentou o uso de aplicativos de mensagens e a remessa de produtos aos clientes. Como cenário futuro aos negócios o investimento em presença *online* como uma loja virtual.

No Quadro 11, identifica-se a análise de contexto das respondentes, fundamentado nas perspectivas atuais e futuras do negócio com relação à pandemia do Covid-19.

Quadro 11 - Perspectivas atuais e futuras do negócio com relação à pandemia do Covid-19

Entrevistadas	Objetivos e Propósitos do Empreendimento	Maior Desafio	Como o Covid-19 tem afetado a condução do empreendimento	Tendência do Negócio
E01	"Poder ampliar o meu negócio, contratar mais funcionários e administrar mais tranquilamente a minha agenda."	"Com certeza é esse momento, do Covid. Essa incerteza, no meu caso aqui na clínica, pessoas desmarcando o tempo todo, as clientes com medo de vir até aqui no nosso local de trabalho."	"As clientes estão desmarcando bastante e infelizmente não estão retornando. Olha posso te dizer que a clientela caiu mais de 50% desde que começou essa pandemia."	"Olha, acho que o atendimento domiciliar será uma tendência e veio para ficar. Já estou começando a dar à opção de atendimento a cliente em sua casa, e ela percebeu que é legal e prazeroso."
E02	"Nosso objetivo agora é focar na área privada, aumentar a carteira de clientes em 50%."	"O maior desafio para mim é a área comercial da empresa. Como somos uma empresa pequena não tenho condições de contratar alguém especializado na área comercial devido ao custo gerado."	"Em relação aos negócios por incrível que pareça, a pandemia não afetou tanto a nossa empresa, a grande maioria dos clientes não cancelaram seus contratos. Atendemos a nove Estados no Brasil, tínhamos muito deslocamento e um valor muito alto de despesa, com a questão da pandemia virou totalmente <i>online</i> ."	"Acredito que o foco daqui para frente é o mercado <i>online</i> . Cada vez mais as pessoas vão precisar de apoio na gestão principalmente agora, mas de uma maneira mais remota e rápida."
E03	"Eu quero ver se coloco junto com os doces e chocolates um espaço especial, uma coisa mais nobre. Um	"A parte de controle em administrar o negócio financeiramente é muito desafiante para mim."	"Por incrível que pareça as vendas aumentaram. Eu analiso que as	"Olha acho que tudo vai ser digital e remoto. Estou querendo colocar logo o <i>site</i> do meu negócio no ar. Realmente as vendas em sua maioria

	<p><i>site</i>, também acho que será necessário no futuro, e não descarto abrir uma outra loja em alguma cidade bem turística."</p>		<p>peessoas estão carentes e compulsivas e desconta na comida e no meu caso o doce. Tive que adaptar rapidamente o <i>delivery</i> e as entregas, muitas das entregas sou eu mesmo quem faz. Outra ferramenta que não para é o <i>whatsapp</i>, a grande maioria dos pedidos são por ele."</p>	<p>serão digitais."</p>
E04	<p>"Eu tenho um projeto de ter produtos com a nossa marca e abastecer atacados, lojas e restaurantes."</p>	<p>"Olha foi o começo em 2009, por que estávamos em uma crise forte e levamos um golpe de um cliente grande."</p>	<p>"Já tínhamos um <i>site</i>, e as vendas aumentaram vertiginosamente, eu chuto uns 500%, foi uma loucura, por que aprendemos a vender e a vender bastante <i>online</i>. E capacitamos todos os funcionários para atender nas redes sociais, aprendemos a trabalhar de outra forma."</p>	<p>"Mediante o cenário que estamos observando, vamos nos estruturar melhor para atender as entregas e principalmente investir mais no <i>site</i>, porque está sendo a nossa segunda loja e muito importante para o nosso fluxo de caixa."</p>
E05	<p>"Melhorar a estrutura remota, melhorar a informação e consulta e desenvolver um <i>site</i> para isso."</p>	<p>"Transformar a contabilidade em digital."</p>	<p>"Olha vou ser bem sincera, não me afetou em nada. É verdade que não cresci como antes, entrava em média cinco novos clientes por mês, e hoje entra um, mas em compensação não perdi ninguém."</p>	<p>"Está servindo para acelerar nossa transformação digital. Estamos colocando mais atenção nos processos, automatizando, verificando novas ferramentas."</p>

E06	"Ampliar mais a loja e dar mais ênfase a linhas de acessórios."	"O maior desafio é a prospecção do cliente. O que meu negócio tem que ter diferente pra além de atrair, manter as clientes."	"Com a pandemia tivemos que nos reinventar com novas informações, produtos e promoções. Utilizamos ao máximo os recursos do <i>instagram</i> e também o <i>whatsapp</i> . O relacionamento ficou muito virtual, as clientes começaram a comprar demais e fazíamos até entrega na casa da pessoa com horário combinado."	"A partir desse momento o foco vai ser remoto, pretendemos investir mais nesse caminho, mais em informação e conteúdo, não temos um <i>site</i> , e isso pode ser uma oportunidade de agregar valor à loja."
E07	"Penso no futuro um projeto de expansão da corretora."	"O maior desafio foi um período que passamos turbulento, eu era mais nova, estávamos em uma crise forte, a empresa quase fechou."	"A gente conseguia trazer um orçamento em que o cliente ficava feliz. Hoje o próprio cliente faz isso na <i>internet</i> sem custo, e para nós com a chegada dessa pandemia isso se intensificou. Outro sentido foram as prioridades, muitas pessoas ficaram desempregadas e cortaram custos e por mais que um seguro de carro e casa seja importante, entra a necessidade de sobrevivência."	"A tendência é a busca por parcerias e principalmente ferramentas remotas, um aplicativo, um <i>site</i> ."
E08	"Já pensei em fazer algo que agregue valor à tosa, um espaço de café para os clientes."	"O maior desafio é o equilíbrio em estruturar, organizar a família com o negócio."	"Olha por não ser um serviço essencial, muitos clientes diminuiram a remessa dos animais, antes muitos levavam toda a semana, hoje apenas uma vez por mês."	"Buscar mais redes sociais, divulgar mais a marca via <i>internet</i> ."

E09	"Gostaria de ampliar o restaurante."	"Administrar o restaurante."	"Como não podíamos abrir para o público focamos mais nos serviços de entrega e nas redes sociais. O aplicativo <i>whatsapp</i> também nos ajudou demais. Na verdade é nosso maior contato com os clientes."	"A parte da <i>internet</i> , os serviços remotos vieram pra ficar. A ideia é divulgar mais em redes sociais, e aprimorar os serviços de entrega."
E10	"Hoje meu grande sonho é tornar a loja <i>online</i> ."	"Tentar transformar uma loja em algo maior, uma loja <i>online</i> , para ser vista e acessada em qualquer lugar."	"Tivemos que buscar oportunidades, postei milhares de vídeos nas redes sociais. As clientes depois de certo período confinadas, começaram a chamar e pedir coisas pelos aplicativos, e começamos a fazer entregas, eu mesma saía com o carro e não parava."	"A presença <i>online</i> hoje é obrigatória, o cliente quer receber com qualidade e rapidez só que de maneira instantânea, e para isso considera-se uma loja virtual."

Com base nas narrativas das empreendedoras, descritas através do Quadro 11, identificou-se os efeitos da pandemia do Covid-19 nos empreendimentos, de acordo com objetivos e propósitos da empresa. Bem como identificou-se os principais desafios enfrentados, o impacto na condução dos negócios e tendências futuras dos empreendimentos.

Ademais, na análise dos dados obtidos, foi possível constatar que as empreendedoras, independente da intervenção da pandemia do Covid-19 nos negócios, seguirão firmes na busca de seus ideais e melhorias. A ampliação do negócio foi citada pela maioria das entrevistadas E01, E02, E06, E07, E08 e E09. De fato, a pandemia alterou maneiras de comercializar produtos e serviços, antecipando prematuramente estratégias como a construção e elaboração de *sites*, relatadas pelas empreendedoras E03, E05 e E10. Já a empreendedora E02 declara que o principal objetivo para seu empreendimento é o aumento da carteira de clientes. Por fim, a empreendedora 04 afirma que a produção e comercialização de produtos com a própria marca é o seu maior propósito.

Outro ponto abordado foi os desafios enfrentados pelas entrevistadas em seus empreendimentos. As empreendedoras E03 e E09 alegam que a administração e gestão do negócio são os principais obstáculos. Já as empreendedoras E05 e E10 esclarecem a conversão de serviços e produtos ao ambiente digital como desafiantes. Para as entrevistadas E04 e E07, são as crises e dificuldades. A respondente E02 julga a área comercial, enquanto a E06 considera o maior desafio, a prospecção de clientes. Por fim, a entrevistada E08 conceitua o equilíbrio entre trabalho e família.

Um ponto de destaque nessa pesquisa foi à abordagem do Covid-19 na condução do negócio pelas empreendedoras. O tópico mais apontado foi o aumento do atendimento e assistência *online*, evidenciado pelas empreendedoras E02, E03, E04, E06, E07, E09 e E10. Como outras características, pode-se citar:

- vendas e atendimento diminuíram: E01, E07 e E08;
- vendas e atendimento aumentaram: E03, E04 e E06;
- vendas e atendimento mantiveram: E02 e E05;
- aumento de entregas e remessas: E03, E09 e E10.

Como tendência e manutenção do negócio, a grande maioria das entrevistas E02, E03, E04, E05, E06, E07, E08, E09 e E10 alegaram a necessidade de aperfeiçoamento de serviços *online* para seus empreendimentos. A empreendedora E01 afirmou o atendimento domiciliar, e a empreendedora E09, o aperfeiçoamento de serviços *delivery*.

Após as análises apresentadas pelo contexto das histórias de vida das empreendedoras revelando as perspectivas atuais e futuras do negócio com relação à pandemia do Covid-19, demonstram-se as categorias desenvolvidas pela pesquisa. O Quadro 12 exibe as palavras-chave que mais se evidenciaram nas entrevistas efetuadas com mulheres empreendedoras.

Quadro 12 - Unidade de Registro

UNIDADE DE CONTEXTO	UNIDADE DE REGISTRO	TOTAL DE REPETIÇÕES
1 – Objetivos e Propósitos do Empreendimento	Ampliar o Negócio	6
	Criação de <i>Site</i>	3
	Aumentar Carteira de Clientes	1
	Produtos com a Mesma Marca	1
2 – Maior Desafio	Administração do Negócio	2
	Comércio Digital	2
	Crises e dificuldades	2
	Covid-19	1
	Área Comercial	1
	Prospecção de Clientes	1
	Equilíbrio Trabalho-Família	1
	Aumento Atendimento <i>Online</i>	7
	Vendas e Atendimento	3

3 – Como o Covid-19 tem afetado a condução do empreendimento	Diminuíram	
	Vendas e Atendimento Aumentaram	3
	Vendas e Atendimento Mantiveram	2
	Aumento de entregas e Remessas	3
4 – Tendência do Negócio	Aperfeiçoamento Serviços <i>Online</i>	9
	Atendimento Domiciliar	1
	Aperfeiçoamento Serviços de Entrega	1

Fonte: Dados da pesquisa

Verificam-se, através do Quadro 12, as expressões mais significativas da unidade de contexto: perspectivas atuais e futuras do negócio com relação à pandemia do Covid-19, categorizadas por sua percepção.

Unidade de contexto 1 - *Objetivos e propósitos do empreendimento:* constata-se a necessidade de ampliação do empreendimento como característica de evolução e aperfeiçoamento dos negócios, e a criação de *sites* como adequação ao ambiente e necessidades exigidas pela pandemia.

Unidade de contexto 2 - *Maior desafio:* Destaca-se a administração dos negócios, ambiente digital e crises, como o principal desafio enfrentado pelas empreendedoras.

Unidade de contexto 3 - *Como o Covid-19 tem afetado a condução do empreendimento:* constata-se a necessidade e importância de ferramentas e serviços digitais devido à pandemia, como alternativas ao atendimento presencial. Mais da metade das entrevistadas justificam o aumento do atendimento *online*.

Unidade de contexto 4 - *Tendência do negócio:* através de impactos negativos ao empreendimento devido à pandemia, a necessidade de aprimorar

atividades e canais *online*, torna-se essencial, indispensável e primordial. Quase 90% das empreendedoras afirmam a necessidade de utilização e aperfeiçoamento dos serviços *online* e remotos.

4.5 Discussão dos Resultados

Esta seção apresenta os resultados identificados no referencial teórico dessa dissertação e obtidos com a pesquisa de campo, através do método elencado no Capítulo 3. Atendendo o objetivo específico do presente estudo, após a síntese do perfil das empreendedoras participantes, verificam-se os recursos e motivação para empreender, e principalmente as dificuldades encontradas na condução e manutenção de seus negócios.

Iniciou-se essa seção com a descrição do perfil empreendedor das mulheres de Amparo/SP, em comparação a outras regiões. Examinaram-se os resultados descobertos deste estudo, com as características do perfil empreendedor das mulheres de diversas regiões brasileiras, referenciados por artigos científicos presentes na pesquisa bibliométrica desta dissertação.

Como sentido esclarecedor, os artigos aqui relacionados tiveram seus objetivos de pesquisa característicos a suas regiões de indagações e integrados aos temas referentes ao comportamento empreendedor, história de vida e o perfil demográfico. Um adendo às pesquisas realizadas, enfatizando certa carência de artigos encontrados na literatura, que retratam pesquisas sobre adversidades e atribuições envolvendo mulheres em seus empreendimentos. Ainda como resultados aos estudos, a ausência de pesquisas abrangendo o empreendedorismo feminino na cidade de Amparo ou localidades próximas.

Segundo Porto (2002), a percepção da presença feminina pode ser constatada em vários segmentos da sociedade, evidenciando sua importância e crescimento na idealização e atuação empreendedora.

Ao analisar os estudos comparativos desta pesquisa, com os artigos científicos de outras regiões, foi percebido de maneira geral, coerência de resultados

entre os perfis. Porém, tal coerência serviu para comprovar que não existe um padrão demográfico pertinente entre as pesquisas. Conforme visto na Tabela 1, cada pesquisa exposta busca dados diante do levantamento de suas próprias inferências e observações. Desta maneira, nem todos os artigos citados empregaram os mesmos dados demográficos catalogados a essa dissertação.

Tabela 1 - Dados confrontados entre a presente pesquisa e artigos selecionados

Artigos Científicos					
Perfil Empreendedor	LINDO, M.R; CARDOSO, P.M; RODRIGUES, M.E; WETZEL, U., 2007	JONATHAN, E.G.,2011.	ALPERSTEDT, G.D; FERREIRA, J.B; SERAFIM, M.C., 2014	PELOGIO, E.A; ROCHA, L.C.S; MACHADO, H.V; AÑEZ, M.E.M.,2016.	Presente Pesquisa
Região	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Santa Catarina	Rio Grande do Norte	Amparo/SP
Amostra	20	149	86	5	10
Idade	Média: 50 anos	Média: 45 anos	Média: 29 anos	Média: 39 anos	Média: 37 anos
Estado Civil	--	Casadas em sua maioria	58% Casadas	Casadas em sua maioria	60% Casadas
Filhos	25% 2 filhos; 25% 1 filho	Dois filhos em média	52% possuem filhos	Um filho em média	60% um filho
Escolaridade	--	Maioria Nível Superior Completo	20% Especialização; 34% Ensino Superior; 38% Ensino Médio	Maioria Nível Superior Completo	20% Mestras; 60% Nível Superior Completo; 20% Ensino Médio
Tipo de Negócio	50% Comércio; 50% Serviços	Predomínio Serviços	47% Comércio; 34% Serviços	Predomínio Comércio	60% Comércio; 40% Serviços
Tempo	Média: 16 anos	--	Média: 14 anos	Média: 6 a 11 anos	Média: 11 anos
Sócios	30% possui 1 sócio	--	--	--	40% Não Possui; 40% 1 sócio; 20% 2 sócios;
Funcionários	--	--	48% até 5	--	80% até 5 funcionários

Fonte: Elaborado pelo autor

Em relação aos dados demográficos comparativos, observa-se através da Tabela 1, escalas superiores de porcentagem, quanto a referências especificadas

como estado civil das empreendedoras, quantidade de filhos, escolaridade, tipo de atividades e a quantidade de funcionários. Quanto ao estado civil, a grande maioria das empreendedoras, 60% são casadas. Resultados similares também foram encontrados nas pesquisas do GEM (2018), em que se verificou a superioridade de mulheres em matrimônio, assim como a de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), relatando empreendedoras casadas, em sua maioria, e com filhos.

O nível de estudo das empreendedoras é bem elevado, 80% das entrevistadas possuem nível superior, sendo duas com grau de mestrado, ultrapassando pesquisas como as do Sebrae (2019) e GEM (2018), porém, totalmente destoante dos estudos de Machado, Gazola e Anez (2013), mencionando o segundo grau completo, como nível predominante. Quanto ao ramo de atividades, a predominância desse estudo é o comércio, divergindo da pesquisa GEM (2018), que aponta maior propensão a atividades de serviços. Outro dado analisado foi com relação à quantidade de funcionários, que difere integralmente da pesquisa feita pelo Sebrae (2019), segundo a qual a maioria das empresárias quase não possui colaboradores, entretanto similar as pesquisas de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), principalmente no total de empresas com mais de seis funcionários em seu quadro colaborativo.

Constatou-se ainda, nesse estudo, que as empreendedoras possuem em média 37 anos, sendo a de menor idade com 30 anos, e de maior idade com 48 anos. Dados que se assemelham ao Sebrae (2019), no qual a faixa dos 35 a 45 anos é a mais expressiva entre as mulheres donas de negócios, porém, inferiores ao constatado por Machado, Gazola e Anez (2013) com média de 32 anos. Do total de empresas, a média de tempo nos negócios perfazem os 11 anos, sendo que 60% das empresas possuem mais de dez anos. Resultados quase idênticos aos estudos de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), salientando que 66,6% das empresas possuem mais de dez anos de atividade. Sobre a forma societária das empresas, 40% não possui presença de sócios, enquanto 60% possuem até dois sócios. Dados equivalentes aos estudos de Gouvêa, Silveira e Machado (2013), que constatam que a maioria das empresas possui de um a dois sócios.

A partir do viés aqui exposto, elaborou-se o perfil da empreendedora de Amparo, indicando média de idade em torno dos 37 anos, com alto grau de

escolaridade, casada, com filhos e com elevado tempo de atividades no mercado, indicando confiança e compromisso em seus negócios.

Com relação aos relatos das histórias das entrevistadas, considerando recursos e motivações para empreender, pode-se perceber que a grande maioria obteve segurança em suas decisões, estimuladas pelo amadurecimento de trabalhos anteriores. Verificou-se que aproximadamente 90% das empreendedoras trabalharam anteriormente a seus negócios. Assim como a grande maioria julgou pertinente a decisão de empreender, em razão das práticas que alcançaram com essas experiências. Com isso, fatores como liberdade, prazer e propósito encorajaram as empreendedoras E01, E03, E04, E05, E06, E07, E08, E09 e E10 a seguir o caminho empreendedor.

[...] me auxiliou justamente pelo fato de entender o que é liberdade. Anteriormente tinha que cumprir os horários e as regras estabelecidas pelas empresas, e hoje eu posso montar meus protocolos baseado na minha própria agenda (E01).

[...] ajudou para saber o que eu queria. Quando fiz a transição da escola para a empresa, percebi que queria fazer algo que me dava prazer, e o banho e tosa supriu tudo isso (E08).

Eu vivi intensamente o mundo corporativo, imaginava depois de me formar, trabalhar em uma grande empresa, como ocorreu de fato. Mas não era o que me deixava feliz, depois de certo tempo, não fazia mais sentido. Mesmo sabendo até onde eu poderia chegar, não estava feliz, então serviu para alinhar meus valores e saber o que eu queria realmente, ter algo que me desse prazer e fizesse sentido, que era empreender (E10).

Os dados aqui mencionados se assemelham com as pesquisas de Machado (2003) e Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), em que a maioria das empreendedoras antes de constituir o próprio negócio, tiveram experiências prévias anterior, além do impacto na decisão de empreender.

Quanto ao capital para abertura do negócio, 60% das entrevistadas utilizaram das próprias economias, 30% capital do pai e 10% a do marido. Dados similares aos da pesquisa de Strobino e Teixeira (2014), em que as empreendedoras preferiam o uso do próprio capital para abertura de suas empresas, assim como a pesquisa dos autores Takahashi, Graeff e Teixeira (2006), mencionando que 50% das empreendedoras, utilizaram suas próprias economias, enquanto outras 14% com empréstimo de familiares para abertura de seus negócios.

Um adendo significativo a essa pesquisa é o fato de nenhuma das entrevistadas, utilizarem de recursos bancários para a abertura de seus negócios. Somente poucas empreendedoras utilizaram de certa importância financeira emprestada para ampliações e melhorias. Ainda assim, sem dificuldades e impedimentos quanto ao crédito, como relatado em grande parte dos estudos empíricos.

“Na verdade, para meu capital não precisava de muito... foi das minhas economias. Depois que eu ampliei o espaço, precisei mobiliar e necessitei de capital de giro, mas nunca tive problema em obter. Nunca tive objeção no banco pelo fato de ser mulher” (E02).

Eu abri com capital próprio. Tinha saído da empresa e usei os recursos da rescisão e vendi meu carro também, para investir na loja. Eu já busquei capital para fluxo de caixa, com juros baixos que era o Banco do Povo, mas os valores foram pequenos, nem tive dificuldade, serviram para dar certa ajuda, mas fora isso, tudo foi capital próprio (E10).

Tais números ratificam a ponderação feminina na utilização de financiamentos, e a prudência do uso de reservas individuais e familiares.

Em relação ao controle financeiro, 60% das mulheres afirmam se utilizar de editor de planilhas para computador, enquanto 30% possuem *softwares* financeiros e 10% utiliza-se de cadernos de anotações. Dados que revelam gerência e controle das empreendedoras em ações financeiras de seus negócios. Esses números corroboram com o levantamento do Sebrae (2019), que revelou que grande parte das empreendedoras brasileiras utilizam-se de *softwares* financeiros assim como planilhas de computador.

Quanto à presença e influência de empreendedores na família, 80% das empreendedoras afirmam possuir familiares que têm ou já tiveram negócios, sendo que 75% desse montante asseguram terem sido influenciadas na escalada de seus negócios.

“Sim, meu pai e meu irmão possuem empresa. Com certeza me influenciaram, principalmente na força de vontade em buscar as coisas e passar pelas adversidades e também na independência de seguir o caminho que eu achar melhor” (E05).

Advoga a favor desses dados a pesquisa de Teixeira *et al.* (2011) com uma jovem estudante do Norte do Paraná, influenciada pelo fato da mãe já ter trabalhado no ramo de atividade seguido por ela e pelo apoio paterno. Resultados que revelam a forte rogativa de familiares na criação de empreendimentos, justamente por se tratarem dos primeiros docentes da vida de uma pessoa.

A motivação em empreender também é reportada pelas entrevistadas, sendo que 50% relatam que fazer o que se ama é o principal estímulo empreendedor. Outras 30% declaram a independência financeira e a paixão pelas pessoas. Resultados próximos à pesquisa de Jonathan (2011), que qualifica a autorrealização como a maior motivação das mulheres em empreender, assim como a busca de independência e/ou estabilidade financeira. Ambas as pesquisas complementam ainda a da Rede Mulher Empreendedora (RME, 2016), na qual 34% das mulheres donas de negócio trabalham motivadas para realizar um sonho e/ou fazer o que gostam, e outras 13% em conseguir uma renda melhor.

Sustentado pela motivação, o reconhecimento do diferencial empreendedor é percebido através da autoavaliação das empresárias. Assim sendo, o atributo mais registrado foi o de observadora, seguidos pelo amor ao trabalho e a determinação.

“Acho que é o profissionalismo em sempre entregar um trabalho da melhor maneira possível. Julgo-me muito observadora também, principalmente em detalhes.” (E08)

“Acho que é o amor ao trabalho: adoro o que eu faço e tenho resiliência em nunca desistir.” (E10)

“Determinação. Sou muito determinada em buscar as coisas e organizada também.” (E09)

Para o Sebrae (2019), o diferencial empreendedor feminino pode ser reconhecido como aspectos positivos ao ambiente de negócio, destacando características como versatilidade, resiliência, multifuncionalidade, empatia e poder de conciliação. As características referenciadas pelo Sebrae tem moderada semelhança com os relatos das respondentes.

Entre as vantagens de possuir um negócio, a flexibilidade de horários foi abordada por 80% das empreendedoras, seguido pela autonomia, liberdade e, por fim, conhecimentos específicos. Assim como essa pesquisa, a flexibilidade de

horário foi um dos pontos de maior convergência nos estudos de Lindo (2007). Advogam também a favor as pesquisas de Quental e Wetzell (2002) alegando a versatilidade de horários para as mulheres como fator determinante na satisfação da profissão.

“A flexibilidade de horário com certeza, eu me adaptei ao *home office*, tenho mais tranquilidade de agenda me permitindo cuidados maiores com as minhas filhas.” (E04)

“Eu acho que é a flexibilidade. Eu me planejo em cima da minha agenda, e tenho autonomia também para fazer o que eu quiser, na hora que eu quiser.” (E05)

“Flexibilidade de horário, a liberdade de poder sair à hora que quiser e também de me ausentar, isso é ótimo.” (E07).

“Flexibilidade de horário, sem sombra de dúvidas.” (E09).

Através da discussão dos resultados indicados pelos desafios, dificuldades e perspectivas, serão apresentados os temas de maior relevância apontados pelas entrevistadas: horas trabalhadas, renda e sustento da família, capacitação, riscos assumidos no negócio, preconceito profissional, principais adversidades, conflito trabalho e família, futuro do empreendimento, os desafios e o cenário presente e futuro do empreendimento.

A maioria das empreendedoras desempenham jornadas de trabalho com devida disparidade. Das entrevistadas, 40% afirmam trabalharem 12 horas por dia ou mais, quando necessário. A menor jornada relatada, porém não menos laboriosa, é de 6 horas diárias, conforme declarado por 20% das respondentes. Percepção idêntica à pesquisa de Lindo (2007), que julga o fato de horas a menos trabalhadas pelas mulheres não a ausentarem de responsabilidades domésticas e familiares, trabalhando identicamente ou até mais que seus empregos formais.

Os resultados também se assemelham ao da Rede Mulher Empreendedora (RME, 2016), retratando que as mulheres, para conquistarem seus propósitos, precisam esforçar-se demasiadamente em seus objetivos, indicando que 37% das empreendedoras trabalham mais de 45 horas semanais, enquanto outras 43% dedicam menos de 35 horas semanais.

“Eu trabalho normalmente 12 horas por dia. No momento eu trabalho um pouco menos em função de tudo o que está acontecendo e pelos cuidados com a minha filha.” (E02)

“Até ter minha primeira filha, eu era a primeira que chegava e a última a ir embora. Depois da maternidade diminui um pouco o ritmo. Hoje trabalho umas 5 a 6 horas por dia, só que bem produtivas, eu tento me focar o máximo.” (E04)

Mesmo diante de jornadas intensas, as empreendedoras possuem convicção de que, por serem suas próprias chefes, organizam seu dia de acordo com suas escolhas, moldando e adequando obrigações do trabalho com as obrigações da família.

Quanto aos proventos e renda familiar, 70% das entrevistadas afirmam ser o principal sustento do lar. Resultados superiores aos da pesquisa do Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE, 2020), que estabelece 44% das mulheres, como sendo a única fonte de renda das famílias. Dados que também complementam a pesquisa do Sebrae (2019), alegando que, com o aumento do número de empreendedoras no país, aumentou também os números de lares chefiados por mulheres, totalizando 40%. A provável variação entre as pesquisas pode ser indicada pelo alto grau de escolaridade que possuem as empreendedoras de Amparo.

Com relação à capacitação nos negócios, 80% das entrevistadas alegam se habilitar através de práticas de treinamentos e cursos para melhor gerenciamento dos empreendimentos. Dados similares aos do Sebrae (2019), indicando que 70% das mulheres buscam informações em redes de empreendedorismo e 68% em cursos e palestras gratuitas.

O fator riscos também aparece nas dificuldades em empreender: 50% das entrevistadas salientam que arriscam moderadamente, enquanto 30% das mulheres possuem menor propensão a riscos em seus negócios. Números que contrapõem pesquisas como a de Takahashi, Graeff e Teixeira (2006), em que grande parte das empreendedoras tinham rejeição ao risco, por serem mais conservadoras. Da mesma maneira, as pesquisas de Jonathan (2003) indicam que as mulheres são menos inclinadas a acolherem riscos em seus empreendimentos.

“Abrir um negócio já é alto risco. Para você ter uma ideia um aparelho que eu necessito utilizar aqui na clínica custa 20 mil reais. Aí eu parcelo a perder de vista, já é um risco. Os aparelhos básicos custam 5 mil reais para cima, olha o investimento. Por isso, no meu caso só de estar de portas abertas já é arriscado. No começo eu abri o negócio com 3 aparelhos de valores intermediários. Passaram-se alguns meses eu já comprei um de 20 mil reais por causa das clientes. Eu arrisquei, mesmo sem saber se ia conseguir pagar, principalmente por que cada mês é de um jeito em relação a faturamento e clientes, é uma incógnita. Mas, se eu não compro, fico para trás, por isso tive que arriscar.” (E01)

Em relação ao preconceito e sexismo decorrentes do gênero, cinco das entrevistadas relataram sofrer discriminação e constrangimento em seu ambiente de trabalho, a ponto de pedir a membros masculinos da família, tomarem frente em requisitos envolvendo negociações, atividades e procedimentos, demonstrando a indiferença e a soberba no tratamento dado pelos homens a episódios como confiança e credibilidade, corroborando os estudos de Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) e complementado pela pesquisa de Strobino e Teixeira (2014).

“Sim. Nas empresas muitas vezes a gente trabalha diretamente com a diretoria (presidente, diretor), o alto escalão que normalmente é masculino, aí é complicado. Em 2014 era somente eu na linha de frente da consultoria, não era fácil por isso, depois que o meu marido foi incorporado ajudou bastante. Muitas ações, a gente combinava, principalmente quando tinha que expor ideias ou sugestões. Deixava tudo para ele pelo fato de ser uma figura masculina, quando era comigo não me davam muita atenção. Senti um preconceito muito forte pelo fato de ser mulher nesse meio.” (E02)

“Sim, já tive e tenho dificuldades e acho que preconceito também. Em datas de grande movimento, quando entro em contato com os vendedores quase todos são homens e aí já percebi que há uma dificuldade na negociação. Já percebi que não me levam tão a sério. Tanto que eu coloquei meu irmão para negociar, e coincidência ou não sempre consegue ótimos valores que eu não conseguia antes. Mas eu sinto, sim.” (E03)

“Sim e muito. E isso eu já te falo por ser mais jovem que muitos clientes e ser mulher. O ramo em que trabalhamos é muito machista, muitos clientes de mais idade principalmente não depositam muita confiança, por mais que eu tenha mais cursos e capacitação dentro do negócio. Eu percebo que eles ficam mais tranquilos quando é o meu pai atendendo. E o mais engraçado é que, quando o meu pai não sabe de alguma coisa, é a mim que ele recorre. Mas percebo isso com os clientes de mais idade, com os mais novos não tenho tanto problema, já consigo me impor mais.” (E07)

“Olha já tive sim dificuldades, principalmente em relação a fornecedores. A maioria são homens e eu percebo a indiferença e o desinteresse em entregar o serviço, não são todos é verdade. Mas o fato de ser mulher atrapalha em alguns momentos sim, principalmente em negociações de valores e prazos.” (E08)

“Sim, fornecedores e produtores. Quando entregam mercadorias e na hora de negociar. Eles preferem meu irmão, isso é nítido.” (E09)

Quanto ao autorreconhecimento como empreendedoras, quase todas constataram legitimidade em suas funções, exceção às empreendedoras E07 por herdar a empresa do pai: "Olha eu não me vejo! Tudo aqui na corretora já veio pronto com o meu pai, eu não fiz esforço nenhum" (E07). A empreendedora E08 alega visar mais ao lado humano e menos à lucratividade: "Não me vejo! Eu gosto do lado humano, do bom atendimento, do cliente satisfeito, nem tudo pode ser considerado lucro" (E08). O Sebrae (2019) questiona a necessidade das mulheres por uma autoestima intensa, sendo capazes de vivenciar conquistas e não se intimidar em ambientes incomuns e machistas.

Os empreendedores enfrentam várias adversidades na ascensão e manutenção de seus negócios, porém, essas adversidades são ainda mais desafiantes ao gênero feminino e ao ambiente a que estão inseridas. Isso pode ser constatado pelos múltiplos depoimentos das empreendedoras a seguir, comprovando vários embargos a sua escalada de negócios.

"Acredito que a maior adversidade para mim foi a maternidade. Equilibrar todo esse processo, para eu empreender preciso de certa carga horária para dedicação e hoje, por ser mãe, não consigo me dedicar totalmente, pois tenho que pensar na alimentação, nos cuidados da minha filha." (E01)

"Acho que é a papelada, sabe, a burocracia. Aqui a gente compra com nota, vende com nota, e é bem pesado todo esse trâmite e valores, me dá muito trabalho." (E04)

"Olha, o que me vem na cabeça nesse momento como adversidade é a concorrência, porque tem muitas empresas e negócios do mesmo ramo aqui na cidade. É a maior adversidade com certeza." (E07)

Tais dados possuem certa conformidade com as pesquisas de Machado *et al.* (2013), porém diferem das condições de Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), que evidenciam os riscos financeiros, falta de preparo, carência de informações e ausência de apoio, como as principais adversidades femininas de empreender.

No que se refere à dupla jornada de trabalho, principalmente com a responsabilidade dos cuidados domésticos e familiares, concomitante aos encargos e exigências dos negócios, as entrevistadas quase que em sua totalidade foram unânimes em destacar dificuldades e desconforto com a condição, como ilustrado nos relatos abaixo:

“É muito difícil, porque eu trabalho com horários. Por exemplo, a minha filha, eu tenho que deixar uma pessoa para ficar com ela todo o tempo [...]” (E01)

“Sim tenho muita dificuldade. Tento ser a mais organizada possível, tanto na arrumação da casa como com os cuidados com as crianças.” (E04)

“Sinto muita dificuldade, pois a parte que mais cansa são os serviços do lar, e o meu ramo também exige muito do corpo. Meu filho depende de mim, e meus pais por terem uma idade mais avançada também dependem através de cuidados.” (E08)

“Eu sinto muita dificuldade. Eu não gosto das tarefas domésticas.” (E10)

De acordo com estudos de Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), um dos principais pontos de dificuldade no decorrer do processo empreendedor feminino é a conciliação de inúmeros papéis da mulher como mães, esposas e empresárias, assim como relatado pelas entrevistadas acima.

Atenua a essa situação o sentido de apoio recebido por 70% das entrevistadas, vindo de familiares, maridos e pessoas externas, conforme relatos.

"Olha eu tento me planejar muito, não é fácil. Meu marido me apoia muito com os cuidados do lar, principalmente depois que meu filho nasceu. Mesmo assim, eu tenho uma pessoa que me ajuda em casa na limpeza, mas não é fácil conciliar família e trabalho." (E05)

"Sinto bastante dificuldade. Claro que, quando estou em casa, tenho os serviços de uma dona de casa comum: lavar e cozinhar, mas meu marido e meu filho colaboram para tudo ficar organizado, não tenho do que reclamar. E ajuda também eu ter uma secretária do lar, na minha falta, é ela que faz todo o trabalho pesado." (E06)

O apoio familiar é um ponto a favor do alívio à sobrecarga das mulheres em sua escalada empreendedora, contrariando a pesquisa de Strobino e Teixeira (2014), que cita a falta de suporte dos maridos em atividades domésticas, verificados nas histórias de vida das empreendedoras paranaenses. Apoiando a pesquisa desta dissertação, os estudos de Porto (2002) indicam o crescimento da colaboração dos maridos e filhos, especialmente nas atenções com a empresa.

Com relação ao gênero, auxiliar ou dificultar os negócios das empreendedoras amparenses, 60% das entrevistadas acenaram positivamente, por encontrarem-se inseridas em ambientes classificados como femininos.

"Ajuda demais. Pelo fato da loja ser muito feminina, a cliente gosta de bater papo, trocar experiências e isso faz toda a diferença." (E06)

Distintamente, há o relato da empreendedora E07 demonstrando o grau de dificuldade atribuído ao gênero em ambiente considerado masculino:

"Nesse ponto específico, com esse nicho de clientes atrapalha demais. Tem clientes que quando chegam à empresa, me veem sozinha, tranquila até, perguntam sobre alguma figura masculina. Quando não tem ninguém como meu pai ou tio vão embora, e no final era coisa tão simples que quem resolve sou eu mesma. Aí perde tempo e dá retrabalho. É muito difícil, parece que pelo fato de ser mulher eu não tenho credibilidade, isso me incomoda muito" (E07).

Dados que culmina a propensão de estímulo e dificuldades das mulheres em seus empreendimentos, refletidos nos estudos de Machado (2013) alegando que, uma das razões da confiança empreendedora feminina é a busca por satisfação no trabalho, assim como os estudos de Quental e Wetzel (2002), que afirmam os ensejos das mulheres na satisfação de suas carreiras, necessitando acima de tudo, sentimentos positivos em relação a sua profissão.

Como etapa final da discussão dos resultados, será apresentado o impacto da pandemia do Covid-19 nos negócios tais como: objetivos e propósitos do negócio, principais desafios enfrentados, a condução presente e a tendência futura das atividades.

Através dos relatos das empreendedoras, ratificou-se a força e resiliência das mulheres em seguir em frente com seus projetos e planos de progresso, mesmo com temor e indefinições de mercado devido à pandemia. A ampliação do negócio foi relatada por 60% das empreendedoras.

Bom, antes do Covid a gente caminhava para manter os contratos que a gente tinha em áreas públicas e prospectar mais nas áreas privadas. Nosso objetivo agora é focar na área privada, aumentar a carteira de clientes em 50%, esse é o nosso cenário daqui para frente (E02).

"Ampliar mais a loja e dar mais ênfase a linhas de acessórios" (E06).

De maneira geral, percebe-se o otimismo nas entrevistadas, com as informações apuradas, acolhendo certa semelhança com os dados recentes da pesquisa da Rede Mulher Empreendedora (RME, 2020), declarando que 21% das empreendedoras entrevistadas consideram sair dessa crise do Covid-19 com seus negócios ainda maiores.

Conforme se vê em relatos, com relação aos desafios enfrentados, observa-se diversificada contextualização, sobressaindo entre elas obstáculos como a administração do negócio.

"A parte de controle em administrar o negócio financeiramente é muito desafiante para mim. Tenho dificuldades com números, calcular precificação e o próprio controle financeiro exige muito de mim." (E03)

Na percepção das empreendedoras, outro ponto desafiante na administração dos seus negócios foi a adaptação ao comércio digital.

"Tentar transformar uma loja em algo maior, uma loja *online*, para ser vista e acessada em qualquer lugar." (E10)

A questão Covid-19 foi abordada de maneira plena e ampla pelas empreendedoras. A pandemia do coronavírus demonstra de certa maneira, a falta de controle sobre as coisas. Habilidades e competências estão sendo demonstrados incessantemente neste momento, forjando crise para algumas e senso de oportunidade para outras. Porém, a circunstância deixa claro o sentido imutável de transformação, reavaliando procedimentos, conceitos e padrões, que por muito tempo foram imodificáveis. Fundamentado nas necessidades de adaptação pertinentes ao período da pandemia, 70% das empreendedoras argumentaram o crescimento do atendimento e assistência *online*, como ilustrado nos relatos abaixo:

"Já tínhamos um *site*, e as vendas aumentaram vertiginosamente, eu chuto uns 500%, foi uma loucura, por que aprendemos a vender e vender bastante *online*. E capacitamos todos os funcionários para atender nas redes sociais, aprendemos a trabalhar de outra forma." (E04)

"Olha a gente já tinha as redes sociais como aliada, mas com a pandemia tivemos que nos reinventar com novas informações, produtos e promoções. Utilizamos ao máximo os recursos do *instagram* e também muito o *whatsapp*". (E06)

"Olha foi uma insegurança, incerteza no começo. Mas tivemos que buscar oportunidades, postei milhares de vídeos nas redes sociais. Ai as clientes, depois de certo período confinadas, começaram a chamar e pedir coisas pelos aplicativos [...]" (E10)

Os dados aqui relatados, complementam a pesquisa Sebrae (2020), sendo que para minimizar os impactos da crise, os pequenos empreendimentos aceleraram o processo de transformação digital. Desses, 29% passaram a vender por redes sociais; 8% entraram em comunidades de interesse dos clientes para aumentar as vendas; e outros 8% passaram a vender via aplicativos de *delivery*.

Como inclinação e tendência de negócios devido à pandemia do coronavírus, 80% das empreendedoras apontaram vigorosamente o aprimoramento e especialização dos serviços *online*, conforme elucidado abaixo:

"Acredito que o foco daqui para frente é o mercado *online*. O que era tendência virou realidade de uma maneira mais ágil. A tendência realmente é o digital [...]" (E02)

"Olha acho que tudo vai ser digital e remoto. Estou querendo colocar logo o *site* do meu negócio no ar. Realmente as vendas em sua maioria serão digitais. Já está sendo, perceptivelmente." (E03)

"[...] mediante o cenário que estamos observando, vamos nos estruturar melhor para atender as entregas e, principalmente, investir mais no *site* [...]" (E04)

"Está servindo para acelerar nossa transformação digital. Estamos colocando mais atenção nos processos, automatizando, verificando novas ferramentas." (E05)

"[...] a partir desse momento, o foco vai ser remoto, pretendemos investir mais nesse caminho, mais em informação e conteúdo [...]" (E06)

"A tendência é a busca por parcerias e principalmente ferramentas remotas, um aplicativo, um *site*, estou observando a tendência para tentar agir rápido." (E07)

"Buscar mais redes sociais, divulgar mais a marca via *internet*." (E08)

"A parte da *internet*, os serviços remotos vieram para ficar. Temos que focar mais nesse lado, acho que é uma tendência para o nosso ramo." (E09)

"A presença *online* hoje é obrigatória, o cliente quer receber com qualidade e rapidez só que de maneira instantânea, e para isso considera-se uma loja virtual." (E10)

Tais aspectos seguem a mesma linha e tendência empreendedora listada pela Rede Mulher Empreendedora (RME, 2020), em que as redes sociais são a principal ferramenta de vendas *online*, sendo que 6% das empreendedoras passaram a utilizar depois da crise, 91% já utilizava antes da crise, e apenas 3% não utilizam. Com relação a aplicativos e *sites* do próprio empreendimento, 5% passaram a utilizar devido à crise, 43% já utilizava antes da crise, e 52% não utilizam.

Pelo fato de um processo novo e desconhecido com que as empreendedoras se depararam, as adversidades trouxeram aprendizado e maior compreensão às necessidades de mercado, acelerando assertividades com o decorrer de falhas, adequações e convicções, levando-as ao constante conhecimento do próprio negócio.

Em suma, as empreendedoras em seus depoimentos tiveram dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família, além de narrativas evidenciando o sexismo no trabalho e desafios incomuns nos negócios provocados por uma pandemia global. Através destas contestações, efetiva-se o objetivo geral desta pesquisa, identificando dificuldades encontradas pelas mulheres na condução e manutenção de seus empreendimentos. Posteriormente, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, prosseguindo para técnica análise de conteúdo, evidenciada e designada por Bardin (2011).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste trabalho foi identificar as dificuldades e barreiras encontradas pelas mulheres na condução e manutenção de seus empreendimentos. O desdobramento deste objetivo geral resultou nos seguintes três objetivos específicos, a saber:

1 – identificar características e variáveis na trajetória de mulheres empreendedoras, decorrentes de sua condição feminina;

2 – analisar o impacto das questões associadas a gênero, nas características dos empreendimentos de pequeno porte;

3 – avaliar os impactos atuais e futuros da pandemia, nos empreendimentos pesquisados.

Para atingir esses objetivos, foi realizada uma pesquisa de campo com dez empreendedoras, proprietárias ou sócias de empresas com mais de um ano de atividade, em áreas de comércio e serviços, estabelecidas no município de Amparo/SP. A pesquisa abordada foi de caráter qualitativo exploratório, utilizando-se ainda da facilidade de acesso das entrevistadas e da técnica “bola de neve”.

Tendo como referência os estudos aqui apresentados e considerando as limitações de uma pesquisa qualitativa como esta, é possível especular que a participação feminina na esfera empreendedora do país é crescente, relevante, expressiva e, também, demanda intensa compreensão de seus enfrentamentos, sobretudo na preservação de seus empreendimentos. A maneira como consolidam seus empreendimentos frente a desafios contemporâneos vem ao encontro da superação da equivocada ideia do chamado “sexo frágil”. O que a pequena amostra envolvida nesta pesquisa revela é determinação, prudência e criatividade, especificadas em suas histórias de vida.

Da amostra coletada no período de junho a julho de 2020 entre as empreendedoras, foram identificadas algumas características que se destacam, conforme apresentado no capítulo 4. Entre essas, o perfil demográfico revelado foi o

de mulher adulta, na faixa dos 35 a 45 anos, com alta escolaridade, casada, com filhos e com avançado tempo nos negócios.

O estudo revelou também nas empreendedoras pesquisadas características de maturidade na manutenção de seus empreendimentos, pertinentes a experiências de trabalhos anteriores. Ademais, se mostram apaixonadas pelo trabalho e pelas pessoas, buscam independência financeira, apreciam a organização das coisas, enaltecem a determinação que possuem e prezam pela atenção aos detalhes.

As principais dificuldades encontradas na condução e manutenção dos empreendimentos dessas empreendedoras estão relacionadas à discriminação e preconceitos sofridos em seus ambientes de trabalho. Distintas dificuldades também foram encontradas, como a dupla jornada, reportadas aos cuidados da rotina da casa com as obrigações do negócio. Bem como a intensa jornada de atividades e funções exigidas pelo empreendimento. Os efeitos da pandemia do Covid-19 nos negócios atestaram a necessidade e a importância de serviços e ferramentas digitais, como alternativas para o atendimento presencial.

Por intermédio da pesquisa de campo e da teoria apresentada, foram levantados os dados aqui relatados que indicam que o objetivo geral desta dissertação foi alcançado. O objetivo específico dessa dissertação de conhecer o perfil das empreendedoras e sua realidade, por intermédio das entrevistas, demonstrou o alto nível de estudo das empreendedoras e que nenhuma delas buscou recursos bancários para abertura de seus negócios. Também é relevante observar a quantidade de empreendedoras que são donas do próprio imóvel, ausentando-se do pesado ônus do aluguel. Outro dado levantado é que nenhuma das entrevistadas reside em seus locais de trabalho.

Elas são chefes de família e, apesar de certa dose de receio, arriscam-se financeiramente no desenvolvimento e aperfeiçoamento de seus empreendimentos. Ainda assim, em menção a ousadia e arrojo, chama atenção à quantidade de empreendedoras que buscaram apoio financeiro para seus negócios em figuras como pai ou marido, expondo certa dependência masculina em seus empreendimentos. Apesar disso, o autorreconhecimento e a autoestima

empreendedoras são elevados e, mesmo possuindo certos segmentos com baixo valor agregado, buscam por diversificação e inovações em seus empreendimentos, quebrando o paradigma de vulnerabilidade.

Possuem amplo apoio de familiares para com os cuidados do lar, e a ampliação do negócio associado ao aperfeiçoamento e capacitação de serviços *online*, são os principais procedimentos empreendedores futuros.

Desta maneira, é possível completar que, à medida que surgem dificuldades no contexto empreendedor, as empresarias buscam adaptação e ajustes a esses percalços de forma acelerada e ponderada, estimuladas ainda pela flexibilidade de horário, autonomia e a liberdade que possuem no trabalho.

Como contribuição deste trabalho ao avanço no campo de estudo do empreendedorismo, com o viés prático que caracteriza este programa de Mestrado Profissional, percebeu-se a necessidade de linhas de apoio a pequenos negócios, novos e estabelecidos, que tenham mulheres como sócias ou proprietárias. Outra necessidade percebida é o fortalecimento de pares semelhantes, criando mais redes de apoio às mulheres empreendedoras. Uma outra percepção decorrente deste estudo é a necessidade de uma ênfase nos recursos tecnológicos como contribuição ao desenvolvimento empreendedor, abolindo a ideia de que, a divulgação e acessibilidade de produtos e serviços por meio remoto, não surtirá efeito imediato.

Quanto às limitações da pesquisa, cujo enfoque é qualitativo, que trata o ambiente natural como sua fonte principal, não tendo, portanto, como objetivo a generalização das amostras aqui retratadas. Ademais, distintas limitações metodológicas podem ser destacadas: congruente ao período de pandemia do coronavírus. Todas as entrevistas tiveram que ser realizadas através de *softwares* de conexão de voz e vídeos pela *internet*, prejudicando possivelmente a qualidade das mesmas, além das entrevistas terem transcorrido em uma cidade do interior do Estado de São Paulo, não certificando a mesma veracidade e realidade empreendedora presentes nesta dissertação, com outras cidades e Estados do território.

Outra limitação encontrada se deve ao fato da maioria das empreendedoras já possuírem avançado tempo nos negócios (consolidados), tendo já estabelecido

caminhos para aperfeiçoamento e preservação de seus empreendimentos. Futuras investigações com empreendedoras nascentes, evidenciando formas e meios de recursos para abertura e manutenção dos seus negócios, podem revelar distintas habilidades e competências para gestão de seus empreendimentos.

Outra indicação para estudos futuros, decorrentes da condição de empreendedora-mulher, refere-se à intensiva jornada de atividades, levando-as ao limite de sua carga mental, prejudicando saúde física, emocional e o prazer nas coisas. Uma pesquisa indicando como conciliar melhor a atividade empreendedora com as demais demandas da vida pessoal, poderá contribuir para minimizar os transtornos decorrentes dos conflitos identificados no presente estudo.

A pesquisa contribuiu para a compreensão dos propósitos profissionais dessas empreendedoras. E, o emprego da técnica história de vida foi pertinente a seus intentos, por meio dos relatos obtidos das empreendedoras participantes, explorando a qualidade e riqueza das informações.

Constata-se, portanto, o crescente protagonismo da mulher na edificação do cenário empreendedor no país, demonstrados através da resiliência e capacidade de adversidades. Essas características contribuem para o controle e condução de seus empreendimentos, mostrando que o verdadeiro poder feminino nos negócios está em sua capacidade de criar, transformar, inovar e crescer.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E M. B. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. **Anais... X Congresso Nacional de Educação– EDUCRE/I Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação-SIRSSE**. Curitiba. p. 329-341. 2011.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. – São Paulo: Edições 70, 2011.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BECKER, H. S. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Políticas de Saúde. **O que é COVID-19**. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <<https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca#o-que-e-covid>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

BRUNI, Attila; GHERARDI, Silvia; POGGIO, Barbara. Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. **Journal of organizational change management**, 2004.

BUTTNER, E. Holly; MOORE, Dorothy P. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of small business management**, v. 35, p. 34-46, 1997.

CAMPELLI, M.G.R. et al. **Empreendedorismo no Brasil: situação e tendências**. RCA – Revista de Ciência da Administração, v. 13, n. 29, p. 133-151, jan./abr., 2011.

CANTILLON, Richard. **Essay on the Nature of Trade in General**, ed. by H. Higgs, New York: Augustus M. Kelley, 1964.

CASSOL, N. K.; SILVEIRA, A.; HOELTGEBAUM, M. Empreendedorismo Feminino: Análise da Produção Científica da Base de Dados do Institute for Scientific Information (ISI), 1997-2006. **Anais... ENANPAD – Encontro Nacional dos Programas de Pós Graduação em Administração**, 31., 2007, Rio de Janeiro. : ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CNN. **Mais de 600 mil pequenas empresas fecharam as portas com coronavírus.** 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/04/09/mais-de-600-mil-pequenas-empresas-fecharam-as-portas-com-coronavirus>>. Acesso em: 31 jul, 2020.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

Da COSTA, Wênyka Preston Leite Batista *et al.* Utilização da Contabilidade Gerencial nas Micro e Pequenas Empresas. **Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação**, v. 2, n. 2, p. 49-58, 2020.

DE SORDI, Jose Osvaldo. **Desenvolvimento de projeto de pesquisa.** São Paulo: Saraiva, 2017.

DEGEN, Ronald Jean. Empreendedorismo: uma filosofia para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza. **Revista de Ciências da Administração**, v. 10, n. 21, p. 11-30, 2008.

DEMARTINI, Paola. **Why and How Women in Business Can Make Innovations in Light of the Sustainable Development Goals.** 2019.

DOLABELA, F. C. C. **O Segredo de Luísa:** Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 30. ed. São Paulo: Editora Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na Prática:** Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **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. 288 p.

EISENHARDT, K. M. **Building theories from case study research.** Academy of Management Review, 1989, vol. 14, n.4, pp 532-550.

FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos (org.). **Empreendedorismo Estratégico:** criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008. 251 p.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 63-71, 1991.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, n. 2, p. 05–28, 1999.

FLECK, D. Desafios do crescimento corporativo e suas conseqüências para a perenidade da empresa. **Economia e Conjuntura**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 39, p. 26-31, abr. 2003.

FLEURY, Maria Tereza Leme; FLEURY, Afonso. Construindo o conceito de competência. **RAC – Revista de Administração Contemporânea**, v. 5, p. 183-196, Ed. Especial, 2001.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**: um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso Editora, 2013.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

GARRIDO, G.; MENDONÇA, A. V.; SILVEIRA, M. A. Aprendizagem Organizacional e Motivação Humana: Uma Relação Sistemicamente Representada. **Revista de Administração da UFSM**, v. 11, n. 5, p. 1222-1239, 2018.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Análise dos resultados por gênero - 2019**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2018.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2000**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2001.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2001**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2002.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2002**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2003.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2003**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2004.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2004**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2005.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2005**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2006.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2006**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2007.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2007**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2008.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2008**. Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2009.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2009.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2010.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2010.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2011.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2011.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2012.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2012.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2013.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2013.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2014.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2014.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2015.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2015.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2016.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2016.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2018.** Relatório nacional. Curitiba: IBPQ, 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOLTZ, Sonia; BUCHE, Mari W.; PATHAK, Saurav. Political empowerment, rule of law, and women's entry into entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 3, p. 605-626, 2015.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista-BA. **Revista Alcance**, v. 11, n. 2, p. 207-226, 2004.

GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzká de; SILVEIRA, Amélia; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. Mulheres empreendedoras: compreensões do empreendedorismo e do exercício do papel desempenhado por homens e mulheres em organizações. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 2, p. 32-54, 2013.

GUEDES, S.A. **A carreira do empreendedor.** Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Faculdade de São Paulo. São Paulo, 2009.

HAMILTON, Eleanor. The discourse of entrepreneurial masculinities (and femininities). **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 25, n. 1-2, p. 90-99, 2013.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre, 5ª edição, 2004.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Amgh Editora, 2014.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Entrepreneurship**, Edisi 10. 2016.

IBGE. **Agência IBGE notícias 2020 jul.** Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28403-seis-em-cada-dez-empresas-perceberam-efeito-negativo-da-covid-19-nos-negocios>>. Acesso em: 28 jul. 2020.

IBGE. **Cadastro Central de Empresas.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/amparo/pesquisa/19/29761>>. Acesso em: 12 jan. 2020.

IBGE. **Censo Demográfico 2010.** Disponível em: <<https://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 08 jul. 2020.

IBGE. **Cidades.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/amparo/panorama>. Acesso em: 11 jan. 2020.

IBGE. **Índice de Desenvolvimento Humano.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/amparo/pesquisa/37/30255>>. Acesso em: 12 jan. 2020.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua.** Rio de Janeiro, IBGE, 2016.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua.** Rio de Janeiro, IBGE, 2018.

IBGE. **Produto Interno Bruto dos Municípios 2017.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/amparo/pesquisa/38/46996>>. Acesso em: 01 set. 2020.

INTERNATIONAL MONETARY FUND IMF. World Economic Outlook, April 2020: The Great Lockdown. 2020. Disponível em: <<https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

JONATHAN, Eva G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. **Encontro de Gestão Estratégica de Pequenas Empresas**, v. 3, p. 41-53, 2003.

JONATHAN, Eva G. **Mulheres empreendedoras:** o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicologia Clínica*, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

LACOMBE, F.; HEILBORN, G. **Administração: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2008.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LINDO, M.R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. **Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Revista de Administração Contemporânea – eletrônica v. 1, n. 1, p.1-15, 2007.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W., PETTY, J. W.; PALICH, L. E. **Administração de pequenas empresas**. 13. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

MACCALI, N.; MINGHINI, L.; WALGER, C. S.; ROGLIO, K. D. O método história de vida: desvendando a subjetividade do indivíduo no estudo das organizações. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 15, n. 3, p. 439-468, 2014.

MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2, p. 0-0, 2003.

MACHADO, H. V. et al. Significados de sucesso e fracasso nos negócios: o que dizem mulheres empreendedoras **Anais... ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO**, 32, 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2008.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; GAZOLA, Sebastião; ANEZ, Miguel Eduardo Moreno. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. RAM. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 14, n. 5, p. 177-200, 2013.

MURPHY, Patrick J.; LIAO, Jianwen; WELSCH, Harold P. A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of management history**, v. 12, n.1, p. 12-35, 2006.

MARTINS, Heloísa Helena T. de Souza. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 289-300, maio/ago. 2004.

MIRANDA, A. R. A.; CAPPELLE, M. C. A.; MAFRA, F. L. N. Contribuições do Método História De Vida Para Estudos Sobre Identidade: O Exemplo Do Estudo Sobre Professoras Gerentes. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p.59-74, 2014.

MORRIS, Michael H. et al. The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. **Journal of small business management**, v. 44, n. 2, p. 221-244, 2006.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, [s.l.], v. 43, n. 1, p. 231-256, fev. 2009.

PAIVA JÚNIOR, F. G.; LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em Administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 13, n. 31, p. 190-209, 2011.

PELOGIO, Emanuely Alves et al. Criação de empresas à luz do modelo de decisão Effectuation: um estudo com mulheres empreendedoras de um município do nordeste brasileiro. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 9, n. 4, p. 644-663, 2016.

PORTO, Maria de Fátima Silva. **Com licença, eu vou à luta**. Mulheres empresárias de Patos de Minas-1980-90. Uberlândia, MG, 2002.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QUENTAL, Camilla; WETZEL, Ursula. Equilíbrio trabalho-vida e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. **Anais... XXVI Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração**. SP. CD ROM. São Paulo, 2002.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas; colaboradores José Augusto de Souza Peres...(et al.)**. 3. ed. 14. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

RME – Rede Mulher Empreendedora (2016), **Quem são elas? Uma visão inédita do perfil da mulher empreendedora no Brasil.**, disponível em: <http://materiais.redemulherempreendedora.com.br/pesquisa-quem-sao-elas>. Acesso em: 01 Julho 2020.

RME – Rede Mulher Empreendedora (2019), **“Empreendedorismo no Brasil: Um recorte de gênero.**, disponível em: <https://materiais.redemulherempreendedora.com.br/empreendedorismo-no-brasil-um-recorte-de-genero>>. Acesso em: 03 Julho 2020.

RME – Rede Mulher Empreendedora (2020), **“As empreendedoras e o Coronavírus - os negócios femininos no Brasil em meio à pandemia”.**, disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1590589703Locomotiva-Relatrio_RME_1.pdf>. Acesso em: 13 Julho 2020.

ROBBINS, Stephen Paul. **Administração: mudanças e perspectivas**. Saraiva, 2009.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao Empreendedorismo: Despertando a Atitude Empreendedora**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2010.

SAUPE, Rosita et al. Conceito de competência: validação por profissionais de saúde. **Saúde em Revista**, Piracicaba, v. 8, n. 18, p. 31-37, jan./abr. 2006.

SAY, J. B. **Tratado de Economia Política**. (Trad. Balthazar Barbosa Filho). São Paulo: Abril Cultural (Obra original publicada em 1803), 1983. (Coleção Os Economistas).

SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. **Journal of Economic History**, p. 149-159, nov, 1947.

SEADE – **Sistema Estadual de Análise de Dados**. 2020. Disponível em: <https://www.seade.gov.br/wp-content/uploads/2020/03/Pesquisa-SEADE_Mulheres-chefes-fam%C3%ADlia_ok-1.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2020.

SEBRAE. **Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas** – São Paulo: Dieese, 2013.

SEBRAE. **Características do comportamento do empreendedor EMPRETEC**. São Paulo: SEBRAE-SP, 2019. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec.d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

SEBRAE. **Panorama das MPES paulistas 2016**. Disponível em <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/mpes_numeros/book_pesquisa_sobre_mpes_paulistas_fe_2016.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2020.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino como tendência de negócios 2019**. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf>. Acesso em: 05 jul. 2020.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil 2019**. Disponível em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2019.

SEBRAE. **Os desafios da mulher empreendedora, 2019**. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 09 jul. 2020.

SEBRAE. **Critérios de classificação de empresas: MEI - ME – EPP**. Portal Eletrônico do SEBRAE, 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 31 jul. 2020.

SEBRAE. **O impacto do Coronavírus nos pequenos negócios, 2020**. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f12a-ae66ff38f298fa179202d6bca5dd/\\$File/19511.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f12a-ae66ff38f298fa179202d6bca5dd/$File/19511.pdf)>. Acesso em: 13 jul. 2020.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Eстера Muszkat. A pesquisa e suas classificações. In: SILVA, E. L; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: UFSC, p. 19-23, 2005.

SILVEIRA, M. A.; MAIA, L.; FIORAVANTI, M. Aprendizagem organizacional para a sustentabilidade: integração ao trabalho e valorização do fator humano. In: SILVA, M. A. **Gestão da sustentabilidade organizacional**: inovação, aprendizagem e capital humano. Campinas, SP: CTI (Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer), p. 163-180, 2012.

SPINDOLA, T.; SANTOS, R.S. Trabalhando com a história de vida: percalços de uma pesquisa(dora?). **Revista Escola Enfermagem USP**, v. 37, n. 2, p. 119-26, 2003.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração**, v. 49, n. 1, p. 59-76, 2014.

TAKAHASHI, Adriana Roseli Wünsch; GRAEFF, Júlia Furlanetto; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Planejamento estratégico e gestão feminina em pequenas empresas: o caso das escolas particulares em Curitiba-Paraná. **Organizações e Sociedade**, v. 13, n. 39, p. 29-44, 2006.

TEIXEIRA, R. M.; DUCCI, N. P. C.; SARRASSINI, N. dos S.; MUNHÊ, V. P. C.; DUCCI, L. Z. **Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso**. **Revista de Gestão – REGE**, São Paulo-SP, Brasil, v. 18, n. 1, p.3-18, jan/mar. 2011.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**: RBTur, São Paulo, v. 1, n. 10, p. 44-64, jan./abr. 2016.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. Tradução de José Marcos Mariani de Macedo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

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

YOUSAFZAI, Shumaila Y.; SAEED, Saadat; MUFFATTO, Moreno. Institutional theory and contextual embeddedness of women's entrepreneurial leadership: Evidence from 92 countries. *e analisar*, v. 53, n. 3, p. 587-604, 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE A – MODELO TERMO DE CONSENTIMENTO

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

APÊNDICE C – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTAS EMPREENDEDORAS

APÊNDICE A**TERMO DE CONSENTIMENTO**

Amparo, de Junho de 2020.

Título do Projeto: MULHERES EMPREENDEDORAS EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: CARACTERÍSTICAS E DESAFIOS PARA MANUTENÇÃO DO NEGÓCIO

Eu, _____, RG nº _____,
declaro estar ciente que os dados obtidos nesta entrevista dada a **Sergio Henrique Caria de Sousa, RG 27044103-7**, serão usados exclusivamente para fins acadêmicos e de pesquisa, sendo mantido o total anonimato e sigilo das informações aqui passadas.

Nome/ assinatura do Sujeito ou Responsável

Assinatura do Pesquisador

APÊNDICE B

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Parte 1 – PERFIL

1. Código empreendedor ()
2. Nome
3. Idade
4. Estado civil
5. Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?
6. Formação e grau de escolaridade
7. Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?
8. Há quanto tempo?
9. Possui sócios? Se sim, quantos?
10. Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?

Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO

1. Poderia narrar sua história como empreendedora?
2. Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?
3. Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?
4. Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?
5. Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?
6. Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?
7. Qual sua motivação para empreender?
8. Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora- mulher?
9. Quais as vantagens em ser empreendedora?

Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES

1. Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?
2. Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?
3. Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?
4. Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?
5. Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?
6. Você se identifica como empreendedora? Por quê?
7. Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?
8. Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?
9. O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.

Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS

1. O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?
2. Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?
3. Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual de seu negócio?
4. Como a pandemia afetará o cenário futuro de seu negócio?

APÊNDICE C

TRANSCRIÇÃO ENTREVISTAS EMPREENDEDORAS

Empreendedora 01	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E01
2 – Idade:	30 anos
3 - Estado civil:	União Estável
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	Uma filha, 1 ano
5 - Formação e grau de escolaridade:	Fisioterapia/ Superior Completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Clínica de Estética
7 - Há quanto tempo?	6 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	Não possui
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	3
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Eu morei seis anos em São Paulo, as outras empresas que eu trabalhei foram lá. Quando eu voltei para Amparo, eu fui trabalhar em um Spa, só que é muito desvalorizado, tinha muitas horas de trabalho, nos registravam com um emprego que a gente não exercia, era muito mal remunerado, isso fez com que eu abandonasse meu emprego e me estimulasse mais em abrir meu negócio, e o poder de ditar as regras, poder fazer as coisas, montar meus protocolos, fazer da forma que eu acho correto.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Eu trabalhei em outras quatro empresas da minha área. A última em um Spa aqui em Amparo. Trabalhei apenas 6 meses, pois a carga horária era muito puxada.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“Sim, me auxiliou justamente pelo fato de entender o que é liberdade. Anteriormente tinha que cumprir os horários e as regras estabelecidas pelas empresas, e hoje eu posso montar meus protocolos baseada na minha própria agenda.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“Quem me ajudou foi o meu pai. Quem financeiramente me ajudou a comprar os primeiros produtos, maca, aparelhos, foi tudo ele. Eu até fui procurar a parte de acesso ao crédito a pequenos negócios na prefeitura como o Banco do Povo e o MEI, mas o valor era um pouco baixo e tinha toda uma burocracia pesada.”
5 - Poderia relatar como é feito o	“Eu uso planilha de computador. Já até tentei caderninho de

controle financeiro do negócio?	contabilidade, mas não deu certo. Já tentei programas gratuitos de controle financeiro e também não me acostumei. Se eu for fazer um programa específico para meu negócio, é muito caro e é inviável. Então eu tive que me desdobrar, e me disciplinar com planilhas no computador. Entrada, saída, custos, hoje é um bem necessário.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Sim meu pai. Tem uma empresa há anos e continua no mercado. Ele me influenciou em nunca desistir, sempre ir atrás do meu sonho.”
7 - Qual sua motivação para empreender?	“A minha maior motivação é buscar uma segurança financeira para mim e minha família. Na verdade eu busco a independência financeira, para poder viver bem, tranquila sem me preocupar com os boletos do final do mês.”
8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“Acredito que seja a empatia em saber escutar o que meu cliente, me colocar no lugar dele muitas vezes. Para mim, isso é um diferencial.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“Trabalho no que eu amo, meu mundo é totalmente rosa, não sinto dificuldades só vantagens, justamente por ser mulher e no ramo que sigo que é totalmente voltado ao meu gênero. Mas que a flexibilidade de horário me ajuda muito, consigo me organizar melhor e a ter tempo para minha família.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Tem dia que eu venho de manhã e só vou embora à noite, tem dia que eu trabalho doze horas seguidas. A carga horária é muito puxada, muito intensa”.
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Hoje por causa do Covid depende totalmente daqui da clínica. Antes do Covid, o meu companheiro me ajudava, infelizmente por causa de toda essa situação hoje ele também precisa da minha ajuda”.
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Sim. Constantemente, porque é uma área que muda muito, tem muita novidade, muita coisa no mercado. Então, se eu não buscar curso e capacitação, pelo menos uns 3 por ano, eu fico para trás. Essa área da saúde é muita atualização sempre, independente de mercado ou tecnologia”.
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Abrir um negócio já é alto risco. Para você ter uma ideia um aparelho que eu necessito utilizar aqui na clínica custa 20 mil reais. Aí eu parcelo a perder de vista, já é um risco. Os aparelhos básicos custam 5 mil reais para cima, olha o investimento Por isso no meu caso só de estar de portas abertas já é arriscado. No começo eu abri o negócio com 3 aparelhos de valores intermediários. Passaram alguns meses eu já comprei um de 20 mil reais por causa das clientes. Eu arrisquei, mesmo sem saber se ia conseguir pagar, principalmente por que cada mês é de um jeito em relação a

	faturamento e clientes, é uma incógnita. Mas se eu não compro fico para trás, por isso tive que arriscar”.
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Não. Como disse, meu gênero até me ajuda. Não tenho preconceitos”.
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Sim, me identifico. Acho que o carinho em relação às clientes, a criatividade em relação ao trabalho, o bom relacionamento faz com que eu me sinta empreendedora, além do fato de possuir uma empresa em um ramo que eu gosto muito”.
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“As adversidades que eu posso lhe dizer são a concorrência na cidade, existem muitas clínicas de estética por aqui. Acho que a ampliação do negócio, também, pois é um custo muito alto, mas eu como mulher, não vejo adversidade pesadas, pois penso muito no público do meu negócio, e a maioria são mulheres.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“É muito difícil, porque eu trabalho com horários. Por exemplo, a minha filha, eu tenho que deixar uma pessoa pra ficar com ela todo o tempo. Meu companheiro fica muito com ela também, minha mãe e cunhada também me ajudam em relação à minha filha. Por conta do Covid, ela não está indo à escola, então eu preciso de todo apoio da família. Em relação ao lar, minha rotina é final de semana, cuidar da casa. Todos têm que se adequar ao meu horário e o da clínica. Meu companheiro sabe e me apoia, inclusive me ajudando com os cuidados do lar e da minha filha. É difícil mas a gente se adapta.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“No meu caso ajuda muito. Estou totalmente inserida no universo feminino.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento.	“Poder ampliar o meu negócio, contratar mais funcionários e administrar mais tranquilamente a minha agenda, isso vai ser muito bom para mim e para minha família.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora.	“Com total certeza é esse momento, do Covid. Essa incerteza, no meu caso aqui na clínica, pessoas desmarcando o tempo todo, as clientes com medo de vir até aqui no nosso local de trabalho. Toda hora muda, vai de acordo com as notícias.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“Então, por mais que eu trabalhe com uma pessoa por horário, justamente para não ter muita aglomeração, e mesmo com um horário seguido do outro, as clientes desmarcam muito. Aqui na clínica, as clientes nem se cruzam, damos um intervalo para uma sair e outra entrar. Trabalhamos com todos os cuidados de higiene e assepsia de tudo, dos aparelhos, das salas, da mesa, maçaneta, banheiros. Já fazia parte da rotina, agora então nem se fala. As clientes estão desmarcando bastante e infelizmente não estão retornando. Fora as que marcam e não vêm e nem ligam para avisar. Olha, posso te dizer que a clientela caiu mais de 50% desde que começou essa pandemia.”

4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“Olha, acho que o atendimento domiciliar será uma tendência e veio para ficar. Todo mundo está com dificuldade, é uma maneira de se reinventar. Já estou começando a dar essa opção de atendimento à cliente em sua casa, e ela percebeu que é legal e prazeroso. Você termina todo o tratamento da cliente e ela já fica em sua casa, no aconchego, põe um roupão não se preocupada em pegar o carro e ir para casa. Ou se estiver cansada já vai descansar. Esse tipo de atendimento já existia, mas virou e vai virar tendência, tenho certeza. Isso eu posso afirmar que já é uma reinvenção do meu negócio.”
--	---

Empreendedora 02	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E02
2 – Idade:	39 anos
3 - Estado civil:	Casada
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	1 filha, 4 anos
5 - Formação e grau de escolaridade:	Psicologia /Mestrado
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Consultoria e Prestação de Serviços
7 - Há quanto tempo?	14 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	Um
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	Três
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Eu comecei quando tinha onze anos de idade, minha mãe fazia chocolate, ela nem tinha loja ainda. Eu colocava os chocolates em uma caixa de isopor e ia vender no bairro. Daí eu queria fazer faculdade, e meu pai me disse que para eu fazer, precisava arranjar um emprego que me rendesse mais, fora da loja da minha mãe. Aí eu arrumei um emprego de promotora de vendas, comecei a vender ração de cachorro. Em cima disso, fui me envolvendo com as pessoas e me motivando para abrir meu negócio. Consegui pagar minha Faculdade e até pela paixão pelas pessoas eu sempre quis fazer psicologia social, estudar as pessoas e sempre apaixonada por saúde mental, era a área que eu me imaginava trabalhando, e quando me formei acabei indo

	para área organizacional. Não era uma área que me chamava à atenção, mas já fui para ela como consultora de gestão de pessoas. Quebrando aquela barreira que consultor tinha que ter uma grande carreira em uma multinacional, quebrei esse paradigma recém-formada me tornando consultora e aí começou a empresa.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Sim, em três empresas. Uma por três anos. A outra empresa foi uma cooperativa médica (Unimed) na cidade, trabalhei por um ano e meio. Trabalhei na Faculdade aqui de Amparo por mais alguns anos.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“Não. Eu sempre tive clareza em abrir meu próprio negócio. Primeiro por que eu tenho muita dificuldade com horário, em cumprir horário. Eu sempre tive um ideal de mudar o mundo, e não me via em uma rotina da empresa. A sensação de não estar presa, poder sair, ser dona dos meus horários, da minha rotina, sempre me deu clareza em trabalhar nesse tipo de regime. Tanto é que as atividades que eu tinha nas empresas eram atividades voltadas à área de vendas.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“Na verdade para o meu capital não precisava de muito, foi das minhas economias. Depois que eu ampliei o espaço, precisei mobiliar e necessitei de capital de giro, mas nunca tive problema em obter. Nunca tive objeção no banco pelo fato de ser mulher.”
5 - Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?	“Eu uso planilhas de <i>excel</i> , tenho muito controle. Fluxo de caixa, precificação. Essa é uma atividade exclusivamente minha. Eu tenho até um funcionário que me auxilia em pagamentos e certo alimentação da planilha, mas a conferência e a análise das informações é uma atividade minha. Mas mensalmente eu bato as informações com o meu marido.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Sim, minha mãe é empreendedora. Ela me influenciou, não diretamente, ela não opinou do tipo você tem que abrir seu próprio negócio, mas sim pela dinâmica em que eu cresci e me desenvolvi com certeza acabou me influenciando sim.”
7 - Qual sua motivação para empreender?	“Eu me considero muito otimista, sou apaixonada pela vida, pelas pessoas e pelo meu trabalho, sou extremamente motivada, acredito muito no processo evolutivo das pessoas.”

8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“Acho que é a visão e a determinação, eu sei o que eu quero. Também pego rápido as coisas, olhar para algo e perceber que pode ser uma tendência. Também me considero muito observadora.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“Ter autonomia, ser dona da minha agenda, do meu tempo, das minhas atividades, poder fazer às coisas a hora que eu quiser.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Eu trabalho normalmente 12 horas por dia. No momento eu trabalho um pouco menos em função de tudo o que está acontecendo e pelos cuidados com a minha filha.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Hoje a empresa é a nossa principal renda.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Na verdade eu me capacito o tempo inteiro. Eu participo de alguns grupos empreendedores, discutimos assuntos de gestão de uma forma geral além de buscar cursos dos mais variados possíveis para sempre continuar me aperfeiçoando. No momento estou mais focada em cursos de <i>marketing</i> , <i>marketing</i> digital. Tenho feito vários cursos nessa linha para me especializar, mas já fiz curso de desenvolvimento humano, enfim, vários cursos.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Olha eu até arriscava mais anteriormente, mas hoje tenho uma política mais conservadora. Anteriormente eu me aventurava mais, mas nunca muito alto, mesmo eu assumindo certo risco nunca era muito alto.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Sim. Nas empresas muitas vezes a gente trabalha diretamente com a diretoria (presidente, diretor), o alto escalão que normalmente é masculino, aí é complicado. Em 2014 era somente eu na linha de frente da consultoria, não era fácil por isso, depois que o meu marido foi incorporado ajudou bastante. Muitas ações, a gente combinava principalmente quando tinha que expor ideias ou sugestões, deixava tudo para ele pelo fato de ser uma figura masculina, quando era comigo não me davam muita atenção. Senti um preconceito muito forte pelo fato de ser mulher nesse meio.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Olha hoje eu até me identifico devido até a vários <i>feedbacks</i> que eu tive com o passar do tempo, mas até certo tempo fiquei na incerteza. Hoje eu me reconheço nesse papel, até pela maturidade em reconhecer

	oportunidades, sonhos, buscar sempre realização.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“Acredito que a maior adversidade para mim foi a maternidade. Equilibrar todo esse processo, para eu empreender preciso de certa carga horária para dedicação e hoje por ser mãe não consigo me dedicar totalmente, pois tenho que pensar na alimentação, nos cuidados da minha filha. Em função disso, fizemos até uma reorganização de atividades na empresa, diminuindo a minha demanda de trabalho.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Sim. Eu possuo apoio externo e de pessoas aqui em casa, isso me facilita um pouco a vida. Mas nesse período de quarentena, estou fazendo praticamente tudo, atividades da casa e cuidados com a minha filha ao mesmo tempo. Se eu não tivesse apoio de uma pessoa externa seria muito mais difícil conciliar as coisas para mim. Mas hoje boa parte das coisas sou eu quem faz.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“Em alguns aspectos ajuda e em outros atrapalha. As habilidades femininas de ser multifuncional ou multitarefa, ajudam muito e, em outros aspectos, a constante provação da nossa capacidade como profissional atrapalha muito.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Bom antes do Covid a gente caminhava para manter os contratos que a gente tinha em áreas públicas e prospectar e focar mais nas áreas privadas. Nosso objetivo agora é focar na área privada, aumentar a carteira de clientes em 50%, esse é o nosso cenário daqui para frente.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“O maior desafio para mim é a área comercial da empresa. Como somos uma empresa pequena não tenho condições de contratar alguém especializado na área comercial devido ao custo gerado. Todas as alternativas que tentamos não surtiram resultados, e eu particularmente não gosto de fazer essa atividade. O bater na porta, oferecer, prospectar clientes, para mim é muito difícil, é o maior desafio.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“Em relação aos negócios por incrível que pareça a pandemia não afetou tanto a nossa empresa. Pelo contrário na verdade, como temos uma carteira mista pública e privada, a grande maioria dos clientes não cancelaram seus contratos. Claro que tivemos cancelamentos, mas quando a pública cancelava aumentava a privada nesses tempos aí

	<p>houve um equilíbrio. Mesmo assim, fechei novos contratos durante a pandemia, e nos reinventamos como consultoria. Atendemos a nove Estados no Brasil, tínhamos muito deslocamento e um valor muito alto de despesa, ai com a questão da pandemia virou totalmente <i>online</i>, nos posicionamos hoje como uma consultoria digital, com <i>workshops</i>, aplicativos, treinamentos, desenvolvemos uma série de metodologias e ferramentas para atender nossos clientes da melhor maneira possível, fazendo com que não sentissem tanta falta do presencial.”</p>
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	<p>“Acredito que o foco daqui para frente é o mercado <i>online</i>. O que era tendência virou realidade de uma maneira mais ágil, a tendência realmente é o digital, cada vez mais as pessoas vão precisar de apoio na gestão principalmente agora, mas de uma maneira mais remota e rápida, por isso que eu acho que o online veio para ficar.”</p>

Empreendedora 03	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E03
2 – Idade:	34 anos
3 - Estado civil:	Solteira
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	Não possui
5 - Formação e grau de escolaridade;	Cinema / Superior Completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Doceria
7 - Há quanto tempo?	8 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	Não possui
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	01
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	<p>“Eu estudava no Rio de Janeiro e depois de me formar voltei para a cidade de Amparo, sempre pensava em ter algo, e como já tinha esse conhecimento em fazer doces por causa da minha mãe, pensei em arriscar. Não precisava de um investimento muito alto e arrisquei, e o pessoal começou a gostar e começou a dar muito certo, a</p>

	repercussão foi muito grande, por que eu comecei a vender os doces na janela de casa e disso virou marca registrada e por isso o nome da doceria janela da namoradeira que também foi à inspiração do meu negócio.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Eu trabalhei muito pouco. Eu estudava no Rio de Janeiro, e lá eu trabalhei no Projac da Globo, nem sei se conta, foram 10 dias somente. Cheguei a fazer uns trabalhos freelances de desenho e até moda, dei aula até em uma Faculdade no Rio por quatro meses, mas foi pouco tempo. Logo na sequencia voltei para Amparo.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“Acredito que sim, principalmente quando lecionava na Faculdade me chamou a atenção um curso de formação empreendedora. Apesar de não ter nenhuma referencia com o que eu estudei achei interessante, me despertou para o negócio que posso hoje.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“Economias próprias. Ajudou-me também o fato de possuir um ponto de venda legal, o mesmo até hoje, não pagava aluguel, era a casa dos meus país no centro da idade e isso me auxilio muito. E os insumos não eram tão caros, então fiz um pequeno investimento com as minhas próprias economias e foi onde tudo começou. Daí comecei a ter um ótimo retorno, capital de giro maior e comecei a melhorar mais ainda a empresa.”
5 - Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?	“Normalmente eu faço o controle em planilhas de <i>excel</i> , não tenho nenhum programa específico.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Sim, meu pai. Ele tem um comércio voltado à serigrafia e painéis eletrônicos para indústrias. E o engraçado que ele começou nessa casa que é da família e que hoje eu tenho a doceria. A minha mãe começou a fazer chocolate para vender por certo período também. Meu pai tem muito perfil de empreendedor eu o identifico muito pelo jeito de ir buscar as coisas e não depender de ninguém, então essa autonomia de buscar e fazer eu peguei dele.”
7 - Qual sua motivação para empreender?	“Inovar no meu trabalho e ter a liberdade de querer fazer o que eu acho correto e buscar novas alternativas.”
8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“Acredito que seja colocar a minha alma no negócio, a determinação, o amor que eu tenho pelo meu trabalho, e ver tudo isso dar certo.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“Com certeza é a autonomia em criar e mudar o que eu

	quiser, a liberdade é muito boa também.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Eu trabalho bastante, tem época que eu trabalho muitas horas, mas seu eu pego um período de vendas altas como a semana da Páscoa, dia das mães, namorados, ultrapassa as 12 horas por dia, Já cheguei a virar 24 horas trabalhando.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Sou a única renda, me mantenho com o meu negócio exclusivamente.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Não, na verdade, para o negócio de maneira geral, não. Nem esperava que fosse dar certo, sempre observava a minha mãe que era uma doceira de mão cheia e que me ensinou vários segredos. O que eu busquei foi um curso no Sebrae, o Empretec, que me ajudou muito por ser voltado ao pequeno empreendedor. No desenvolvimento dos doces, não.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Baixa. Fico com medo das incertezas, arrisco pouco, penso várias vezes para fazer alguma coisa para o negócio. Eu sinto que deveria ousar mais, sou muito pé no chão.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Sim já tive e tenho dificuldades e acho que preconceito também. Em datas de grande movimento, quando entro em contato com os vendedores quase todos são homens e aí já percebi que há uma dificuldade na negociação. Já percebi que não me levam tão a sério. Tanto que eu coloquei meu irmão para negociar, e coincidência ou não sempre consegue ótimos valores que eu não conseguia antes. Mas eu sinto, sim.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Sim me identifico por que eu busco muitas oportunidades, gosto do que é novo como produtos e serviços. Gosto muito de inovação, fazer coisas diferentes.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“Acho que a parte da burocrática, por ser um negócio pequeno. Se paga para fazer tudo, além do tempo demandado para correr atrás de tudo.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Eu sou sozinha, como eu não tenho filhos, a questão de cuidados com o lar é mais tranquila. O que me falta são maiores cuidados com o meu tempo, dar maior atenção a mim mesma, fazer mais coisas que me agradam.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou	“No meu ramo ajuda. No formato como é o

atrapalha nos negócios? Comente.	empreendimento, o doce tem muito do lado feminino, os detalhes, as cores, até o nome da minha doceria "Janela da Namoradeira" é feminino. Querendo ou não, é mais voltado ao público feminino, apesar de muitos homens comprarem também."
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	"Eu quero ver se coloco junto com os doces e chocolates um espaço especial, uma coisa mais nobre, presentes. Coisas mais trabalhadas, sofisticadas, acho que o mercado pede isso. Um <i>site</i> , também acho que será necessário no futuro, e não descarto abrir uma outra loja em alguma cidade bem turística."
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	"A parte de controle em administrar o negócio financeiramente é muito desafiante para mim. Tenho dificuldades com números, calcular precificação e o próprio controle financeiro exige muito de mim."
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	"Acredito pelo fato da pandemia mexer muito com a cabeça das pessoas em ficar em casa, o isolamento aliado à ansiedade, por incrível que pareça, as vendas aumentaram. Eu analiso que as pessoas estão carentes e compulsivas e desconta na comida e no meu caso o doce. Vendi muita coisa nessa pandemia, não senti queda durante esse período, pelo contrário, até aumentou. Tive que adaptar rapidamente o <i>delivery</i> e as entregas, muitas das entregas sou eu mesmo quem faz. Outra ferramenta que não para é o <i>whatsapp</i> , a grande maioria dos pedidos são por ele."
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	"Acho que tudo vai ser digital e remoto. Estou querendo colocar logo o <i>site</i> do meu negócio no ar. Realmente as vendas em sua maioria serão digitais. Já está sendo, perceptivelmente."

Empreendedora 04	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E04
2 – Idade:	35 anos
3 - Estado civil:	Casada
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	Duas filhas, 4 anos e 3 meses
5 - Formação e grau de escolaridade:	Engenharia Ambiental/Mestrado

6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Loja de Produtos Naturais
7 - Há quanto tempo?	11 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	01
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	09
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Eu estudava fora e meu pai já tinha aberto a loja e em 2009 mesmo voltei pra ficar de vez. A loja não ia muito bem, aí eu entrei para ajudar. Acabei ficando e tomando a frente e hoje sigo firme nos meus objetivos e desejos. Depois que eu entrei e comecei a tocar o negócio meu pai até aposentou.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Sim, trabalhei anteriormente em uma empresa de gelatinas por um ano, e em outra empresa química por mais alguns meses como analista de laboratório. E uma loja de roupas, que foi aí que eu vi que era boa vendedora e tinha tino para o negócio.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“Sim, nas empresas eu trabalhava nos laboratórios e era tudo fechado e eu percebia que não era aquilo que eu queria, preferia um maior liberdade, ter contato com as pessoas. E quando eu trabalhei nessa loja de roupa, que era na verdade para auxiliar no pagamento da minha faculdade eu percebi que eu gostava do contato e do comércio e já achava que eu poderia me sair bem.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“O capital já vinha do meu pai, era próprio dele. Depois, na sequência, eu já assumi. Mas não precisei colocar nenhum centavo, e hoje a empresa anda com as próprias pernas. Quando necessito de algum investimento que seja um pouco alto eu recorro ao meu pai, pago juros bem baixo tipo poupança para ele, só pra não ir para o banco, que é super complicado.”
5 - Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?	“É bem simples, eu uso planilhas de <i>excel</i> . Isso é um ponto que eu preciso melhorar no futuro.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Sim, tenho vários, pai, tios, primos. Mas não acho que me influenciaram. Eu tirava muita coisa como exemplo é verdade, mas toda essa vontade partiu de mim, sigo a minha própria cabeça, sem me deixar influenciar.”
7 - Qual sua motivação para	“Minha maior motivação é fazer o que eu gosto. Eu já tive

empreender?	experiências de ter que acordar de manhã e ir trabalhar em alguma empresa sem vontade ou motivação. Fazer o que se ama é o principal de tudo, é a minha maior motivação sem dúvida.”
8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“Eu me considero muito prática e também muito observadora. Mas a praticidade me permite ir além, eu tenho uma habilidade de fazer muitas coisas ao mesmo tempo e essas coisas transcorrem muito bem.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“A flexibilidade de horário com certeza, eu me adaptei ao <i>home office</i> , tenho mais tranquilidade de agenda me permitindo cuidados maiores com as minhas filhas.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Até ter minha primeira filha eu era a primeira que chegava e a última a ir embora. Depois da maternidade diminui um pouco o ritmo. Hoje trabalho umas 5 a 6 horas por dia, só que bem produtivas, eu tento me focar o máximo.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Na verdade como meu marido veio trabalhar comigo, tiramos todo o sustento e despesas do nosso negócio.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Quando eu comecei não, mas ao longo dos anos sim. Faço cursos de gestão e capacitação de negócios ofertados pela associação comercial aqui da cidade, pelo Sebrae, cursos livres pela <i>internet</i> . Mas sinto a necessidade de fazer algo mais profundo, por que me identifiquei muito com a parte empreendedora.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Olha, até certo risco eu assumo, me considero moderada nesse quesito, eu gosto da certeza de que vou conseguir pagar por esse risco caso algo dê errado. Um exemplo é arriscar em produtos novos que muita gente ainda não conhece.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Não, nunca tive dificuldade.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Sim. Eu procuro me preparar muito para o meu negócio e faço o que gosto. Não me vejo fazendo outra coisa.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“Acho que é a papelada sabe, a burocracia, aqui a gente compra com nota vende com nota e é bem pesado todo esse trâmite, valores, me dá muito trabalho.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados	“Sim tenho muita dificuldade. Tento ser a mais organizada possível, tanto na arrumação da casa como com os

da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	cuidados com as crianças. Ainda mais por possuir uma recém nascida. Minha mãe, minha sogra e meu marido me apoiam muito, e isso me ajuda demais a trabalhar em <i>home office</i> , no negócio e com os serviços do lar. Meu marido me ajuda muito em casa também.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“Sim ajuda, o nosso maior público é o feminino, muito da minha faixa etária, temos bastantes homens clientes é verdade, por termos uma ampla linha de produtos naturais, mas pelo fato da maioria ser mulher fica mais fácil descobrir as necessidades, dicas de produtos, é uma vantagem no meu ramo de trabalho.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Olha eu tenho um projeto de ter produtos com a nossa marca "casa do naturalista" e abastecer atacados, lojas e restaurantes. Pretendo focar bem nisso daqui para frente.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“Foi o começo em 2009, por que estávamos em uma crise forte e levamos um golpe de um cliente grande. Aí eu entrei e buscamos alternativas e com o tempo a empresa começou a andar no azul.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“No começo, eu fiquei apavorada, nosso movimento havia caído 25%. Mas isso caiu em terra por se tratar de um comércio essencial, e fortalecemos as entregas o chamado <i>delivery</i> . Já tínhamos um <i>site</i> , e as vendas aumentaram vertiginosamente. Eu chuto uns 500%, foi uma loucura, por que aprendemos a vender e vender bastante <i>online</i> . E capacitamos todos os funcionários para atender nas redes sociais, aprendemos a trabalhar de outra forma. Ajuda também o fato do nosso negócio ser um ramo de produtos saudáveis e naturais e as pessoas estão muito preocupadas com isso nesse momento.”
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“Queríamos ampliar a loja, mas congelamos essa ideia por tudo o que está acontecendo. Mas, mediante o cenário que estamos observando, vamos nos estruturar melhor para atender às entregas e, principalmente, investir mais no <i>site</i> , porque está sendo a nossa segunda loja e está sendo muito importante para o nosso fluxo de caixa.”

Empreendedora 05	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E05
2 – Idade:	37 anos
3 - Estado civil:	Casada
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	Um filho, 2 anos
5 - Formação e grau de escolaridade:	Contabilidade - Superior Completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Escritório de Contabilidade
7 - Há quanto tempo?	15 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	01
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	09
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Eu comecei a trabalhar muito cedo com 13 anos, e, em todo o trabalho algo não me fazia feliz, faltava alguma coisa. Através das experiências em outros escritórios de contabilidade, fui criando coragem até o ponto de me arriscar. Não foi fácil, mas era o que eu queria, com vontade e coragem segui em frente e hoje eu vejo que foi a melhor coisa que eu fiz.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Sim, em outros escritórios de contabilidade também, aí fui caminhando sempre nessa área, até me formar e abrir um escritório só para mim.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“Quando eu trabalhava em outras empresas eu não era feliz totalmente, queria algo mais. Mas eu tive inspiração em um desses escritórios com outra profissional que me ajudou muito. Eu queria fazer o que ela fazia, hoje eu não faço nada o que ela faz é verdade, mas foi uma das minhas inspirações para minha profissão, até hoje trocamos contato e ideias.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“Usei minhas próprias economias, e meu pai possuía um imóvel onde é meu escritório, então eu nunca paguei aluguel e isso me ajudou e ajuda muito, porque indiretamente me possibilitou a nunca buscar recursos que não fossem os meus próprios.”
5 - Poderia relatar como é feito o	“Hoje eu uso um sistema operacional bem simples e

controle financeiro do negócio?	profissional que me facilita o controle e o planejamento. Ajudou-me muito depois que implantei. Antes eu mesma fazia os lançamentos, hoje tenho uma funcionária que faz isso, mas sempre confiro, controlo e supervisiono as informações.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Sim, meu pai e meu irmão, os dois possuem empresa. Com certeza me influenciaram principalmente na força de vontade em buscar as coisas e passar pelas adversidades e também na independência de seguir o caminho que eu achar melhor.”
7 - Qual sua motivação para empreender?	“Independência financeira. Esse é meu objetivo maior, poder fazer com que o dinheiro trabalhe para mim e não o contrário.”
8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“Acredito que o meu diferencial seja o otimismo, eu acredito que tudo seja possível com o trabalho e esforço. Também sou muito organizada e isso me ajuda muito.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“Eu acho que é a flexibilidade. Eu me planejo em cima da minha agenda, e a autonomia também para fazer o que eu quiser, na hora que eu quiser.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Estou presente no meu negócio 8 horas diariamente. É um tempo que eu consigo fazer bem as coisas.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Divido a renda e as despesas com o meu marido, metade para cada um praticamente.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Sim. A contabilidade é uma área que sempre temos que nos capacitar, então eu busco cursos, especializações, além de possuir uma rede de relacionamento em minha área que me ajuda muito, isso também é importante.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Bem baixa, abri meu escritório graças à reserva que pude ter e pelo fato de não pagar aluguel, aí eu arrisquei. Se precisasse investir no meu negócio até faria, mas nada muito grande, pois tenho receio.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Nunca tive preconceito. A maioria dos meus clientes são homens, e, mesmo assim, nunca tive problema ou dificuldade com isso.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Sim, no caso da minha área tenho sempre que ficar atento às mudanças e também tenho que inovar para melhor atender as empresas e meus clientes. Fora o fato de abraçar esse sonho que sempre tive em ter um negócio

	próprio e permanecer nele o que é importante.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“Olha a maior dificuldade que eu vejo não é nem em relação a minha vida, mas com relação aos clientes. Falta de informação dos clientes, acho que seria a melhor resposta. Tenho muita dificuldade em receber documentos, extratos, sempre falta coisas para que o trabalho flua, tem cliente que esconde muita coisa também e isso me toma muito tempo.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Eu tento me planejar muito, não é fácil. Meu marido me apoia muito com os cuidados do lar, principalmente depois que meu filho nasceu. Mesmo assim eu tenho uma pessoa que me ajuda em casa na limpeza, mas não é fácil conciliar família e trabalho.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“Indiferente. O importante no meu caso é a figura do contador que entra naquilo que o cliente pede e deseja. Eu penso que se eu fosse homem, seria a mesma coisa, acredito que não mudaria nada.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Melhorar a estrutura remota, melhorar a informação e consulta e desenvolver um <i>site</i> para isso. Acredito que no prazo de 1 ano a partir de agora eu consiga fazer tudo.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“Transformar a contabilidade em digital. Esse é meu maior desafio daqui para frente.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“Vou ser bem sincera, não me afetou em nada. Não perdi nenhum cliente, alguns me pediram desconto que eu prontamente analisei, mas o fluxo de trabalho e meu caixa continuaram inalterados. É verdade que não cresci como antes, entrava em média cinco novos clientes por mês, e hoje entra um, mas em compensação não perdi ninguém.”
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“Está servindo para acelerar nossa transformação digital. Estamos colocando mais atenção nos processos, automatizando, verificando novas ferramentas. Na verdade o Covid acelerou uma condição que já era tendência para o nosso ramo.”

Empreendedora 06	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E06
2 – Idade:	44 anos
3 - Estado civil:	Casada
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	01 filho, 14 anos
5 - Formação e grau de escolaridade:	2º grau completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Loja de calçados e acessórios
7 - Há quanto tempo?	16 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	01
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	02
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Eu comecei a trabalhar com meu pai muito nova, ele possuiu uma padaria por 9 anos. E eu fazia tudo, acordava de madrugada, colocava a mão na massa literalmente. Após esse período meu pai vendeu a empresa, e o meu marido, na época namorado, me incentivou a abrir uma coisa só minha. Como ele tinha muito contato com couro uma coisa foi levando à outra e logo na sequência abri a loja do jeito que eu queria, com meu estilo e voltado ao público feminino. No começo, sapatos finos de várias marcas e, com o tempo, fui incorporando acessórios e depois a linha masculina.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Sim trabalhei em apenas uma empresa, que era a do meu pai, era uma padaria, fiquei lá por mais de 9 anos.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“Sim totalmente. A padaria do meu pai me deu essa bagagem de nunca desistir, ter resiliência dessa vontade de querer sempre o melhor para os clientes e para a família. O sentido do empreendedorismo amadureceu por lá, pode ter certeza, foi um trampolim.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“Quem investiu a maior parte foi meu marido, e ajudou também o fato do ponto comercial ser dos pais dele, pois o aluguel é um ônus muito pesado e chato no desenvolvimento do negócio, então foi uma caminho mais

	tranquilo. Em relação a objeções, não possuo e nunca tive, nunca precisei ir ao banco, depois de certo tempo, todo o investimento na loja foi através do próprio caixa da empresa.”
5 - Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?	“Eu possuo um sistema bem qualificado e organizado, que emite nota fiscal, me dá baixa no caixa e no estoque. Apesar do valor que eu pago mensalmente, o retorno é muito rápido, me auxilia infinitamente.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Sim, meu pai que tinha a padaria e meu marido com a empresa de couro. Como eu disse, a resiliência e a vontade de nunca desistir, foram as principais influências.”
7 - Qual sua motivação para empreender?	“Trabalhar naquilo que eu amo e o relacionamento com as pessoas. Gratifica-me o bom atendimento, o sorriso, a felicidade das clientes, eu adoro pessoas.”
8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“O amor ao meu trabalho, além dos valores que eu aprendi com a vida. A empatia com os clientes também, entendê-los e tentar satisfazê-los, isso também é muito gratificante e acredito que seja meu diferencial.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“O conhecimento em que o negócio me proporciona de pessoas e produtos e a liberdade de horários.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Normalmente eu trabalho durante o horário comercial que gira em torno de 9 horas.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“A empresa é o nosso maior sustento. A família do meu marido tem uma empresa de processamento de couro, o chamado curtume, e meu marido também trabalha paralelo com ela, e me abastece também com uma ou outra peça. Mas a loja é o nosso maior sustento.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Vou ser bem sincera, não sou de fazer muito curso não. Eu troco muita experiência no ramo e converso com muitas marcas, fornecedores e clientes, que me dão muita sabedoria e trocas de informação.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Eu arrisco muito. Faço isso com todas as trocas de coleções. Aposto alto mesmo, um tiro no escuro, por mais que eu tenha anos de experiência eu coloco toda a minha sabedoria em apostar em algo que não sei se vai dar certo, inclusive em valores. Eu compro mais de mil pares de sapato, em períodos curtos, uma loucura. Posso informar

	que já errei e fiquei com todo prejuízo, mas na maioria das vezes estou acertando e isso é incrível para o sucesso da empresa.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Nunca. Meu ramo ajuda, apesar de possuir uma linha masculina de produtos, o forte da loja é a linha feminina, por isso nunca senti dificuldade e nem preconceito.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Sim, me identifico. Eu gosto de estar fazendo coisas novas e não ter medo disso tenho muita coragem. Falo isso pelas coleções novas que eu aposto e arrisco que vão dar certo.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“A maior dificuldade que eu possuo é na empresa, essa incerteza de arriscar e apostar em algo ou coleção que eu não sei se dará certo, me deixa muito ansiosa. O tanto que eu tenho que comprar, as cores, antigamente o sistema de consignado era muito forte e hoje não existe mais isso, então é a aposta no produto. “
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Sinto bastante dificuldade. Claro que, quando estou em casa, tenho os serviços de uma dona de casa comum, lavar, cozinhar, mas meu marido e meu filho colaboram para tudo ficar organizado, não tenho do que reclamar. E ajuda também eu ter uma secretária do lar, na minha falta é ela que faz todo o trabalho pesado.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“Ajuda demais. Pelo fato da loja ser muito feminina, a cliente gosta de bater papo, trocar experiências e isso faz toda a diferença.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Ampliar mais a loja e dar mais ênfase a linhas de acessórios.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“O maior desafio é a prospecção do cliente. O que meu negócio tem que ter de diferente pra, além de atrair, manter as clientes. Isso para mim é um desafio constante.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“A gente já tinha as redes sociais como aliada, mas com a pandemia tivemos que nos reinventar com novas informações, produtos e promoções. Utilizamos ao máximo os recursos do <i>instagram</i> e também muito o <i>whatsapp</i> . O relacionamento ficou muito virtual, as clientes começaram a comprar demais e fazíamos até entrega na casa da pessoa com horário combinado.”
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“Todo esse trabalho de mídias sociais e <i>delivery</i> não vai acabar, a partir desse momento o foco vai ser remoto,

	pretendemos investir mais nesse caminho, mais em informação e conteúdo, não temos um site, e isso pode ser uma oportunidade de agregar valor a loja.”
--	---

Empreendedora 07	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E07
2 – Idade:	32 anos
3 - Estado civil:	Separada
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	Não possui
5 - Formação e grau de escolaridade:	2º grau completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Corretora de Seguros
7 - Há quanto tempo?	20 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	02
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	05
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Então meu pai tem a empresa há 21 anos, e desde pequena tinha 11 anos, a empresa passava por um momento difícil e todo apoio era válido e a partir daí comecei a conhecer o trabalho, o mundo dos seguros na verdade e fui gostando e me interessando. Hoje saímos de todas aquelas dificuldades e estamos bem estruturados.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Não, sempre trabalhei desde muito cedo na corretora, quando mais nova já participava dos pequenos trabalhos e empreendimentos do negócio.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“Sim, como eu ia muito nova, meu pai sempre disse que ia deixar a empresa como herança, então já fui me habituando e me inserindo no contexto de responsabilidades, práticas e na administração da corretora.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“O capital foi das economias do meu pai, o meu tio ajudou um pouco. Quando eu quis investir mais na empresa, foi com as economias dele muitas vezes e outras vezes do caixa da empresa, mas só quando estava saudável sem comprometer nenhuma reserva futura.”
5 - Poderia relatar como é feito o	“A parte financeira é só minha, fica mais organizado, uso

controle financeiro do negócio?	planilhas de <i>excel</i> , contas a pagar e contas a receber, não preciso mais do que isso.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Sim, meu pai e meu tio, eles que começaram tudo e me ensinaram tudo.”
7 - Qual sua motivação para empreender?	“Dar continuidade no sonho do meu pai é um desejo dele e meu também, gosto muito do que eu faço. Outra motivação eu diria que é o gostar do que eu faço, tenho muito prazer.”
8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“Acho que sou multitarefas, eu faço muita coisa ao mesmo tempo e percebo que faço com competência. Acho também que sou muito observadora.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“Flexibilidade de horário, a liberdade de poder sair à hora que quiser também e de me ausentar, isso é ótimo.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Eu trabalho normalmente 8 horas por dia.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Sou a única renda, a corretora é o meu principal sustento.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Sim, fiz um curso da Funenseg que é a Escola Nacional dos Seguros, súper difícil, um curso específico que te dá uma carteirinha de corretor de seguros. Era 1 ano de curso e transcorria de segunda a sexta, tinha prova e tudo. E outros mais para capacitação da profissão e novidades do setor.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Eu não gosto de me arriscar. Sou muito conservadora, só arrisco se tiver uma reserva de caixa muito boa e olha lá.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Sim e muito. É isso eu já te falo por ser mais jovem que muitos clientes e ser mulher. O ramo em que trabalhamos é muito machista, muitos clientes de mais idade principalmente não depositam muita confiança, por mais que eu tenha mais cursos e capacitação dentro do negócio. Eu percebo que eles ficam mais tranquilos quando é o meu pai atendendo, e o mais engraçado é que, quando o meu pai não sabe de alguma coisa, é a mim que ele recorre. Mas percebo isso com os clientes de mais idade, os mais novos não tenho tanto problema, já consigo me impor

	mais.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Eu não me vejo. Tudo aqui na corretora já veio pronto com o meu pai, eu não fiz esforço nenhum, tudo bem que eu faço parte do quadro de sócios, mas acho que por esse motivo não me considero.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“O que me vem na minha cabeça nesse momento como adversidade é a concorrência, porque tem muitas empresas e negócios do mesmo ramo aqui na cidade. É a maior adversidade com certeza.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Hoje como moro sozinha, perto do meu trabalho, próximo da minha mãe, não possuo tanta dificuldade. Quando eu era casada tinha mais dificuldades, porque todos os cuidados do lar eram meus, e mesmo sem possuir filhos. Mas agora sozinha é mais tranquilo, consigo administrar bem meu tempo, minha mãe quando pode me ajuda, para você ter uma ideia todos os dias almoço nela, é muito mais fácil.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“Nesse ponto específico, com esse nicho de clientes atrapalha demais. Tem clientes que quando chegam à empresa, me veem sozinha, tranquila até, perguntam sobre alguma figura masculina, e quando não tem ninguém como meu pai e tio vão embora, e no final era coisa tão simples que quem resolve sou eu mesma, aí perde tempo e retrabalho. É muito difícil, parece que pelo fato de ser mulher eu não tenho credibilidade, isso me incomoda muito.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Eu possuo um irmão que mora em São Paulo, e até por ele já ter certo contato com pessoas, penso no futuro um projeto de expansão da corretora por lá. Acho que pelo nosso atendimento e atenção de cidade do interior, poderíamos fazer a diferença em uma grande metrópole.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“O maior desafio foi um período que passamos turbulento, eu era mais nova, estávamos em uma crise forte, a empresa quase fechou, mas depois tudo se seguiu. Outro desafio é de ordem pessoal, sou muito tímida, e tive que trabalhar muito essa dificuldade.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“Olha o nosso negócio era muito raiz, a amizade falava muito alto, as pessoas vão para conversar, tomar um café,

	e a gente conseguia trazer um orçamento em que o cliente ficava feliz. Hoje o próprio cliente faz isso na <i>internet</i> sem custo, e para nós com a chegada dessa pandemia isso se intensificou. Outro sentido foram as prioridades, muitas pessoas ficaram desempregadas e cortaram custos e por mais que um seguro de carro e casa seja importante, entra a necessidade de sobrevivência.”
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“Afetou com a incerteza, porque precisamos inovar, tudo está sendo <i>online</i> , até o cartão do segurador agora é digital além dos aplicativos. A tendência é a busca por parcerias e principalmente ferramentas remotas, um aplicativo, um <i>site</i> , estou observando a tendência para tentar agir rápido.”

Empreendedora 08	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E08
2 – Idade:	48 anos
3 - Estado civil:	Divorciada
4- Números de filhos. Se sim quantos e idade dos filhos?	Um filho, 14 anos
5 - Formação e grau de escolaridade;	Biologia/Superior Completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Banho e tosa - <i>pet shop</i>
7 - Há quanto tempo?	19 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	Não possui
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	01
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Meu pai tinha uma fazenda que vendia café, então comecei bem novinha a ajudá-lo no escritório. Disso herdei o gosto pela Biologia, logo na sequência eu pensei depois de formada estou feita. Ledo engano, vi professor meu com mestrado e doutorado vender o carro para pagar conta no final do mês. Aí eu pensei, acho que não vai dar para viver disso, e também mesmo depois de formada percebi que não era isso que eu queria. Nesse momento, fui morar fora do país, para aprimorar meu curso de inglês e poder me capacitar. Morei 6 anos nos Estados Unidos e quando

	<p>voltei, comecei a dar aulas de inglês, e nesse ínterim sempre gostei de animais, outro motivo pela Biologia, daí comecei a dar aulas de inglês para adolescentes. Foi nesse momento que eu percebi, com o estresse das aulas, dos alunos, que eu não queria mais isso. Tinha guardado certo dinheiro, usei as minhas economias e arrisquei em montar um banho e tosa e hoje continuo firme no mercado, mesmo com todas essas dificuldades.”</p>
<p>2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?</p>	<p>“Meu pai tinha uma fazenda que vendia café. Fiquei anos com ele, até partir para Faculdade que era fora de Amparo. Nessa sequência voltei e fui para os Estados Unidos, lá também trabalhei em muitos lugares, mas nada fixo, só para me manter. Quando eu voltei trabalhei dando aulas de inglês em uma rede famosa, fiquei mais uns 6 anos, aí fui fazendo a transição pois eu já tinha a tosa paralelamente, aí conforme foi aumentando o serviço fui deixando gradativamente a escola e assumi de vez a empresa.”</p>
<p>3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?</p>	<p>“Sim, ajudou para saber o que eu queria. Quando fiz a transição da escola para a empresa, percebi que queria fazer algo que me dava prazer, e o banho e tosa supriu tudo isso.”</p>
<p>4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?</p>	<p>“O investimento foi pequeno para abertura da empresa, ajuda o local ser meu não pago aluguel, o maior investimento é em qualificação, produtos e mão de obra. Mas o capital foi através de um dinheiro que tinha guardado, minhas próprias economias.”</p>
<p>5 - Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?</p>	<p>“Olha sou bem indisciplinada com o financeiro. Precisava ter um controle melhor, anoto tudo em um caderno, até sou organizada, mas não tenho paciência em fazer planilhas.”</p>
<p>6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?</p>	<p>“Meu pai que tinha a fazenda, mas não acredito que tenha me influenciado.”</p>
<p>7 - Qual sua motivação para empreender?</p>	<p>“O equilíbrio em fazer o que eu gosto e poder desfrutar da convivência da família.”</p>
<p>8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?</p>	<p>“Acho que é o profissionalismo em sempre entregar um trabalho da melhor maneira possível. Me julgo muito observadora também, principalmente em detalhes.”</p>
<p>9 - Quais as vantagens em ser</p>	<p>“Flexibilidade de horário, isso é a maior vantagem.”</p>

empreendedora?	
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Olha, no começo eu não parava. Trabalhava sábado, domingo, feriados, sem descanso. Com o tempo fui cansando, além do fato de querer priorizar mais minha família também, mas hoje em média umas 8 horas por dia.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“A empresa é o meu principal sustento.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Sim muito. Sempre busco capacitação com profissionais que se destacam e são renomados, preciso disso para trazer novidades, ainda mais em uma cidade do interior. Seja curso <i>online</i> , presencial, <i>workshops</i> , são ações que me mantêm atualizada.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Sou súper conservadora, não assumo riscos. Prefiro esperar, criar um caixa com minhas economias ou da própria empresa, a partir para uma obrigação em bancos. Os juros são muito altos, não vale a pena toda essa tensão.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Olha já tive sim dificuldades, principalmente em relação a fornecedores. A maioria são homens e eu percebo a indiferença e o desinteresse em entregar o serviço, não são todos é verdade. Mas o fato de ser mulher atrapalha em alguns momentos sim, principalmente em negociações de valores e prazos.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Não me vejo. Muitas vezes assisto e participo de palestras com empreendedores homens e mulheres, e todos focam muito pelo lado do lucro, ambição e isso ficou na minha cabeça. Eu gosto do lado humano, do bom atendimento, do cliente satisfeito, nem tudo pode ser considerado lucro. Como eu não sou ambiciosa ao extremo, não me considero.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“Conciliar a minha vida pessoal, os cuidados com meu filho, os cuidados com a casa, com os cuidados da empresa. Essa dupla jornada é muito pesada.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Sinto muita dificuldade, pois a parte que mais cansa são os serviços do lar, e o meu ramo também exige muito do corpo. Meu filho depende de mim, e meus pais por terem uma idade mais avançada também dependem através de cuidados. Antes da pandemia tinha uma pessoa que me

	ajudava periodicamente, depois da pandemia todos os encargos de casa e trabalho são meus, é muito fatigante.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“No meu ramo ajuda. O lado feminino do carinho, do capricho e dos detalhes em relação ao animal. Eu prezo muita pela qualidade, em vez de quantidade, como muitas empresas aqui da cidade. Essa visão mais detalhada das coisas favorece.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Já pensei em várias possibilidades, acho que é mudar o foco do trabalho em si, delegar mais, ampliar mais a empresa, eu tenho um espaço bem grande lá no local de trabalho. Já pensei em fazer algo que agregue valor à tosa, um espaço de café para os clientes, não sei ainda estou planejando.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“Eu adoro meu trabalho, me dá muito prazer, apesar de ser cansativo fisicamente, mas o maior desafio é o equilíbrio em estruturar, organizar a família com o negócio.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“Olha por não ser um serviço essencial, muitos clientes diminuíram a remessa dos animais, antes muitos levavam toda a semana, hoje apenas uma vez por mês, quando levam. É plausível por que o animal também é um agente de contato, mas no sentido das atividades eu nunca tinha sentido isso, era sempre agenda lotada.”
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“Temos um serviço que é totalmente tangível, braçal, não há como fazer algo remoto. Só que eu nunca fiz propaganda, era sempre boca a boca, então procurar prospectar clientes de outra maneira. Buscar mais redes sociais, divulgar mais a marca via <i>internet</i> . Tinha dia que tratávamos de 17 animais em um mesmo dia, era muito corrido e não tinha tempo de fotografar e divulgar, e isso terá que mudar se quisermos dar continuidade ao plano futuro do empreendimento.”

Empreendedora 09	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E09
2 – Idade:	43 anos
3 - Estado civil:	Casada

4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	01 filho, 8 anos
5 - Formação e grau de escolaridade:	Gestão Produção Industrial/Superior completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Restaurante
7 - Há quanto tempo?	02 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	02
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	03
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Comecei a trabalhar muito cedo, e quando era mais nova comecei em uma padaria. O dono era muito bom, me ensinou muita coisa, no modo de tratamento que eu levo até hoje. Depois trabalhei em uma grande indústria até surgir a oportunidade do restaurante. O restaurante já existia, é do meu irmão, aí ele me chamou e aceitei o desafio, já tinha certa experiência.”
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	“Sim em mais duas empresas. Uma padaria onde trabalhei quase oito anos e aprendi muito. O dono era muito empreendedor e passava muitas dicas. A outra era uma indústria química.”
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	“De certa maneira, pois hoje lembro os ensinamentos do meu antigo empregador, como atendimento ao cliente, a educação e sempre ser prestativa.”
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	“Na verdade o restaurante já estava em funcionamento, ajudei um pouco na época com valores mínimos, mas sem pensar em empreender com eles até então. Depois entrei com o conhecimento, pois já havia terminado a faculdade.”
5 - Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?	“No começo era caderninho, depois fui adaptando as planilhas. Hoje eu faço o controle desta maneira.”
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	“Não. Ninguém na família.”
7 - Qual sua motivação para empreender?	“Ter uma vida melhor, alcançar o sonho de ter uma casa própria, uma boa educação para meu filho, sonho com a minha independência financeira. Isso me move todos os dias.”

8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	“Determinação. Sou muito determinada em buscar as coisas e organizada também.”
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	“Flexibilidade de horário sem sombra de dúvidas.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Devido à pandemia e os cuidados com a casa trabalho meio período. Toda a parte da manhã, umas 6 horas.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Divido a renda com meu marido, ele trabalha em outro lugar.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Para o negócio em si como cozinhar e desenvolver algum tipo de receita não, mas como empreendedora sim. Tive disciplinas na faculdade que me ajudaram a abrir a mente.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Tenho aversão aos riscos. Nunca e nem quero precisar de bancos ou financiamentos, já tive exemplos de amigos que tiveram muito sofrimento.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Sim, fornecedores e produtores. Quando entregam mercadorias e na hora de negociar. Eles preferem meu irmão, isso é nítido.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Sim, pela vontade de vencer e querer algo melhor para mim e minha família.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“Acho que é manter o fluxo de caixa organizado e positivo, por causa do giro e na situação dos dias atuais. Impostos e tributos são muito altos para quem tem restaurante.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Sinto bastante. Tenho que cuidar do meu filho e de casa, não tenho apoio. É um pouco pesado, porque também tem a empresa. Mas me desdubro.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“No sentido de atendimento, cuidados com a empresa, ajuda muito. Sempre bom um toque feminino. Mas quando o assunto é negociação, aí complica.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Gostaria de ampliar o restaurante. Tínhamos essa ideia antes da pandemia, mas agora estamos aguardando no que vai acontecer.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“Administrar o restaurante. A gestão, pois o negócio estava quase fechando antes de eu chegar, e depois fui adaptando as coisas que eu achava correto, começou a surtir muito efeito, mas falta muita coisa para melhorar.”

3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“Como não podíamos abrir para o público focamos mais nos serviços de entrega e nas redes sociais. O aplicativo <i>whatsapp</i> também nos ajudou demais. Na verdade é nosso maior contato com os clientes.”
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“A parte da <i>internet</i> , os serviços remotos vieram pra ficar. Temos que focar mais nesse lado, acho que é uma tendência para o nosso ramo. A ideia é divulgar mais em redes sociais, e aprimorar os serviços de entrega.”

Empreendedora 10	
Parte 1 – PERFIL	
Tópico	Unidade de Contexto
1- Código Empreendedor:	E10
2 – Idade:	31 anos
3 - Estado civil:	Casada
4- Números de filhos. Se sim, quantos e idade dos filhos?	Não possui
5 - Formação e grau de escolaridade:	Economia/Superior Completo
6 - Qual o tipo de negócio que possui como empreendedora?	Loja de Lingeries, pijamas e semijoias
7 - Há quanto tempo?	04 anos
8 - Possui sócios? Se sim, quantos?	Não possui
9 - Seu negócio possui quantos funcionários/colaboradores?	02
Parte 2 - HISTÓRIA SOBRE RECURSOS E MOTIVAÇÃO	
1 - Poderia narrar sua história como empreendedora?	“Trabalho desde muito nova. Minha história como empreendedora começou em uma multinacional onde trabalhava. Já percebendo que queria trabalhar em algo que me desse prazer, comecei a vender semijoias para as funcionárias. Montei três maletas e ia oferecendo, e a demanda começou a aumentar, daí ampliei para as amigas, parentes. Sempre tentei colocar um diferencial nas maletas, um bilhete a mão agradecendo, uma embalagem especial, também comecei a usar muito as redes sociais e foi me dando retorno. Com o dinheiro recebido, comprava mais semijoias e vendia mais, fiz isso por quase dois anos. E era muito prazeroso, não via como um trabalho, entendi que se me empenhasse totalmente, poderia ganhar dinheiro só com o meu esforço. Daí eu comecei a namorar uma

	<p>peessoa, que hoje é o meu marido, e ele é de Amparo. Quando vinha para a cidade percebi uma outra oportunidade, <i>lingeries</i>, roupas íntimas. Na cidade era bem carente de uma loja bonita, moderna com marcas famosas, aí eu pensei e se eu unisse duas paixões das mulheres, a <i>lingerie</i> com joias. E foi assim que comecei tudo.”</p>
2 - Você trabalhou em alguma empresa antes de abrir o negócio? Em quantas empresas? Por quanto tempo?	<p>“Já trabalhei em loja de roupas, escola de inglês, e por último em uma multinacional alemã de engenharia e eletrônica em Campinas onde eu fiquei por 7 anos, atuando em departamentos de faturamento e vendas.”</p>
3 - Poderia narrar se o fato de ter trabalhado anteriormente auxiliou na decisão de abrir o próprio negócio? Se sim, de que maneira?	<p>“Eu vivi intensamente o mundo corporativo, imaginava depois de me formar, trabalhar em uma grande empresa, como ocorreu de fato. Mas não era o que me deixava feliz, depois de certo tempo não fazia mais sentido. Mesmo sabendo até onde eu poderia chegar na empresa, não estava feliz, então serviu para alinhar meus valores e saber o que eu queria realmente, ter algo que me desse prazer e fizesse sentido, que era empreender.”</p>
4 - Poderia relatar como conseguiu capital para abertura do seu negócio? Enfrentou alguma objeção ou dificuldade em obtê-lo?	<p>“Eu abri com capital próprio. Tinha saído da empresa e usei os recursos da rescisão e vendi meu carro também, para investir na loja. Eu já busquei capital para fluxo de caixa, com juros baixos que era o Banco do Povo, mas os valores foram pequenos, nem tive dificuldade, serviram para dar certa ajuda, mas fora isso, tudo foi capital próprio.”</p>
5 - Poderia relatar como é feito o controle financeiro do negócio?	<p>“Eu tenho um sistema de contas a pagar, receita, despesa que facilita os lançamentos.”</p>
6 - Possui algum empreendedor na família? Em caso afirmativo, poderia descrever se a existência de familiares empreendedores influenciou na sua decisão de empreender?	<p>“Na minha família ninguém empreende, atualmente meu marido possui uma franquia de bolos e doces aqui na cidade.”</p>
7 - Qual sua motivação para empreender?	<p>“Satisfazer as minhas clientes. Meu mundo é aumentar a autoestima das clientes, a felicidade delas é a minha felicidade.”</p>
8 - Poderia descrever qual seria seu diferencial como empreendedora-mulher?	<p>“Acho que é o amor ao trabalho, adoro o que eu faço, e a resiliência em nunca desistir.”</p>
9 - Quais as vantagens em ser empreendedora?	<p>“Eu penso muito nas minhas clientes e na felicidade delas. Mas o principal é a flexibilidade de horário e a liberdade de</p>

	querer fazer o que eu acho correto na loja.”
Parte 3 - HISTÓRIA SOBRE DESAFIOS E DIFICULDADES	
1 - Quantas horas trabalha por dia no seu negócio?	“Em um dia tranquilo, eu trabalho muitas horas, mas normalmente sou muito presente na loja, planejo tudo por lá, então passo das 12 horas de trabalho tranquilamente.”
2 - Você é a única fonte de renda, a principal ou divide o sustento de sua família?	“Eu divido a renda com o meu marido. Ele também é empreendedor, dividimos o sustento da família em meio a meio.”
3 - Você procurou se capacitar para o seu negócio? O que você fez?	“Sim, temos várias parcerias com grandes marcas, e essas empresas nos oferecem vários tipos de treinamentos, inclui aí gestão, tendências, então sempre quando posso estou buscando algo a mais. Além de diversos cursos oferecidos pela <i>internet</i> , tem muita coisa boa por lá.”
4 - Qual sua capacidade em assumir riscos? Poderia descrever se já fez investimentos que julgou de alto risco para seu negócio?	“Olha não gosto de me arriscar muito. Já tive a opção de ir para bancos particulares em relação a empréstimos e financiamentos, mas acabei indo ao BNDES que tinha uma ótima linha de prazo e capital de giro, foi a única vez que arrisquei um pouco. Não gosto dos bancos de maneira geral, os juros são muito altos, uma dívida muito intensa que compromete muito a saúde da empresa.”
5 - Poderia narrar se teve alguma dificuldade ou preconceito profissional pelo fato de ser mulher?	“Não, estou inserida em um mundo totalmente feminino, nunca tive dificuldade.”
6 - Você se identifica como empreendedora? Por quê?	“Sim me vejo como uma empreendedora, pelo fato de ter uma loja, por tentar ser criativa a todo o momento, por traduzir oportunidades e nunca desistir.”
7 - Quais são as principais adversidades que enfrenta como empreendedora?	“Acho que é a gestão de tempo. Gosto muito do que eu faço, mas queria viajar mais, aproveitar mais as coisas, e a empresa me toma muito tempo.”
8 - Você sente dificuldades em conciliar o negócio com os cuidados da família (filhos, marido) e as tarefas do lar? Possui apoio?	“Eu sinto muita dificuldade. Eu não gosto das tarefas domésticas. Eu tenho apoio de uma secretária do lar, antes da pandemia ela vinha duas vezes por semana, e depois da pandemia devido aos cuidados, combinamos pelo menos uma vez na semana. Eu preciso de apoio, passo muito tempo na loja. Quando não é a secretária, tenho meu marido que também me ajuda, acho que faz até mais coisas do que eu.”
9 - O fato de ser mulher ajuda ou atrapalha nos negócios? Comente.	“Eu trabalho em um ramo totalmente voltado as mulheres, então claro que o fato de ser mulher ajuda, é uma vantagem, falamos a mesma língua. Talvez se fosse um

	ramo masculino, acho que poderia atrapalhar.”
Parte 4 - HISTÓRIA SOBRE PERSPECTIVAS ATUAIS E FUTURAS	
1 - O que pretende para o futuro em relação ao seu empreendimento?	“Hoje meu grande sonho é tornar a loja <i>online</i> , mas é um grande desafio devido ao produto comercializado, ele precisa ser provado, a mulher tem muita dificuldade de achar a numeração correta. E com a pandemia estamos aprendendo a fazer isso a distância.”
2 - Poderia narrar qual o maior desafio encontrado até hoje como empreendedora?	“Tentar transformar uma loja em algo maior, uma loja <i>online</i> , para ser vista e acessada em qualquer lugar.”
3 - Como a pandemia do Covid-19 tem afetado a condução atual do teu negócio?	“Olha foi uma insegurança, incerteza no começo. Mas tivemos que buscar oportunidades, postei milhares de vídeos nas redes sociais, aí as clientes depois de certo período confinadas, começaram a chamar e pedir coisas pelos aplicativos, e começamos a fazer entregas, eu mesma saía com o carro e não parava. Ajudou também negociar o aluguel, diminuimos 50% do valor nesse período. Não vou negar que as vendas em sua totalidade caíram, mas com essas ações amenizaram muito essas dificuldades e estamos conseguindo passar progressivamente por isso.”
4 - Como a pandemia afetará o cenário futuro do teu negócio?	“A presença <i>online</i> hoje é obrigatória, o cliente quer receber com qualidade e rapidez só que de maneira instantânea, e para isso considera-se uma loja virtual. Era uma ideia, hoje uma realidade que terá que ser colocada em prática o mais rápido possível.”