



**TÁSSIO MASCARENHAS DE CARVALHO**

**MULHERES EMPREENDEDORAS DE TERESINA:  
PERFIL E HISTÓRIA DE VIDA**

**CAMPO LIMPO PAULISTA  
2018**

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

**TÁSSIO MASCARENHAS DE CARVALHO**

**Mulheres empreendedoras de Teresina: Perfil e história de  
vida**

**Orientadora – Profa. Dra. Eliane Maria Pires Giavina Bianchi**

**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.**

**CAMPO LIMPO PAULISTA  
2018**

**Ficha catalográfica elaborada pela**

**Biblioteca Central da UNIFACCAMP**

C329m

Carvalho, Tássio Mascarenhas de

Mulheres empreendedoras de Teresina: perfil e história de vida / Tássio Mascarenhas de Carvalho. Campo Limpo Paulista, SP: UNIFACCAMP, 2018.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Eliane Maria Pires Giavina Bianchi

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

1. Empreendedorismo. 2. Mulher empreendedora. 3. Perfil. 4. História de vida. I. Bianchi, Eliane Maria Pires Giavina. II. Centro Universitário Campo Limpo Paulista. III. Título.

CDD-658.42

**CAMPO LIMPO PAULISTA**

**TÁSSIO MASCARENHAS DE CARVALHO**

**Mulheres Empreendedoras de Teresina: perfil e história de vida**

Dissertação de mestrado aprovada em 26/06/2018

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Eliane Maria Pires Giavina Bianchi  
(UNIFACCAMP)

---

Prof. Dr. Victor de la Paz Richarte Martinez  
(ESPM)

---

Profa. Dra. Patricia Viveiros de Castro Krakauer  
(UNIFACCAMP)

## **DEDICATÓRIA**

Ao meu pai pelo exemplo de ser humano que com todo esforço sempre buscou garantir a melhor de todas heranças da minha vida, a minha educação, pois mesmo sem muito estudo, sempre valorizou e colocou em primeiro lugar a educação dos filhos.

A minha mãe e aos meus irmãos pelo apoio e pela compreensão pelas minhas longas horas de estudos.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente a Deus e Jesus Cristo que sempre estão comigo nas horas boas e ruins. E quem nunca teve problemas? Mas, Deus foi o diferencial e sempre esteve ao meu lado ensinando a ter paciência e aguardar o momento certo para cada acontecimento da minha vida. A palavra que resume todo amor e confiança que sinto pela oportunidade que tenho em cada dia ser um pouco melhor é gratidão. Do mesmo modo, agradeço a Jesus Cristo por me conduzir para o direcionamento da minha conduta doutrinária e amar cada vez mais a ti Senhor, pois minha vida só tem sentido com tua presença.

Agradeço com todo amor e carinho ao meu pai Francisco Antonio de Carvalho por ser muito mais que um pai, um amigo e até mesmo um filho. Muito obrigado por tudo, pelo dom da vida, por está sempre ao meu lado e vibrar por cada conquista na minha vida.

A minha mãe Ana Lúcia Aragão Mascarenhas e aos meus irmãos Lucas Mascarenhas de Carvalho, Camila Mascarenhas de Carvalho, Veruska Lauriana da Silva de Carvalho e João Henrique Mascarenhas, por toda amizade e torcida pelo meu sucesso pessoal e profissional.

A minha orientadora Professora Dra. Eliane Maria Pires Giavina Bianchi, por ter aceitado ser minha orientadora. Acredito que nada é por acaso. Sou abençoado por Deus por colocar pessoas de grande valor ao meu lado. Agradeço por toda a sua paciência, dedicação, força, confiança, sinceridade e principalmente pelos aprendizados imensuráveis em todas as fases da elaboração e conclusão desta dissertação: a minha eterna gratidão. Em todo esse processo amadureci muito como ser humano e profissional.

Aos demais professores da UNIFACCAMP pelo novo e rico universo de conhecimentos que pude aprender nas disciplinas ministradas: Professor Dr. Manuel Antônio Meireles da Costa, Professora Dra. Maria Aparecida Sanches, Professora Dra. Patrícia Viveiros de Castro Krakauer, Professor Dr. Roberto Coda, Professor Dr. Djair Picchiali e demais professores do corpo docente do Programa de Mestrado Profissional da FACCAMP, pelas trocas de experiências e ideias que contribuíram para meu aprimoramento intelectual, profissional e pessoal.

Aos funcionários da Pós-Graduação e da Biblioteca da UNIFACCAMP, que contribuíram, sempre que foram solicitados, para que este trabalho pudesse ser realizado.

Ao Professor Dr. Victor de la Paz Richarte Martinez e a Professora Dra. Patrícia Viveiros de Castro Krakauer, que com suas experiências e simplicidade contribuíram com suas sugestões para o andamento e conclusão deste estudo.

Agradeço a Maria Luzinete Fontenele, analista do SEBRAE-PI e responsável pelo programa SEBRAE Mulher de Negócios, por toda atenção e informações prestadas quando solicitadas.

Agradeço imensamente ao Maurício Amorim de Araújo Júnior pela amizade e consideração durante todos esses momentos. Em seu nome agradeço também ao Charles, Lana, Marcela, Viviane e demais colaboradores da empresa Gol Linhas Aéreas Inteligentes por toda atenção e cuidado no momento das viagens durante esse processo de estudo em São Paulo.

Agradeço com muito carinho ao Dr. Francisco Adalberto do Nascimento Paz por acreditar e ser o grande incentivador da concretização desse sonho. Não tenho palavras para agradecer por todo o apoio e amizade.

As amigas Ariane Gomes dos Santos e Tamyres Laysla Messias por sempre torcerem pelo meu sucesso profissional e acompanhar cada detalhe da minha vida.

A Ana Karolyne Meireles Fonseca de Sousa pela amizade, carinho e respeito que conquistei durante esse processo acadêmico. Sabe o quanto tenho gratidão por tudo.

Aos amigos de trabalho Adriana Cybelle Cavalcante Xavier, Antônio Thalyson Mahatma de Oliveira Barros, Hodorley Cardoso de Moraes e Ricardo Uchôa Mousinho pela amizade e torcida em cada momento desse processo.

Ao Marcelo Rodrigues Vasconcelos por toda dedicação e por ter construído um elo de amizade durante os créditos do programa do mestrado, que com certeza permanecerá sempre por mais distante que estejamos.

A Cristiane Rodrigues pela amizade e companheirismo que conquistei durante os créditos do programa do mestrado.

A minha prima Maria do Carmo Veloso Carvalho e minha madrinha Valdeni Rodrigues Macedo Vilanova por cada palavra de apoio e amor quando eu as procurei com minhas angústias e inquietações.

Agradeço a Lana e Catharine pela atenção e contribuições valorosas para qualidade do meu trabalho.

## **EPIGRAFE**

“Levantarei os meus olhos para os montes, de onde vem o meu socorro. O meu socorro vem do Senhor que fez o céu e a terra. Não deixará vacilar o teu pé; aquele que te guarda não tosquenejará. Eis que não tosquenejará nem dormirá o guarda de Israel. O Senhor é quem te guarda; o Senhor é a tua sombra à tua direita. O sol não te molestará de dia nem a lua de noite. O Senhor te guardará de todo o mal; guardará a tua alma. O Senhor guardará a tua entrada e a tua saída, desde agora e para sempre.” (Salmos 121:1-8).



## RESUMO ESTRUTURADO

**Propósito da pesquisa:** os estudos sobre as mulheres empreendedoras e a relação de independência profissional, financeira e visibilidade social, intensificou-se nos últimos anos. Diante disso, o presente trabalho aborda o empreendedorismo em uma perspectiva feminina a fim de determinar o perfil empreendedor de mulheres que possuem seus próprios negócios.

**Problema e Objetivos:** a partir da experiência de empreendedoras da capital piauiense, poder-se-á analisar as mulheres empreendedoras que estão inseridas na base de dados do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Assim, surge o seguinte problema de pesquisa: quem é a mulher empreendedora em Teresina-PI? Para tanto, tem-se como objetivo geral apresentar e discutir as características da mulher empreendedora em Teresina-PI.

**Abordagem metodológica:** realizou-se uma pesquisa qualitativa exploratória com amostra de 20 mulheres empreendedoras que constam na base de dados do SEBRAE-PI; para coleta de dados foi utilizado entrevista com perguntas fechadas para os dados demográficos e os valores, bem como um roteiro sobre a história de vida e os motivos. Utilizou-se análise de conteúdo e estatística descritiva.

**Resultados Alcançados:** a mulher empreendedora de Teresina-PI da amostra possui faixa etária elevada, predominantemente casada, proveniente de família grande e de baixa renda, e empreendeu por necessidade. Tem como valores instrumentais - honesta, corajosa, responsável, animada, amorosa e prestativa e valores terminais - segurança familiar, amizade verdadeira, autorrespeito, sabedoria, felicidade, igualdade, salvação, um mundo de paz e uma vida confortável. O motivo identificado foi afiliação. A empreendedora não teve preparo para o negócio, porém possui a vontade de expansão do negócio.

**Contribuição:** este trabalho fomenta discussões sobre as características do perfil da mulher empreendedora. De forma prática, poderá contribuir para que entidades de apoio e fomento, considerando o perfil encontrado, reforcem seus programas de ação. Ainda, a discussão com as empreendedoras sobre seu próprio perfil servirá para o auto aperfeiçoamento. Além disso, este estudo auxiliará na comparação dos resultados obtidos sobre a mulher empreendedora da cidade de Teresina-PI com outras regiões do país.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo. Mulher empreendedora. Perfil. História de vida.

## **STRUCTURED ABSTRACT**

**Research Purpose:** the studies on women entrepreneurs and the relationships among professional independence, financial and social visibility have been intensified in recent years. Therefore, the present search approaches entrepreneurship from the female perspective in order to determine the entrepreneurial profile of women who have their own businesses.

**Research Question and Objective:** this study is based on the experience of female entrepreneurs in capital of Piauí included in database of the Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE), to understand and examine their profile. Thus, the research problem is: who is the woman entrepreneur in Teresina-PI? Therefore, this study's main objective is to present and discuss the enterprising women's characteristics in Teresina-PI.

**Methodological approach:** A qualitative research and exploratory study was carried out among a sample of 20 female entrepreneurs participants included into SEBRAE-PI database; the interviews used both closed-ended questions to identify demographic data and values and open-ended questions to assess, life story and motives. Content analysis and descriptive statistics were used to describe the collected information.

**Achieved Results:** the entrepreneur woman in Teresina-PI is mature, predominantly married, come from large and low income families and initiated the business by necessity. They have instrumental values, such as - honesty, courageous, responsibility, lively, loving and helpful - and terminal values - family security, true friendship, self-respect, wisdom, happiness, equality, salvation, a world of peace and a comfortable life. The mean motive identified was affiliation. The entrepreneurs were not ready for the businesses, but they have the desire to expand their businesses.

**Contribution:** this research foments discussions about the characteristics of entrepreneurial woman. In a practical way, using the characteristics of the found profiles, entities will able to adapt and reinforce their developmental action programs. Still, for the women, the discussion on their profile will contribute for self-improvement. In addition, this study on the entrepreneurial woman of the city of Teresina-PI will contribute to future studies in order to provide a clear profile os the women entrepreneus in all Brazilian's other regions.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneurial woman. Profile. Life story script.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Caracterização do Indivíduo.....	32
-----------	----------------------------------	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Faixa Etária das Participantes.....	83
Gráfico 2. Estado Civil.....	84
Gráfico 3. Escolaridade.....	84
Gráfico 4. Número de Dependentes.....	85
Gráfico 5. Tempo de Atuação no Negócio.....	86
Gráfico 6. Formação Específica em Negócio.....	86
Gráfico 7. Forma de Abertura do Negócio.....	87

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1.	Análise dos conceitos de empreendedor.....	20
Quadro 2.	Conceito de Valor.....	34
Quadro 3.	Inventário de Valores de Rokeach (Rokeach Value Survey).....	41
Quadro 4.	Motivos das características das pessoas.....	45
Quadro 5.	Conceitos de História de Vida.....	47
Quadro 6.	Resultados da pesquisa de artigos nas bases de dados.....	51
Quadro 7.	Resumo dos dados encontrados nos artigos pesquisados.....	52
Quadro 8.	Quadro geral de informações de Teresina-PI.....	65
Quadro 9.	Quantidade de mulheres em Teresina-PI.....	66
Quadro 10.	Estatísticas do Cadastro Central de Empresas.....	67
Quadro 11.	Sistema Nacional de Informação de Gênero - Uma análise dos resultados do Censo Demográfico - 2010.....	67
Quadro 12.	Questionário de Pesquisa - Perfil demográfico.....	73
Quadro 13.	Inventário de Valores de Rokeach.....	74
Quadro 14.	Questões sobre história de vida.....	75
Quadro 15.	Perfil individual de cada participante.....	80

## LISTA DE TABELA

Tabela 1.	Hierarquia de Valores Instrumentais das Entrevistadas.....	88
Tabela 2.	Hierarquia de Valores Terminais das Entrevistadas.....	90
Tabela 3.	Categoria Família e fatos relevantes.....	93
Tabela 4.	Categoria Experiências de trabalho.....	95
Tabela 5.	Categoria Razões para empreender.....	96
Tabela 6.	Categoria Percepção do negócio relacionado às facilidades.....	97
Tabela 7.	Categoria Percepção do negócio relacionado às dificuldades.....	98
Tabela 8.	Categoria Preparação para o negócio.....	99
Tabela 9.	Categoria Expectativas no negócio.....	100
Tabela 10.	Categoria Ser mulher e abrir um negócio.....	101
Tabela 11.	Categoria O que é sucesso?.....	102
Tabela 12.	Unidade de Registro dos Motivos.....	104
Tabela 13.	Categoria Motivo.....	104
Tabela 14.	Análise dos Motivos.....	106
Tabela 15.	Comparativo de resultado encontrado na presente pesquisa e artigos encontrados.....	109

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

GEM	Global Entrepreneurship Motor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade
PEA	População Economicamente Ativa
OIT	Organização Internacional Do Trabalho
ONU	Organização das Nações Unidas
RVS	Rokeach Valeu Survey
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>6</b>
1.1.1	Objetivo geral.....	6
1.1.2	Objetivos específicos.....	6
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1</b>	<b>Evolução do conceito de empreendedorismo.....</b>	<b>8</b>
<b>2.2</b>	<b>Histórico do empreendedorismo no Brasil.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3</b>	<b>Conceito de empreendedor.....</b>	<b>20</b>
<b>2.4</b>	<b>Gênero e equidade – a mulher na sociedade.....</b>	<b>22</b>
<b>2.5</b>	<b>Mulher no mercado de trabalho.....</b>	<b>27</b>
<b>2.6</b>	<b>Perfil individual.....</b>	<b>31</b>
2.6.1	Perfil demográfico.....	32
2.6.2	Valores pessoais.....	33
2.6.3	Motivos.....	45
<b>2.7</b>	<b>História de Vida.....</b>	<b>47</b>
<b>2.8</b>	<b>Perfil da mulher empreendedora no Brasil.....</b>	<b>49</b>
<b>3</b>	<b>UMA VISÃO DA CIDADE DE TERESINA-PI.....</b>	<b>61</b>
<b>4</b>	<b>MÉTODO.....</b>	<b>71</b>
<b>4.1</b>	<b>Estratégia da pesquisa.....</b>	<b>71</b>
<b>4.2</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>71</b>
4.2.1	Objetivo geral.....	71
4.2.2	Objetivos específicos.....	71
<b>4.3</b>	<b>População e Amostra.....</b>	<b>72</b>
<b>4.4</b>	<b>Instrumentos de coleta.....</b>	<b>72</b>
<b>4.5</b>	<b>Coleta de dados.....</b>	<b>76</b>
<b>4.6</b>	<b>Análise de dados.....</b>	<b>78</b>
<b>4.7</b>	<b>Confiabilidade e Validade dos Dados.....</b>	<b>81</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>83</b>
<b>5.1</b>	<b>Perfil demográfico da amostra.....</b>	<b>83</b>
<b>5.2</b>	<b>Valores.....</b>	<b>88</b>



<b>5.3</b>	<b>História de vida.....</b>	<b>92</b>
5.3.1	Família e fatos relevantes.....	92
5.3.2	Experiências de trabalho.....	94
5.3.3	Razões para empreender.....	95
5.3.4	Percepção do negócio.....	97
5.3.5	Preparação para abrir um negócio.....	99
5.3.6	Expectativas no negócio.....	100
5.3.7	Ser mulher e abrir um negócio.....	101
5.3.8	O que é sucesso?.....	102
<b>5.4</b>	<b>Motivos.....</b>	<b>103</b>
<b>5.5</b>	<b>Características da Mulher Empreendedora de Teresina-PI.....</b>	<b>106</b>
<b>5.6</b>	<b>Comparações de resultados desse estudo com outros estudos sobre mulheres empreendedoras no Brasil.....</b>	<b>107</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>114</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>117</b>
	<b>APÊNDICES.....</b>	<b>140</b>
	<b>APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO.....</b>	<b>141</b>
	<b>APÊNDICE B - PERFIL INDIVIDUAL DE CADA PARTICIPANTE.....</b>	<b>143</b>
	<b>APÊNDICE C - CONSOLIDAÇÃO DAS UNIDADES DE REGISTRO E DAS UNIDADES DE CONTEXTO DA HISTÓRIA DE VIDA.....</b>	<b>182</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Na atual conjuntura brasileira, apresenta-se um cenário de crise e queda significativa no número de empregos formais. Isso tem levado várias pessoas a abrirem seu próprio negócio, assim, o volume de empreendedores e, especialmente, do gênero feminino têm crescido nos últimos anos (GEM, 2015).

Nessa conjuntura, o Brasil tem experimentado, nas últimas décadas do século XX, importantes transformações demográficas e sociais, como: declínio da taxa de fecundidade, principalmente nas cidades e nas regiões mais desenvolvidas do país; diminuição no tamanho das famílias; envelhecimento da população brasileira, devido ao controle das taxas de fertilidade e mortalidade; e, o avanço do número de famílias chefiadas por mulheres – tais mudanças tem provocado impacto no trabalho feminino. Além disso, a nova ordem econômica, revelada pela globalização com constantes modificações no ambiente externo e características como a flexibilização e a precarização do mundo do trabalho, propiciam a inclusão das pessoas em outros ramos produtivos em razão da não absorção da mão-de-obra (HIRATA, 2006).

Assim sendo, observa-se que as transformações demográficas e sociais, assim como as mudanças nos padrões culturais e nos valores relativos ao papel social da mulher aumentaram a presença feminina no trabalho fora do ambiente doméstico. Ao mesmo tempo, a expansão da escolaridade e o maior ingresso no ensino superior viabilizaram o acesso das mulheres a novas oportunidades de trabalho (BRUSCHINI; PUPPIN, 2004).

Dentro dessa perspectiva, nota-se que a mulher ampliou o seu espaço na sociedade, conquistando cada vez mais espaços de poder que, outrora, eram dominados pelos homens. A mulher não se contenta mais em ser apenas dona de casa ou ocupar-se da educação dos filhos, dessa forma a participação dela na sociedade se torna cada vez mais importante, prova disso é a dedicação na busca por conhecimento, seja aumentando seu grau de escolaridade, seja atualizando-se no próprio segmento profissional (MELO; CONSIDERA; DI SABBATO, 2007).

Um dos aspectos observáveis no que diz respeito ao aumento da participação da mulher no mercado de trabalho se refere ao empreendedorismo feminino, que ganhou grandes proporções nos países pobres e em desenvolvimento (BULLOUGH; LUQUE;

ABDELZAHER; HEIM, 2015). Nesse ponto, torna-se importante ressaltar que este trabalho se atém ao gênero, de modo a evitar as análises comparativas entre os gêneros.

No que se refere ao empreendedorismo feminino, pode-se compreendê-lo, também, como uma exteriorização dos anseios de independência e valorização, tendo em vista que a mulher, dona do seu próprio negócio, encontra-se no comando de seu destino bem como no de sua família, possibilitando-lhe uma melhoria na qualidade de vida (GOMES, 2004; OLIVEIRA; SOUZA NETO, 2010).

Nesse contexto, a independência profissional, financeira e a visibilidade social são os principais motivos que levam mulheres a empreender em Teresina-PI, uma vez que conquistar um lugar de destaque na sociedade e ter em suas mãos a possibilidade de melhorar a vida de sua família, assim como de outras, por meio da geração de emprego e renda, tornou-se algo que desperta o interesse dessas mulheres que superaram adversidades, cotidianamente, entre as quais os limites que a sociedade historicamente as impôs (LIMA, 2011). Dessa forma, o empreendedorismo representa muito mais do que ter uma renda, representa a possibilidade de assumirem os caminhos do seu próprio destino. Ainda que as condições de desigualdades, da múltipla jornada de trabalho, os cuidados com os filhos, com a família e as tarefas domésticas estejam presentes no seu cotidiano, as mulheres compreendem que, como sujeito, elas têm o poder de construir a sua história.

O campo do empreendedorismo torna-se, então, um espaço propício para aquela mulher que está preparada, que tem condições de liderar seu próprio negócio e mudar seu cenário de vida profissional de maneira significativa. Assim, diante de suas habilidades e capacidades distintas, as mulheres veem se destacando no mercado educacional e ganhando espaço no mercado profissional, sobretudo como empreendedoras. Isso tem provocado inúmeras mudanças no âmbito trabalhista, assim como alterações significativas no modo de organização familiar (FLORIANO, 2013).

Há uma necessidade de outras pesquisas científicas dentro dessa temática, como as desenvolvidas por Aldrich (2012), Bruyat e Julien (2000), Murphy, Liao e Welsch (2006), apesar de existirem diversos estudos sobre o empreendedorismo. Desse modo, o presente trabalho trata sobre o empreendedorismo a partir das conquistas das mulheres no mundo dos negócios, de forma a determinar o perfil empreendedor feminino.

Outra motivação para a realização da pesquisa reside no destaque que os órgãos governamentais têm dado à ampliação das atividades de micro e pequenas empresas, com

foco no combate à exclusão social e na expansão da economia brasileira por meio do trabalho de órgãos como o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), que ocupam importante papel na educação corporativa para o novo empreendedor.

Segundo pesquisa realizada em 2005 pelo SEBRAE, o empreendedorismo feminino no Brasil pode ser observado em alguns segmentos de forma destacada, como na indústria de alimentos, no comércio de confecções e na prestação de serviços educacionais. Uma das principais motivações para que a mulher (e não apenas a mulher) construa seu próprio negócio é a busca pela flexibilidade de horários, pela perspectiva de ser dona de sua própria empresa, o que permite conciliar trabalho e família (GOMES; SANTANA, 2004).

Tendo em vista o aspecto social da pesquisa, o presente estudo torna-se relevante porque compreende que o empreendedorismo e as micro e pequenas empresas são componentes primordiais da economia brasileira. A cada ano, conforme dados do SEBRAE (2013), cresce o número de pessoas que investem nessa área. Esses dados revelam que, em dezembro de 2012, existiam 7,1 milhões de empresas registradas pelo regime fiscal diferenciado e adepta as pequenas empresas. Além disso, observa-se que o crescimento foi 26% acima do apurado no ano anterior.

É por meio do empreendedorismo que aparecem novas oportunidades. Entretanto, os investidores iniciam um negócio como meio de modificar sua situação socioeconômica. Destaca-se que, os órgãos governamentais, mesmo com suas ações contínuas, permanentemente avaliadas, promovem aperfeiçoamentos, melhorias e investimentos nas diversas áreas, assim como auxiliam em pesquisas de mercado, essas ações ajudam as mulheres empreendedoras no gerenciamento de seus negócios, especialmente diante dos desafios tecnológicos e sociais, frequentemente renovados.

Nesse sentido, observa-se que os órgãos governamentais precisam de informações atuais para trabalhar com políticas públicas (LAGES, 2005), uma vez que é necessário capacitar e instrumentalizar as mulheres para o empreendedorismo. Isso auxiliará a tomada de decisões e garantirá a autonomia e a motivação dessas mulheres para o trabalho, tornando mais viável a permanência e a concretização da sua efetiva atuação no mercado.

Portanto, o presente estudo justifica-se pela possibilidade de abordar as especificidades da mulher empreendedora, contribuindo, dessa forma, para o desenvolvimento de

conhecimentos em torno do empreendedorismo na perspectiva das mulheres que atuam nos mercados de trabalho brasileiro. Além disso, estudos sobre esse empreendedorismo são importantes, na medida em que estabelecem ferramentas eficazes para apresentar indicadores relevantes, como a atuação feminina a frente de seus negócios.

A emancipação das mulheres se reflete, em parte, pelo espaço conquistado no mercado de trabalho, o que através dos anos têm surpreendido, tendo em vista as condições de inferioridade que foi imposta a elas no decorrer da história. Tal emancipação possibilitou a ruptura de obstáculos, preconceitos, barreiras e convicções sociais, que colocavam os homens como os únicos capazes de ascender na carreira profissional e exercer atividades produtivas com zelo, organização e produtividade.

As mulheres, nas últimas décadas, buscam uma identidade pessoal até no próprio estilo de vida, deixando de viver sob a dependência financeira do pai ou do marido. Assim, as mulheres desejam ser reconhecidas por seus conhecimentos e sua participação efetiva na sociedade, demonstrando grande parte de sua capacidade. O que antes era apenas uma complementação de renda, hoje, é uma busca vocacional (MACHADO, 2002).

Sem dúvida o tema é atual e desperta interesse, pois o objeto dessa pesquisa é um fenômeno em pleno desenvolvimento. Não é de hoje que as mulheres lutam por visibilidade, dignidade e melhores condições de vida, por isso muitas delas reconhecem no empreendedorismo a chave para o sucesso. Diante do exposto, assinala-se que a presente pesquisa não pretende esgotar o tema em estudo, devido a sua complexidade e amplitude. Mas, por meio dos dados coletados e análises feitas nesta pesquisa de campo, esta pesquisa se apresenta como uma base para novos trabalhos acadêmicos, assim como uma fonte para aqueles que se interessarem pelo tema.

Acrescenta-se que esta investigação se torna apropriada pelo fato da temática abordada mostrar-se significativa para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas. Isso é possível porque faz referência a uma realidade pouco pesquisada em empresas desse porte, oferecendo contribuições amplas para desvendar uma conjuntura até então desconhecida, principalmente, em Teresina-PI, local onde a pesquisa foi realizada. Dessa forma, o presente estudo contribui para as novas pesquisas que poderão ser desenvolvidas na capital do Piauí, bem como para investigações que visem realizar análises comparativas com outras regiões do país.

Somado a isso, esta pesquisa tem o interesse de contribuir com estudos futuros a respeito do empreendedorismo de mulheres, revelando dados capazes de compreender seus esforços para terem seus sonhos realizados, sobretudo em relação a independência profissional e financeira. Essas mulheres são empreendedoras criadoras e exercem importante papel no que diz respeito ao crescimento socioeconômico de Teresina-PI (LIMA, 2011).

Segundo Jonathan (2003), os estudos sobre mulheres empreendedoras são realizados, em sua maioria, nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Nessas regiões o empreendedorismo tem uma característica diferente em relação ao restante do país, pois nesses locais as mulheres tiveram o empreendimento como principal projeto de vida e não como uma alternativa para as dificuldades. Além disso, pesquisas realizadas no Sul e Sudeste afirmam que a satisfação pessoal, a autorrealização profissional, e a afirmação da utilidade da mulher no exercício de diversos papéis de forma satisfatória, são as maiores recompensas para elas.

Nesse sentido, nas regiões Sul e Sudeste, as mulheres empreendedoras se identificam com o trabalho que realizam, são felizes com os resultados que obtém e acreditam que o sucesso consiste na realização dos diversos papéis de forma satisfatória, conquistando, dessa forma, o reconhecimento de sua utilidade na sociedade. Assim, as dificuldades e os dilemas são amenizados, pois, as mulheres, ao se sentirem realizadas e demonstrarem que seu potencial vai muito além do que a sociedade um dia esperou delas, superam esses desafios com determinação, garra, e com a certeza de que o resultado é recompensador (JONATHAN, 2003).

Diante do exposto, observa-se que os estudos sobre mulheres empreendedoras focam as regiões Sul e Sudeste do Brasil (JONATHAN, 2001; ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014). Nesse sentido, busca-se estudar e ampliar o escopo no intuito de pesquisar sobre a mulher empreendedora em Teresina-PI, situada na região nordeste e, por sua vez, apresenta diferenças peculiares em relação às regiões supracitadas. Além disso, salienta-se que a escolha da cidade de Teresina-PI, enquanto local de pesquisa, ocorreu por se tratar do lugar de origem do pesquisador, o que viabilizou a execução do estudo.

Em relação aos setores produtivos que definem a base produtiva de Teresina-PI, constata-se que predomina uma intensa presença do setor terciário (comércio e serviços) na atuação de sua população ocupada. A maior presença do setor terciário de Teresina é, em grande parte, consequência da dependência de sua economia do setor público, que colabora expressivamente para a presença intensiva da força de trabalho no processo produtivo e na

formação da massa salarial. Além disso, por ser o principal centro urbano do Estado do Piauí, e um dos maiores da região, Teresina centraliza suas atividades econômicas vinculadas ao comércio e serviços. Em razão dessas características socioeconômicas, Teresina tornou-se um significativo centro de migração, especialmente de famílias de baixa renda que, afligidas por fortes secas, migram do interior do Estado para a capital (LIMA, 2011).

Nessa conjuntura, destaca-se, também, que conforme dados do IBGE (2010) mais da metade da população de Teresina-PI é composta por mulheres. Esse fato viabilizou o desenvolvimento dessa pesquisa, que parte da identificação de mulheres que, por falta de oportunidades e necessidade de garantir sua subsistência e de sua família, buscam abrir o próprio negócio. Além disso, sabe-se que as principais atividades econômicas da cidade estão ligadas ao comércio e serviços, isso demonstra que Teresina é uma cidade de poucas opções de emprego, o que gera um aumento crescente de empreendimentos, dado que o crescimento da cidade está gerenciando um menor quantitativo de empregos formais. Diante disso, as mulheres tem buscado algum tipo de autonomia, como a abertura do seu próprio negócio, o que tem se mostrado uma opção relevante (LIMA, 2011).

Portanto, a partir da experiência de empreendedoras da capital piauiense, poder-se-á entender melhor o contexto em que as mulheres empreendedoras estão inseridas, verificando os pontos positivos do fomento do empreendedorismo feminino e as vantagens de se investir em mais conhecimentos para as mulheres dessa região. Assim, surge o seguinte problema de pesquisa: quem é a mulher empreendedora em Teresina-PI?

## **1.1 Objetivos**

Diante do problema de pesquisa exposto na seção anterior, o presente estudo tem os seguintes objetivos:

### **1.1.1 Objetivo geral**

Apresentar e discutir as características da mulher empreendedora em Teresina-PI.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

Identificar o perfil demográfico, os valores, os motivos e a história de vida de mulheres empreendedoras em Teresina-PI;

Comparar a mulher empreendedora de Teresina-PI com a mulher empreendedora de outras regiões.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo está dividido em oito seções e foi construído de acordo com os fundamentos teóricos encontrados na literatura. As três primeiras seções apresentam uma breve evolução do conceito de empreendedorismo, o contexto do empreendedorismo no Brasil e o conceito do termo empreendedor, respectivamente. Em seguida, a quarta e quinta seções expõem sobre gênero e equidade – a mulher na sociedade e a presença da mulher no mercado de trabalho. Enquanto a sexta e sétima seções discorrem sobre o perfil e a história de vida. Por fim, a última seção apresenta o perfil empreendedor da mulher.

### 2.1 Evolução do conceito de empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo passou por uma longa evolução no decorrer da história. Apesar de muitos pesquisadores terem definido o termo empreendedorismo, eles não entraram em consenso sobre essa definição. Em termos etimológicos, a palavra empreendedorismo se origina das formas verbais latinas *imprehendo* ou *impraendo*, com a acepção de “tentar executar uma tarefa” (GOMES, 2010, p. 66). Dessa forma, observa-se, conforme Gomes (2010), que a entrada desse termo na língua portuguesa ocorreu diretamente do latim, e não do termo francês *entrepreneur*, como tem sido equivocadamente divulgado.

O interesse pelo estudo do empreendedorismo é reconhecido em função do alto número de publicações científicas (ALDRICH, 2012; BRUYAT; JULIEN, 2000; MURPHY; LIAO; WELSCH, 2006), mas ainda há uma necessidade de melhor entendimento científico desse tema. Davidsson (2004) afirma que a pesquisa sobre o empreendedorismo está direcionada especialmente às mudanças dos novos mercados e não apenas na origem de novas empresas.

Numa análise da evolução histórica sobre empreendedorismo, observa-se que os pesquisadores Richard Cantillon e Jean Baptiste Say foram os primeiros a discorrerem sobre o tema. O primeiro teve sua obra publicada em 1755, momento em que se afirmava que o empreendedorismo era caracterizado pela compra de matéria prima por um preço pré-estabelecido, seguido do processamento e revenda dos produtos gerados a partir da matéria prima adquirida por um preço determinado, alcançando, além do lucro previsto, um lucro inesperado. Já o segundo autor, analisava que o desenvolvimento econômico era resultante da concepção de novos empreendimentos. Os dois autores relacionavam o empreendedorismo às

ideias de lucro e o risco proveniente do negócio (FILION, 1999).

Novas abordagens, no campo do empreendedorismo, foram apresentadas por Weber (1930) e McClelland (1961), que passaram a relacionar ao empreendedor a figura do indivíduo. Weber esboçou uma nova característica de personalidade produzida pela reforma protestante, que lançou um espírito mais forte na atitude de empreendedores e trabalhadores, que transformou o desenvolvimento da indústria moderna capitalista. Este autor explicou a relação entre a ação empreendedora no capitalismo e o preceito de crenças e valores das sociedades. McClelland agregou o empreendedorismo à necessidade de realização, no qual principiou a atividade de identificação das características de um empreendedor (MCCLELLAND, 1961).

Schumpeter (1934) produziu a teoria da “destruição criativa”, que integrou o empreendedorismo à inovação. Entretanto, o empreendedorismo não é definido unicamente por inovações e criação de conceitos, mas também iniciativa de unir conhecimento, talentos, recursos e ideias em prol da criação, inovação ou renovação de artifício dentro ou fora de uma ordem pré-existente.

Arthur Cole, em 1948, fundou um centro de pesquisa sobre empreendedorismo em parceria com a Universidade de Harvard, nos Estados Unidos da América, onde difundiu a necessidade e fomentou a realização de pesquisas nessas áreas (HORNADAY; BUNKER, 1970, apud FILION, 1999).

No decurso de 1980, ocorreu a ampliação das pesquisas sobre o empreendedorismo para outros campos do conhecimento. Os pesquisadores expandiram a pesquisa que observava o perfil empreendedor para a atividade empreendedora, compreendendo os fatores de sucesso/insucesso de novos empreendimentos e a gestão de empreendimentos. Naquele momento aconteceu a criação da Conferência de Babson, dedicada à pesquisa sobre empreendedorismo (FILION, 2000).

Carland et al. (1998) afirmam que o empreendedorismo é consequência tangível ou intangível de uma pessoa com habilidades criativas, sendo considerado sob os mais diferentes aspectos de oportunidades, capacidades individuais e experiências de vida, em que está presente a variável risco na vida e na carreira do empreendedor. Para Filion (1999), a percepção sobre o futuro de seus negócios é o fator fundamental de sucesso de empreendedores bem-sucedidos. Seus estudos sobre o empreendedorismo tiveram as

seguintes contribuições: ensino do empreendedorismo, taxonomia do empreendedorismo e sistemas gerenciais de empreendedores.

Destaca-se que o conceito elaborado por Shane e Venkataraman (2000) tem um alto índice de aceitação e é considerado um dos mais completos e atuais (BARON; SHANE, 2007; CASSIS; MINOGLU, 2005; DAVIDSSON, 2004; HARMELING, 2011; LANDSTRÖM; HARIRCHI; ASTRÖM, 2012; SHANE, 2012; VAGHELY; JULIEN, 2010). Para Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo é descrito como um campo de pesquisa, que envolve o estudo das fontes de oportunidades, a intenção de criar algo novo (novos mercados, novas formas de organizar as técnicas existentes, novos produtos ou serviços), o processo de descoberta, a avaliação e exploração, bem como o grupo de indivíduos que as descobrem. Estes indivíduos avaliam e exploram essas coisas novas, empregando outros meios e, dessa forma, produzem diversos efeitos (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Baron e Shane (2007) compreende o empreendedorismo como uma atividade executada por indivíduos específicos, abrangendo atuações chaves, como a identificação de uma oportunidade que pode ser importante no sentido prático, capaz de produzir lucro sustentável, e o desenvolvimento real de uma oportunidade assim como as atividades ligadas a exploração. Já para Gimenez, Ferreira e Ramos (2008), o empreendedorismo é uma ação humana, ou seja, um acontecimento que depende de relações entre pessoas e envolve a articulação de recursos de diferentes tipos e viabilização.

Para Landström, Harirchi e Aström (2012), o campo de pesquisa sobre o empreendedorismo tem crescido, fornecendo informações mais sistematizadas, integradas e ancoradas num conjunto de bases intelectuais, que são fundamentais para a constituição de uma base conceitual. Entretanto, existe uma falta de convergência sobre o que exatamente se estabelece como empreendedorismo, uma vez que se observa alguns sinais de diferenciação e fragmentação. Assim, torna-se relevante observar os estudos anteriores de forma mais sistemática, ponderando o que foi adquirido, e buscando identificar as principais contribuições dessas discussões para o empreendedorismo, a fim de estabelecer uma base para o futuro.

Nesse sentido, Shane (2012) assinala que o empreendedorismo, enquanto campo de pesquisa, torna-se complexo porque foi construído a partir de diversas teorias e suposições distintas, por esse motivo não existem fenômenos que o empreendedorismo explique ou preveja de forma exclusiva. Assim, mesmo com a ampliação dos estudos relacionados ao empreendedorismo, e com a definição apresentada por Shane e Venkataraman (2000), torna-

se evidente a necessidade da continuidade das pesquisas, direcionando-as para o tema empreendedorismo (SHANE, 2012).

No campo das organizações, o empreendedorismo está ocupando um ponto central na literatura (ZAHRA, 1993), que o sugere como meio a ser desenvolvido pelas organizações existentes e, desse modo, alcançar progresso e renovação, na forma do empreendedorismo corporativo (GUTH; GINSBERG, 1990), este pode ser percebido como flexibilização das amarras organizacionais e como processo de emancipação, pelo qual os indivíduos passam a ter liberdade para criar (BARLACH; MALVEZZI, 2012).

A pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) aborda o conceito de empreendedorismo, definindo-o como um escopo capaz de captar toda e qualquer atividade que tenha uma característica de esforço autônomo, que envolva a criação de uma base de recursos. Dessa forma, pode-se verificar em que medida determinada população é ou não empreendedora. Conforme o modelo GEM, empreendedorismo é:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas. (GEM, 2013, p. 116).

Portanto, empreendedorismo é um fenômeno complexo que abrange uma variedade de contextos. Como analisado, os diversos conceitos utilizados na literatura sobre o tema refletem essa complexidade, não havendo um consenso de como caracterizar o empreendedorismo. Esse fato tem impossibilitado o progresso no sentido da construção e testagem de uma teoria geral de empreendedorismo (LUMPKIN; DESS, 1996). Para Ireland et al. (2005), o empreendedorismo é um campo caracterizado por pesquisas que buscam, a partir de perspectivas diferentes, desenvolver uma teoria com concepções distintas, o que culmina com o baixo desenvolvimento paradigmático. Isso ocorre porque os pesquisadores têm desenvolvido estudos, continuamente, a fim de avaliar seus progressos e *status* num campo autônomo de estudos (PHAN, 2004).

É nítido que ao longo do tempo, vários pesquisadores têm estudado e definido o empreendedorismo sob distintas abordagens. Via de regra, grande parte dos conceitos de empreendedorismo remetem à inovação e a oportunidades. A partir dos conceitos estudados sobre o tema, define-se o empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, transformam ideias em oportunidades, com a implementação destas tem-se

a criação de negócios de sucesso, adotando-se assim o conceito defendido por Shane e Venkataraman (2000).

Empreendedorismo é, além de tudo, responsabilidade, pois o sucesso ou fracasso da empresa envolve mais que a própria vida do empreendedor ou de sua família. O reflexo de ser um bom ou mau empreendedor é maior porque geralmente envolve os funcionários, a comunidade, e a região em que a empresa se encontra.

Após a exposição conceitual sobre empreendedorismo, discorre-se sobre as abordagens históricas do empreendedorismo no Brasil, tais abordagens serão apresentadas no tópico seguinte.

## **2.2 Histórico do empreendedorismo no Brasil**

O histórico do empreendedorismo no Brasil pode ser apresentado a partir de várias perspectivas, como: a evolução histórica, as entidades que auxiliaram nesse processo e os métodos de desenvolvimento do empreendedor.

O termo empreendedorismo, no campo acadêmico, passou a ser utilizado de forma considerável nos últimos vinte anos. No Brasil, especificamente, esse termo obteve maior importância, somente, a partir da década de 1990 (PELOGIO et al., 2011). Nesse período, o país enfrentou uma intensa crise econômica que teve como consequência a demissão em massa e o fechamento de diversas empresas. Em contrapartida, nesse momento histórico, as pessoas tornaram-se empreendedoras, por causa da falta de oportunidades no mercado de trabalho, dessa forma, coube a elas mesmas desenvolverem a economia e criar sua própria fonte de renda (LAGES, 2005). Ressalta-se que a discussão sobre empreendedorismo no Brasil é recente, caso seja comparado ao histórico do empreendedorismo no mundo.

Fatores como tendências de flexibilização do mercado de trabalho, busca de alternativas por melhores condições de vida, padrões tecnológicos exigentes de menor densidade de capital e escala, são apontados como motivos que esclarecem o crescimento da presença do empreendedorismo (GEM, 2013). Apesar desses fatores terem influenciado o início do empreendedorismo no Brasil, suas atividades se desencadearam de forma tímida e desacreditada. Atualmente, isso é visto de forma diferente e reconhece-se o valor de um empreendedor e a sua importância para o desenvolvimento do país. Diante do destaque das micro e pequenas empresas no cenário econômico brasileiro, difundiu-se diversas políticas

públicas com o intuito de promover o empreendedorismo. Assim, aumentou-se o incentivo para abertura do próprio negócio.

Segundo Barros e Pereira (2008), o empreendedorismo, no Brasil, desencadeou-se de forma heterogênea em relação à natureza de suas motivações, ocorrendo de forma diferente nas regiões do país. Nessa perspectiva, o empreendedor contribui para o crescimento econômico, essencialmente, pela inovação que insere nos setores em que atua, bem como pelo aumento da concorrência no mercado. Isso porque a inovação de produtos e de processos de produção está no centro da competitividade de uma nação.

A maioria das empresas criadas na década de 90 e existentes até 2008, com rentabilidade e destaque no cenário econômico nacional. Isso demonstra que por mais que o empreendedorismo no Brasil tenha iniciado por necessidade, passada a crise ele se tornou um empreendedorismo por oportunidade. Se não fosse a coragem desses empreendedores de se arriscar e criar seu próprio negócio, provavelmente, o Brasil teria demorado mais tempo para sair da crise econômica. É inegável o impacto que a criação de uma empresa causa em determinada região, pois além de trazer esperança, gera emprego e renda (BARROS; PEREIRA, 2008).

Na perspectiva da evolução histórica do empreendedorismo no Brasil, destaca-se a criação de entidades que auxiliaram na prática do empreendedorismo. Em 1999, foi criado pelo Governo Federal, o Programa Brasil Empreendedor. Este tinha o objetivo de fortalecer as micros, pequenas e médias empresas por meio de instrumentos sustentáveis. Por sua vez, esse programa conta com a participação do SEBRAE e a reunião de vários órgãos governamentais. O funcionamento desse programa ocorre a partir de três pilares essenciais: fornecimento de crédito, capacitação do empreendedor e assessoria empresarial. Além do Programa Brasil Empreendedor, o SEBRAE gerencia o programa do Empretec e do Jovem Empreendedor. Estes dois programas são responsáveis pela capacitação de milhares de pessoas, são programas que possuem muita procura e ótima avaliação, com o enorme crescimento das incubadoras de empresas, dentre outros (SEBRAE, 2016).

O Empretec utiliza-se de uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU), sendo promovido em cerca de 34 países. Este programa tem como objetivo desenvolver características de comportamento empreendedor e identificar novas oportunidades de negócios. No Brasil, o Empretec é realizado unicamente pelo SEBRAE, esse programa já capacitou cerca de 190 mil pessoas, em 8.400 turmas (SEBRAE, 2013). Entretanto, é

perceptível que o país ainda necessita de políticas públicas duradouras com a finalidade de apoiar o empreendedorismo como alternativa ao desemprego, assim como as entidades não governamentais e a iniciativa privada fazem atualmente.

Além do SEBRAE, existem outros órgãos de apoio que auxiliam o empreendedor na estruturação e manutenção de seu negócio como o SENAC e o SENAI. Esses órgãos de apoio ao empreendedorismo auxiliam o empreendedor em sua missão. Segundo Hisrich e Peters (2004), tais órgãos instituem uma orientação para o empreendedor na condução de seu empreendimento, dessa maneira se torna possível minimizar ameaças que porventura existam. Entretanto, ressalta-se que o SEBRAE é um dos mais importantes órgãos que auxiliam o empreendedorismo no país, preenchendo a lacuna da falta de conhecimento de muitos futuros empresários.

Destaca-se que o SEBRAE, o SENAC e o SENAI ocupam importante papel na educação continuada para o novo empreendedor. Há uma infinidade de cursos de formação teórico-práticos que auxiliam os profissionais no gerenciamento consciente para o desenvolvimento desses negócios.

A partir dessa percepção, observa-se que em 2015, 14,1% dos empreendedores procuraram algum órgão de apoio, público ou privado. Entre esses empreendedores, 66,2% buscaram o SEBRAE. A grande maioria (85,9%) não recorreu a qualquer órgão de apoio, mesmo esse apoio estando disponível de forma gratuita em diversos canais de atendimento, seja presencial, por telefone ou por *chat online*, como é o caso do SEBRAE. O SENAC (13,9%) e o SENAI (13,8%) são órgãos também requisitados pelos empreendedores, tanto como fonte de conhecimento quanto como fonte de capacitação (GEM, 2015).

Diante dessa realidade percebe-se que a maior parte dos empreendedores brasileiros, via de regra, inicia e desenvolve seu negócio de forma instintiva, sem buscar muito conhecimento ou especialização no ramo ao qual se dedica, nem tampouco consegue explorar todas as possibilidades de apoio que seriam viáveis no sentido de aumentar as suas chances de progresso. Nessa esteira, há um crescimento do empreendedorismo por necessidade, no qual os empreendedores iniciam o seu negócio sem planejamento ou visão de médio e longo prazo, o que resulta na oferta de produtos e serviços de baixo valor agregado e pouca inovação. A maior parte desses empreendimentos não chegam sequer a se formalizar e são colocados em segundo plano, por serem encarados apenas como uma forma alternativa ou de complementação da renda obtida através do emprego formal.

Retornando à perspectiva da evolução histórica do empreendedorismo no Brasil, observa-se nos apontamentos apresentados por Filion (2000), que a cultura do brasileiro é a do empreendedor por necessidade, que está em toda parte. Ele só precisa de estímulo para que brote, floresça e dê seus frutos. Para o autor, o Brasil possui um grande potencial empreendedor. Entretanto, para isso precisa superar diversos obstáculos. Ainda há muito a ser feito, no campo das políticas governamentais e da educação empreendedora, para que o Brasil possa aproveitar todo o seu potencial empreendedor.

Dentro da abordagem da evolução histórica do empreendedorismo no Brasil, destaca-se a pesquisa GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), que é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). O Brasil participa desse esforço desde 2000. Posteriormente, em 2011, a Fundação Getúlio Vargas tornou-se parceiro acadêmico do projeto através do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios. Por meio desse estudo são analisados os indicadores que medem as atividades, atitudes, condições e aspirações dos empreendedores, fornecendo informações e as dimensões da influência do empreendedorismo nas nações (ACS; DESAI; HESSELS, 2008). Apresentam-se, a seguir, alguns dados importantes sobre o contexto do empreendedorismo no Brasil, divulgados por essa pesquisa.

Observou-se nos últimos anos, especialmente entre 2014 e 2015, uma mudança significativa no cenário da economia brasileira. As elevadas taxas de crescimento da economia brasileira, verificadas a partir dos anos de 2003 até 2008, perderam seu ímpeto a partir de 2009. Em 2014, tornou-se cada vez mais evidente uma desaceleração econômica em decorrência de outros fatores, como, a crise dos mercados internacionais, queda do preço das *commodities*, as inflexões da política econômica e, mais recentemente, da crise política. Durante o período de prosperidade, a expansão do emprego, o acesso ao crédito e as políticas de distribuição de renda expandiram o mercado interno, estimularam a atividade empreendedora e ampliaram as oportunidades de negócios nas mais diversas áreas. No entanto, a desaceleração recente da economia brasileira tem feito o mercado interno recuar, assim, as condições atuais são menos favoráveis ao empreendedorismo por oportunidade (GEM, 2015).

Uma das características marcantes do empreendedorismo brasileiro é a igualdade de gênero. No Brasil, homens (21,7%) e mulheres (20,3%) são igualmente ativos quanto às taxas



específicas de empreendedorismo inicial. Nesse sentido, programas de incentivo ao empreendedorismo feminino como, por exemplo, o Programa 10.000 Mulheres, da Goldman Sachs, oferecido no Brasil em parceria com a EAESP – FGV/SP, dentre outros, são estratégicos para promoção de condições favoráveis ao incentivo do empreendedorismo feminino no país (GEM, 2015).

Lima et al. (2014), revelam que o jovem brasileiro tem cada vez mais escolhido o empreendedorismo como alternativa real de carreira, pelo desejo de ter o seu próprio negócio, ser o seu próprio patrão, fazer o que gosta, e ter liberdade de horário de trabalho, assim como obter rendimentos superiores aos oferecidos no mercado de trabalho convencional. Dessa forma, é visível que há no país um crescente interesse dos jovens pelo empreendedorismo.

É destaque na pesquisa GEM (2015), que entre os empreendedores iniciais a proporção de homens e mulheres é praticamente a mesma, 51% e 49%, respectivamente. Entre os empreendedores estabelecidos, os homens estão em uma proporção maior que as mulheres, 56% e 44%, respectivamente. Em 2002, 57,6% dos empreendedores iniciais eram homens e 42,4%, mulheres. Entretanto, desde 2010, esses percentuais são muito semelhantes, indicando uma maior participação das mulheres no total de empreendedores iniciais. O papel representativo da mulher no contexto empreendedor é uma decorrência do aumento da participação da mulher no mercado de trabalho. As mulheres têm apresentado maior nível de escolaridade em relação aos homens e vêm assumindo gradativamente a função de principal provedora da renda familiar.

O principal setor de atividade dos empreendimentos brasileiros, em 2015, foi o de serviços orientados para o consumidor final, no qual atuam 50,8% dos empreendedores iniciais e 62,5% dos empreendedores estabelecidos. Esse setor é exercido por atividades como o comércio varejista, bebidas, cabeleireiros e serviços de alimentação. Serviços dessa natureza demandam, em geral, escala, investimentos iniciais e menores requisitos técnicos, portanto, tendem a exibir também níveis relativamente baixos de produtividade, além de mercados com pequenos obstáculos de entrada. Em relação aos serviços orientados para o negócio, a pesquisa GEM (2015) aponta que os percentuais são pouco expressivos, 5,8% e 5,9%, respectivamente. No caso das mulheres, as três principais atividades econômicas respondem por 40,2% do total: serviços domésticos (17,7%), cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza (13,9%), e comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (8,6%).

Observa-se que, no Brasil, os empreendedores iniciais e estabelecidos concentram-se em atividades econômicas similares, à exemplo de serviços domésticos, cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios, comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal e serviços de *catering*, *buffet* e outros serviços de comida preparada.

Esses resultados da pesquisa GEM, geralmente, apontam que, no Brasil, os empreendimentos iniciais e estabelecidos se reúnem em atividade de baixa capacidade tecnológica, com pequenas dificuldades de entrada, direcionadas para prestação de serviços ao consumidor ou para o mercado interno. Ressalta-se que, no Brasil, dentre os empreendedores que não possuem apoio, prevalecem os empreendedores com escolaridade média incompleta, e rendimentos na faixa inferior a três salários mínimos (GEM, 2015).

Quando se trata de inovação, na perspectiva da evolução histórica do empreendedorismo no Brasil, observa-se, nos estudos de Ferreira e Aligleri (2013), que as pequenas empresas representam importante papel na produção da inovação. Isso contraria a ideia predominante na maior parte do século XX, quando as grandes corporações representaram os principais agentes de inovação. Segundo os autores, por serem mais sensíveis às mudanças e possuírem maior número de concorrentes, as pequenas empresas tendem a arriscar mais e a lidar melhor com as incertezas, contribuindo, assim, para a produção da inovação.

Por outro lado, os pesquisadores Mizumoto et al. (2010) evidenciam que empresas mais jovens e menores têm, normalmente, maior risco de fechamento do que empresas maiores, uma vez que estas já estão estabelecidas em seu setor. Entre os principais obstáculos enfrentados pelas empresas brasileiras nos anos iniciais estão a falta de experiência em lidar com clientes, ausência de conhecimento e experiência para resolver questões técnicas sobre produtos e/ou serviços que oferecem, bem como desconhecimento de especificidades regulatórias de seu setor. Assim,

[...] o aumento da globalização levou as grandes empresas brasileiras a buscarem alternativas para manterem-se competitivas no mercado. Uma das consequências adversas da falta de competitividade brasileira foi o aumento do índice de desemprego. Sem alternativas, os ex-funcionários das empresas começaram a criar novos negócios, às vezes mesmo sem experiência, utilizando-se de recursos próprios poupados ao longo de anos. Destaca-se que muitos ficam na economia informal motivados pela falta de crédito, burocracia e excesso de impostos. (FERREIRA; ALIGLERI, 2013, p. 04).

Na evolução histórica do empreendedorismo no Brasil, o objetivo da maioria dos empreendimentos consiste em atender necessidades do consumidor final. Os empreendedores, quando iniciam um novo negócio, são, em geral, negligentes no tocante à gestão administrativa do empreendimento. Esses empreendedores acabam por realizar uma gestão direcionada ao curto prazo, sem se preocupar em demonstrar estratégias para a sustentabilidade em longo prazo, dessa forma, eles resolvem somente os problemas vividos no dia a dia da empresa. Outro fato comum, que ocorre nos empreendimentos iniciais, refere-se ao fato dos empreendedores acreditarem que podem executar todas as funções organizacionais sem ajuda nenhuma (FERREIRA; ALIGLERI, 2013).

A sobrevivência das empresas é analisada pela linha teórica da ecologia das organizações. Mizumoto et al. (2010) afirmam que é importante ressaltar três variáveis que indicam a probabilidade de os negócios permanecerem em seus mercados. Dentre eles, ressaltam o Capital Humano, o Capital Social e as Práticas Gerenciais.

O Capital Humano de um indivíduo é composto pelo investimento em aprimorar suas capacidades produtivas e, dessa forma, construir conhecimento, seja por meio dos treinamentos realizados seja pelo grau de escolaridade atingido. Quanto maior for o nível de experiência, de treinamento e de escolaridade, adquiridos pelo empreendedor, maior será a probabilidade de conservação de seu empreendimento. Observa-se que, no caso dos empreendedores que são donos do seu próprio negócio e gestores, tem-se domínio das características do negócio, das condições comerciais e de técnicas para realização de suas atividades da melhor maneira possível.

O indivíduo sofre grande influência do ambiente social em que está inserido, e isso pode levá-lo a empreender. Desse modo, no Brasil, o Capital Social é formado pelos recursos que podem ser obtidos pela rede de contatos criada por um indivíduo.

Em relação às Práticas Gerenciais, grande parte da literatura acadêmica foi produzida com o objetivo de cientificar a importância das práticas gerenciais para a sobrevivência de uma empresa. Essas práticas, geralmente, são atitudes adotadas após a criação do negócio, possibilitando ao empreendedor o aumento da eficiência de seus processos comerciais e produtivos, gerando, dessa forma, eficácia nas ações de sua organização. Uma das principais perspectivas de uma boa gestão é a permanente procura de informações sobre o ambiente e o negócio. Isso sem dúvida auxilia o empreendedor na antecipação dos riscos e ameaças ambientais e na identificação de oportunidades. Assim, as práticas gerenciais escolhidas pelos

empreendedores são decisivas, uma vez que possibilitam alocar e combinar os recursos livres para o novo empreendimento, respondendo às pressões competitivas.

Machado e Gimenez (2000) afirmam que expressivas mudanças vêm acontecendo nas sociedades, tanto ocidental quanto oriental. Isso contempla uma nova forma social, na qual a diversidade é um componente presente. A imagem do empreendedor como aquela desempenhada por um homem de meia idade surge na contemporaneidade em formas mais diferenciadas, variando conforme o gênero, idade e forma de sociedade.

No que se refere à expressão diversidade, a literatura aponta uma ampla explicação, que na maior parte dos casos evidencia etnia, gênero e raça, exprimindo, dessa forma, uma afiliação dos indivíduos a grupos com denotações culturais diversificadas. Machado e Gimenez (2000) expõem que as novas formas na demografia empreendedora do Brasil são representações de mudanças que vão além do campo de estudo do empreendedorismo, pois se instituem de transformações sociais e, como tal, são frequentemente produzidas através de resistências. Nesse contexto, lança-se a necessidade de estudar e investigar sobre o papel social e as dificuldades relacionadas ao crescimento do grupo de mulheres empreendedoras no Brasil.

No Brasil, o interesse pelo empreendedorismo não se restringe apenas ao meio empresarial, mas também ao âmbito político e acadêmico. Cada vez mais o debate sobre esse tema tem sido colocado como pauta, sendo um processo com plena capacidade de mobilizar a economia, influenciado por uma série de transformações vivenciadas em maior ou menor medida, como, por exemplo, o aprofundamento do processo de globalização, a redução das vagas de emprego formal, o aumento da pobreza, a tendência ao neoliberalismo estatal, políticas elaboradas com o escopo de incentivar a criação de micro e pequenas empresas, necessidade de capital humano, dentre outros aspectos (MACHADO; GIMENEZ, 2000).

A temática é vasta e não se esgota, embora haja um grande número de pesquisas sendo realizadas, tais pesquisas propiciam informações de toda ordem e grandeza, sendo publicadas em diversas revistas periódicas especializadas de grandes centros universitários. Sem dúvida, um dos maiores desafios, desse campo de pesquisa, é expandir a taxa de empreendedorismo por oportunidade, pois isso irá refletir em negócios mais competitivos, mais estáveis e mais inovadores, colaborando, dessa forma, para a redução da taxa de falência de novas empresas e para o desenvolvimento econômico do país.

## 2.3 Conceito de empreendedor

Os conceitos de empreendedor também evoluíram e modificaram-se ao longo da história, devido ao posicionamento de vários pesquisadores. Nesse sentido, será apresentada, em ordem cronológica, a evolução do termo com o intuito de contribuir para uma melhor compreensão desta pesquisa. Antes de iniciar essa apresentação, destaca-se o Quadro 1, que trata de alguns teóricos e os conceitos de empreendedor empregados em seus trabalhos publicados em revistas científicas.

**Quadro 1. Análise dos conceitos de empreendedor**

<b>AUTOR</b>	<b>CONCEITO DE EMPREENDEDOR</b>
Say (1767-1832)	O empreendedor era um coordenador que combinava os fatores de produção, como capital, terra e indústria, resultando em novos empreendimentos.
Schumpeter (1934)	O empreendedor é responsável pelas mudanças, através da inovação, que equivale ao começo de um novo papel produtivo.
McClelland (1961)	O empreendedor é o indivíduo que sistematiza a unidade de negócio e/ou aumenta sua capacidade produtiva.
Ansoff (1981)	O empreendedor é um indivíduo que é capaz de se motivar com o desejo de independência, com a perspectiva de abrir sua própria empresa.
Casson (1982)	O empreendedor pode ser conceituado mediante duas abordagens: a funcional e a indicativa. A primeira abordagem define o empreendedor de acordo com a sua função, em que o empreendedor é a pessoa que se especializa em tomar decisões de avaliação sobre a coordenação de recursos escassos. Já a segunda abordagem retrata o empreendedor em conformidade com o que ele é, delineando como ele pode ser diferenciado, suas características.
Santos (1983)	O empreendedor é o indivíduo encarregado para abertura de novas empresas que oferecem bens e serviços com o intuito de atender as necessidades da sociedade.
Bowen e Hisrich (1986)	O empreendedor é o indivíduo que chega a desenvolver algo diferenciado com valor, empregando esforço e tempo, responsabilizando-se pelos riscos financeiros, psíquicos e sociais, e atingindo como fruto a gratificação da satisfação pessoal e em termos financeiros.
Drucker (1987)	O empreendedor é aquele que institui distintos valores e satisfações, buscando fontes de inovação e de mudança.
Carton, Hofer e Meeks (1998)	O empreendedor é o indivíduo que verifica a oportunidade, reuni os recursos indispensáveis, cria e é o autor do desempenho da organização.
Filion (1999)	O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que

	objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.
Leite (2000)	O empreendedor é capaz de reconhecer e desfrutar as oportunidades, provido de acessível determinação, tendo a noção de risco no ambiente do destino. São aqueles que criam novos serviços e produtos, novos empregos.
Bjerke (2000)	O empreendedor é aquele que rebate racionalmente as circunstâncias e as mudanças externas, sendo orientado por uma necessidade de realização.
Naudé (2011)	O empreendedor é aquele que toma decisões de julgamento sobre a coordenação de recursos escassos e, na maioria das vezes, está relacionado ao comportamento inovador através da criação e crescimento de uma empresa.

**Fonte: Elaborado pelo autor.**

Observa-se, no Quadro 1, que muitos pesquisadores com o intuito de melhor sustentar a sua fundamentação teórica, sobre a definição de empreendedor, ao longo dos anos, foram aperfeiçoando esse conceito. A partir da percepção dos autores, adota-se para a presente pesquisa o conceito apresentado por Naudé (2011), pois entende-se que o empreendedor é o indivíduo que faz concretizar suas idealizações porque tem um projeto e tem o poder de tomar decisão dentro do seu negócio. Ele é evidenciado por encarar riscos, apontar oportunidades e dedicar-se para aproveitá-las, como também, por ter o engajamento com uma almejada mudança. Destaca-se, na pesquisa GEM (2007), que empreendedores são agentes primários nos movimentos de instalação, iniciação e manutenção de novos empreendimentos. Os empreendedores são as pessoas responsáveis pela abertura e o gerenciamento de novos negócios.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), a busca de um novo empreendimento está ligada ao processo de empreender. Segundo os autores, esse processo abrange mais do que a simples solução de problemas de posição administrativa, mas também questões como avaliar, desenvolver e reconhecer uma oportunidade, ultrapassando as forças que resistem à concepção de algo novo. Portanto, o empreendedor deve ter amplo conhecimento do espaço em que vive e um plano forte para a concretização de suas ideias inovadoras. Tais características empreendedoras não são habitualmente descobertas nas pessoas, e aquele que possui as particularidades de um empreendedor cria algo novo, destinando seus empenhos de ordem psíquica, social e financeira para abrir seu negócio admitindo todos os riscos, além de procurar retornos econômicos e satisfação pessoal.

Nos conceitos de empreendedor, geralmente, estão presentes os seguintes termos: inovação, identificação de oportunidade e combinação, disposição para correr riscos e

utilização dos recursos disponíveis. Adota-se, nesta pesquisa, o conceito que compreende o empreendedor como o indivíduo que está ligado às oportunidades, bem como saber reconhecê-las, empregando suas atividades para a transformação dessas oportunidades em resultados, assim, por meio da coordenação dos recursos disponíveis, abre novos produtos, serviços, processos ou empresas, assumindo os riscos que, por ventura, possam existir.

## **2.4 Gênero e equidade – a mulher na sociedade**

As discussões sobre a participação da mulher na sociedade têm despertado o interesse de muitos pesquisadores. Na contemporaneidade, a discussão dessa temática leva em consideração a sujeição que, historicamente, as mulheres foram submetidas. Além disso, os trabalhos científicos que tratam essa temática demonstram a condição vivenciada pela mulher na sociedade ao longo dos anos, em que a própria história revela que, geralmente, as mulheres estiveram reiteradas vezes excluídas do espaço público (FONTENELE-MOURÃO, 2006).

Na historiografia é possível observar a partir da Revolução Industrial um progresso material que envolveu essencialmente o trabalho humano como aplicação da força física. Nesse contexto, a mulher destaca-se na estrutura social e no sistema de produção, sendo trabalhadora e provedora das suas necessidades materiais. Porém, a atividade laboral da mulher permanecia orientada para a domesticidade e para as atividades maternas, em que a mulher até poderia trabalhar, entretanto, em atividade de baixa remuneração (DUBY; PERROT, 1990).

De acordo com Leite (1994), durante o século XX, houve o aumento da participação da mulher na esfera pública, tendo em vista a defesa da igualdade de acesso ao trabalho para homens e para mulheres. Entretanto, apesar das mulheres conseguirem espaço no mercado de trabalho, recebia um salário bem inferior aos homens. Destaca-se que nos anos da grande recessão mundial, elas trabalhavam para gerar um rendimento que substituísse o salário perdido pelo marido, que se encontrava desempregado. Isso era possível, justamente, porque as mulheres eram vistas como mão de obra barata e as empresas tinham interesse em contratá-las para terem menores custos. Esse período de recessão foi mais intenso nas fábricas do que nos escritórios das organizações, em que o aparecimento da máquina de escrever e do telefone criou espaços para a mulher no mercado de trabalho, principalmente, naqueles cargos que não interessavam aos homens.

Um dos acontecimentos mais relevantes, nesse período, ocorreu durante a Segunda Guerra Mundial, que demandou mobilizações femininas nas grandes potências mundiais (CASTELLS, 1999). A manutenção de tais responsabilidades atribuídas às mulheres, fez com que não fossem percebidas as mudanças significativas que surgiram nesse período, uma vez que as atividades exercidas por elas continuaram sendo vistas como um complemento da renda familiar. Entretanto, sabe-se que o fruto do trabalho da mulher tornou-se, desde então, imprescindível para o sustento da família (LINDO et al., 2007; MACEDO et al., 2008).

Na segunda metade do século XX, houve a inserção das mulheres em outras atividades profissionais, ainda que em condição adversa em relação ao homem. Dessa forma, elas começaram a obter mais espaço e a expandir sua atuação fora da esfera privada. Contudo, as conquistas obtidas pelas mulheres ainda eram modestas e elas continuaram a desempenhar, na maior parte dos casos, papel secundário nas dimensões social, econômica e política (LEITE, 1994).

A academia, juntamente com as mulheres mobilizadas por meio de grupos, tem, ao longo dos anos, questionado a dominação masculina com objetivo de mudar a realidade feminina na sociedade, buscando, dessa forma, a valorização das mulheres em diversos âmbitos sociais. Nesse sentido, as diversas correntes do movimento feminista, sobretudo as ideias surgidas na década de 1970, as quais denunciam a exploração, a dominação e a opressão de mulheres na sociedade, tornam-se relevantes. Segundo as palavras de Del Priore, “sobre este solo de história, as mulheres, de forma precária, tornaram-se herdeiras de um presente sem passado, de um passado decomposto, disperso, confuso” (PRIORE, 1998, p. 217). Observa-se que os registros sobre as histórias das mulheres são escassos. Assim, a história das mulheres surge e ganha um pouco de visibilidade somente com os movimentos feministas.

Em 1975, a Organização das Nações Unidas (ONU) instituiu como sendo o Ano Internacional da Mulher. A condição feminina passou por intensas mudanças, alcançadas por meio de muitas lutas lideradas por movimentos feministas, nacional e internacional, com o intuito de realizar mudanças na sua situação de subordinação imposta, historicamente, às mulheres. Essas ações questionavam os velhos estereótipos sobre o papel da mulher, abrindo novas oportunidades e possibilidades para que elas pudessem desempenhar atividades fora de seus lares. Isso foi proporcionado pelo acesso à educação, que facilitou o ingresso da mulher



no mercado de trabalho, bem como ampliou a sua participação política no meio social (MELO; CONSIDERA; DI SABBATO, 2007).

Entretanto, é necessário destacar que as conquistas de mulheres no espaço público no mercado de trabalho não tiveram em contrapartida uma modificação no espaço de poder reservado na sociedade ao homem. Isso aconteceu porque os papéis de ator social são exercidos com a influência de ambas as partes, existindo uma relação de reciprocidade, ou seja, se um modifica, automaticamente, o outro também terá suas variações (DEDECCA, 2004).

Constata-se que, no final do século XX, os estudos feministas aconteceram, inicialmente, nos grupos de reflexão e conscientização feminina e, posteriormente, na academia. Percebe-se que não havia uma separação perceptível entre o cotidiano do movimento e as discussões teóricas. Hoje, o movimento feminista caracteriza-se como um discurso de variadas tendências, ainda que com bases comuns. As feministas denunciam que os homens sempre foram privilegiados, enquanto que as mulheres foram negligenciadas e desvalorizadas ao longo dos anos. Assim, as opressões de gênero, de classe social e de etnia percorrem as diversas sociedades ao longo da história (SARDENBERG, 2004).

Nessa época, durante o período de crise de paradigmas nas ciências sociais, buscou-se uma definição que trouxesse a síntese das relações hierárquicas que se constituíam entre homens e mulheres, em todas as categorias da vida social, com o objetivo de oferecer ferramentas de avaliação adequadas para o estudo das disparidades que as mulheres enfrentavam. Costa (1998) descreve que as discussões concretizadas se referiam somente à “questão feminina”, apontando a analogia com a dicotomia entre masculino/feminino ou até mesmo preocupações com a concepção da identidade sexual subjetiva. Assim, o conceito buscado foi o de Gênero. Destaca-se que não tinha surgido a ideia de gênero com o intuito de falar de relações sociais ou diferença entre os sexos. Apesar disso, conforme Sandenberg (2004), a antropóloga norte-americana Magaret Mead e a filósofa francesa Simone de Beauvoir já tinham realizado reflexões sobre gênero bem antes de ter uma expressão que identificasse o evento da construção social das identidades e diferenças sexuais, como se pode perceber em suas obras – respectivamente, *Sexo e Temperamento* (1935) e *O Segundo Sexo* (1949).

Para Joan Scott (2005), anteriormente, o conceito de gênero ressaltava o aspecto relacional das conceituações que normatizavam a feminilidade. Sugeriria, assim, uma negação

ao determinismo biológico subtendido no uso das expressões como “diferença sexual” e “sexo”. Essa definição de gênero remete a renomada afirmativa de Simone de Beauvoir: “não se nasce mulher, torna-se mulher”. O termo “tornar”, mencionado pela escritora, faz referência a uma transformação do corpo biológico ao corpo cultural, ou seja, do sexo ao gênero (COSTA, 1998; PRIORE, 1998; SARDENBERG, 2004). Além disso, conforme Sardenberg (2004), entende-se que gênero é um constructo, uma abstração, uma reflexão que envolve certos fenômenos. Portanto, a concepção da definição de gênero caracteriza-se como condição primordial para o debate das indagações que envolvem a mulher.

Compreende-se que a constituição da mulher na sociedade vem se alterando com o tempo pelas reivindicações do mundo moderno. O principal motivo que provocou a entrada da mulher no mercado de trabalho está relacionado à necessidade de complementar a renda familiar. O contexto histórico da sociedade revela que as relações homem-mulher, mulher-filhos, casal-família, casal-filhos, filhos-trabalho estão interligadas, constituindo uma rede complexa de sentimentos e relações que estarão, secundariamente, na delimitação da carreira da mulher que trabalha (MONTEIRO, 2001).

Segundo Leite (1994), a transformação ocorrida na participação da mulher na sociedade e o aumento da mobilidade na cultura ocidental, vinculada ao método contraceptivo do anticoncepcional, contribuiu para mudanças significativas na vida pública e privada. Além desses, outros motivos como o divórcio, a ascensão profissional da mulher, entre outros, tem possibilitado as mudanças no contexto social. Nesse sentido, Grant (2001), bem como Braga e Amazonas (2005) concordam que a alteração realizada com a admissão da mulher no mundo profissional, o divórcio, a autonomia de poder optar sobre o tempo certo de ter ou mesmo de não ter filhos, por meio dos métodos anticoncepcionais, e a expectativa de estabelecer novas companhias amorosas, diversificaram os signos que possibilitam seu registro numa determinada rede social.

Nesse contexto, depreende-se que está instituindo uma identidade de gênero com maior autonomia na participação da mulher nas diversas esferas, tais como: econômica, social, política e cultural. Na sociedade contemporânea, a contraposição à estrutura da família tradicional, que tem o homem como único provedor e a mulher como única responsável pelo cuidado dos filhos e pelas atividades domésticas, vêm estruturando novas composições de famílias, resultantes daquelas transformações supracitadas, como o divórcio, a liberdade na escolha de conceber filhos e, por vezes, a interferir na nova relação de poder no ato de prover

esses novos modelos familiares e sua possibilidade econômica, através da autonomia das mulheres no mercado de trabalho (WAGNER et al., 2005).

Para Fleck e Wagner (2003), ao longo dos anos, a família passou por mudanças expressivas. As mulheres cada vez mais buscam sua independência em relação aos homens, trabalhando fora de casa e contribuindo com a renda familiar. Além da maternidade, as mulheres dedicam-se a concretização da realização profissional, almejando a partir de suas atividades o sucesso profissional bem como melhores condições de vida.

O trabalho é um ato social por excelência, uma vez que possibilita a existência da interação social entre indivíduos de um determinado grupo, essa interação se constrói a partir da necessidade de se vincular ao meio que o indivíduo está inserido. Conforme Strey (2007), por meio do trabalho e de sua organização coletiva, acumulam-se capacidades durante gerações, que possibilita aumentar o padrão de vida de uma sociedade. O padrão de vida é essencial para o avanço cultural, econômico e sobrevivência da sociedade. Observa-se que pelo fato dos homens terem ficado no mundo público por mais tempo, e as mulheres mais na vida familiar, aqueles se colocaram nas primeiras escalas da hierarquia social, definindo para o homem uma posição de dominação e de determinismo dentro da família.

Segundo Pozza (1992), para uma mulher trabalhar e ser uma profissional bem-sucedida, torna-se necessário somar responsabilidades, e, além disso, suportar em certa medida culpa e conflitos. Vale ressaltar que essas transformações presentes e marcantes na sociedade brasileira ampliaram a autonomia feminina, apesar de terem gerado um acúmulo de funções, pois as mulheres passaram a dividir com os homens a manutenção do lar e a exercer novas funções maternas. Esse exercício profissional da mulher, que, muitas vezes, é esposa, mãe e dona de casa, requer uma capacidade rápida de decisão e uma consolidada estrutura de personalidade, bem como habilidade para contornar os múltiplos problemas e contratempos, que encontra em sua luta diária pela busca de uma autorrealização dentro e fora do lar.

De acordo com Papalia, Olds e Feldman (2006), a profissionalização feminina não provoca a renúncia de uma maternidade ou casamento. Entretanto, as regras de existência da mulher casada, de classe média, não são bem estabelecidas, tornando-se difícil conciliar a vida de casada e a atividade profissional. Qualquer que seja uma falha cometida pela mulher ao tentar conciliar todas as tarefas que ela se propõe a executar, acaba gerando uma ideia de culpa frente aos filhos, marido e chefe. Destaca-se, também, que, conforme Petersen (1999), mesmo a mulher estando inserida no mercado de trabalho, não está livre da obrigação de gerar

filhos e construir uma família, ficando a profissão algumas vezes em segundo plano.

Algumas mulheres, devido ao medo do fracasso profissional, decidem pelo afastamento do trabalho após o nascimento de um filho, contudo, o rápido desenvolvimento econômico e tecnológico demanda constante modernização profissional, tornando esse distanciamento demorado e a retomada ao mercado de trabalho mais difícil. Porém, as mulheres não querem abrir mão do que consideram uma conquista, apesar dos custos físicos e emocionais. Ter uma atividade remunerada possibilita a aquisição do poder de decisão e maior autonomia, inclusive sobre sua vida reprodutiva, o que as fazem buscar formas alternativas de conciliar a maternidade e o trabalho, como, o trabalho informal, domiciliar, em tempo parcial ou em empresas que proporcionam algum incentivo a funcionárias que têm filhos pequenos, como horários flexíveis e berçários (POZZA, 1992).

Para a mulher a saída para o mercado de trabalho deu-lhe poder de decisão e um universo de escolhas. Ao poder sair de sua casa e fugir do determinismo biológico e social de sua existência, a mulher se reconheceu como cidadã e sujeita de seu desejo. As profundas modificações na definição de feminilidade e identidade da mulher tornam-se indispensáveis para as questões referentes à feminilidade no contexto social, bem como as novas vantagens que possibilitam a mulher atual decidir por outros objetivos, outros estilos de vida, que nem sempre inclui a maternidade. Os rumos da mulher na sociedade contemporânea vão além dos muros de casa, que, por muitos anos, apresentavam-se como insuperáveis (ORSOLIN, 2002).

## **2.5 Mulher no mercado de trabalho**

A inserção da mulher no mercado de trabalho é uma de muitas conquistas alcançadas pela luta feminina, não só no campo dos direitos civis e trabalhistas, mas também pela sua emancipação no que diz respeito à supremacia masculina dentro da família e da sociedade. Entretanto, sabe-se que esse processo não foi esgotado, pois o índice de desigualdade existente entre homens e mulheres têm se aprofundado e refletido perante a sociedade (MARTINS et al., 2010). A explicação para essa situação se encontra em um contexto amplo, no qual estão inseridas as relações de poder constituídas entre os sexos e a construção histórica dos gêneros, fatores que contribuiram para a situação da mulher no mercado de trabalho.

O contexto histórico da mulher no mercado de trabalho é um fator importante para compreensão das sociedades capitalistas. Segundo Hirata e Segnini (2007), existem três tempos na história da mulher no mercado de trabalho:

O primeiro é aquele em que a noção de trabalho das mulheres predomina, o segundo aquele em que a visibilidade da mulher assalariada (operária e funcionária) seria o mais marcante; o terceiro, ancorado na primeira parte do século XX, aquele em que a questão do acesso das mulheres às novas profissões seria claramente formulada. (HIRATA; SEGNINI, 2007, p. 39).

A partir da década de 70, de modo geral, a mulher começa a ganhar destaque no mercado de trabalho, com importante crescimento de sua participação, principalmente, nos espaços urbanos. Um dos fatores que influenciaram essa inserção mais forte foi à busca pela complementação da renda familiar.

Nesse contexto, o ano de 1970 foi apontado como um marco da urbanização e, conseqüentemente, do crescimento dos postos de trabalho ocupados por mulheres, pois foi, exatamente, nessa época que eclodiu o chamado “milagre brasileiro”, que representava um desenvolvimento expressivo das indústrias têxtil, mecânico e eletrônico. As tarefas demandavam habilidades que combinavam com o perfil feminino, como destreza, atenção, cuidado e delicadeza. No entanto, essas características eram consideradas fruto de uma mão de obra com pouca ou nenhuma qualificação (STEIN, 2000).

Também em 1970, as mulheres começaram a reivindicar por melhores condições de trabalho, além da luta pela igualdade, principalmente em questões salariais, entre homens e mulheres. No Brasil, esses movimentos feministas aos poucos foram mostrando seus ideais e, assim, ganhando cada vez mais força. Nessa esteira, Rocha afirma que:

Após os anos 70, decorreu uma mudança no perfil da População Economicamente Ativa (PEA) feminina, surgindo um expressivo aumento do trabalho feminino. O fato sugere que as responsabilidades familiares já não estariam mais sendo um fator impeditivo ao trabalho feminino no mercado. (ROCHA, 2000, p. 17).

A emancipação feminina não se limitou apenas ao mercado de trabalho, mas muitas das reivindicações foram influenciadas pela vontade que as mulheres tinham em se dedicar mais intensamente ao trabalho, como exemplo, pode-se citar o planejamento familiar, culminando na diminuição do número de filhos, além do maior interesse pelo estudo e pela qualificação profissional.

Reduzir, aos poucos, exterminar por completo as diferenças existentes entre homens e mulheres no mercado de trabalho, tornou-se uma das metas do movimento feminista em todo

o mundo. Para tanto, busca-se deixar no passado a cultura machista e patriarcalista de que o lugar reservado para as mulheres na sociedade seria restrito a sua casa, ao papel de mãe e dona de casa (TORRES, 2005).

A desvalorização do trabalho da mulher é histórica, prova disso é a falta de reconhecimento de trabalhos domésticos ou como educadora dos filhos. Hoje, mesmo diante de tantas conquistas e sua importante inserção no mercado de trabalho, a mulher não conseguiu ser respeitada profissionalmente, pois muitas vezes, mesmo exercendo a mesma função que um homem, não tem a mesma remuneração. A subvalorização do trabalho feminino e da capacidade de empreender tem sido a válvula propulsora para que a mulher consolide de uma vez por todas sua importância no mercado, e mostre sua irrefutável competência, principalmente, como empreendedora (TORRES, 2005).

Para lograrem uma vaga no mercado de trabalho, as mulheres tiveram que se dedicar mais aos estudos, isso refletiu no aumento do nível de escolaridade, caso se compare aos homens. Além disso, verificou-se uma queda no número de filhos por casal, significando que a mulher começou a fazer um planejamento familiar, com vistas a investir seu tempo em qualificação profissional e, assim, ter mais chances de ser contratada. Nesse momento, a mulher já se encontra consciente de que o seu papel não se resume a cuidar da casa e dos filhos, o que desperta o seu interesse por participar de forma ativa da sociedade, contribuindo com o seu trabalho e destacando-se na profissão que escolher (HIRATA, 2006).

Mesmo com o aumento da participação feminina no mercado de trabalho, existem algumas limitações ou obstáculos que dificultam essa inserção com a dedicação necessária. Dentre algumas limitações, pode-se citar a responsabilidade da mulher no alicerce da família, na realização das tarefas domésticas e na educação dos filhos. É perceptível que a principal restrição no tocante ao rendimento do trabalho da mulher é de âmbito familiar (GEM, 2008).

O empreendedorismo feminino é uma fuga da pobreza e da desigualdade social existente nos países em desenvolvimento. Na verdade, o empreendedorismo feminino mostra-se como uma alternativa para alavancar a posição social da mulher na realidade social, econômica e cultural. O empreendedorismo é, ainda, uma tentativa de aliar as responsabilidades domésticas e familiares da mulher aos anseios profissionais, tendo em vista que como empreendedora ela pode fazer seus próprios horários e trabalhar em casa, flexibilidade que se adequa a sua agenda como mãe, esposa e dona de casa, o que torna possível complementar a renda familiar (OIT, 2012).

Apesar do significativo aumento do empreendedorismo feminino no mundo, esse número não superou a quantidade de mulheres que trabalham em atividades assalariadas, com exceção da África e da Ásia, o que reafirma que a pobreza assola a vida das mulheres e que o empreendedorismo é uma forma complementar ou secundária. No que refere à situação econômica, na qual está inserida a remuneração do seu trabalho, essas condições históricas sempre colocaram as mulheres em desvantagem em relação aos homens (OIT, 2012).

Contudo, entre os anos 1985 e 1990, a quantidade de mulheres que adentraram no mercado empreendedor ultrapassou a inserção do homem, mas isso não significou igualdade no tocante às condições de trabalho, nem equiparação salarial. Na atualidade, mesmo com a mulher desempenhando um papel de destaque no mercado de trabalho, ela não conquistou paridade em relação ao homem. Logo, há muito a ser conquistado, principalmente, a conscientização da importância do trabalho da mulher para o desenvolvimento da economia e da inovação no mercado, o que oportuniza a criação de novas ideias (ROCHA, 2000).

Apesar da importante visibilidade no mercado de trabalho e certa liberdade financeira, as conquistas sociais, econômicas, pessoais e políticas das mulheres não podem parar. Nesse sentido, destaca-se a questão da mulher em busca do empreendedorismo, a esse respeito se observa que o reconhecimento da importância da mulher empreendedora é gradativo, podendo-se afirmar, que apesar das dificuldades, caminha-se a passos largos. Ao realizar um recorte histórico, percebe-se que não faz muito tempo que se iniciaram as lutas femininas, mas nesse curto espaço de tempo, elas já conseguiram papéis de destaque em um ambiente que outrora era exclusivamente masculino (BRUSCHINI, 2008).

Mesmo o empreendedorismo feminino sendo um fator positivo, ele acarreta um problema de precarização das condições do trabalho da mulher, bem como uma maior jornada de trabalho, especialmente no início do negócio, que demanda praticamente um regime de dedicação integral, sem espaço para lazer ou tempo para a família. Em regra, a mulher empreendedora não desfruta de férias, pois está sempre preocupada com o rendimento e lucratividade do seu empreendimento. O investimento feito no negócio e o montante que os recursos irão gerar, como a parcela do lucro, são algumas das responsabilidades e preocupações dessa mulher (LINDO, 2007).

A excedente mão-de-obra no mercado formal e os baixos salários levam a mulher a buscar alternativa no empreendedorismo, pois com a evolução da sociedade, a responsabilidade da mulher tem se ampliado. Se antes era sua responsabilidade apenas o

cuidado com a família e os filhos, hoje, exige-se também que ela seja bem-sucedida profissionalmente. O perfil da mulher que faz parte do mercado de trabalho é aquele que complementa a renda familiar e gera o sustento da casa, sendo a principal supridora das necessidades financeiras do lar (LINDO, 2007).

De acordo com o Relatório da OIT (2007), as mulheres com dificuldades de participar do mercado de trabalho formal exercem outras atividades ligadas à agricultura, especificamente, a de subsistência, ou seja, não remunerada. Pode-se citar atividades como empregadas domésticas, no setor de educação e de serviços, como autônomas, nesse último caso encontram-se as empreendedoras. As mulheres do século XXI administram sua vida pessoal e profissional com bastante exímia, seja na carreira ou na vida doméstica e familiar. Elas conquistaram independência, liberdade, tem investido nos estudos e na carreira para se destacarem no mercado de trabalho. O grande desafio é, exatamente, o de manter o equilíbrio entre as tarefas domésticas e as atividades profissionais (AZEVEDO, 2007).

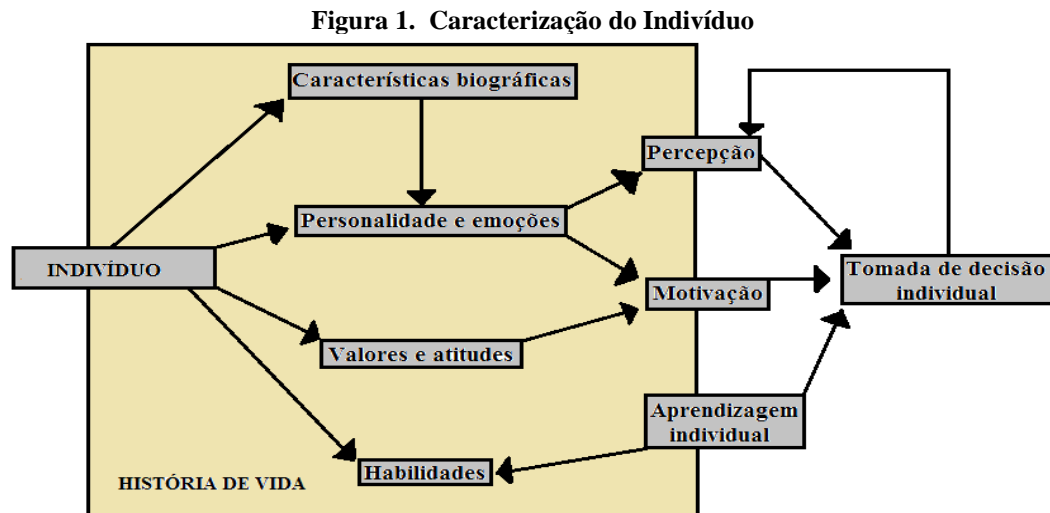
As mulheres têm uma identidade pessoal até no próprio estilo de vida, deixam de viver sob a dependência financeira do pai ou do marido, como acontecia no passado. Dessa forma, alcançam seus próprios objetivos e metas, adquirem sua própria renda. Antes, os anseios femininos se resumiam a casar e constituir família. Atualmente, as mulheres desejam ser reconhecidas por seus conhecimentos e sua utilidade na sociedade. O que antes era apenas uma complementação de renda atualmente é uma realização vocacional (MACHADO, 2002).

## **2.6 Perfil individual**

A noção das características comportamentais dos indivíduos é objeto de estudos em diversas áreas do conhecimento. As pessoas, a partir de sua composição fisiológica e psicológica, demonstram uma inclinação para determinadas tendências comportamentais, relacionadas ao seu temperamento, que contemplam diversas maneiras de perceber e reagir ao mundo. Portanto, nessa pesquisa, torna-se necessário focar na caracterização do indivíduo (GARDNER; MARTINKO, 1996). Apesar de Robbins (2005) tratar sobre o comportamento organizacional, o foco desta pesquisa é o indivíduo. Assim, a abordagem sobre o perfil individual será tratada, especificamente, a partir da caracterização do indivíduo.



Segundo Robbins (2005), as características individuais vão desde as biográficas ou pessoais, e características de personalidade, até sua estrutura emocional, seus valores, atitudes e seus níveis de capacitação. Na Figura 1, apresenta-se a caracterização do indivíduo.



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Robbins (2005).

A Figura 1 mostra a complexidade da caracterização do indivíduo apresentado por Robbins (2005). Apesar das pessoas possuírem, em seu perfil individual, características biográficas, personalidade e emoções, valores e atitudes, e habilidades, na presente pesquisa serão analisadas, somente, as características biográficas, valores pessoais e motivação.

### 2.6.1 Perfil demográfico

O perfil sociodemográfico é a caracterização de aspectos relacionados à população de indivíduos que está sendo pesquisada. Seu principal objetivo é identificar as características geográficas, sociais, culturais, políticas, entre outros aspectos dos seres humanos, para ser possível um melhor planejamento (IBGE, 2010).

Nos estudos sobre o perfil demográfico, a população de interesse é descrita conforme as características sociodemográficas (idade, gênero, raça, estado civil, grau de instrução, renda individual, salário familiar, cidade de procedência), nesse sentido, os dados são geralmente apresentados por diferentes idades ou sexos. Essas características podem ser definidas com facilidade, e costumam estar disponíveis rapidamente. São dados que, em sua maioria, podem ser obtidos a partir de informações contidas no questionário do entrevistado. Observa-se que

existe uma grande quantidade de pesquisas que analisaram especificamente essas características biográficas (ROBBINS, 2005).

### 2.6.2 Valores Pessoais

Os valores representam convicções básicas de que um modo específico de conduta ou de condição de existência é individualmente ou socialmente preferível, de modo contrário ou oposto de conduta ou de existência. Eles possuem um elemento de julgamento, baseado naquilo que o indivíduo espera ser bom, correto ou desejável. Além disso, os valores têm atributos tanto de conteúdo como de intensidade. Assim, o atributo de conteúdo determina que um modo de condição de existência ou de conduta é importante, enquanto o atributo de intensidade aponta o quanto ele é importante (ROBBINS, 2005).

Os valores costumam ser relativamente estáveis e duradouros. Uma parcela significativa dos valores é estabelecida durante a infância, a partir dos pais, professores, amigos ou outras pessoas. O processo de questionamento dos valores, evidentemente, pode causar uma mudança. Todavia, o mais frequente é que o questionamento sirva apenas para reforçar os valores que já possuem. Quando se classificam os valores de uma pessoa de acordo com sua intensidade, tem-se o sistema de valores dela. Todos os indivíduos têm uma hierarquia de valores que formam o seu sistema de valores, esse sistema é identificado pela importância relativa que se atribui a valores como liberdade, prazer, autorrespeito, honestidade, obediência e justiça (ROBBINS, 2005).

A importância do estudo dos valores para a caracterização do indivíduo se funda no estabelecimento de aspectos para se compreender a motivação e os fatores que influenciam o processo de tomada de decisões, assim, as pessoas contêm interpretações do que é certo e errado. Além disso, os valores implicam que certos comportamentos ou resultados sejam preferíveis a outros, conseqüentemente, encobrem a objetividade, a racionalidade, e, geralmente, influenciam as atitudes e o comportamento.

Os estudos sobre valores têm estimulado a busca de respostas a algumas questões, como: quanto os valores podem prever, explicar ou influenciar as condutas de indivíduos, de grupos e da sociedade? Quanto e como se dá essa influência? As respostas desses questionamentos tornam-se importantes porque podem auxiliar não apenas na compreensão dos processos que influenciam o comportamento individual e coletivo, mas também

possibilitar aplicações práticas como, por exemplo, na seleção e implantação de estratégias que levem em conta os sistemas axiológicos existentes, seja para reforçá-los ou para incentivar sua mudança.

Vários teóricos importantes contribuíram de forma significativa na busca de uma definição para o conceito de valores, portanto, para proporcionar um melhor entendimento sobre a base conceitual deste estudo, torna-se importante apresentar como alguns dos diversos pesquisadores conceituam os valores humanos, conforme o Quadro 2.

**Quadro 2. Conceito de Valor**

AUTOR	CONCEITO
THOMAS; ZNANIECKI (1918-1920) <i>apud</i> ROS (2001, p. 29).	Definiram valores como qualquer informação que possua um conteúdo empírico, fácil aos membros de um grupo social, e um significado que demonstre qual é, ou possa ser, o objeto de atitude.
KLUCKHOHN (1951)	Definiu valor como uma concepção, que pode ser explícita ou implícita, competente de um indivíduo, ou característica de um grupo, acerca do desejável, que flui na seleção de finalidades, meios e modos alcançáveis.
ROCKEACH (1973)	Definiu valor como uma crença perdurável de um modo característico de conduta, ou estado final de existência individual ou socialmente preferencial em oposição a outro.
HOFSTEDE (1991)	Definiu valores como uma intenção para se preferir certo estado de coisas em face de outro. É um sentimento orientado, com um lado positivo e outro negativo. Definem entre o que é irracional ou racional, sujo ou limpo, bom ou mau.
SCHWARTZ (1994)	Definiu que valores são metas transitacionais, que variam em importância e servem como princípios, guias na vida de uma pessoa ou entidade social.
FEATHER (1996)	Definiu valores como crenças sobre estilos desejáveis ou indesejáveis de se comportar, ou sobre o desejável ou outro modo de objetivos em geral.
MEGLINO; RAVLIN (1998)	Definiram que um valor seria uma crença interiorizada no indivíduo, acerca de como ele ou ela teria ou deveria se comportar.
ROHAN (2000)	Definiu que valores são um princípio analógico estabelecido a partir dos julgamentos sobre a capacidade de pessoas, coisas, atividades e ações que levam a viver da melhor forma possível. A prioridade de valores evidencia a dinâmica da organização desses princípios, e o sistema de valores está integrado a essa estrutura, as relações entre as prioridades e cada tipo de valor são estáveis e previsíveis.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir da concepção do conceito de valor de Rockeach (1973), adotada para a presente pesquisa, faz-se necessário levantar algumas considerações importantes realizadas pelos principais pesquisadores sobre o tema. Por ser antropólogo, Kluckhohn (1951) defende que os valores podem ser vistos como caráter antecedente, uma vez que influem na seleção de ações elegíveis e, ao mesmo tempo, possuem caráter consequente, já que são resultantes do meio cultural, ou seja, oriundos das concepções desejáveis em um meio. Já Milton Rokeach, psicólogo social polaco-americano, estuda os valores adotando uma abordagem psicológica que defende o caráter antecedente do valor (ROHAN 2000).

Ao definir valores, Kluckhohn (1951) usa o termo “concepção”, enquanto Rokeach (1973) utiliza a palavra “crença”, que ele categoriza em três tipos: crenças existenciais ou descritivas, que podem ser classificadas como verdadeiras ou falsas; crenças avaliativas, em que o objeto da crença pode ser considerado bom ou mau; e crenças prescritivas, referindo-se ao que é desejável ou indesejável, sendo esse último tipo de crenças que se associa a valores.

Rokeach (1973) argumenta que as crenças que constituem os valores são representações cognitivas que resultam das demandas institucionais e sociais, as quais o indivíduo está sujeito, bem como de suas necessidades individuais. Logo, essas demandas são defendidas como individualmente e socialmente preferíveis.

Para Rokeach os valores são, portanto, uma distinção entre o que é importante e o que é secundário para o indivíduo, assim, provocam uma escolha. Nesse sentido, os valores representam as convicções básicas que uma peculiar forma de conduta, ou de condição de existência, é individualmente ou socialmente desejável a uma forma contrária. Ele propõe uma disposição hierárquica de valores, uma classificação disposta ao longo de um contínuo de importância. (ROKEACH, 1979).

Ao final da década de 1980 e início da década de 1990, Shalom H. Schwartz, psicólogo social hebraico, também desenvolveu estudos acerca de valores. Alguns anos mais tarde, Schwartz (1999) destacou o caráter antecedente de ações e o comportamento humano dos valores, definindo-os como concepções do desejável, que guiam as maneiras como os atores sociais selecionam ações e avaliam pessoas e eventos, explicando suas ações e avaliações. Schwartz (1994), assim como Rokeach (1968), entende que os valores representam necessidades intrínsecas aos indivíduos.

Nessas diferentes perspectivas acerca dos valores, os autores citados concordam quando afirmam que os valores humanos têm a função de influenciar, guiar e orientar o comportamento humano (KLUCKHOHN, 1951; ROKEACH, 1973; SCHWARTZ, 1994, 1999).

Essas diferentes definições de valores auxiliam a desvendar sua função e utilidade. Kluckhohn (1951) afirma que valores influem na seleção dos modos, meios e fins de ação acessíveis. Por sua vez, Agle e Caldwell (1999) consideram que os valores são parte integral da vida das pessoas, determinando, modificando e regulando as relações entre os indivíduos, organizações, instituições e sociedade.

Conforme Rokeach (1973), os valores auxiliam o indivíduo no estabelecimento de critérios para julgamento de si e dos outros, guiam decisões e servem para dar expressão às necessidades humanas, além de terem funções motivacionais, de ajustamento, de defesa do ego e de autorrealização.

De acordo com Tamayo e Porto,

o conhecimento dos valores associados a determinados tipos de atitudes e comportamento possibilita a realização de ações de mudança de valores ou a seleção de ações mais apropriadas ao perfil de valores dos indivíduos. Desta forma, essas pesquisas são o primeiro passo para a realização de intervenções bem-sucedidas. (TAMAYO; PORTO, 2005, p. 121).

Para Ros (2006b), dois autores se destacaram nos estudos que relacionam valores como motivadores do comportamento humano: Rokeach, articulando essa relação em torno das atitudes; e Schwartz, considerando um sistema integrado de valores. De acordo com Ros (2006a; 2006b), a partir dos estudos de Rokeach e de Schwartz é que se deu o desenvolvimento teórico e empírico dos estudos que relacionam valores e comportamentos de indivíduos e grupos. Rokeach, na década de 70, realizou os estudos seminais para o desenvolvimento de uma tipologia dos valores humanos (ROS, 2006b; SCHWARTZ, 2005a; ROHAN, 2000), considerando os valores como crenças “transituacionais hierarquicamente organizadas e que servem como critério para o nosso comportamento” (ROS, 2006b, p. 30). Nesse sentido, Rokeach afirmava que “o conhecimento dos valores de uma pessoa nos deveria permitir predizer como ela se comportará em diversas situações experimentais e da vida real” (1973, p. 122, apud TAMAYO 2005, p. 160).

Para diversos autores, entre eles Rokeach (1973) e Meglino e Ravlin (1998), os valores podem ser conceituados segundo duas formas ou tipos diferentes: o primeiro refere-se ao valor que um indivíduo atribui a um objeto ou a um resultado, sendo inerente ao objeto; o segundo é mais utilizado para descrever uma pessoa em oposição a um objeto, sendo normalmente identificado como “valores possuídos por uma pessoa”. Esses autores assinalam a importância de se reconhecer que “[...] objetos ou resultados não possuem valor inato a partir do valor atribuído a eles pelas pessoas. Assim, o foco de ambos os tipos de valores está no indivíduo”, e concluem que “um entendimento mais profundo acerca dos valores possuídos pelos indivíduos talvez possibilite o melhor entendimento do valor alocado num objeto ou resultado” (MEGLINO; RAVLIN, 1998, p. 357).

De acordo com Rohan (2000), quando o termo valor é utilizado como verbo, no sentido de valer, refere-se ao processo de determinar o mérito (valor) de uma entidade em referência a uma estrutura de sistema de valor abstrato. Quando utilizado como substantivo, valor se refere ao resultado desse processo, ou seja, ao resultado do julgamento realizado. Esses julgamentos de valor podem ser formados ou aperfeiçoados quando as pessoas encontram novas entidades, ou quando os julgamentos já existentes são desafiados.

Para Pasquali e Alves (2004), bem como Rohan (2000), é Rokeach (1973) que tem maior credibilidade por dar maior investida a pesquisa de valores, após o apogeu do behaviorismo. Na mesma linha, Gouveia et al. (2001) destacam quatro grandes feitos da principal obra de Rokeach (1973) – *The nature of human values*: diferenciou valores de outros construtos (atitudes, interesses); apresentou um instrumento que, pela primeira vez, media valores como um construto legítimo e específico; propôs uma abordagem que reuniu aspirações de diversas áreas (Antropologia, Filosofia, Sociologia e Psicologia); e demonstrou sua centralidade no sistema cognitivo das pessoas, reunindo dados sobre seus antecedentes e consequentes.

A concepção de valores humanos, proposta por Rokeach (1973), parte de cinco premissas acerca da natureza dos valores humanos, a saber: valores são organizados em sistemas de valores; todos os homens têm os mesmos valores em diferentes graus; o número total de valores que um indivíduo possui é relativamente pequeno; os antecedentes de valores humanos estão integrados a: cultura, sociedade e suas instituições e personalidade; as consequências dos valores humanos podem aparecer virtualmente em todos os fenômenos que os cientistas sociais apreciem importantes para entender e investigar (PASQUALI; ALVES, 2004).

Para melhor entender o conceito de valor proposto por Rokeach (1981), é importante apresentar a diferenciação que ele propôs para os conceitos de crença e atitude. Para o autor, uma crença é qualquer proposição simples, consciente ou inconsciente, inferida a partir do que uma pessoa diz ou faz, capaz de ser precedida pela frase “Eu creio que...” (ROKEACH, 1981, p. 92), assinala-se que todas as crenças são predisposições para ação. Uma atitude é “um conjunto de predisposições interrelacionadas para ação, organizado em torno de um objeto ou situação” (ibid., p. 92), ou seja, uma organização relativamente duradoura de crenças inter-relacionadas que avalia, defende e descreve a ação em relação a uma situação ou objeto, com cada crença havendo elementos afetivos, cognitivos e comportamentais.

O valor é visto por Rokeach (1981) como uma disposição de um indivíduo, exatamente como uma atitude, porém mais fundamental do que uma atitude, comumente, subjacente a ela. Considera-se valor um tipo de crença situado no centro do sistema de crenças de uma pessoa, sobre como se deve ou não comportar, ou sobre algum estado final da existência, atingindo ou não valor. Valores são, assim, ideais abstratos, negativos ou positivos que, caso não sejam atados a nenhuma situação ou objeto de atitude peculiar, representam as crenças de um indivíduo sobre os modos ideais de conduta, como, procurar a beleza, humildade, justiça, verdade; e objetos terminais, tais como, ideais, estados finais ou metas ideais, por exemplo, felicidade, liberdade, poder. Os valores de um indivíduo, como todas as crenças, podem ser concebidos conscientemente ou mantidos inconscientemente, e deve ser inferido daquilo que o indivíduo diz ou faz. Um adulto pode possuir uma infinidade de atitudes e de crenças, mas apenas alguns poucos valores ou algumas dúzias de valores.

Segundo Rokeach (1981, p. 132), “dizer que uma pessoa ‘tem um valor’ é dizer que ela tem uma crença duradoura de que um modo específico de conduta ou de estado final da existência é pessoal e socialmente preferível a modos alternativos de conduta ou estados finais da existência”. Depois de internalizado, um valor se torna, consciente ou inconscientemente, um padrão ou critério para guiar a ação e, assim, desenvolver e manter as atitudes em relação a objetos e situações relevantes, para julgar a si e aos outros, bem como para se comparar aos outros. Um valor é um padrão empregado para influenciar e guiar as ações, atitudes, comparações, avaliações e justificativas do eu e dos outros.

O autor propôs também o conceito de “sistema de valor”, sugerindo uma ordenação de valores organizados em estruturas hierárquicas. Um sistema de valor de uma pessoa poderia ser entendido como uma organização aprendida, por meio de regras, para fazer escolhas e resolver conflitos, entre dois ou mais modos de comportamento ou estados finais de existência, portanto, “um sistema de valor é uma organização hierárquica - uma posição de ordem - de ideais ou valores em termos de importância” (ROKEACH, 1981, p. 101). Apesar de poder esperar que os fatores de personalidade causem grandes variações nos sistemas de valores individuais, os fatores culturais, institucionais e sociais (sistema social, classe, sexo, ocupação, educação, religião, entre outros) restringirão tais variações a um número de dimensões razoavelmente reduzido.

Ainda segundo Rokeach (1981), o valor tem um forte componente motivacional, tanto quanto componentes afetivos, cognitivos e comportamentais, sendo também um decisivo do

comportamento social, podendo explicar e descrever a semelhança entre os indivíduos, culturas, grupos e nações. Já o conceito de hierarquia “permite a comparação de indivíduos, grupos sociais e culturais, não somente com relação a valores, mas também com prioridades axiológicas” (PASQUALI; ALVES, 2004, p. 74).

Rokeach (1973) classificou os valores em duas categorias: a primeira está relacionada a modos preferíveis de conduta (meios), denominados valores instrumentais, que são definidos como um valor único, como honestidade e coragem; a segunda se relaciona a estados finais da existência (fins), chamados de valores terminais, que é a realização, o prestígio, a salvação. A partir dessa distinção, baseado na suposição de que todos os homens, em diferentes graus, possuem os mesmos valores, elaborou-se uma escala, que contém 36 valores, sendo 18 terminais e 18 instrumentais, tal escala é denominada de Escala de Rokeach, nela os respondentes deveriam colocar os valores em ordem de importância como princípios orientadores de sua vida.

Para Rokeach (1973), valores foram associados a melhor forma de viver. Nesse sentido, a melhor forma de viver significa que as pessoas buscam o que é desejável para a sociedade e o que elas mesmas desejam para elas, escolhendo entre o que atende a sociedade e o que atende a elas, num equilíbrio constante do conflito entre desejável e desejado.

Como se pode perceber, o desenvolvimento do estudo de valores tanto pode seguir a corrente sociológica, analisando as variáveis sociais, como pode seguir o rumo da psicologia, pela análise dos valores pessoais e dos impactos que estes têm nas atitudes e comportamentos das pessoas e dos grupos, entre os quais se inclui as organizações. Para este trabalho interessou a abordagem de Rokeach, que avançou de forma importante sobre o estudo de valores com enfoque psicológico.

Para Rokeach (1973) qualquer definição conceitual de valores deve incluir algum conteúdo operacional que proporcione a compreensão do conceito e que seja capaz de possuir clareza, especificidade e critérios, contemplando as premissas que dão suporte à assertiva conceitual. Desse modo, a elaboração do conceito dos valores humanos foi formulada mediante cinco premissas básicas: (a) em geral as pessoas têm um número relativamente reduzido de valores; (b) todas as pessoas, em qualquer lugar, têm os mesmos valores, diferenciando-se na escala de prioridades; (c) os valores são organizados por meio de um sistema de valores; (d) os antecedentes dos valores humanos podem ser investigados através da cultura, sociedade, instituições e da personalidade das pessoas; (e) as consequências dos



valores humanos manifestam-se em todos os fenômenos que os cientistas sociais devem considerar importantes para investigação e entendimento.

Esses atributos contemplam os aspectos dos valores humanos que emergem de situações ensinadas ou aprendidas, independentes de outros valores isolados, cujo comportamento resultante sempre é desejado, seja isto percebido de forma consciente ou não. Paradoxalmente, as pessoas não são ensinadas a desejarem ou não determinados valores, como, por exemplo, a paz ou a sobrevivência, são os processos de maturidade que confrontam as pessoas em situações sociais de competição entre um valor ou outro, integrando o valor isolado ao contexto da situação. Por outro lado, há uma relativa qualidade quando as pessoas se prendem às questões de mudança de hierarquia de valores, em tais circunstâncias o encontro com o outro apresenta situações de conflitos de valores, em que são requeridas decisões entre um ou outro valor, especialmente, no processo de crescimento individual. Tais conflitos de valores podem ser de caráter oposto, como, por exemplo, escolher entre ser obediente ou independente, ou ainda buscar o autorrespeito ou o reconhecimento social. O processo de crescimento vai consolidando a hierarquia de valores e a respectiva importância relativa (ROKEACH, 1973, p. 6).

Assim, o conceito de valores para Rokeach (1973) contempla diversas variáveis que podem ser apresentadas como crenças, modos de conduta, preferências e concepção sobre algo ou alguém, organizado, hierarquicamente, em um sistema de valores. Rokeach propôs uma relação entre valores, atitudes e comportamentos em torno do núcleo da personalidade social, organizados num sistema de crenças. O citado autor se filia à tese de que os valores representam o núcleo da personalidade social, e que os comportamentos são os construtos externos da personalidade.

Outra questão que tem motivado estudos sobre a relação entre valores e comportamento é se essa relação é mediada pelas atitudes. Rokeach reconhece a existência de relação funcional entre valores e comportamento, bem como defende que essa relação não é direta, mas sim mediada pelas atitudes. Para o autor, as atitudes mediarão a ativação dos valores porque as pessoas tendem a se comportar de forma coerente com o seu sistema de crenças (MARTINEZ-SANCHES; ROS, 2006). Holmer e Kahle (apud Ros, 2006b) corroboraram para essa hipótese, por meio de um instrumento com nove valores extraídos de uma lista de Rokeach, tendo encontrado as atitudes como mediadoras entre valores e comportamento.

Para Schwartz (2005a; 2005b), a relação entre valores e comportamento é direta, sem a mediação das atitudes, pois na própria essência dos valores está sua relação com o comportamento, representada pelas metas motivacionais subjacentes. Tanto Rokeach quanto Schwartz defendem a centralidade dos valores, em vez das atitudes como objeto de estudo, porque os valores são o componente central da personalidade, sendo, portanto, núcleo central do autoconceito, da autoestima, e da personalidade social, enquanto as atitudes e os comportamentos são mais periféricos.

Para Mooij (1998), os valores das pessoas desempenham um importante papel em seus comportamentos, pois influenciam as suas escolhas. Desse modo, os valores fornecem padrões aos consumidores, para que possam fazer comparações entre alternativas.

Milton Rokeach criou a Rokeach Value Survey (RVS), ou levantamento de valores de Rokeach, em português. A RVS consiste em dois conjuntos de valores, cada qual com 18 itens. O primeiro conjunto refere-se a condições de existência desejáveis, chamado de valores terminais. Estes se relacionam às metas que um indivíduo gostaria de alcançar durante sua vida. O segundo conjunto contém os meios para se chegar às metas dos valores terminais, ou, os modos preferenciais de comportamento, representando os meios pelos quais o indivíduo prefere atingir sua conduta, comportamento e seus objetivos, chamado de valores instrumentais. Para Peter e Olson (1999), os valores terminais como as necessidades, e, os valores instrumentais são observados como os objetivos, que representam os resultados pessoais e mais amplas que os indivíduos tentam alcançar em suas vidas.

Diante do exposto, apresenta-se, no Quadro 3, o conjunto de valores terminais e instrumentais que compõem o Inventário de Valores de Rokeach (Rokeach Value Survey – RVS).

**Quadro 3. Inventário de Valores de Rokeach (Rokeach Value Survey)**

<b>VALORES TERMINAIS</b>	<b>VALORES INSTRUMENTAIS</b>
Amizade verdadeira	Animado
Amor maduro	Ambicioso
Autorrespeito	Amoroso
Felicidade	Asseado
Harmonia interior	Autocontrolado

Igualdade	Capaz
Liberdade	Corojaso
Prazer	Polido
Reconhecimento social	Honesto
Sabedoria	Imaginativo
Salvação	Independente
Segurança familiar	Intelectual
Segurança nacional	Liberal
Sentimento de realização	Lógico
Um mundo de beleza	Obediente
Um mundo em paz	Prestativo
Uma vida confortável	Ser responsável
Uma vida emocionante	Tolerante

**Fonte: Adaptado de MOOIJ, 1998; ROKEACH, 1973.**

Rokeach (1973) define uma subdivisão de seus valores terminais em valores pessoais e valores sociais. O primeiro refere-se à própria pessoa, como, paz interior, salvação, o prazer, a liberdade e a vida confortável. Já o segundo relaciona-se às relações interpessoais, como, paz mundial, segurança nacional, mundo de beleza e igualdade (WEBER, 1990).

Por sua vez, os valores instrumentais podem ser divididos em dois grupos: os morais e os de competência. Existem formas de comportamento, como a honestidade, por exemplo, que levam o indivíduo a crer que esteja tendo um comportamento moral. Em outras ocasiões, o indivíduo demonstra ter um raciocínio lógico e inteligente, indicando um comportamento de competência. Uma pessoa pode experimentar conflito entre dois valores morais (como comportar-se honestamente e com amabilidade); entre dois valores de competência (como imaginação e lógica); ou entre valor moral e de competência (como agir com polidez e oferecer crítica intelectual). São exemplos de valores morais o perdão e a honestidade, e são exemplos de valores de competência a independência e a lógica (WEBER, 1990).

Destaca-se que segundo Rokeach (1973), a violação ou transgressão de um valor instrumental gera sentimento de culpa, quando se trata de um valor moral, e de vergonha a respeito da inadequação pessoal, quando se trata de um valor de competência.

Assim como outros autores, Rokeach (1973) afirma que o número total de valores que uma pessoa possui é relativamente pequeno; que todas as pessoas, em todos os lugares, possuem os mesmos valores, em graus diferentes; e que os antecedentes dos valores humanos podem ser encontrados na cultura, na sociedade e nas suas instituições.

Para Rokeach (1973), a distinção entre valores instrumentais e terminais é importante e não pode ser ignorada, nem do ponto de vista teórico, nem das tentativas de mensuração de valores, por duas razões: a primeira razão é que o número total de valores instrumentais não é necessariamente o mesmo que o número total de valores terminais; a segunda razão é a existência de um relacionamento funcional entre esses dois tipos de valores, que não pode ser desconsiderada.

Em relação às origens da escala RVS, Bearden e Netemeyer (1999) explicam que, no estudo que a originou, haviam sido escolhidos doze valores para representar cada conjunto de valores. Entretanto, devido à omissão de valores importantes e das baixas estimativas de confiabilidade, os conjuntos foram expandidos para dezoito valores em cada categoria. Para os valores terminais, uma extensa busca na literatura, o julgamento pessoal do pesquisador e entrevistas com 30 estudantes e com 100 não-estudantes, produziu um conjunto inicial de centenas de valores. Após julgamentos adicionais feitos por Rokeach (1973), e análises examinando a semelhança entre os itens, foram escolhidos dezoito itens. Quando orientado ao respondente da escala RVS, é solicitado que ordene cada uma das duas listas considerando a importância e influência que cada valor representa em sua vida.

Para os valores instrumentais, Rokeach (1973) usou uma listagem de 555 traços de personalidade, que foram reduzidos para 200. Os dezoito valores instrumentais foram escolhidos de acordo com os seguintes critérios: (1) reter apenas uma palavra de um grupo de sinônimos, (2) reter os elementos considerados maximamente diferentes ou minimamente correlacionados com outros, (3) reter os valores considerados valores americanos importantes ou representativos, (4) reter aqueles que poderiam discriminar ao máximo através de variáveis demográficas, (5) reter os valores considerados significativos em todas as culturas e (6) reter os itens que os respondentes poderiam admitir possuir (BEARDEN; NETEMEYER, 1999).

Originalmente, a RVS é mensurada em uma escala ordinal, na qual os sujeitos devem ordenar cada valor (primeiros os terminais, depois os instrumentais) em relação a sua importância, como sendo um princípio-guia em suas vidas. O número 1 indica que o valor é o mais importante, e o valor 18 indica que é o menos importante para o respondente. Entretanto,

Bearden e Netemeyer (1999) explicam que como muitos respondentes tinham dificuldades em ordenar todos os dezoito valores terminais, e depois os dezoito valores instrumentais, muitos pesquisadores têm procurado formas alternativas para escalar os valores de Rokeach (1973).

Rokeach (1973), apesar de fundamentar-se nos valores apresentados por Freud, Maslow e Murrey, os quais apresentavam grande quantidade possível de valores a serem descritos, elaborou um sistema de valores em quantidade limitada, formulando os conceitos de valores terminais e instrumentais. As relações entre os valores instrumentais e terminais permitem a ocorrência de interconexões, embora não consciente. No entanto, não há uma relação direta de um para um em cada valor, pois diversos valores instrumentais podem atuar para atingir um único valor terminal e vice-versa.

Quando os valores humanos são abordados com um atributo padrão surgem diversas características. No que se refere à forma, Rokeach (1973) apresenta uma lista onde os valores: (a) nos orientam quanto à adoção de determinadas posturas no domínio social, (b) nos predis põem a assumir uma determinada religião ou ideologia, (c) nos conduzem a utilização como guia orientador na maneira como as pessoas se mostram à outras, (d) elaboram julgamentos e avaliações que possam levar a sentimentos de orgulho ou atribuição de culpa a si mesmos ou aos outros, (e) constituem referência nos processos de comparação, tanto na aplicação dos valores pessoais quanto na moral, e de competência em relação a si mesmo e aos outros, (f) são utilizados para persuasão e influência nas outras pessoas, como, as crenças, atitudes, e comportamentos que devem ser questionados e modificados, ou a preocupação com a influência possível nos processos de mudança.

Por outro lado, o sistema de valores atua como mediador na tomada de decisões e na resolução dos conflitos, na medida em que possibilita uma organização de normas e princípios que auxiliam na escolha entre as alternativas admissíveis, embora nem sempre a pessoa ative seu sistema de valores para agir ou tomar uma decisão. Dessa forma, funciona como uma extensa estrutura mental disponível quando ocorrem as ocorrências, algo semelhante a um mapa mental que pode conduzir e orientar o processo, com diferentes conjuntos de valores ao alcance do indivíduo (ROKEACH, 1973).

Ao se pensar em valores, ou seja, se as pessoas têm um valor, a associação com as crenças e modos de conduta ou finalidade das ações, caminha-se para duas características básicas referentes a valores: terminais ou instrumentais, num processo de identificação entre a idealização do modo de conduta, ou referem-se à representação da finalidade da vida. A

distinção, nessa forma de abordagem dos valores, determinará qual o desenvolvimento que as pesquisas de valores irão seguir. De um lado, há uma diferenciação quantitativa na lista de valores que compõem cada uma dessas definições, e de outro a relação funcional entre esses valores não pode ser ignorada (ROKEACH, 1973).

### 2.6.3 Motivos

A teoria dos Motivos também conhecida como Teoria das Necessidades Socialmente Adquiridas é atribuída a McClelland (1961) que se fundamenta na psicologia motivacional e tem como base três necessidades ou motivos que são responsáveis pelo comportamento humano: realização, poder e afiliação ou associação. De acordo com essa teoria, a necessidade de realização se relaciona diretamente à superação dos padrões de excelência, enquanto a de poder está ligada a vontade de ser forte e ao desejo de influenciar as pessoas a sua volta, por fim a de associação caracteriza-se pela presença e valorização de relacionamentos interpessoais agradáveis e a busca pela cooperação (FERREIRA; FUERTH; ESTEVES, 2006). Esta teoria destacou as necessidades adquiridas, ou seja, as motivações e necessidades que os indivíduos desenvolvem por meio da sua experiência ao longo da vida (GONÇALVES JR., 2009). O Quadro 4 destaca os três motivos encontrados nas características das pessoas.

**Quadro 4. Motivos das características das pessoas**

Realização	São os indivíduos que apresentam alta necessidade de realização, em que buscam mudanças significativas em suas vidas, estabelecem metas; possuem o desejo de ascender profissionalmente; são voltados para a excelência, fazendo os indivíduos a lutarem pelo sucesso, contemplando desafios significativos e satisfazendo-se ao completá-los. São controlados por diversas forças, como: desejo de status, desejo de serem aprovados socialmente, conhecimentos e habilidades; o indivíduo tem que por à prova seus limites, que mensura as realizações pessoais e tem de fazer um bom trabalho. Estabelecem metas realistas e realizáveis e colocam-se em situações competitivas. A carência de realização é a primeira identificada entre os empreendedores bem sucedidos. É o que estimula as pessoas a começar e estabelecer um empreendimento.
Poder	É observado por meio da vontade do indivíduo em preservar o controle do ambiente e de outros indivíduos exercendo influência sobre os mesmos; é o desejo de controlar, impactar e influenciar indivíduos, possuindo influência sobre os comportamentos e as disposições, empregando-se do carisma (poder pessoal) ou da dominação (poder institucional). O objetivo da motivação do poder é sentir-se responsável pelos outros a se comportarem da maneira que se deseja. É proveniente do desejo de ter impacto, de ser forte e influenciar os indivíduos; vem da necessidade de fazer os outros se comportarem de um modo que não fariam naturalmente. Os indivíduos com essa necessidade em alta gostam de estar no comando.
Afiliação	Os indivíduos que apresentam esta necessidade demonstram o desejo de estar próximo dos demais indivíduos, com a ideia de construir sólidas amizades, compartilhar de alegrias e atingindo um bom relacionamento interpessoal. É originário da necessidade de afeição, de estar bem com todos e do desejo de possuir relacionamentos interpessoais agradáveis. Uma característica dos indivíduos que tem esta necessidade é que são mais propensas a fazerem

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de McClelland (1961).

As vivências de cada indivíduo através dos anos são responsáveis pela apreensão de suas necessidades. Dessa forma, o comportamento recompensado tende a repercutir-se com mais assiduidade pelas necessidades que são adquiridas. Logo, a partir da aprendizagem desenvolvem-se padrões exclusivos de necessidades que comprometem o desempenho e o comportamento destes indivíduos (MCCLELLAND, 1967).

É a Teoria dos Motivos que garante que cada indivíduo possua um nível de necessidade que se diferencia um do outro, contudo, essas necessidades jamais serão nulas. Dessa forma, por menor que seja, sempre haverá um traço dessa necessidade, entretanto, a “realização”, que se qualifica como a primeira necessidade adquirida durante os primeiros anos de vida. McClelland ressalta que quando um determinado indivíduo consegue realizar algo a partir de algum motivo, o mesmo meio será usado para solucionar outros problemas. Isto gera uma individualização do indivíduo (PORTILLO-SERRANO, 2006).

Vale ressaltar que alguns pesquisadores e especialistas chamam a atenção para o fato de que os atributos presentes na personalidade de cada indivíduo não são vistos como fatores determinantes de sucesso, tendo em vista que também é importante o conjunto de experiências, habilidades e conhecimentos do indivíduo (ROBBINS, 2005).

Alguns indivíduos parecem ter uma aptidão natural para o sucesso. São esses que priorizam a realização pessoal em detrimento do sucesso em si, mantendo o desejo de fazer algo de modo mais eficiente ou ainda melhor do que foi feito anteriormente. Tudo isso pela extrema necessidade de realização. McClelland também foi responsável por desvendar em seu estudo sobre a necessidade de realização que os indivíduos que têm espírito de grandes realizadores se sobressaem de outros indivíduos pelo constante desejo de conceber melhor as coisas. Os grandes realizadores optam por solucionar os problemas e assumir a responsabilidade pessoal pelo sucesso ou pelo insucesso. Nessa esteira, buscam casos em que possam ter domínio e assumir responsabilidade de solucionar os problemas postos, além de estabelecer metas moderadamente desafiadoras e receber rápido *feedback* para saber se estão melhorando (ROBBINS, 2005).

Os grandes realizadores também possuem um melhor desempenho quando alcançam uma probabilidade de 50 por cento de sucesso. Tais pessoas, que possuem características que as fazem ser consideradas grandes realizadores, preferem estabelecer metas que os levem a se

esforçar um pouco mais. A necessidade de poder é o desejo de controlar, além de causar impacto e conseguir influenciar os demais, em que preferem estar situados em situações que os desafiem e o levem a competir e adquirir status, influência e prestígio (ROBBINS, 2005).

Por fim, a terceira necessidade identificada na Teoria dos Motivos de McClelland é a de afiliação ou de associação. Os indivíduos em que essas características estão presentes preferem situações de cooperação, desejam relacionamentos que abrangem uma compreensão mútua e buscam a amizade (ROBBINS, 2005).

Na presente pesquisa, pretende-se a partir da Teoria dos Motivos de McClelland identificar os motivos do indivíduo.

## 2.7 História de vida

Inicialmente, ressalta-se que a história de vida é tratada no referencial teórico para complementar o desenho de Robbins (2005), como característica do indivíduo e não como método de pesquisa.

A história de vida é uma forma de relato, que trata sobre a história que os indivíduos narram sobre seu dia a dia, ou seja, os acontecimentos que já ocorreram. Spindola e Santos (2003, p. 120) afirmam que a história de vida tem a “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”. Assim, o relato história de vida permite ao pesquisador familiaridade com diversas memórias, as quais se instituíram no desenvolvimento do indivíduo, tanto pessoal como profissional. Além disso, permite ao entrevistado a construção de um diálogo interior com seu próprio eu, conscientizando-se sobre sua existência e compreendendo, portanto, sua trajetória de vida.

Observa-se que, entre os diversos autores que escrevem sobre história de vida, ou a utilizam, não há um consenso sobre seu conceito. Todavia, ressalta-se que os conceitos de experiência de vida evoluíram e modificaram-se ao longo da história, devido aos estudos de vários pesquisadores. A partir disso, serão explanados conceitos com o intuito de contribuir para a melhor compreensão da pesquisa em estudo, conforme Quadro 5.

**Quadro 5. Conceitos de História de Vida**

AUTOR	CONCEITO
Queiroz (1988)	A história de vida é um relato de um narrador que expressa sobre sua existência através do tempo, procurando transmitir a experiência que vivenciou, e reconstituir os



	acontecimentos vividos. Portanto, compreende-se como uma narrativa linear e individual dos fatos que o narrador considera significativo.
Boje (1995)	A história de vida é uma demonstração oral ou escrita, que envolve duas ou mais pessoas, interpretando uma experiência antecipada ou passada. Nesta definição, as histórias não precisam de começo, meio ou fim, como as definições mais formais e restritivas.
Becker (1999)	A história de vida é uma forma de relato, que contribui para a possibilidade de dar ao pesquisador a noção de processo.
Atkinson (2002)	A história de vida é um registro escrito, com base em narrativas pessoais, coletado por meio de entrevistas.

**Fonte: Elaborado pelo autor.**

A partir da explanação dos conceitos de história de vida, em que se adota o conceito de Queiroz (1988), torna-se perceptível que essa forma de relato é usada para o entendimento de grupos, a partir de trajetórias individuais, que possibilita compreender o social a partir do individual, conforme indicam Marre (1991) e Silva et al. (2007). Vale lembrar que o indivíduo está introduzido dentro de um contexto social e sua história é embasada por pessoas, relações, fatos e organizações, as quais ele constitui com o “outro”. Entretanto, Camargo (1984) afirma que além de procurar o entendimento de um grupo, a história de vida procura, também, apreender a natureza de um período histórico.

Para Denzin (1984), a vida é uma produção temporal em que estão elementos do passado, presente e futuro. Sendo assim, ela é formada por diversos projetos ao longo dos anos, em que a preocupação essencial do estudo da história de vida e da análise do relacionamento entre a práxis individual, coletiva, e a mudança sócio-histórica, visa compreender de que maneira as vidas, como propriedades biográficas, são administradas, controladas, descartadas, desperdiçadas, destruídas, dissecadas, estudadas, faladas, lembradas, manipuladas, memorizadas, possuídas, reunidas, trocadas e ultrapassadas.

Segundo Smith (2012), através do relato das histórias de vida, que se percebe as escolhas de carreiras, as motivações e o valor, configuradas nos seus mundos sociais e profissionais. O que diferencia o relato da história de vida é a contextualização histórica, institucional, política, pessoal e/ou social de narrativas (DELORY-MOMBERGER, 2012), evidenciando ações e emoções, bem como interações entre eventos e pessoas (XING; SIMS, 2012), buscando encontrar essas forças que alteram, distorcem e moldam as experiências vividas (BERTAUX, 1993; HATCH; WISNIEWSKI, 1995). As histórias de vida admitem compreender as experiências biográficas em sua relação com a sociedade, a cultura, e a instituições instituidoras de significados de modo mais amplo (DELORY-MOMBERGER, 2012).

A força das histórias de vida encontra-se “na dialética entre as experiências únicas dos indivíduos e as limitações das amplas estruturas sociais, políticas e econômicas” (HATCH; WISNIEWSKI, 1995, p. 128). Nesse sentido, observa-se a possibilidade da abordagem de história de vida auxiliar na compreensão de aspectos objetivos, como, dados do contexto econômico, histórico, político e social, bem como aspectos subjetivos, a exemplo de o papel do espaço, das emoções e do tempo, resultando em construções sociais e de sentido, que são inerentes aos indivíduos e coletividades situados em contextos organizacionais específicos. Assim, o acesso as diferentes dimensões da vida humana permitidos por esta estratégia metodológica pode beneficiar uma visão interdisciplinar das carreiras contemporâneas, enriquecendo averiguações sobre o tema e ampliando a sua compreensão.

Outra questão que deve ser tratada sobre a história de vida, refere-se a sua descontinuidade, pois o indivíduo escolhe ocasiões que para ele são importantes. Nesse caso, o indivíduo não narra os fatos de modo cronológico, mas segue seu pensamento narrando os fatos que ele próprio considera importante. Além disso, destaca-se que as experiências vividas se constituem em totalidades sintéticas, ou seja, somadas formam um todo. Sendo assim, a verbalização de suas trajetórias, bem como os fatos e acontecimentos relacionados a ela, são lembrados de acordo com a importância que o narrador atribui a eles (MARRE, 1991).

Com base no exposto, evidencia-se o entendimento que a forma de relato história de vida permite o entendimento de grupos, o que auxiliará na construção da percepção do perfil do indivíduo. A história de vida, em suas etapas, permite a análise das influências dos aspectos subjetivos, pois nos diferentes relatos é possível identificar as construções realizadas pelo entrevistado durante as respostas, identificando as influências em sua história de vida social e profissional.

## **2.8 Perfil da mulher empreendedora no Brasil**

Foi realizada uma pesquisa bibliométrica para analisar o que já se sabe sobre a mulher empreendedora. O delineamento metodológico do estudo se apresenta como uma pesquisa descritiva exploratória, bibliométrica e qualitativa. A pesquisa é considerada documental tendo em vista que o objeto de estudo são os artigos publicados na base de dados selecionados, conforme os critérios da pesquisa. Os passos metodológicos para a consecução

desta pesquisa foram divididos em três partes: seleção das bases de dados, seleção dos trabalhos e definição dos critérios para análise dos dados.

Para seleção da base de dados foi realizado acesso na base de dados Spell e EBSCO*host*. Delimitou-se a busca no período de janeiro de 2007 a outubro de 2017. Para refino da pesquisa, o tipo de recurso foi limitado a somente artigos. Uma vez definida a base de dados, o próximo passo consistiu na seleção dos artigos a serem analisados. Essa seleção foi realizada com base em buscas em português nos títulos, nos resumos, e palavras-chave, utilizando-se o termo palavra "Mulher Empreendedora" e "Mulher no Trabalho".

A escolha do portal Spell e do EBSCO*host*, como base de dados, deram-se devido a suas relevâncias no meio acadêmico e a suas facilidades de uso e acesso pelos pesquisadores. Isto, provavelmente, abrirá novas aberturas de estudos, nesta área de conhecimento, em outras bases científicas de dados. Após a identificação dos referidos artigos científicos, procedeu-se à análise dos mesmos, com vistas à percepção dos resultados encontrados relacionados ao delineamento da mulher empreendedora.

Primeiramente foi feito a busca na base de dados do Spell. Destaca-se que foi realizada a seleção dos artigos publicados em revistas, nas áreas de conhecimento em Administração, Administração Pública, Contabilidade, Economia, Engenharia e Turismo, utilizando-se os idiomas em português, inglês e espanhol. Os Resultados da busca na base de dados Spell, com o termo "Mulher Empreendedora" e "Mulher no trabalho", perfizeram um total de 60 artigos selecionados. Posteriormente, foi analisado cada artigo, individualmente, com o intuito de identificar quais tratavam, especificamente, sobre a mulher empreendedora e se a pesquisa indicava a região que tinha sido realizada, chegando ao total de 8 artigos, em que para facilitar a identificação dos artigos encontrados na base de dados da Spell foi criado código do A1 à A8. Desse total, identifica-se que as pesquisas estão distribuídas por regiões do país da seguinte forma: 4 na região Sul, 3 na região Sudeste, 1 na região Nordeste e nenhuma na região Norte do país.

Em outro momento foi realizada a busca na base de dados do EBSCO*host*. Os Resultados da busca nessa base de dados, com o termo "Mulher Empreendedora", perfizeram um total de 36 artigos selecionados. Posteriormente, foi analisado cada artigo, individualmente, com o intuito de identificar quais tratavam especificamente sobre a mulher empreendedora e se a pesquisa indicava a região que tinha sido realizada, chegando ao total de 17 artigos, em que para facilitar a identificação dos artigos encontrados na base de dados

da EBSCOhost foi criado código do B1 à B17. Desse total, identifica-se que as pesquisas estão distribuídas por regiões do país da seguinte forma: 8 na região Sul, 6 na região Sudeste, 3 na região Nordeste e nenhuma na região Norte do país. As informações dos artigos encontrados na base de dados da Spell e do EBSCOhost estão elencados no Quadro 6.

**Quadro 6. Resultado da pesquisa de artigos nas bases de dados**

<b>Cód.</b>	<b>Título</b>	<b>Autores</b>	<b>Ano de Publicação</b>	<b>Região do País</b>
A1	Empreendedoras escrevem a própria história: estudo realizado a partir do teste de complemento de frases.	FERREIRA, J. M.; RESE, N.; NOGUEIRA, E. E.	2014	Sul
A2	Tecnologia para produzir chuva: Competências de uma Mulher Empreendedora Social.	LAMOZINI, A; VICENTE, R. C. C.; SANTOS, A. F.	2014	Sudeste
A3	Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte.	MACAHDO, H. P. V.; GAZOLA, S.; ANEZ, M. E. M.	2013	Nordeste
A4	Efeitos da imersão de empreendedoras em redes: casos de associações de mulheres de negócios do Estado do Paraná.	MACHADO, H. V.; JESUS, M. F.; GREATTI, L.; LEAL, L. E. B. B.	2011	Sul
A5	Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas.	MARTINS, C. B.; CRNKOVIC, L. H.; PIZZINATO, N. K.; MACCARI, E. A.	2010	Sudeste
A6	Empreendedorismo feminino: um estudo sobre sua representatividade no município de Toledo - Paraná	SANCHES, F. C.; SCHMIDT, C. M.; CIELO, I. D.; KÜHN, M. K. S.	2013	Sul
A7	Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow	ALMEIDA, I. C.; ANTONIANLLI, L. M.; GOMES, A. F.	2011	Sudeste
A8	Relações de gênero e a lógica da competência no mercado de trabalho	BARBOSA, R. P.	2013	Sudeste
B1	A vaidade feminina enquanto nicho de mercado: uma análise da mulher empreendedora pela oportunidade e exploração do segmento de salão de beleza	GELAIN, I. A.; OLIVEIRA, E. C.	2014	Sudeste
B2	O papel da família na trajetória profissional de mulheres executivas e empreendedoras	SANTOS, C. M. M.; CARVALHO NETO, A. M.	2017	Sudeste
B3	A mulher empreendedora como parte da disseminação da educação empreendedora: um estudo nos colégios particulares da cidade de Jandaia do Sul – PR	PEREIRA, J. A.; MACHADO, V. S.	2013	Sul
B4	Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino	FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S.	2013	Sudeste
B5	Políticas públicas, gênero e empreendedorismo: uma análise do Programa Nacional Trabalho e Empreendedorismo da Mulher em Pernambuco.	CARVALHO, G. C.	2017	Nordeste

B6	A trajetória de um conselho de empreendedoras e sua institucionalização	JESUS, M. F.; MACHADO, H. V.	2010	Sul
B7	Potencial empreendedor de empresárias do setor turístico de Florianópolis (SC)	SOUZA, M. J. B.; TRINDADE, F. M.; FREIRE, R.; LYRA, F. R.	2016	Sul
B8	Incidentes críticos envolvendo mulheres empreendedoras: O entrelaçamento de questões pessoais e profissionais	NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; TONELLI, M. J.	2015	Sudeste
B9	Empreendedorismo feminino no Artesanato: Uma análise crítica do caso das rendeiras dos Morros da Mariana	FIGUEIREDO, M. D.; MELO, A. N.; MATOS, F. R. N.; MACHADO, D. Q.	2016	Nordeste
B10	Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Relatadas Em Histórias De Vida	ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C.	2014	Sul
B11	Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicascos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba	STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M.	2013	Sul
B12	Análise do discurso de “mulheres de negócio” associadas à business Professional women	MENESES, R. S. S.; OLIVEIRA, J. L.	2013	Sul
B13	Criação de empresas por microempreendedores	BOAVENTURA, M. G.; MELO, M. C. O. L.	2011	Sudeste
B14	Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes?	VALE, G. M. V.; SERAFIM, A. C. F.; TEODÓSIO, A. D. S.	2011	Sudeste
B15	Empreendedorismo feminino: o caso do setor salineiro – Mossoró/RN	ALMEIDA NETE, F. S.; SIQUEIRA, E. S.; BINOTTO, E.	2011	Nordeste
B16	Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso	TEIXEIRA, R. M.; DUCCI, N. P. C.; SARRASSINI, N. S.	2010	Sul
B17	Empreendedoras e a atuação em redes	GREATTI, L.; MACHADO, H. V.; OLIVEIRA, M. F.	2010	Sul

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da base de dados Spell e EBSCOhost.

Ressalta-se que alguns artigos foram encontrados nas duas bases de dados, entretanto, foram elencados uma única vez no Quadro 6.

Após identificar os artigos através do título, autor, ano de publicação e a região do país em que foi realizado a pesquisa, destaca-se no Quadro 7 os objetivos e os resultados presentes nos artigos analisados. É necessário deixar claro que cada artigo analisado tem o levantamento dos dados segundo o direcionamento das suas pesquisas, trazendo informações referentes à história de vida, perfil demográfico, entre outras questões referentes a mulher empreendedora.

**Quadro 7. Resumo dos dados encontrados nos artigos pesquisados**

Cód.	Objetivos	Resultados
A1	Apresentar teste de complemento de frases como uma ferramenta útil para as pesquisas de cunho qualitativo, comprometidas com os	I) empreendedores se autorreferenciam; II) a família e os negócios são imbricados; III) o empreendedorismo não é maniqueísta; IV) a ação empreendedora assume o caráter de um fim em si mesmo; V) a atividade empreendedora é uma

	pressupostos da teoria sócio-histórica com mulheres empreendedoras.	atividade de feitos heroicos; e VI) a visão sobre a mulher ainda é naturalizada. De forma geral, ao viver e empreender elas constroem.
A2	Analisar quais são as competências de uma mulher a frente de um empreendimento social.	A respondente apresenta as dez competências analisadas com destaque para as competências de inovação e conceitual, que são as mais recorrentes. Além destas, a competência social e a de comprometimento também são marcantes no estudo.
A3	Compreender as razões e dificuldades encontradas por mulheres para criação das empresas. Identificar a relação das razões e dificuldades com algumas condições da criação das empresas, como capital inicial, idade das empreendedoras, estado civil, ano de abertura e ocupação anterior.	As principais dificuldades para a criação das empresas foram: falta de experiência no ramo, filhos pequenos, falta de tempo para participar em redes, dificuldade em obter capital inicial e falta de apoio da família. O montante do capital inicial não apresentou associação com razões ou dificuldades de criação das empresas. A idade das empreendedoras e o ano de criação não mostraram associação com as variáveis dificuldades e razões de criação.
A4	Compreender efeitos da imersão de empreendedoras em redes, especificamente em associações de mulheres de negócios, inseridas em Associações Comerciais em municípios paranaenses.	O acompanhamento da trajetória das redes de empreendedoras evidenciou como os atores (ou atrizes neste caso), foram ativos e dinâmicos, na medida em que foi possível perceber a dinamicidade dos Conselhos com o passar do tempo e o envolvimento intenso de muitas participantes para a construção da identidade dessas redes. Nos casos estudados quanto à intencionalidade dos atores se em um primeiro momento se limitou à finalidade da rede como fonte de benefícios aos empreendimentos, no momento em que as empreendedoras se engajavam nas redes outro desafio às aguardavam: a necessidade de legitimação dos Conselhos no âmbito da Associação. Essa duplicidade de forças aumentou a complexidade da participação, mas ao mesmo tempo reforçou os efeitos políticos e culturais, assim como se pode afirmar que reforçou a identidade social. A identificação dos efeitos cognitivos, tanto em relação ao desempenho do papel, quanto à gestão da empresa, dos efeitos políticos e culturais contribuiu para reforçar a importância da participação em redes por empreendedoras. O aspecto que emergiu das narrativas sobre como a participação nos Conselhos propiciou a oportunidade de participação em outras redes e assim resultou em maior visibilidade das empreendedoras.
A5	Conhecer as características pessoais de empreendedoras relacionadas à sua origem, trajetória educacional, experiência profissional e vida pessoal; Identificar os parâmetros que descrevam o papel da mulher empreendedora nas pequenas e médias empresas.	Todas as empreendedoras entrevistadas mostraram uma marca em comum: determinação para perseguir objetivos, alcançar metas e superar dificuldades, mas é inegável que a vida particular das empreendedoras foi afetada de modo diferenciado.
A6	Analisar a participação feminina em cada um dos três setores: comércio, indústria e serviços, na região oeste do Paraná; Identificar os ramos de atividade em que as mulheres possuem maior representatividade; Analisar o ciclo de vida dos empreendimentos femininos nos	Foi possível identificar a participação ativa da mulher enquanto empreendedora no município de Toledo, com um total de 58% de participação feminina. No que se refere ao setor com maior representatividade, as mulheres têm atuado com maior intensidade no setor de comércio, com 66%, seguido pelo setor da indústria, com 58% de participação feminina nos empreendimentos do município. Outro fator observado se refere ao ciclo de vida dos empreendimentos femininos, no qual os resultados

	três setores investigados.	encontrados no município são positivos, uma vez que 32% destas organizações já representam empreendimentos de sucesso.
A7	Identificar o comportamento estratégico das mulheres empresárias de uma cidade de médio porte do sul de Minas Gerais.	Em relação ao comportamento estratégico adotado pelas mulheres empresárias, os resultados da pesquisa apontaram a existência dos quatro tipos de comportamento estratégico (analítico, prospector, defensivo e reativo). No entanto, o comportamento estratégico analítico se destacou em 41,3% (31 casos) das empresas pesquisadas, sendo seguido pelo prospectora em 30,7%, em seguida aparece o defensivo com 14,7% e o reativo com 13,3%. De um modo geral, foram preponderantes os comportamentos analíticos e prospectores que somados perfizeram um percentual de 72% dos comportamentos identificados. Demonstrou a possibilidade de aplicação do modelo de Miles e Snow (1978) na investigação do comportamento estratégico adotado por mulheres empresárias, permitindo seu agrupamento em quatro tipos distintos de estratégia: defensiva, analítica, prospectora e reativa.
A8	Identificar as competências exigidas das mulheres no mercado de trabalho; Compreender a percepção das trabalhadoras do cargo que ocupam e da sua posição no mercado de trabalho, bem como as competências que julgam necessárias para ocuparem um cargo de chefia; Visualizar os critérios que influenciam suas escolhas em termos de desempenho e aprendizagem.	Os resultados da pesquisa apontam que a inserção da mulher no mercado de trabalho e as competências exigidas para o desempenho de um cargo de chefia estão relacionadas com as competências específicas desenvolvidas e introduzidas pelas mulheres no meio organizacional. Com o significativo aumento do nível de escolaridade das mulheres e com a diminuição das barreiras culturais para o seu ingresso no mercado de trabalho, elas tiveram que se adaptar às exigências e ao ambiente que as organizações lhe propiciam, construindo sua identidade na luta pela igualdade de gêneros. No contexto familiar, as mulheres ainda são praticamente as únicas responsáveis pelas tarefas da casa e com os cuidados relativos aos filhos, conciliando essas obrigações com a mobilidade e flexibilidade exigidas pelas organizações. Encaram como o maior de seus desafios para permanecer e ascender profissionalmente, conciliar o tempo dedicado à família com o tempo exigido pelo trabalho, e sem dispor de tempo para realizar outras atividades que não sejam relacionadas à família.  As mulheres apresentam características como a habilidade de responder várias demandas ao mesmo tempo, possuir grande sensibilidade e percepção nas relações interpessoais, detalhistas e comprometidas e ser mais sensível com um olhar mais amplo, são características que acaba sendo um importante diferencial no mercado de trabalho e que nenhuma delas diminui a capacidade e a objetividade no trabalho diante da meta a ser alcançada.
B1	Investigar o perfil da mulher empreendedora que explora a vaidade feminina enquanto nicho de mercado.	Os resultados apontam que as mulheres empreendedoras apresentam um perfil semelhante, destacando-se a capacidade empreendedora, a paixão pelo que fazem; a criatividade e aperfeiçoamento nos negócios, a capacidade de conciliar trabalho e família, a necessidade de ter renda própria, a vontade de evolução constante e a pouca idade das mulheres que estão ingressando no mercado através de ações empreendedoras.  Constatou-se que estas mulheres contribuem muito na economia do país e ao mesmo tempo conseguem conciliar a vida profissional com a pessoal, promovendo o bem estar não somente de suas famílias como também da sociedade em

		<p>geral.</p> <p>Identificou-se as principais características das empreendedoras no mercado de beleza da cidade de Nova Esperança, possibilitando a leitura do perfil destas mulheres que exploraram a oportunidade de se tornarem empreendedoras ao se aproveitarem da vaidade feminina (segmento do mercado da beleza) como nicho de mercado a ser explorado economicamente.</p>
B2	<p>Entender o papel da família na trajetória profissional das mulheres executivas brasileiras que chegaram aos primeiros escalões das grandes empresas operando no Brasil e das mulheres empreendedoras.</p>	<p>Enquanto as mães das executivas influenciaram no sucesso profissional devido à importância que deram aos estudos, as mães das empreendedoras influenciaram não apenas pelo enfoque nos estudos, mas também pela experiência empreendedora repassada de uma geração para outra.</p> <p>No caso das executivas, aparecem relatos em que fica evidente a importância das mães, mais que dos pais, no incentivo aos estudos. Estudos que propiciaram uma qualificação maior e, com isso, um crescimento na carreira. No caso das empreendedoras, foi comum ouvir mais relatos de outras pessoas influentes da família (tios, avós), quando se fala de profissão, do que relatos dos pais.</p>
B3	<p>Identificar se as dirigentes dos colégios particulares de Jandaia do Sul-PR disseminam o empreendedorismo para os alunos; Mostrar o perfil das mulheres empreendedoras, como é feita a gestão dos seus negócios; Discutir a importância da educação empreendedora desde a adolescência.</p>	<p>Evidenciou-se que as entrevistadas acreditam que a disseminação da cultura empreendedora deve começar cedo, por meio da educação. Foi relatado também que a disseminação pode ser feita por meio de exemplos de empreendedores, encorajamento e dedicação ao estudo, fazendo visita em empresas e compartilhando com os alunos os conhecimentos adquiridos.</p> <p>Reiteram-se as dificuldades de ser uma mulher empreendedora e também como é difícil comandar uma empresa nos dias de hoje. Contudo, quando se trabalha com paixão, elas acreditam vencer os obstáculos.</p> <p>Quanto à disseminação da cultura empreendedora, as empreendedoras alegaram fazer isso por meio do exemplo de outros empreendedores, do encorajamento e dedicação ao estudo, fazendo visita em empresas e compartilhando com os alunos os conhecimentos adquiridos ao longo dos anos.</p>
B4	<p>Identificar os elementos que permitem conhecer a subjetividade de mulheres empreendedoras segundo a teoria proposta por González Rey (2009).</p>	<p>Os resultados indicam que a configuração subjetiva do empreendedorismo para as mulheres está apoiada em sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida. O empreendedorismo, nesta pesquisa, aparece como uma característica individual que começa a ser constituída na infância. No entanto, as empreendedoras se constituem como tal ao longo de sua história, quando devem lidar com as condições adversas do mundo empresarial, visto como machista. Nesse contexto, a abertura da empresa é um evento que marca fortemente a trajetória dessas mulheres, tendo uma natureza simbólica que atua como constituinte da subjetividade delas. No mesmo sentido, a multiplicidade de papéis e a concorrência entre espaços sociais sublinham que a família interfere na dinâmica dos negócios, uma vez que os mesmos negócios estão presentes em seus lares. Além disso, a forma como empreendem é delimitada pelas condições concretas em que viveram/vivem.</p>
B5	<p>Verificar os benefícios e as experiências de empreendedorismo fomentadas a partir da implementação do Programa</p>	<p>Os resultados da pesquisa apontaram que o PTEM-PE teve seus méritos e trouxe benefícios para as participantes, ainda que não tenham sido os postos como objetivos nos documentos oficiais, pois se referiram mais aos aspectos</p>



	Trabalho e Empreendedorismo da Mulher no Estado de Pernambuco; Apresentar oportunidades de alternativas de geração de renda, de inserção no mercado e de organização em associações e cooperativas.	subjetivos, comportamentais e existenciais. O significado atribuído dos benefícios foi mais perceptível no que se refere às mudanças produzidas nos olhares e opiniões sobre si mesmas e não necessariamente ao seu protagonismo e efetiva participação no desenvolvimento econômico local, inclusive pelo destaque dado por estas mulheres às dificuldades para criarem ou gerirem um negócio (seja individualmente ou em grupo) e aos obstáculos em garantir a independência financeira em relação aos maridos. Em linhas gerais, o programa, para algumas das participantes, teve seus méritos e trouxe benefícios, ainda que não tenham sido os postos como objetivos nos documentos oficiais.
B6	Compreender a trajetória de uma associação de empreendedoras, especificamente um Conselho da Mulher Executiva, inserido em uma Associação Comercial, até sua institucionalização.	Os resultados obtidos indicaram que a trajetória do Conselho propiciou às empreendedoras: a) conhecimento, no momento de formalização do Conselho; b) visibilidade, na fase de consolidação; e, c) efeitos na identidade social, na fase em que se institucionalizou. Porém, após o enfraquecimento do Conselho na Associação, ocorreu a (des) institucionalização bem como o distanciamento e desligamento de associadas.
B7	Analisar o potencial empreendedor das proprietárias de empresas do setor turístico de Florianópolis (SC); Identificar as características socioeconômicas das entrevistadas, como também a caracterização de suas empresas; Avaliar o perfil empreendedor das mulheres com base no modelo Carland Entrepreneurship Index (CEI), de Carland et al., (1992); Verificar a existência de associação entre os diferentes graus de potencial empreendedor e as características das entrevistadas.	Os resultados revelaram que 68% das entrevistadas classificam-se como empreendedoras, de acordo com o instrumento desenvolvido por Carland, Carland e Hoy (1992), com média de 19,9 em um total de 33 pontos possíveis. Os testes estatísticos comprovaram a existência de diferenças significativas entre as médias obtidas pelo segmento de turismo e as demais entrevistadas, nos fatores traços de personalidade, postura estratégica e propensão ao risco. Porém, revelaram que não existe associação significativa entre potencial empreendedor e idade, escolaridade e renda da empreendedora e nem com o ramo de atividade e o tempo de existência da empresa.
B8	Apresentar os resultados de uma pesquisa em que se analisam situações críticas vivenciadas por mulheres empreendedoras, e buscar entender como elas superam tais situações.	A análise dos incidentes críticos evidencia que, ao lado de questões práticas na gestão, emoções se entrelaçam para o desenvolvimento dos negócios. Diferentemente de estudos internacionais no campo, constata-se que nos incidentes críticos vividos por empreendedoras brasileiras, os aspectos pessoais confundem-se com os profissionais, acarretando problemas desafiadores nessas duas esferas da vida. O grupo de mulheres empreendedoras participantes da pesquisa enfrentam tais dificuldades mobilizadas por emoções, mas também movidas por fortes sentimentos de superação.
B9	Compreender como a ação empreendedora pode contribuir para a emancipação feminina; Problematicar o empreendedorismo feminino a partir de uma perspectiva crítica, subsidiada por teorias feministas que tomam por princípio a relação entre trabalho e práticas sociais; Compreender como o artesanato feminino tradicionalmente desempenhado na esfera doméstica	Os achados do estudo apontam para a vinculação entre o desempenho da atividade artesanal das rendeiras e o reforço dos papéis de gênero tradicionais. Como conclusão, tem-se que mesmo que a produção e comercialização da renda sejam fontes geradoras de recursos para as mulheres da Associação, a atividade empreendedora baseada no artesanato não é uma ação emancipatória, capaz de subverter a desigual distribuição de poder de gênero na sociedade em questão. Identificou-se que a profissionalização de uma atividade artesanal considerada “amadora” não se faz sem impasses e conflitos. Por um lado, a exposição da mulher na esfera pública através da ação empreendedora provoca instabilidade

	adentra o espaço público e é incorporado ao sistema capitalista enquanto empreendimento comercial.	no sistema patriarcal, cujas características concretas e ideais serviram de anteparo para forjar a identidade feminina hegemônica, diante disso são frequentes as tentativas masculinas de impedir que as carreiras femininas se desenvolvam e almejem sucesso. Isso implica que o delinear de um projeto profissional, a partir de uma prática costumeiramente identificada com a produção doméstica de consumo familiar, requer que a mulher desconstrua os padrões de comportamento esperados e estabeleça novos vínculos com o espaço público. Por outro lado, quando o artesanato feminino ganha notoriedade e se torna amplamente reconhecido, é comum que seja convertido em empreendimento comercial.
B10	Analisar os problemas encontrados ao longo do processo empreendedor, a partir das histórias de vida das participantes do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios em Santa Catarina.	Dificuldades encontradas no processo empreendedor está relacionado a percepção da falta de confiança nelas depositada e o conflito pessoal, familiar e empresarial, sendo essas últimas dimensões conflitantes na vida dessas mulheres, pois concorrem por sua atenção. São apontados, ainda, aspectos relativos à gerência do negócio, sendo as questões financeiras e as de mercado as mais graves. As mulheres empreendedoras catarinenses com diferentes perfis, escolaridades, origens, estrutura familiar, conhecimentos e com empresas constituídas em diferentes setores e em épocas distintas, chegam a uma mesma constatação: ir atrás do sonho de empreender vale a pena. De acordo com as narrativas das empreendedoras, apesar dos problemas enfrentados, as suas jornadas foram marcadas por uma dose de sonho, força de vontade, mas, acima de tudo, de muito trabalho e empenho.
B11	Apresentar os conflitos trabalho-família percebidos por duas empresárias do setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba, bem como as ações dessas empresárias para lidarem com os conflitos identificados; Contribuir com as mulheres donas de pequenos negócios na identificação dos conflitos existentes na relação trabalho-família; Descrever as ações adotadas pela empreendedora para atenuá-los ou até mesmo eliminá-los.	O fator tempo foi o mais frequentemente citado como gerador de conflitos trabalho-família e o controle emocional como a ação mais citada como atenuante desses mesmos conflitos. Na tentativa de conciliar casa-família-trabalho, as empresárias participantes da pesquisa agem muito mais para atenuar os conflitos por elas identificados do que para eliminá-los. Ações como o controle das emoções, por exemplo, diminuem a frequência da ocorrência de conflitos, tanto em casa quanto no trabalho. Mas, isso não significa que tais conflitos foram eliminados, pois as empreendedoras da pesquisa continuam a perceber que podem ocorrer a qualquer momento, para isso basta que elas, momentaneamente, percam o autocontrole.
B12	Analisar os discursos de “mulheres de negócio”, conforme suas histórias de vida relatadas a Business Professional Women (BPW), a Associação das Mulheres de Negócio; Levantar alguns pontos de reflexão acerca da representação da mulher que se considera “de negócios”, manifestada em seus discursos; Investigar o processo de constituição de um sujeito histórico contemporâneo – a mulher de negócios.	Embora as histórias consideradas sejam bastante distintas, no que se refere à origem, porte e área de atuação das empresárias, é interessante verificar que os sentidos atribuídos ao sucesso profissional aparecem normalmente vinculados a momentos de extremas dificuldades e grandes conquistas. O sofrimento e a superação caracterizam dois percursos figurativos antagônicos, constantemente ilustrados pelos temas do casamento, da esperança e da educação. As condições familiares, a qualificação profissional e as relações interpessoais, por sua vez, constituem os principais percursos semânticos que validam a trajetória de sucesso dessas mulheres, triunfo consolidado pela possibilidade de se associarem a outras mulheres que passaram por situações parecidas ao longo de suas vidas.

B13	Verificar qual o perfil dos jovens analisados, quais os principais motivos que os levaram a empreender e quais dificuldades foram encontradas para a criação das empresas.	O processo de criação de empresas por jovens, em que se destacam os principais fatores e motivos, tais como: o conhecimento do setor de atuação e os conhecimentos adquiridos na empresa anterior, onde trabalharam como funcionários ou estagiaram, foram os fatores mais importantes; gostar do que se faz; problemas de ordem financeira, pois iniciam com poucos recursos; exercem múltiplos papéis na empresa; em geral iniciam o processo de criação da empresa com pouca ou nenhuma experiência e formação na área administrativa, dentre outros. Pode-se induzir que a formação na área de atuação foi o principal motivador para a criação da empresa. Observou-se que o capital inicial reduzido diminui as chances de crescimento da empresa, sendo um fator de dificuldade.
B14	Analisar o processo de criação de empresas de mulheres, comparando-o com o dos homens.	Conclui-se que existem diferenciações tanto na natureza da imersão como na maneira como as mulheres utilizam as redes na construção de seus empreendimentos. As mulheres recorrem, relativamente, mais a laços que lhe são mais próximos, para informações e suporte. Citam-se, entre elas, a escolaridade relativamente elevada; uma compreensão assemelhada das dificuldades sentidas no dia a dia na condução dos negócios; a leitura dos principais fatores relevantes para o sucesso no mundo dos negócios; a maior importância relativa imputada às relações profissionais (em que pese o fato de os homens valorizarem este tipo de contato com maior intensidade); alguma presença de uma experiência organizacional prévia; pequena tradição familiar na área de negócios; e a capacidade de alavancagem das empresas então criadas.
B15	Analisar as características das mulheres gestoras no setor salineiro da região de Mossoró-RN tomando como referência a definição dos perfis e características empreendedoras proposta por Miner (1998) e compará-las ao perfil feminino de gestão.	Pode-se concluir que o perfil empreendedor predominante alinha-se com aqueles que estão mais próximos ao perfil feminino de gestão, caracterizado por interdependência, compaixão, empatia, franqueza emocional, criatividade, democracia. Mesmo em um setor com características predominantemente masculinas, não há, por parte dos gestores, resistência para contratação de mulheres para cargos gerenciais.
B16	Analisar os fatores que influenciaram a jovem empreendedora a iniciar o seu negócio; Analisar a influência da família na formação do negócio; Identificar as características mais marcantes que contribuíram para o sucesso deste ao longo desses seis anos.	Observou-se que a influência dos pais foi decisiva para a criação e desenvolvimento do negócio e que algumas características de empreendedores encontradas em outros estudos foram facilmente identificadas na jovem empreendedora, a exemplo de determinação, criatividade, desejo de independência, aprendizagem contínua e utilização de redes de relacionamentos. A influência da família em todas as fases do negócio foi enfatizada pela jovem empreendedora. A empreendedora destacou nos seus depoimentos que tem na família a fonte de todas as suas conquistas, pelo apoio e motivação recebidos.
B17	Compreender a ação de uma Associação de mulheres de negócios para o fortalecimento da atuação de empreendedoras.	A análise interpretativa dos dados apontou que as atividades de maior abrangência foram as sociais, principalmente, voltadas para arrecadação de fundos. No entanto, dificuldades de institucionalização entre as associadas foram constatados. Assim, os resultados apontam que essa rede, a BPW Cianorte, contribuiu muito pouco para melhoria do desempenho do papel empreendedor das mulheres de negócio associadas e de suas empresas.

**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir da análise dos artigos pesquisados.

Os estudos de empreendedorismo feminino são contemporâneos e o desenvolvimento dessa atividade, no Brasil, tem acontecido de forma expressiva em vários setores da economia (SOUSA; TRINDADE; FREIRE; LYRA, 2016). Nesse sentido, os resultados desta pesquisa bibliométrica contribuem para aumentar o conhecimento científico sobre as pesquisas relacionadas à mulher empreendedora. Assim, pelos resultados alcançados com a pesquisa bibliométrica é possível afirmar uma desproporcionalidade quanto a análise da mulher empreendedora nos diversos contextos regionais do Brasil. Neste ponto, ressalta-se que os limites político-administrativos brasileiro foi organizado em cinco microrregiões, a saber, Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

Na bibliometria elencada no Quadro 7, nota-se que a pesquisa destaca a mulher empreendedora enfatizando apenas três microrregiões: Sudeste, Sul e Nordeste. Assim sendo, identificou-se que 84% dos artigos pesquisados compreendem as realidades do Sul ou Sudeste do Brasil, e 16% trata sobre o Nordeste. A partir da análise dessas pesquisas, verifica-se que os estudos realizados sobre a atuação de mulheres empreendedoras não compreende o cenário nacional. Desse modo, observa-se a necessidade de produzir pesquisas sobre negócios gerenciados por mulheres, em especial, nas regiões Norte, Centro-Oeste e Nordeste.

Retornando as análises das pesquisas, observa-se que elas tiveram objetivos e resultados bem diferenciados. Nesse sentido, considera-se como principais os seguintes parâmetros analisados: o perfil demográfico; a história de vida; as razões e as dificuldades para abrir um negócio; as competências; as características empreendedoras e o conflito trabalho-família. Descatam-se, ainda, as pesquisas A1, A3, A6, A8, B7 e B10, dado que abordaram o perfil demográfico da mulher empreendedora, entre as pesquisas destacadas apenas A3 apresenta o contexto do Nordeste brasileiro. No que se refere as regiões Sul e Sudeste, o número de pesquisas foram bem expressivos, visto que na abordagem sobre o parâmetro história de vida existem quatro artigos - A5, B2, B10 e B12, os mesmos fazem reflexões sobre o negócio alusivos à origem, área de atuação, família, qualificação, relações interpessoais, trajetória de sucesso e ao porte do empreendimento.

Ademais, também tiveram destaques quatro escritos científicos - A3, B13, B14 e B16 - que analisaram as razões e as dificuldades das mulheres para abrirem o empreendimento, dessas pesquisas apenas A3 apresenta o Nordeste como espaço delimitado em sua análise. Observa-se, também, que as pesquisas B9 apresenta temáticas relativas à ação empreendedora

e a B5 sobre políticas públicas. No que diz respeito as características empreendedoras, apenas o artigo B15 se refere ao Nordeste, e o artigo B1 sobre o Sudeste. Nos demais parâmetros sobre a problemática da mulher empreendedora, situados no Sudeste e Sul, encontram-se dois artigos por temáticas, são elas: competências nas pesquisas A2 e A8; e, conflito trabalho-família nas pesquisas B1 e B11.

Com relação a necessidade de pesquisas sobre a problemática - a mulher empreendedora - constituídas em seu recorte espacial na região nordeste, pode-se, com base na pesquisa bibliométrica, identificar as pesquisas A3 e B15, no geral os artigos sobre essa temática no Nordeste foram numericamente pouco significativos. Quanto ao mérito dos temas abordados nos artigos A3 e B15, destacam-se questões norteadoras importantes para a compreensão científica dessa região, respectivamente: o perfil demográfico e as razões e as dificuldades das mulheres para abrirem o empreendimento; e, as características empreendedoras.

Os parâmetros analisados tornam-se importantes, uma vez que possibilitam compreender quem são e de onde vem as mulheres empreendedoras que reúnem esforços para iniciarem e manterem seus negócios. Nesse sentido, o montante do capital inicial não apresentou associação com razões ou dificuldades de criação das empresas, bem com suas características empreendedoras de interdependência, compaixão, empatia, franqueza emocional, criatividade, democracia.

Por fim, as pesquisas analisadas traçaram sobre temáticas como a subjetividade da mulher empreendedora, o comportamento estratégico e a educação empreendedora. Por sua vez, não foi encontrada qualquer pesquisa referente aos valores e os motivos. Além disso, não foi encontrada nenhuma pesquisa com a mesma análise desenvolvida na presente pesquisa.

### 3 UMA VISÃO DA CIDADE DE TERESINA-PI

A história da cidade de Teresina, capital do Piauí, está intimamente relacionada aos seus rios: Parnaíba e Poti. Nas margens desse último, desenvolveu-se um povoado que mais tarde se tornaria um dos bairros mais antigos e famosos, que também leva o nome do rio, cujos habitantes são em sua maioria pescadores, pequenos comerciantes ou oleiros. Contudo, o nome da cidade de Teresina é uma homenagem a Imperatriz Tereza Cristina Maria de Bourbon (FAÇANHA, 1998).

A transferência da capital da Província do Piauí, de Oeiras, que foi a primeira capital, para a Vila Nova do Poti, ocorreu em 1852, por uma tentativa do governador José Antônio Saraiva em facilitar a comunicação do Piauí com as demais províncias brasileiras e, assim, diminuir a sua dependência econômica com o Maranhão, colocando a Província do Piauí em contato com outras partes do mundo, uma vez que o novo centro de poder seria inserido às margens do rio Parnaíba. Dessa forma, tornou-se possível, a partir do projeto de Conselheiro José Antônio Saraiva, construir a primeira cidade planejada do Brasil (FAÇANHA, 1998).

A cidade de Teresina localiza-se no Centro-Norte do Estado do Piauí, na região do Meio Norte do Brasil, na margem direita do rio Parnaíba, e ao lado do município de Timon, que se situa no Estado do Maranhão (IBGE, 2010).

A hidrografia de Teresina é formada pelos rios Parnaíba e Poti. Destaca-se também que na zona norte possuem centenas de lagoas de médio e pequeno porte, possibilitando benefícios ambientais. O município ocupa uma área de 1.809 km<sup>2</sup>, com uma área urbana de 176,32 km<sup>2</sup> (1736 ha). A área não urbanizada está destinada à expansão da cidade que tem 66,52 km<sup>2</sup> (IBGE, 2010).

No centro da cidade tem-se uma das construções mais importantes do local, que é a Central de Artesanato Mestre Dezinho, responsável pela difusão cultural, como, o ensino de música e dança a centenas de jovens, bem como pela oferta de diversos produtos regionais. No local, abriga uma grande feira de arte da cultura piauiense, que se tornou uma importante vitrine para os artesãos venderem seus produtos nas mais de 25 (vinte e cinco) lojas, localizadas dentro do complexo, que abriga ainda a Escola de Música e de Balé de Teresina. O nome do centro é uma homenagem a um dos principais artesãos do Estado do Piauí, José Alves de Oliveira, o Mestre Dezinho, que tem trabalhos reconhecidos internacionalmente (FAÇANHA, 2003).

Outro local que merece destaque na cidade por sua importância cultural e histórica é o Museu dos Rios, que comporta uma escultura inspirada na lenda ribeirinha “O Cabeça de Cuia”, além de uma galeria para exposição de artes, um mirante, um restaurante flutuante que serve comidas típicas e uma central de atendimento ao visitante que busca conhecer um pouco da fauna e da flora local. Uma das maiores atrações é o encontro dos rios Poti com o Parnaíba, o primeiro caracterizado por suas águas escuras e viscosas, enquanto o último possui águas claras e ligeiras. Nesse local contempla-se um belíssimo pôr-do-sol sobre as águas (DOBAL, 2007).

As hortas comunitárias espalhadas por toda a cidade ajudam na economia familiar em diversos bairros, famílias inteiras se dedicam ao cultivo e venda de temperos e frutas de pequeno porte, principalmente, nos bairros Mafrense, Dirceu e Santa Maria da Codipi (LIMA, 2002).

A culinária teresinense é um dos atrativos que leva muitos turistas à cidade. O prato típico mais conhecido é a galinha caipira e o capote. Também se destaca a paçoca, a Maria Isabel, o sarapatel, a buchada de bode e o baião de dois. Esses destaques gastronômicos são apreciados nos diversos mercados públicos da cidade (LIMA, 2002).

Das frutas mais conhecidas, destaca-se o caju, que fomenta a agricultura familiar, com a formação de pequenas empresas que se dedicam a venda de suco de caju, doces e a famosa cajuína (LIMA, 2002).

Segundo IBGE (2017), o Piauí tem baixos indicadores socioeconômicos comparados a outras regiões do Brasil, em média, o rendimento nominal mensal domiciliar *per capita* da população residente piauiense é de R\$ 750,00 (setecentos e cinquenta reais). Pequenas mudanças têm sido feitas a fim de mudar a dinâmica do mercado e do comércio, como, por exemplo, a produção de grãos em larga escala, principalmente, da soja, que tem alterado as relações comerciais e gerando riqueza para o Estado.

Teresina é o principal centro urbano do Estado, concentrando as principais atividades de comércio, serviços e administração. A cidade tornou-se um atrativo para pessoas que buscam melhores oportunidades, além de refúgio para aqueles que fogem das intempéries naturais, causadas pelas secas que acometem tanto o estado do Piauí quanto a Região Nordeste como um todo (LIMA, 2011). De modo geral:

A capital é o grande pólo de atração do Estado. O governo estadual, as prefeituras e o governo federal concentram suas compras na capital. (...) As populações do interior do Piauí também de grande parte do Maranhão convergem para Teresina,

que tem um comércio atuante, tanto no segmento varejista como no atacadista. No setor de serviços, vários segmentos se constituem em fator de atração. Merece destaque o setor médico, que tem se desenvolvido bastante (TAJRA, 1995, p. 153).

Ressalta-se que Teresina é uma cidade que apresenta um parque industrial relativamente pequeno. Esse fato encontra-se representado nas poucas áreas de uso industrial que compõem a estrutura urbana da cidade. As atividades produtivas relacionadas ao setor industrial de Teresina, ainda que não seja considerado um setor tradicional da economia local apresenta, por outro lado, uma significativa participação na população ocupada. Considera-se que este desempenho deve-se, de modo significativo, ao papel da indústria de transformação, especialmente nos segmentos de confecção, indústria de alimentos e bebidas, polo cerâmico, setor gráfico, indústria de madeira e mobiliário, setor químico e metalúrgico, entre outros, que formam a base produtiva desse setor (LIMA, 2011).

O setor têxtil, que é o segundo segmento mais importante da indústria de transformação de Teresina, depois do segmento de alimentos e bebidas, possui um potencial de crescimento ainda não totalmente explorado. Ressalta-se que apenas o segmento de confecções tem se destacado na economia local. Ainda assim, sem uma integração com o setor de fiação e da tecelagem, pois não existem empresas produzindo linha e tecido no município. Isso contribui para o encarecimento do produto final, já que as matérias-primas são adquiridas em outros estados. Dessa forma, o setor de confecção, que é uma das atividades que mais tem gerado emprego e renda em Teresina, encontra dificuldades em inserir seus produtos na pauta de exportações do município, uma vez que o preço da matéria-prima que é importada impossibilita sua participação no comércio externo e regional (LIMA, 2011).

Outro ramo da indústria com evidência na economia de Teresina é o da construção civil. Esse setor relaciona-se com a produção de argamassa de cimento e cal, massa plástica e *thinner*, material plástico para construção civil, artefatos de cerâmica, construção civil, britas, telhas prensadas, cerâmica para construção civil e telhas metálicas. A construção civil se expandiu muito nos últimos anos, e é responsável pela verticalização da cidade, que foi importante para a empregabilidade de muitos teresinenses, principalmente, daqueles com nível de escolaridade mais baixo. Reconhece-se, portanto, a existência de um setor ligado a indústria em Teresina, entretanto tal setor não é capaz de atribuir a cidade um status de “cidade industrializada”, pois não há dominação desse setor produtivo (TAJRA, 2014).

Observa-se que predomina em Teresina uma forte presença do setor terciário (comércio e serviços), na participação de sua população ocupada. Esse acontecimento é uma



consequência da dependência de sua economia do setor público, que contribui expressivamente para a presença intensiva da força de trabalho no processo produtivo e na composição da massa salarial. Assim, há uma dependência da economia de Teresina ao setor público, o que responde por uma parcela considerável de sua população ocupada na formalidade e uma pequena parte do produto interno bruto, resultando, dessa forma, num quadro de baixa produtividade em relação aos grandes setores de atividade (LIMA, 2011).

Com isso, existe uma perceptível dependência da economia de Teresina em relação a esse setor. Essa participação expressiva do setor público nas atividades produtivas, mais notadamente na capacidade de gerar emprego e renda, resulta num estado de dependência. Vale esclarecer que a maior participação do setor público, no total da população ocupada, é decorrente da incapacidade de outros setores da economia de Teresina em absorver a população em idade de ingressar no mercado de trabalho. Essa população é, em grande parte, oriunda do processo de migração do interior para a capital, que foi intensificada na década de 1990 (TAJRA, 2014).

Apesar da estrutura produtiva de Teresina ser favorável à geração de emprego, as taxas de desemprego são altas, embora haja um predomínio das atividades mais intensivas em pessoal do que em capital, constata-se que nela não se destaca nenhuma atividade que exerça um efeito multiplicador na sua economia, no sentido de suscitar unidades produtivas diversas que lhe sejam complementares. O resultado social disso é que a cidade de Teresina apresenta uma grande população ocupada, mas com baixos salários. Isso vem expressar a estrutura produtiva da cidade, na qual os setores predominantes de ocupação da população são o setor público, além do comércio e outros serviços (TAJRA, 2014).

Os setores de comércio e serviço são os que mais se destacam na economia local, e são responsáveis pela expansão da cidade. Nos anos de 1995 e 1996 surgiram os primeiros *shopping centers* da cidade de Teresina, o Teresina Shopping e o Riverside Walk, e, recentemente, a cidade ganhou mais um shopping, o Rio Poty (TAJRA, 2014).

Os principais serviços e comércios de Teresina se localizam no centro, porém, em cada região da cidade observa-se a presença das principais lojas do centro, evitando-se, assim, que a população se dirija ao centro da cidade. Um exemplo disso é o grande Dirceu, zona sudeste da cidade, que se tornou um importante polo de compras da cidade. Nessa região, encontra-se uma importante zona de comércio que contém diversas filiais das principais lojas de varejo, o que proporcionou grandes oportunidades de emprego e movimentou a economia da cidade. O

bairro ganhou autonomia, não dependendo mais do centro para o fluxo de vendas e serviços, tornando-se o grande subcentro de Teresina (TAJRA, 2014).

O processo de descentralização do comércio tem ocorrido para todas as direções da cidade. Nesse contexto, a área central sofreu um processo de revalorização das atividades comerciais, enquanto foram construídos corredores comerciais nas grandes avenidas. Além disso, pode-se afirmar que o papel econômico das instituições estaduais e federais é significativo na economia da cidade de Teresina, devido ao grande peso do setor administrativo na economia da cidade, além de serem grandes consumidoras de espaços (TAJRA, 2014).

Destaca-se também a presença de grandes empresas de telemarketing, que estão instaladas em Teresina, estas absorvem uma grande parcela da mão de obra, empregando mais de cinco mil pessoas (TAJRA, 2014).

Na década de 1990, intensificaram-se os processos socioespaciais. O setor industrial apresentou considerável dinamismo nos ramos de alimentos, construção civil, metalúrgica e vestuário. No entanto, o setor industrial não foi capaz de erguer a economia da cidade, em razão das dificuldades em relação ao acesso ao crédito, ao capital de giro, à ausência de uma política industrial atrativa, bem como de um frágil mercado consumidor. Logo, aconteceu um “congelamento espacial” no que diz respeito aos núcleos de indústria na cidade (TAJRA, 1995).

Contudo, os setores de comércio e serviços permaneceram a sustentar a economia local, uma vez que se desenvolveram junto com a expansão da cidade. O surgimento de novos bairros, favelas e vilas na cidade colaboraram, também, para a ampliação de núcleos de comércio e serviço. Outro setor que se ampliou foi o das construtoras e imobiliárias, este expandiu suas ações em todas as direções da cidade, descentralizando-se espacialmente, assumiu, dessa forma, novas estratégias, criando uma “cultura” de investimentos imobiliários (MACAMBIRA, 2000).

**Quadro 8. Quadro geral de informações de Teresina-PI**

População estimada 2015	844.245
População 2010	814.230
Área da unidade territorial (km <sup>2</sup> )	1.391.981
Densidade demográficas (hab/km <sup>2</sup> )	584.94

Gentílico	Teresinense
-----------	-------------

Fonte: <<http://www.cptec.impe.br>>.

No Quadro 8, observa-se que a população de Teresina, em 2010, foi calculada em 814.230 (oitocentos e quatorze mil e duzentos e trinta) habitantes, consolidando-se como a 15ª (décima quinta) maior capital no Brasil (IBGE, 2010). Destaca-se que o último censo foi realizado em 2010. Analisa-se que o número de habitantes em Teresina, deve-se a fatores de ordem natural, como as secas, fenômenos constantes na região, que obrigam várias famílias que residiam em áreas rurais a mudarem para a capital em busca de sobrevivência. Além disso, várias rodovias interligando a capital aos diversos municípios facilitaram essa migração. Contudo, a concentração de habitantes na cidade ocorreu não apenas pelo esvaziamento da área rural do município, mas também pelo poder de atração de novos residentes, oriundos de cidades de pequeno porte, tanto do Estado do Piauí, como do vizinho Estado do Maranhão, especialmente, em busca dos serviços educacionais que é referência na região, pela qualidade de ensino (NUNES, 2001).

O setor agrícola é forte na região, mas devido ao desenvolvimento do comércio e da ampliação do leque de serviços oferecidos, a cidade vem se destacando em educação e profissionalização, apesar de ainda ser marcada por altos índices de pobreza. Teresina tem, também, grande influência no comércio de Timon, cidade localizado no Estado do Maranhão, por serem regiões limítrofes. A cidade possui um polo de saúde ainda em plena ascensão que recebe diariamente pacientes dos mais diversos Estados do Norte e Nordeste do país (SANTANA, 2008).

**Quadro 9. Quantitativo de mulheres em Teresina-PI**

Mulheres	433.618
Mulheres na área rural	22.668
Mulheres na área urbana	410.950
Mulheres com até 19 anos de idade	132.462
Mulheres de 20 a 39 anos de idade	163.345
Mulheres de 40 a 59 anos de idade	97.268
Mulheres de 60 a 79 anos de idade	33.986
Mulheres acima de 80 anos de idade	6.557

Fonte: IBGE, 2010.

Percebe-se no Quadro 8, que a população de Teresina é constituída por 814.230, mais da metade da população teresinense é formada por mulheres como se observa no Quadro 9.

As idades de maior concentração de mulheres na cidade de Teresina são compreendidas entre 20 e 39 anos. Além disso, observa-se uma maior presença da mulher na zona urbana, uma vez que Teresina, assim como todo o mundo, tem se tornando cada vez mais urbana e menos rural (IBGE, 2010).

**Quadro 10. Estatísticas do Cadastro Central de Empresas**

Número de empresas atuantes	18.290
Número de unidades locais	19.849
Pessoal ocupado assalariado	277.063
Pessoal ocupado total	301.719
Salário médio mensal	2,7 Salários mínimos
Salários e outras remunerações	6.483.018 Mil Reais

Fonte: IBGE, 2010.

No Quadro 10, observa-se o quantitativo de empresas existentes na cidade de Teresina, bem como o quantitativo de assalariados na cidade. Todavia, o número de empresas na cidade é ainda pequeno se comparada a outras cidades. Isso se deve, principalmente, porque o poder público não dá incentivos fiscais para que empresas de fora possam se instalar em Teresina, o que garantiria, assim, empregos de forma direta e indiretamente para milhares de pessoas. Além disso, o acesso à qualificação profissional, por mais que se tenha tido um avanço, ainda se tem muito que melhorar (IBGE, 2010).

Apresenta-se, no Quadro 11, não apenas a quantidade de mulheres na cidade de Teresina, mas também o percentual das que se encontram economicamente ativas, as que são mães e chefes de família, e em qual situação financeira se encontram. O objetivo é demonstrar, por meio desse quadro, que a situação das mulheres em Teresina não é muito diferente do que se encontra no país afora.

**Quadro 11. Sistema Nacional de Informação de Gênero - Uma análise dos resultados do Censo Demográfico - 2010**

Médias da contribuição do rendimento das mulheres no rendimento familiar	43%
Mulheres ocupadas, com 25 anos ou mais de idade, sem instrução, Ensino Fundamental incompleto, com Ensino Fundamental completo e Ensino Médio incompleto	42,2%
Mulheres ocupadas, com 25 anos ou mais de idade, com Ensino Médio completo e Ensino Superior Incompleto	35,6%
Mulheres ocupadas, com 25 anos ou mais de idade, com Ensino Superior completo	21,7%
Mulheres com 16 anos ou mais de idade, ocupadas em setor de atividade de agricultura	2,8%

Mulheres, com 16 anos ou mais de idade, ocupadas em setor de atividade de indústria	8,7%
Mulheres, com 16 anos ou mais de idade, ocupadas em setor de atividade de serviços	88,6%
População ocupada das mulheres com 16 anos ou mais de idade	165.223 pessoas
Famílias em que a mulher era responsável pela família, do tipo casal com filho, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares, em relação ao total de famílias do tipo casal com filho.	27.6%
Famílias em que a mulher era responsável pela família, do tipo casal sem filho, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares, em relação ao total de famílias do tipo casal com filho.	30.0%
Famílias em que a mulher era responsável pela família do tipo responsável sem cônjuge com filho, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares, em relação ao total de famílias do tipo responsável sem cônjuge com filho.	91.5%
Famílias em que a mulher era responsável pela família, em famílias com rendimento familiar per capita até ½ salários mínimos, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares, em relação ao total de famílias com rendimento familiar per capita até ½ salário mínimo.	51.1%
Famílias em que a mulher era responsável pela família, em famílias com rendimento familiar per capita de mais de 2 salários mínimos, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares, em relação ao total de famílias com rendimento familiar per capita de mais de 2 salários mínimos	36.9%
Famílias em que a mulher era responsável pela família nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares em relação ao total de famílias.	45.6%
Famílias em que a mulher, de cor ou raça branca, era responsável pela família, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares, em relação ao total de famílias cujo responsável pela família era da cor ou raça branca	42.8%
Famílias em que a mulher, de cor ou raça preta ou parda, era responsável pela família, nas famílias únicas e conviventes principais, residentes em domicílios particulares, em relação ao total de famílias cujo responsável pela família era da cor ou raça preta ou parda	45.9%

Fonte: IBGE, 2010.

A partir do contexto geral da educação no Brasil, e da observação das informações do IBGE (2010), irá se tecer algumas considerações sobre a educação feminina, especificamente em Teresina. Nessa cidade, a situação das mulheres, atualmente, é parecida com a do resto do país, em que a educação inicialmente era vista como uma forma de qualificar as mulheres para as atividades domésticas.

O espaço da mulher se resumia a sua própria casa, por isso durante toda a vida se valorizava que ela aprendesse a cozinhar, costurar, cuidar da casa, educar seus filhos, bordar, entre outras atividades domésticas que, geralmente, eram ensinadas pela mãe. A realização pessoal da mulher no final do século XIX e início do século XX eram o casamento, o que importava era que ela tivesse conhecimentos suficientes apenas para exercer com primor suas atividades domésticas e suas funções de mãe, esposa e dona de casa (FAÇANHA, 2003).

Na visão de Pena (1981, p. 90) “essas atividades no final do século XIX abrangiam uma gama de trabalhos que ia desde a educação dos filhos, passando pelo cuidado com os doentes, à fabricação de grande parte do que era consumido domesticamente”.

Infelizmente não só em Teresina, mas em todo o país era alarmante o número de mulheres excluídas do processo educacional. Na capital do Estado do Piauí, na década de 20, contava com 52 mil habitantes, apenas 8.645 sabiam ler e 43.610 ainda eram analfabetos, ou seja, 83% da população. Esse baixo índice de alfabetização influenciava diretamente nas oportunidades de emprego oferecidas às mulheres em Teresina (NUNES, 1996).

No século XX aumentou-se a demanda por escolas que recebem pessoas de ambos os sexos. Destaca-se que como o governo estadual não possuía recursos suficientes para aumentar as vagas, nem construir novas escolas, isso se devia também a pouca vontade do poder público, o que possibilitou a abertura de espaço para o crescimento das escolas particulares (MARTINS, 2003).

Ressalte-se que a educação ganhou importante papel na sociedade teresinense, tendo em vista que se as moças não chegassem a constituir família, a música e os trabalhos manuais poderiam servir como forma de prover-lhes o sustento, e assim livrar-lhes de qualquer dificuldade futura. As opiniões femininas sobre a educação da mulher são revestidas de reivindicações, pois o desejo delas era de que a educação fosse além das lições domésticas (FILHO, 1973).

Outra consequência da modernização foi a maior acessibilidade das mulheres à educação, que estava tomando força e novos horizontes. O que antes era uma preparação para o casamento – em que as mulheres aprendiam a se comportar como verdadeiras “moças de família” e, assim, garantir um bom casamento (este era considerado sinônimo de felicidade) – tornou-se uma educação voltada para o mercado de trabalho. Mas, observa-se que muitas famílias não deixaram de educar suas filhas para o casamento, tanto que a profissão mais desejada e procurada era indicada tanto para as mulheres que desejassem trabalhar, quanto para aquelas que queriam trabalhar fora do âmbito doméstico, era a de magistério, profissão que se aproximava do papel de mãe. Nesse ponto, pode-se observar, mais uma vez, o contraste entre o tradicional e moderno. A mulher, nesse contexto, era educada para se tornar mãe e dona de casa (NUNES, 2001).

Nos anos 90, a mulher já começava a assumir posições mais elevadas na sociedade e na estrutura educacional de Teresina, o papel da mulher passou a ser não apenas de educar seus filhos ou cuidar da casa, ampliando-se, dessa forma, a sua importância social. A arte de educar passou a ser vista como profissão, uma forma de realização profissional e de seu próprio sustento. Significava a independência, em que a mulher, mesmo solteira, poderia se

manter sem que para isso precisasse viver um casamento fadado ao insucesso, e aguentando as mais diversas humilhações, violências e submissões (NUNES, 2001).

Diante do exposto, pode-se observar, de uma forma geral, o papel da mulher na sociedade, e como se iniciou a luta pela emancipação feminina. Em relação ao contexto de Teresina, observa-se, a partir das pesquisas realizadas, que as mulheres teresinenses, atualmente, estão procurando mais espaço na sociedade. Destacando-se em atividades vinculadas a prestação de serviços e produtos, que vão desde a manutenção de um salão de beleza, fabricação de bombons, comércio varejista de vestuário, venda de produtos de beleza, a gestão do seu próprio negócio. Também se ressalta a presença da mulher na produção de objetos artesanais que trazem características marcantes da nossa cultura local, em que produzem bolsas, sandálias, dentro outros objetos (TAJRA, 2014).

Além disso, destaca-se que em Teresina-PI tem mais mulheres que homens, conforme dados do IBGE (2010). Assim, encontra-se uma maior presença de mulheres buscando empreender na cidade, principalmente, na prestação de serviços e produtos.

A população de cidade de Teresina-PI está crescendo, porém, em contrapartida, não se tem o elevado número de empregos formais que acompanhe o crescimento da sociedade teresinense. Isso tem levado a abertura de novos negócios na busca de oportunidade de sustento da família. Nesse contexto, evidencia-se a presença da mulher na criação de novos negócios que buscam cursos de qualificação, através do poder público e outros órgãos não governamentais, com o intuito de inovar e até mesmo incrementar as atividades dos seus negócios com o objetivo de aumentar a renda e garantir o sustento de sua família. Portanto, a economia de Teresina-PI está crescendo com os novos comércios que estão surgindo na cidade (TAJRA, 2014).

## **4 MÉTODO**

Apresenta-se, nesta seção, os procedimentos metodológicos adotados para realização da pesquisa. Inicialmente, trata-se da estratégia da pesquisa e dos objetivos; em seguida, indica-se a população e amostra, os instrumentos e procedimentos para coleta de dados e, por fim, análise de dados.

### **4.1 Estratégia da pesquisa**

Os métodos de pesquisa, segundo Creswell (2007), em geral, podem ser classificados em três tipos: qualitativo, quantitativo ou misto. Na presente pesquisa, utiliza-se de estratégia associada à abordagem qualitativa, pois estuda-se um grupo específico a partir da análise dos dados coletados.

Do ponto de vista dos objetivos, conforme Gil (2012), as pesquisas podem ser tipificadas em exploratória, descritiva e explicativa. Nesse aspecto, esta pesquisa caracteriza-se como exploratória, uma vez que busca-se entender o perfil, a história, e as características de um conjunto de mulheres empreendedoras da cidade de Teresina, que estão cadastradas na base de dados do SEBRAE-PI, por meio de levantamento bibliográfico, entrevistas, e análises.

### **4.2 Objetivos**

Como já exposto na introdução, os objetivos da pesquisa são:

#### **4.2.1 Objetivo geral**

Apresentar e discutir as características da mulher empreendedora em Teresina-PI.

#### **1.1.2 Objetivos específicos**

Identificar o perfil demográfico, os valores, os motivos e a história de vida de mulheres empreendedoras em Teresina-PI;



Comparar a mulher empreendedora de Teresina-PI com a mulher empreendedora de outras regiões.

### **4.3 População e Amostra**

Em relação à população e amostra, a pesquisa segue os entendimentos teóricos de Martins (2000) e Vergara (1998). Dessa forma, a população corresponde a 342 mulheres empreendedoras que atuam na cidade de Teresina-PI e estão vinculadas à base de dados do SEBRAE-PI. Portanto, a população a ser pesquisada foram mulheres empreendedoras na cidade de Teresina-PI, que participaram do Prêmio Mulher de Negócios, realizado pelo SEBRAE-PI, e que consta no registro de dados desta instituição.

Por sua vez, na mesma linha de pensamento dos pesquisadores Martins (2000) e Vergara (1998), compreende-se a amostra da pesquisa como um subconjunto da população. Nesta pesquisa foi utilizado uma amostra de vinte mulheres empreendedoras que constam base de dados do SEBRAE-PI, essas mulheres foram escolhidas pelo critério de conveniência, ou seja, a amostragem caracteriza-se como não probabilística, o que não garante a representatividade da população.

### **4.4 Instrumentos de coleta**

Nos estudos exploratórios, os instrumentos mais comuns para coleta de dados são o questionário e a entrevista (MARTINS, 2000). Para coletar os dados da pesquisa foi utilizado a entrevista. Na entrevista, havia um roteiro para a parte da narrativa (história de vida) e perguntas fechadas para os dados demográficos e os valores. Por sua vez, os motivos foram extraídos por uma pergunta fechada.

Antes de iniciar a explanação dos passos traçados para explicação dos instrumentos de coleta, torna-se importante frisar que o indivíduo é o sujeito da pesquisa, que foi tratado como respondente ou participante, desse modo as mulheres empreendedoras que atuam em Teresina-PI não tiveram seus nomes expostos na pesquisa, garantindo, assim, a confidencialidade das informações. Dessa forma, as respondentes foram identificadas com a utilização dos números ordinais, como, por exemplo, respondente 1, respondente 2, e assim sucessivamente.

No tocante as três etapas que fez parte do instrumento de coleta da pesquisa, a entrevista iniciou com perguntas fechadas quanto ao perfil demográfico, para obtenção dessas informações foi elaborado um questionário (Quadro 12), com o intuito de facilitar a coleta dos dados.

**Quadro 12. Questionário da Pesquisa - Perfil demográfico**

OR.	DADOS PESSOAIS E PROFISSIONAIS	
1	Nome:	
2	Idade:	
3	Estado Civil	( ) Solteira ( ) Casada ( ) Divorciada ( ) Viúva
4	Formação Escolar:	( ) Ensino Fundamental Incompleto ( ) Ensino Fundamental Completo ( ) Ensino Médio Completo ( ) Ensino Superior Completo ( ) Especialização Completa ( ) Mestrado Completo ( ) Doutorado Completo
5	Dependentes:	( ) nenhum ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) mais de 3
6	Proveniência (local onde nasceu):	
7	Tempo de atuação (quanto tempo é empresária, formal e informalmente, caso sejam tempos diferentes):	
8	Tem formação específica em negócio?	
9	Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio:	
10	Área de atuação:	
11	Quantidade de funcionários:	

**Fonte: Elaborado pelo autor a partir da percepção de Robbins (2005).**

Portanto, o instrumento de coleta de dados quanto ao perfil demográfico e a população de interesse, segundo Robbins (2005), foi descrita de acordo com as características

sociodemográficas. Como observado, no Quadro 12, esses dados foram obtidos a partir das informações contidas no questionário da entrevista, em que as respondentes forneceram todas essas informações.

A segunda etapa da entrevista foi a coleta dos valores, seguindo os ensinamentos de Rokeach (1973), que classificou os valores em duas categorias: valores instrumentais e valores terminais. A partir dessas duas categorias, o autor elaborou uma escala contendo 36 valores, sendo 18 instrumentais e 18 terminais, tal escala denomina-se de Escala de Rokeach, na qual as respondentes colocaram os valores em ordem de importância como princípios orientadores de sua vida. Ressalta-se que os valores identificados pelas respondentes referem-se a codificação de empreendedor e estão relacionados ao empreendimento.

Segundo Rokeach (1973), o conjunto chamado de valores terminais se refere às condições de existência desejáveis, ou seja, as metas que uma pessoa gostaria de atingir durante sua vida. O outro conjunto, chamado de valores instrumentais, contém os modos preferenciais de comportamento ou os meios para se chegar às metas dos valores terminais, representando os meios pelos quais o indivíduo prefere atingir seus objetivos.

O conjunto de valores terminais e instrumentais que compõem o Inventário de Valores de Rokeach (Rokeach Value Survey – RVS) é apresentado no Quadro 13, nesse quadro os valores terminais foram identificados pela Coluna A e os valores instrumentais foram identificados pela Coluna B. Nesse caso, foi solicitado que a respondente escolhesse cinco valores de cada coluna, em que deveria identificar cada coluna com a numeração de 1 a 5, colocando em ordem de hierarquização os valores conforme a sua percepção.

**Quadro 13. Inventário de Valores de Rokeach**

	<b>COLUNA A</b>	<b>COLUNA B</b>	
	Amizade verdadeira	Animada	
	Amor maduro	Ambiciosa	
	Auto-respeito	Amorosa	
	Felicidade	Asseada	
	Harmonia interior	Auto-controlada	
	Igualdade	Capaz	
	Liberdade	Coragem	
	Prazer	Polidia	
	Reconhecimento social	Honestidade	
	Sabedoria	Imaginativa	
	Salvação	Independente	
	Segurança familiar	Intelectual	
	Segurança nacional	Liberal	
	Sentimento de realização	Lógica	
	Um mundo de beleza	Obediente	

	Um mundo em paz	Prestativa	
	Uma vida confortável	Ser responsável	
	Uma vida emocionante	Tolerante	

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Rokeach (1973).

Neste ponto, destaca-se a importância da distinção entre valores instrumentais e terminais. Conforme Rokeach (1973), essa distinção não pode ser ignorada, nem do ponto de vista teórico, nem nas tentativas de mensuração de valores, por duas razões: a primeira razão está relacionada ao número total de valores instrumentais que não é necessariamente o mesmo número total de valores terminais; a segunda razão é a existência de um relacionamento funcional entre esses dois tipos de valores, que não pode ser desconsiderada.

Na terceira etapa da coleta foi utilizado um roteiro para a parte da narrativa da história de vida. A história de vida é uma forma de relato que trata sobre a história que os indivíduos descrevem sobre seu dia a dia. Conforme Spindola e Santos (2003, p. 120), a história de vida tem como “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”. Nesse sentido, a parte do instrumento de coleta relacionado à história de vida permitiu a familiaridade com as memórias das mulheres empreendedoras, as quais possibilitaram observar questões do seu desenvolvimento como indivíduo, tanto pessoal como profissional. Para tanto, foram elaborados alguns questionamentos que foram realizados na entrevista das respondentes, tais questionamentos estão organizados no Quadro 14:

**Quadro 14. Questões sobre história de vida**

1ª) Conte um pouco sobre sua infância e sua família.
2ª) Você se lembra de fatos que mais descrevam você desde a infância?
3ª) Você já trabalhou em outras situações antes de abrir seu empreendimento? Conte um pouco dessas experiências.
4ª) Quais as razões para empreender?
5ª) Quais as dificuldades e quais as coisas boas que acontecem em seu negócio?
6ª) Como você se preparou ou se prepara para gerir seu negócio?
7ª) O que você espera do seu negócio?
8ª) Você acha que ser mulher interferiu na abertura do negócio?
9ª) Você se considera uma pessoa de sucesso? Por quê?
10ª) Dentro os três grupos de motivos das características do empreendedor, qual parece mais com seu perfil na gestão do seu negócio? Justifique.
<b>Grupo A:</b> busca solução; inicia as demandas; aprecia <i>feedback</i> ; define metas ambiciosas; controla o próprio caminhar.
<b>Grupo B:</b> gosta de liderar; busca influenciar; gosta de embates e conflitos; gosta de status e prestígio; sucesso na função está ligado a prestígio.

<b>Grupo C:</b> gosta de pessoas ao redor; gosta de estar com pessoas; precisa ser aceito; prefere a cooperação à competição; promove relações com entendimento mútuo e confiança.
--

**Fonte:** Elaborado pelo autor a partir do Perfil da Mulher Empreendedora.

A história de vida como instrumento de coleta pode ser utilizada com um reduzido número de participantes (CHASE, 2005; RIESSMAN, 2005). Isso é possível porque a partir de uma única história de vida, por exemplo, pode ser demonstrado comportamentos e técnicas, valores e ideologias de uma sociedade ou grupo (DELORY-MOMBERGER, 2012). Verifica-se, na literatura científica, estudos baseados em apenas uma história de vida, como também trabalhos que contemplam 800 casos, o que culmina numa grande variação entre os números de casos investigados a partir dessa abordagem metodológica (NÓVOA, 1995), ou seja, não há um padrão a ser seguido. Dessa forma, a presente pesquisa entrevistou um total de vinte mulheres empreendedoras.

Ressalta-se que, no instrumento de coleta referente à história de vida, o pesquisador não ratifica a autenticidade dos fatos, pois o que deve ser enfatizado é o ponto de vista de quem está narrando a história (SPINDOLA; SANTOS, 2003). Portanto, na análise dos acontecimentos que foram relatados pelas respondentes, buscou-se entender as informações gerais presentes nas entrevistas, analisando suas particularidades.

Para Spindola e Santos (2003), na pesquisa histórica, o pesquisador é visto como instrumento central que tem no ambiente a fonte direta dos dados. Portanto, nessa perspectiva, o relato é caracterizado pelos dados descritivos, que resultam do contato entre pesquisador e pesquisado. Dessa forma, compreende-se que o pesquisador busca retratar as perspectivas dos indivíduos, ou seja, como esses indivíduos conferem significados as coisas da vida (SILVA et al., 2007). Diante disso, vale enfatizar que foram observados os relatos das respondentes, para isso, no início da entrevista, foi solicitado que a sua explanação fosse gravada, para que, posteriormente, fosse realizada a transcrição, o que viabilizou as análises. Ressalta-se que nenhuma das participantes negaram a gravação do áudio das respostas dos questionamentos sobre a história de vida.

#### **4.5 Coleta de dados**

Para a coleta de dados foram agendadas entrevistas com as mulheres empreendedoras que estão inseridas na base de dados do SEBRAE-PI, especificamente, as mulheres que

participam do programa SEBRAE Mulher de Negócios. As entrevistas foram marcadas conforme disponibilidade das participantes, com horário e data preestabelecidos. Ressalta-se que não foi necessário remarcar nenhuma entrevista com as participantes da pesquisa.

A base de dados utilizada pela pesquisa está relacionada ao total de mulheres empreendedoras que participaram do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios, realizado pelo SEBRAE-PI. A partir dessa base foram selecionadas vinte mulheres respondentes, que foram escolhidas pelo critério de conveniência não probabilística. As participantes da pesquisa assinaram o termo de livre consentimento de participação na pesquisa, conforme o Apêndice A, e foram informadas sobre a confidencialidade das informações prestadas.

A realização da coleta de dados durou em média uma hora e trinta minutos. O tempo de execução da entrevista foi esclarecido para a participante, bem como as etapas que foram realizadas. Além disso, foi solicitada a autorização para gravação em áudio da entrevista com o intuito de facilitar a transcrição das respostas das perguntas realizadas, assim como quaisquer informações que fossem pertinentes para pesquisa.

Para facilitar a organização da coleta de dados, foram trabalhados os questionários separadamente. Em cada questionário da entrevista, houve a especificação do que seria solicitado e, por fim, foi datado e assinado por cada respondente. Ressalta-se que essas informações foram guardadas no arquivo da pesquisa, mantendo-se o sigilo das informações das participantes.

Inicialmente, foi apresentado o questionário contendo as informações que foram respondidas quanto ao perfil demográfico. Em seguida, foi entregue o questionário relacionado aos valores, em que a respondente fez a numeração de 1 a 5 na planilha referente aos valores, conforme a percepção de Rokeach (1973), em que colocou em ordem de hierarquização os valores de acordo com a sua percepção. Também na entrevista, foram realizadas nove perguntas referentes à história de vida. Nesse momento, a respondente teve liberdade para relatar sua história de vida, abrangendo informações sobre: infância e família; experiências de trabalho; as razões para empreender; percepções do negócio; preparação para abrir um negócio; o resultado esperado no negócio; se o fato de ser mulher atrapalhou de alguma forma a abertura do seu próprio negócio; e se ela se considera uma pessoa de sucesso e por que. Por fim, foi solicitado que a participante escolhesse o grupo de características referente aos motivos conforme a Teoria dos Motivos de McClelland (1961).

Faz-se necessário frisar que, posteriormente, será disponibilizada uma devolutiva do resultado da pesquisa, foi proposto para as respondentes duas formas de recebimento dos resultados da pesquisa: impresso ou por e-mail, ficando a cargo da participante escolher a maneira mais conveniente de obtenção dos resultados.

#### **4.6 Análise de dados**

A análise de dados teve como objetivo descrever e analisar os dados que foram coletados por meio dos instrumentos de coleta citados na seção anterior (COLLIS; HUSSEY, 2005). Nesse sentido, cabe salientar que a análise dos dados ocorreu após a conclusão de todas as etapas da coleta de dados, para que, em seguida, fosse possível realizar as discussões em torno do objeto de pesquisa.

Os dados oriundos da entrevista foram analisados de duas formas, a primeira foi individual, e a segunda ocorreu por tipo de dados, ou seja, por meio do agrupamento das características observadas a partir dos dados coletados. Inicialmente, para cada respondente foi elaborado um quadro resumo com as informações da pesquisa realizada, isto é, sobre os dados demográficos, os cinco valores instrumentais e os cinco valores terminais em ordem de hierarquização, bem como a consolidação das unidades de contexto a partir das categorias pré-definidas das questões levantadas sobre a história de vida. A partir dessa percepção também foi categorizado, através da análise de conteúdo, o motivo da pessoa conforme a Teoria dos Motivos de McClelland (1961). Ressalta-se que no Apêndice B consta um resumo com o perfil individual sobre cada respondente, com todas as informações coletadas, conforme o Quadro 15.

No que diz respeito à história de vida, as análises ocorreram por meio de perguntas. Assim, as perguntas “forçavam” categorias a partir de questões abertas do questionário que foram analisadas por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2009). Isso possibilitou uma análise sistemática dos levantamentos realizados por meio da entrevista.

Conforme Bardin (2009), a análise de conteúdo é compreendida como,

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2009, 44).

A partir do entendimento da análise de conteúdo proposta por Bardin, pode-se apresentar três etapas para realização da análise de dados concernentes à história de vida, foram elas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

A pré-análise compreendeu o momento que foi realizado a transcrição dos áudios das nove questões sobre a história de vida, que foram respondidas pelas mulheres empreendedoras. O objetivo dessa transcrição foi operacionalizar e sistematizar as ideias iniciais para o desenvolvimento dos procedimentos a serem realizados na análise. Nessa etapa, teve-se como propósito selecionar os documentos que foram submetidos à análise, formulação das hipóteses, objetivos e elaboração dos indicadores que fundamentaram a análise final (BARDIN, 2009).

A fase seguinte correspondeu ao estudo do material levantado a partir das questões sobre a história de vida, momento que foram selecionados os fatos mais relevantes encontrados nas respostas concedidas pelas mulheres empreendedoras entrevistadas. Para Bardin (2009), essa fase é considerada longa e consiste essencialmente na codificação, desconto e enumeração em função das regras que foram previamente formuladas. Portanto, foi desenvolvido um sumário a fim de organizar de forma objetiva os achados nessa fase.

O tratamento dos resultados obtidos satisfaz à última etapa da análise de dados concernentes à história de vida. Nessa etapa, a análise dos dados foi tratada de forma significativa, uma vez que os dados relevantes, levantados a partir das categorias que emergiram das informações prestadas sobre a história de vida, foram alocados no Apêndice C, constando a consolidação das unidades de registro e das unidades de contexto da história de vida.

A identificação dos motivos, conforme a Teoria dos Motivos de McClelland (1961), foi observada nos questionamentos sobre a história de vida da mulher empreendedora. Para tanto, os motivos foram identificados por meio de duas etapas. Primeiramente, foi solicitado no último questionamento sobre a história de vida que a entrevistada escolhesse o grupo de características referente a um determinado motivo sem que fosse identificado o tipo de motivo. Posteriormente, na análise das categorias foi verificada se o motivo identificado pela respondente na primeira etapa emergiu dos demais questionamentos realizados sobre história de vida. Nesse caso, quando a respondente indicou um dos três grupos de características sobre os motivos, foi observado ao longo das outras respostas sobre história de vida se o motivo apareceu de forma explícita ou não.



Acrescenta-se que no Quadro 15, o resumo se refere as características dos perfis individuais, que totalizam vinte perfis analisados. Ressalta-se que, no apêndice B, tem um quadro para cada respondente.

**Quadro 15. Perfil individual de cada participante**

<b>Número da Respondente</b>				
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:				
Estado Civil:				
Formação escolar:				
Número de dependentes:				
Proveniência:				
Tempo de atuação no negócio:				
Formação específica no negócio:				
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?				
Área de atuação:				
Quantidade de funcionários:				
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
1°	2°	3°	4°	5°
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
1°	2°	3°	4°	5°
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Registro</b>		
I	Infância e família			
II	Fatos de infância			
III	Experiências de trabalho			
IV	Razões para empreender			
V	Percepções do negócio			
VI	Preparação para abrir um negócio			
VII	Resultado esperado no negócio			
VIII	Ser mulher e abrir um negócio			
IX	O que é sucesso?			
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>				

Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo

Fonte: Quadro elaborado pelo autor.

Após essa etapa de análise dos dados individuais, na qual foi identificado o perfil individual de cada respondente, foi realizada a análise por tipo de dado. Para tanto, foi observado o perfil demográfico, as hierarquias de valores instrumentais e de valores terminais indicadas pelas respondentes que foram analisados por meio da estatística descritiva. Nessa análise foi observado todo o contexto do que foi levantado para, em seguida, apresentar as discussões em torno dos achados na pesquisa. Nessa etapa, buscou-se responder o problema de pesquisa, ou seja, entender por meio da estatística descritiva qual é o perfil demográfico do grupo e quais as hierarquias de valores do grupo identificadas pelas respondentes. Em relação à história de vida, as perguntas “forçaram” categorias e foram analisadas por meio da análise de conteúdo (BARDIN, 2009) a partir das respostas extraídas das questões levantadas com as participantes.

#### 4.7 Confiabilidade e Validade dos Dados

Devido ao caráter interpretativo dos dados numa pesquisa qualitativa, uma das inquietações ao realizar esse tipo de pesquisa é em relação a confiabilidade dos dados (PAIVA JUNIOR, 2011). Segundo Martins (2006), a confiabilidade de uma pesquisa é sua coerência, determinada pela constância dos resultados. Já para Selltiz et al (2007), a confiabilidade é tratada como fidedignidade e diz que uma pesquisa para ser fidedigna deve ser repetida ou replicada, evidenciando os mesmos resultados. A partir da percepção dos autores, adota-se para a presente pesquisa o conceito apresentado por Martins (2006), pois se entende que a confiabilidade está relacionada à forma de fazer a pesquisa, sempre que executada da mesma forma repete os resultados. Destaca-se a importância de seguir sequencialmente as etapas da pesquisa, a fim de garantir a confiabilidade e diminuir problemas posteriores.

No caso da realização de entrevistas individuais com o uso de questionário, a confiabilidade das respostas é um tema importante. Para a execução da entrevista da pesquisa, foi realizada a gravação das mesmas com o intuito de auxiliar no processo de entendimento.

Além disso, as entrevistas foram realizadas face a face com a finalidade de buscar a confirmação de entendimento das respostas.

Quanto à validade, segundo Martins (2006), em termos gerais ela estaria pautada na coerência interna da pesquisa. Na presente pesquisa adota-se a definição de Martins (2006), pois a validade está ligada ao que está sendo perguntado, isto é, se as perguntas estão relacionadas à teoria em estudo.

Pelo fato da pesquisa ser um trabalho qualitativo com amostra pequena, possui validade interna e de constructo, porém não garante validade externa. Explica-se esse fato devido à validade interna está relacionada ao fato de a pesquisa estar bem definida e a validade de constructo ser relacionada ao alinhamento com o modelo teórico. Por sua vez, a validade externa está vinculada a uma verdade que irá além dos seus limites de estudo.

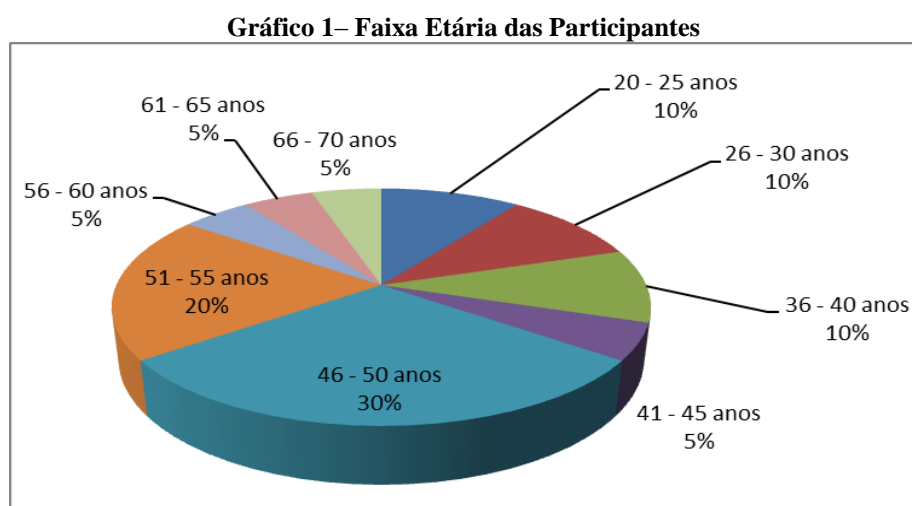
## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este capítulo está dividido em seis seções e foi construído de acordo com os dados obtidos com a pesquisa de campo realizada, procurando responder a problemática delineada na introdução. As quatro primeiras seções apresentam o perfil demográfico da amostra, os valores, história de vida e os motivos, respectivamente. Em seguida, na quinta seção se expõe as características da mulher empreendedora de Teresina-PI. Por fim, a última seção apresenta a comparação da mulher empreendedora de Teresina com outras regiões do país.

### 5.1 Perfil demográfico da amostra

No que diz respeito à faixa etária destas mulheres empreendedoras, os dados revelam um perfil de mulher mais velha do que a pesquisa GEM (2016), dado que as participantes se encontravam na faixa etária de 46 a 55 anos, nessa perspectiva observou-se que 30% da amostra, conforme o Gráfico 1, tinha essa faixa etária enquanto na GEM eram pouco mais de 24%.

Já na faixa etária de 20 a 40 anos, notou-se que a porcentagem foi similar à pesquisa GEM (2016). Isso pode ter ocorrido devido ao tamanho da amostra.

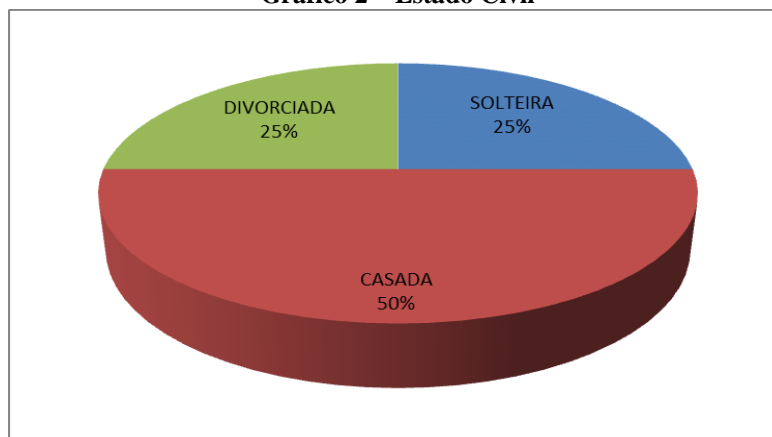


**Fonte: Dados de pesquisa.**

Conforme o Gráfico 2, no que diz respeito ao estado civil das mulheres empreendedoras de Teresina, observou-se que 50% das entrevistadas eram casadas. Em comparação com informações do GEM (2016), notou-se que os percentuais das

empreendedoras estabelecidas no Brasil apresentou um quadro diferente, dado que as mulheres empreendedoras casadas representaram 45,7%, enquanto 33,9% eram solteiras e, apenas, 6,9% divorciadas.

**Gráfico 2 – Estado Civil**

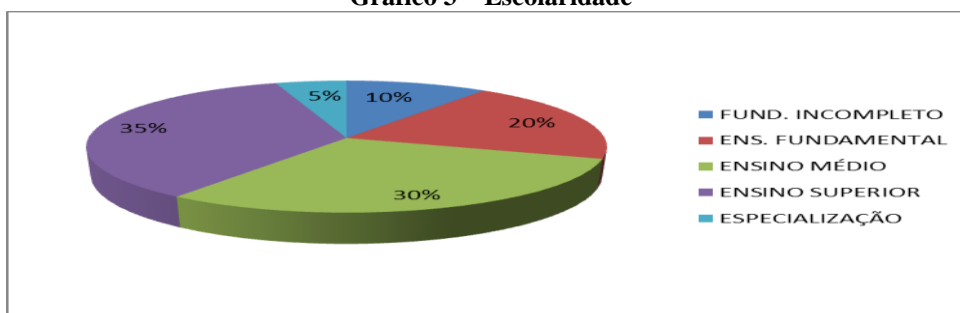


**Fonte: Dados de pesquisa.**

No que se refere à escolaridade da amostra, o Gráfico 3 apontou que 35% das mulheres entrevistadas cursaram o ensino superior e 30% finalizaram o ensino médio. Em nível de Brasil, o SEBRAE mostrou em 2013 que 35,8% das mulheres empreendedoras possuíam ensino superior completo e 33,7% tinham cursado o ensino médio.

Não é esperado que uma amostra de 20 pessoas em Teresina represente a população brasileira. Entretanto, comparando os dois resultados é possível perceber que em relação ao nível de escolaridade em Teresina, o número de mulheres empreendedoras no que se refere a escolaridade possui resultado aproximável à média nacional, em que se identifica que as mulheres também buscam por formação e qualificação. Isso é explicado porque o mercado tem se mostrado cada vez mais competitivo e exigente. Além disso, aqueles que querem fazer diferença e fidelizar cliente, precisam se aperfeiçoar constantemente bem como buscar novas tecnologias (ROSENBERG; ANDRADE, 2012).

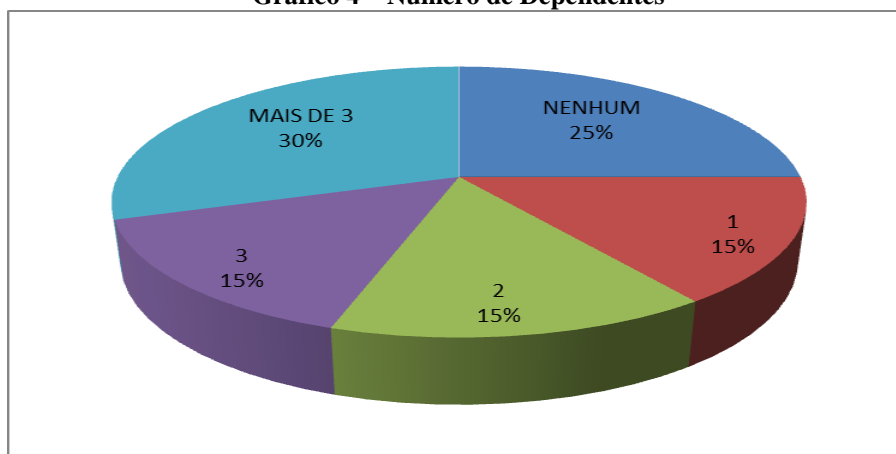
**Gráfico 3 – Escolaridade**



**Fonte: Dados de pesquisa.**

Em relação ao número de dependentes das entrevistadas, conforme o Gráfico 4, verificou-se que 30% possuíam mais de três filhos. Em contrapartida, 25% das mulheres entrevistadas não possuíam nenhum filho. Quando analisada a taxa de fecundidade apresentada pelo IBGE (2010), o número médio de filhos, no Brasil, foi de 1,86 filhos em 2010. Esse valor apresentado pelo IBGE (2010) foi bem inferior ao Censo 2000, que apresentou uma taxa de 2,38 filhos. Diante desse quadro, torna-se visível que no censo 2010 houve um declínio dos níveis de fecundidade em todas as grandes regiões brasileiras, no que diz respeito a região Nordeste se observa que a taxa de fecundidade no censo 2010 foi de 2,01 filhos, nesse sentido notou-se que 45% das entrevistadas na pesquisa estavam acima da média regional do país.

**Gráfico 4 – Número de Dependentes**

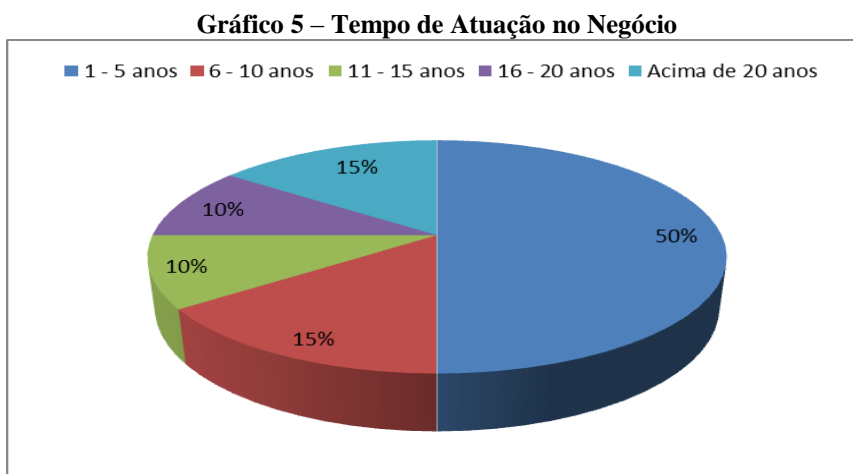


**Fonte: Dados de pesquisa.**

Ao analisar a proveniência das participantes, percebeu-se um número igualitário tanto das mulheres empreendedoras que nasceram na capital como no interior do Estado do Piauí ou do Maranhão, representando respectivamente 50% das participantes. Essa tendência das mulheres virem do interior para residir em Teresina é perceptível na passagem de Lima (2011), pois Teresina é o principal centro urbano do Estado, concentrando as principais atividades de comércio, serviços e administração. Além disso, a cidade é um atrativo para pessoas que buscam melhores oportunidades, além de refúgio para aqueles que fogem das intempéries naturais, causadas pelas secas que acometem não só o estado do Piauí como também a Região Nordeste.

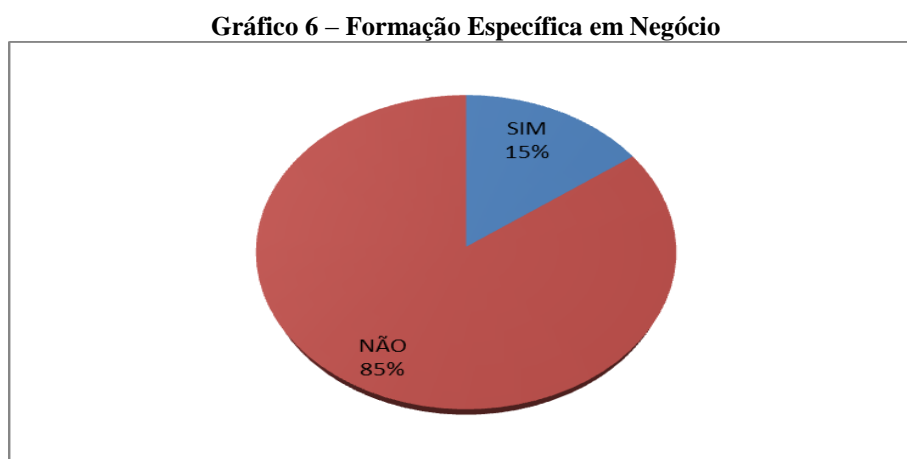
No que se refere ao tempo de atuação no negócio, conforme o Gráfico 5, verificou-se que 50% das entrevistadas possuíam de 1 a 5 anos de tempo de abertura do negócio. Em relação à abertura e manutenção de novos negócios, no Brasil, a pesquisa GEM (2015), em

levantamento com especialistas na área do empreendedorismo, identificou que os principais obstáculos enfrentados eram as políticas governamentais (54,1%), a educação e capacitação (48,6%), os custos do trabalho, acesso e regulamentação (33,8%). Já os principais fatores que favoreciam a abertura e manutenção de novos negócios no Brasil, destacam-se a capacidade empreendedora dos brasileiros (54,1%).



**Fonte: Dados de pesquisa.**

Em relação as mulheres empreendedoras que possuem alguma formação específica em negócio, conforme o Gráfico 6, identificou-se que 85% das entrevistadas não possuíam nenhuma formação específica. Destaca-se na pesquisa GEM (2016) que cerca de metade dos empreendedores brasileiros (estabelecidos - 55,4% e iniciais - 47,3%) não concluiu sequer o nível básico de ensino, que é composto pelos ciclos fundamental e médio.

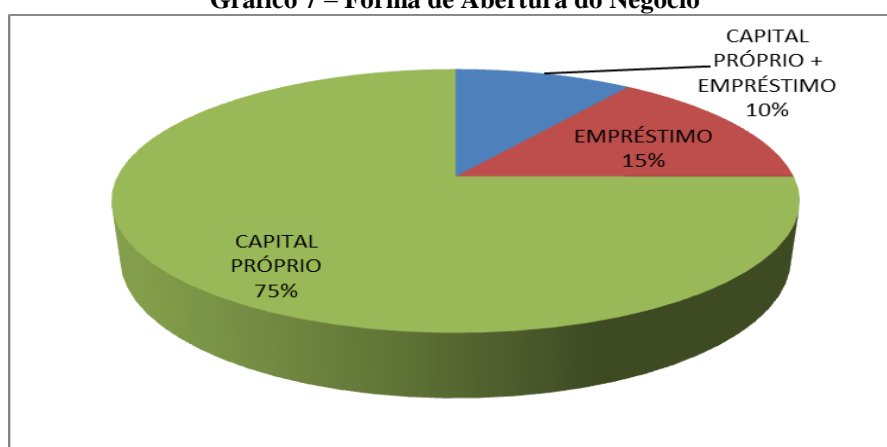


**Fonte: Dados de pesquisa.**

Em relação à forma de abertura do negócio, conforme Gráfico 7, observou-se que 75% das entrevistadas abriram o negócio com capital próprio. De modo geral, na amostra, o capital

era pequeno e as pessoas davam conta da manutenção inicial do negócio. Isso pode ser justificado pela dificuldade de acesso a recursos financeiros, pois em pesquisa realizada pela GEM (2015) observou-se que 54,4% dos empreendedores que participaram da pesquisa indicaram como obstáculo para abertura e manutenção do negócio a falta de acesso a recursos financeiros, seja empréstimo ou financiamentos. Além disso, destacou-se que os empreendedores também apontaram melhorias nas condições de acesso a recursos financeiros, mas avaliaram que ainda são inadequados ou insuficientes no que se refere à disponibilidade, exigências de garantias, juros e prazos (GEM, 2015).

**Gráfico 7 – Forma de Abertura do Negócio**



**Fonte: Dados de pesquisa.**

Ao analisar o setor de atividade econômica das entrevistadas, verificou-se que 80% atuavam no setor de comércio, seguido de 20% com atuação no setor de serviços. Isso não quer dizer que não existam mulheres em Teresina atuando em outros setores, como agrícola, construção e indústria. A realidade encontrada nas entrevistas realizadas é destacada por Lima (2011), ao afirmar que em Teresina há uma forte presença do setor terciário (comércio e serviços), na participação de sua população ocupada. Corroborando com essas ideias, Tajra (2014) também aponta que os setores de comércio e de serviço são os que mais se destacam na economia local, e são responsáveis pela expansão da cidade.

Em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2013), observou-se que, no Brasil, 39,2% das mulheres empreendedoras atuavam no setor de comércio, enquanto 48,6% atuavam no setor de serviços. Somando-se a esses resultados, 9,8% atuavam no setor de indústria, 2,1% no setor agrícola e 0,9% no setor de construção. Em comparação aos resultados encontrados na análise, percebe-se que o setor de serviços é o que mais se destaca em âmbito nacional, por



outro lado em Teresina o setor que se destaca como ramo de atuação das mulheres empreendedoras é o setor de comércio.

Sobre o número de empregados, notou-se que 90% das entrevistadas possuíam apenas um funcionário, enquanto na pesquisa GEM (2016) somente 15,4% dos empreendedores estabelecidos possuíam um funcionário. Ainda, no que se refere a pesquisa GEM (2016), constatou-se que 52% dos empreendedores iniciais não possuíam nenhum funcionário. Além disso, na pesquisa supracitada foi apontada a necessidade de rever os encargos de um funcionário com carteira assinada, e, dessa forma, tornar mais barato a formalização das microempresas (GEM, 2016).

## 5.2 Valores

A análise referente aos valores foi realizada a partir da compreensão do conceito de valor elaborado por Rokeach (1973) e de sua classificação dos valores em duas categorias, que compõem o conjunto de valores instrumentais e terminais que é consolidado pelo Inventário de Valores de Rokeach (Rokeach Value Survey – RVS). Como esta Escala de Rokeach contém 36 valores, sendo 18 instrumentais e 18 terminais, foi solicitado que as respondentes escolhessem cinco valores de cada categoria, observando a importância dos princípios orientadores de sua vida. Observou-se durante a escolha dos valores que as entrevistadas não apresentaram nenhuma dificuldade em fazer tal opção.

Inicialmente, foi identificado os valores instrumentais. Esses valores correspondem aos modos preferidos de conduta social ou comportamentais para o alcance dos objetivos pessoais (ROCKEACH, 1973). Dos 18 valores instrumentais, conforme Tabela 1, observa-se que 15 foram votados e 3 não obtiveram nenhum voto. Em relação aos que foram votados pelas vinte entrevistadas, destaca-se os seis que atingiram maior número de votos: honesta, corajosa, responsável, animada, amorosa e prestativa. Por sua vez, os que não foram votados são: asseada, polida e lógica.

**Tabela 1: Hierarquia de Valores Instrumentais das Entrevistadas**

Valores Instrumentais escolhidos	Número de votos
Honestidade	16
Coragem	14
Ser responsável	13
Animada	10

Amorosa	10
Prestativa	10

**Fonte: Dados de pesquisa.**

As mulheres empreendedoras entrevistadas autodeclararam que consideram importante a honestidade, a coragem e a responsabilidade. Primeiramente, a honestidade pode estar relacionado com a ética. Por sua vez, os valores coragem e responsabilidade se relacionam com ética profissional. Esses valores foram percebidos quando as respondentes indicam a preocupação de pagarem suas contas nos prazos, bem como o zelo pelo trabalho dado que este auxilia no sustento familiar, além disso essas mulheres dizem serem verdadeiras e assumem suas obrigações. Nesse sentido, nota-se que as mulheres cada vez mais buscam sua independência em relação aos homens, trabalhando fora de casa e contribuindo com a renda familiar. Isso demonstra sua honestidade e responsabilidade além de cuidarem da maternidade, pois as mulheres dedicam-se a concretização da realização profissional, almejando a partir de suas atividades o sucesso profissional bem como melhores condições de vida (FLECK; WAGNER, 2003).

Nesse ponto, vale destacar o valor instrumental da coragem, a partir dos ensinamentos de Orsolin (2002), tal valor possibilita a compreensão de que a mulher, ao ter a possibilidade de sair de casa e fugir do determinismo biológico e social de sua existência, reconheceu-se como cidadã e sujeita de seu desejo. Nesse sentido, observou-se, na entrevista, que as mulheres escolheram o valor instrumental corajosa, uma vez que elas buscam uma saída para a falta de emprego e a própria necessidade de estar próxima dos filhos, estando prontas para defender suas ideias e vontades.

No tocante ao valor instrumental animada, percebeu-se que as entrevistadas, mesmo com as dificuldades enfrentadas com a concorrência e a crise (GEM, 2015), não desistiram dos seus objetivos e permaneceram alegres. Por sua vez, o valor instrumental amorosa e prestativa mostrou que esse foi um papel tradicional da mulher. Esses dois últimos valores instrumentais foram expostos no amor e carinho que as mulheres têm por seus familiares e o modo que auxiliam e gostam de contribuir para o bem estar deles. Nesse sentido, a mulher dona do seu próprio negócio encontra-se no comando de seu destino e no de sua família, o que possibilita uma melhoria na qualidade de vida de todos a sua volta (GOMES, 2004; OLIVEIRA; SOUZA NETO, 2010).

No que diz respeito aos dois valores não votados, a saber, os valores asseadas e polidas, não significa que as mulheres entrevistadas não tinham preocupação com a aparência ou com comportamento adequado aos padrões da sociedade, contudo remete à maior preocupação dessas mulheres com a garantia do sustento familiar.

Em relação a falta de voto no valor instrumental lógica, observou-se que a ausência de votos pelas entrevistas pode ter ocorrido pelo fato da intuição ser mais importante que a lógica. Notou-se que as entrevistadas queriam que o negócio desse certo, entretanto, tal interesse estava baseado na intuição, nesse sentido acredita-se que o valor lógica, quando comparado aos demais valores não tenha grande importância para as entrevistadas.

Portanto, ao observar os valores instrumentais se identifica o modo de viver. Nessa perspectiva, as mulheres entrevistadas valorizaram a ética profissional sem prescindir o papel da mulher na sociedade.

Os valores terminais, também chamados de valores finais, são os estados finais preferidos de ser e estar (ROCKEACH, 1973). Conforme Tabela 2, na análise dos 18 valores terminais, 16 foram votados e dois não obtiveram nenhum voto. Em relação aos que foram votados, buscou-se destacar os seis que atingiram maior número de votos, entretanto houve empate no número de votos em relação a quatro valores. Por essa razão, foram destacados nove valores: segurança familiar, amizade verdadeira, autorrespeito, sabedoria, felicidade, igualdade, salvação, um mundo de paz e uma vida confortável. Por sua vez, os que não foram votados são: um mundo de beleza e uma vida emocionante.

**Tabela 2: Hierarquia de Valores Terminais das Entrevistadas**

Valores Terminais escolhidos	Número de votos
Segurança familiar	16
Amizade verdadeira	12
Autorrespeito	12
Sabedoria	10
Felicidade	8
Igualdade	6
Salvação	6
Um mundo de paz	6
Uma vida confortável	6

**Fonte: Dados de pesquisa.**

O valor terminal segurança familiar e uma vida confortável está relacionado com bem estar. Lima et al. (2014) colaboram com a percepção desses valores ao descreverem que os jovens brasileiros têm, cada vez mais, escolhido o empreendedorismo como alternativa real de carreira, pelas seguintes vantagens: ter o próprio negócio, ausência de chefes, fazer o que

gosta, flexibilidade no horário de trabalho e rendimentos superiores aos oferecidos no mercado de trabalho convencional.

No tocante aos valores terminais amizade verdadeira, autorrespeito, sabedoria, felicidade e igualdade estão relacionados as pessoas, são valores que as respondentes queriam para si, é um autovalor. Nesse sentido, percebeu-se que as entrevistadas buscavam o bem estar para si e para sua família. Destaca-se que o valor terminal felicidade pode ser alcançado a partir do momento em que a mulher atinge a satisfação no que almeja. Além disso, nessa vivência social, na gerência de seus negócios, as mulheres podem ter a satisfação do valor terminal amizade verdadeira no meio em que desenvolvem suas atividades comerciais.

Por sua vez, o valor terminal igualdade está relacionado com o papel da mulher na sociedade. Destaca-se que atualmente as mulheres apresentam maior nível de escolaridade que os homens e vêm assumindo gradativamente a função de principal provedora da renda familiar (GEM, 2015). Isso tem possibilitado a percepção de que as mulheres estão conseguindo seu espaço na sociedade. Entretanto, sabe-se que esse processo não foi esgotado, pois o índice de desigualdade existente entre homens e mulheres persiste e reflete na sociedade (MARTINS et al., 2010).

Ao observar os valores terminais salvação e um mundo de paz, percebeu-se que eles estão relacionados com o bem comum. Em relação ao valor terminal salvação, verificou-se a influência que o Piauí ocupa no topo do *ranking* da religiosidade. Isso porque o somatório de católicos e evangélicos representa a presença marcante da religiosidade da população piauiense (IBGE, 2010). Nesse contexto, percebeu-se que as mulheres entrevistadas zelam pela questão religiosa quando escolheram o valor salvação. Além disso, a religiosidade também possui relação com o valor terminal um mundo de paz, pois é o que se busca através da fé.

Os valores terminais um mundo de beleza e uma vida emocionante não foram votados pelas entrevistadas. Lima (2011) assinala que as mulheres buscam, primeiramente, ter uma vida tranquila e possibilitar uma vida digna aos seus familiares. Isso foi priorizado pelas mulheres entrevistadas, pois, em sua maioria, eram originárias de famílias de baixa renda, que afligidas por fortes secas se deslocam para Teresina, geralmente, num processo migratório advindo do interior do Estado (LIMA, 2011).

Portanto, ao analisar os valores terminais identificou-se que as respondentes buscaram se valorizar. Além disso, elas queriam ter um status importante na sociedade como forma de

bem estar da família e do bem comum. Por fim, as respondentes quando identificaram os valores, demonstraram que buscam, por meio de um trabalho honesto e levando em conta a feminilidade, uma valorização e o bem estar da família.

Assim, atinge-se, claramente, o perfil de valores das mulheres entrevistadas. Isso porque mais da metade das respondentes identificaram valores iguais.

### **5.3 História de vida**

A história de vida das vinte mulheres empreendedoras entrevistadas foi obtida a partir da análise das nove questões da entrevista. Vale destacar que, durante a realização das entrevistas, algumas situações interessantes ocorreram, porque algumas respondentes falaram muito e outras quase não falaram. As que tinham “negócios menores” falavam mais e percebeu-se o prazer em contar sua história, pois elas sentiam-se privilegiadas. Em contrapartida, as que tinham “negócios maiores” e se consideravam pessoas de sucesso não queriam contar a sua trajetória de vida até a abertura do negócio.

Com o intuito de analisar os dados coletados das respondentes, foi utilizada a análise categorial que, segundo Bardin (2009), constitui-se no desmembramento do texto em categorias reunidas analogicamente. Para isso, foram criadas nove categorias que foram pré-definidas a partir das nove questões da história de vida. Assim, por meio da análise de conteúdo foram listadas todas as palavras presentes nas respostas do questionário sobre história de vida, agrupando-as por categorias. Após serem contadas, considerou-se o número de repetições de palavras.

Na análise, a unidade de registro está subordinada às nove categorias. Ela foi formada das passagens selecionadas das falas das respondentes, que foram as unidades de contexto.

A seguir, é apresentado o resultado da análise de conteúdo executada a partir da entrevista sobre a história de vida. Este tópico foi dividido em oito partes e construído conforme as categorias de análise.

#### **5.3.1 Família e fatos relevantes**

A categoria “família e fatos relevantes” foi formada da junção de duas categorias inicialmente predefinidas: “infância e família” e “fatos de infância”. A junção dessas duas

categorias ocorreu pela similaridade e ênfase das respostas. Na análise dessas duas categorias foi identificado um total de 153 palavras que se repetiram entre as entrevistadas, como pode se observado na Tabela 3.

As mulheres entrevistadas, de modo geral, tiveram uma história de vida parecida. Das entrevistadas, 19 disseram que são de origem pobre, ideia representada em 36 palavras repetidas. Somado a isso, 14 entrevistadas declararam que começaram a trabalhar cedo, sendo identificado 24 repetições da expressão “trabalhar cedo”. Outras 15 respondentes informaram que tiveram falta de oportunidade, aspecto apresentado em 23 repetições da expressão “falta de oportunidade”. Por fim, a expressão “família grande” se repetiu 20 vezes entre as entrevistadas, as repetições foram encontradas nas respostas de 11 entrevistadas. Essa análise do número de respondentes que utilizaram palavras que se repetiram pode ser identificada observando o perfil individual de cada participante, presente no Apêndice B. Em suma, o número de repetições de palavras ou expressões é verificado pelo somatório total de repetições que ocorreram nas categorias criadas para as vinte respondentes.

**Tabela 3: Categoria Família e fatos relevantes**

Unidade de Registro	Número de repetições de palavras em vinte respondentes	Porcentagem
Pobre	36	23,50%
Trabalhar cedo	24	15,70%
Falta de oportunidades	23	15,00%
Família grande	20	13,10%
Dificuldades	15	9,80%
Complementação de renda	14	9,20%
Trabalho na roça	11	7,20%
Vinda do interior	10	6,50%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

**Fonte: Dados de pesquisa.**

O destaque dessas unidades de registro pode ser observado na unidade de contexto, que corresponde às passagens das transcrições das falas das entrevistadas, como:

**R5:** “Eu praticamente não tive infância na verdade, pois **trabalhei desde cedo**. Eu me casei muito jovem e tive uma vida **pobre**, de muito sofrimento e humilde. Meus pais **trabalhavam na roça**, não tinha sabedoria e não tinham como oferecer os estudos a mim e meus irmãos. **Minha família é muito grande**. (...) Tínhamos muitas **dificuldades** porque naquela época **não se tem as oportunidades** que se tem hoje, foi quando tive a ideia de pedir para meu marido para comprar uma máquina de costura. (...)”.

**R9:** “(...). Minha **família é grande**. Eu tinha uma infância com muitas **dificuldades** junto com meus irmãos, por conta da necessidade que era muito grande. Meu pai **trabalhava na roça**, então eu e meus irmãos tivemos que aprender a se virar muito cedo para termos as nossas coisas, porque a gente era muito **pobre**. Aos treze anos eu vim para Teresina para estudar e comecei a **trabalhar cedo** na casa de família, porque no interior **não tinha muitas oportunidades**. (...). Meu marido continuou trabalhando para outras pessoas e eu tomando de conta sozinha do meu negócio, em que **complementava a renda** de casa. (...)”.

**R20:** “A minha infância foi muito **pobre**. Comecei a **trabalhar cedo** desde criança para garantir o meu próprio sustento, porque as oportunidades eram poucas no interior, além da **minha família ser grande**. (...). Depois **vim do interior para a Teresina**. Aqui foi onde eu consegui ter mais **oportunidades**, mesmo com tantas limitações”.

Essas passagens das entrevistas ratificam a semelhança na história de vida das mulheres empreendedoras de Teresina. Além disso, observou-se na análise da categoria “família e fatos relevantes”, que as entrevistadas antes da abertura do seu negócio, eram provenientes da fuga da pobreza e da desigualdade social existente. Portanto, o empreendedorismo feminino revelou-se como uma opção para subsistência, para sair da pobreza e alavancar a posição social da mulher na realidade social, econômica e cultural. Ao mesmo tempo, o empreendedorismo é, ainda, uma tentativa de relacionar as responsabilidades domésticas e familiares da mulher aos anseios profissionais. Isso porque a mulher empreendedora pode fazer seus próprios horários e trabalhar em casa, flexibilidade que se adequa a sua agenda como mãe, esposa e dona de casa, o que torna possível complementar a renda familiar (OIT, 2012).

Ressalta-se também a unidade de registro que identifica o deslocamento das entrevistadas do interior para Teresina. Isso colaborou para o aumento de habitantes em Teresina, que devido a fatores de ordem natural, como as secas, fenômenos corriqueiros na região, que forçam muitas famílias a deixarem as áreas rurais e mudarem para a capital em busca de sobrevivência. Além disso, a construção de várias rodovias interligando a capital aos diversos municípios auxiliaram essa migração (NUNES, 2001).

### 5.3.2 Experiências de trabalho

Na análise da experiência de trabalho, as mulheres empreendedoras não tinham nenhuma experiência como empreendedora. Observou-se que as entrevistadas trabalharam em alguma atividade antes de abrir seu próprio negócio. Essas atividades, conforme a Tabela 4, estão relacionadas ao trabalho na roça e/ou na atividade doméstica. Nesta tabela se observa

que há 53,3% de repetições da expressão da unidade de registro “trabalho na roça”, representado pelo total de palavras identificadas entre as vinte respondentes.

**Tabela 4: Categoria Experiências de trabalho**

Unidade de Registro	Número de repetições de palavras em vinte respondentes	Porcentagem
Trabalho na roça	8	53,30%
Doméstica	7	46,7%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

As unidades de registro que aparecem na Tabela 4 são visíveis nas seguintes unidades de contexto:

**R4:** “Eu e meus irmãos **trabalhamos na roça** ajudando nossos pais. Eu trabalhei como **doméstica** em casa de família e também ministrei aula no primário durante uns quatro anos, foi quando eu decidi abrir meu próprio negócio e sai da escola”.

**R9:** “Meu pai sempre fez a gente **trabalhar na roça** quando criança. Eu também trabalhei em casa de família sendo **doméstica** quando vim para Teresina. Depois de casada, eu fiquei sendo do lar. Quando fui para São Paulo para o tratamento da minha filha, eu trabalhei de babá e de **doméstica**, mas tive a experiência com algumas pessoas que compravam produtos para vender e isso fez eu ganhar gosto pela venda”.

**R11:** “Eu trabalhei em diversas coisas, **trabalhei na roça, fui doméstica**, babá, garçõete, auxiliar administrativa por 21 anos numa empresa”.

Além da maioria das mulheres terem trabalhado na roça ou como doméstica, foi visto também que algumas tiveram variadas experiências de trabalho antes de abrir seu próprio negócio. As atividades executadas pelas entrevistadas foram desde técnica de enfermagem, como também no comércio e na prestação de serviços. Isso foi assinalado por Lima (2011), ao identificar que em Teresina predomina uma forte presença do setor terciário (comércio e serviços) na participação de sua população ocupada. Isso está relacionado com a dependência da economia de Teresina ao setor público, que colabora significativamente para a presença intensiva da força de trabalho no processo produtivo e na composição da massa salarial. Além disso, essa dependência da economia de Teresina ao setor público resulta num quadro de baixa produtividade em relação aos grandes setores de atividade (LIMA, 2011).

### 5.3.3 Razões para empreender

No que se refere às razões para empreender, todas as vinte mulheres disseram que empreenderam por necessidade. Identificou-se 22 repetições da palavra “necessidade”,



conforme o exposto na Tabela 5. Além disso, entre todas as entrevistadas, seis delas também falaram a respeito da falta de emprego como razão para empreender, nesse sentido foram encontradas 8 repetições da expressão “falta de emprego”.

**Tabela 5: Categoria Razões para empreender**

Unidade de Registro	Número de repetições de palavras em vinte respondentes	Porcentagem
Necessidade	22	73,33%
Falta de emprego	8	26,67%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

Essas unidades de registro são ratificadas nas unidades de contexto formadas pelas seguintes passagens:

**R2:** “Após minha formação em serviço social, pela **falta de emprego** na minha área e em seguida também perdi o emprego na escola que trabalhava. (...). Mas o que me motivou vir para o comércio foi à **necessidade**, pois ajudo na educação dos meus filhos. (...)”.

**R14:** “A **necessidade** foi o principal motivo, porque a **falta de emprego** faz a gente ficar desmotivado demais. Fora que eu sentia a **necessidade** de ajudar no sustento de casa, porque tive uma filha há quatro anos e as despesas só aumentaram”.

**R15:** “Foi a **necessidade** de cuidar da família, de estar próximo dos filhos e também o fato da **falta de emprego** formal. Esses foram os principais motivos, porque eu via a **necessidade** de trabalhar para ter minha independência e ajudar no sustento de casa”.

O fator principal que identifica as razões das entrevistadas a empreenderem foi a necessidade. Lindo (2007) trata que o excedente de mão de obra no mercado formal bem como os baixos salários fazem a mulher buscar alternativa no empreendedorismo. Além disso, o perfil da mulher que faz parte do mercado de trabalho é aquele que complementa a renda familiar e gera o sustento da casa.

Em relação à falta de emprego, que também foi identificada por seis entrevistadas, torna-se importante salientar que as taxas de desemprego em Teresina são altas, apesar da estrutura produtiva da cidade ser considerada favorável para geração de emprego. Segundo Tajra (2014), embora tenha um predomínio das atividades mais intensivas em pessoal do que em capital, verifica-se que nela não se destaca qualquer atividade que exerça um efeito multiplicador na sua economia, no sentido de provocar unidades produtivas diferentes que lhe sejam complementares. O resultado social disso é que a cidade de Teresina exibe um amplo número de habitantes ocupados, mas com baixos salários. Isso demonstra a composição produtiva de Teresina, na qual os setores predominantes de ocupação da população são o setor

público, além do comércio e outros serviços. Portanto, os setores de comércio e serviço são os que mais se destacam na economia local.

Outro fator a considerar é que a população da cidade de Teresina-PI está crescendo, contudo o número de empregos formais não acompanhou esse crescimento. Isso tem movido a abertura de novos negócios para aumentar as chances de sustento da família. Nesse contexto, Tajra (2014) evidenciou a presença de mulheres na criação de novos negócios, essas mulheres tem buscado cursos de qualificação, através do poder público e outros órgãos não governamentais, com a finalidade de inovar e até mesmo desenvolver as atividades dos seus negócios com o objetivo de garantir o sustento e/ou aumento da renda de sua família.

#### 5.3.4 Percepção do negócio

Em relação às percepções do negócio, observa-se que todas as entrevistadas elencaram facilidades e dificuldades. Entretanto, as facilidades foram constatadas em maior número que as dificuldades. Assim, para facilitar a análise dessa categoria, optou-se por separar em duas tabelas: a Tabela 6 com nove unidades de registro relacionadas às facilidades, e a Tabela 7 com cinco unidades de registro das dificuldades encontradas no negócio.

Entre as facilidades, o foco no cliente é que tem maior destaque, representando 53,75% das repetições de palavras entre as identificadas nas falas das entrevistadas.

**Tabela 6: Categoria Percepção do negócio relacionado às facilidades**

<b>Unidade de Registro</b>	<b>Número de repetições de palavras em vinte respondentes</b>	<b>Porcentagem</b>
Foco no cliente	29	53,75%
Suporte de Deus	5	9,25%
Amizade	5	9,25%
Satisfação	3	5,55%
Gratificante	3	5,55%
Expansão	3	5,55%
Sustento	2	3,70%
Reconhecimento	2	3,70%
Liberdade	2	3,70%
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

**Fonte: Dados de pesquisa.**

Por sua vez, na análise das dificuldades, percebe-se que a unidade de registro “dificuldade do negócio” aparece em 47,74% em relação ao número total de palavras verificadas.

**Tabela 7: Categoria Percepção do negócio relacionado às dificuldades**

<b>Unidade de Registro</b>	<b>Número de repetições de palavras em vinte respondentes</b>	<b>Porcentagem</b>
Dificuldade do negócio	21	47,74%
Crise econômica	7	15,90%
Manutenção do negócio	7	15,90%
Concorrência	6	13,64%
Inadimplência	3	6,82%
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

**Fonte: Dados de pesquisa.**

Tanto as unidades de registro das facilidades quanto das dificuldades estão visíveis nas unidades de contexto das seguintes passagens:

**R1:** “As **dificuldades** foram bem acentuadas no início. A falta de capital de giro tanto para abertura como para **manter** o negócio. As coisas boas é o crescimento. A gente vai tendo a **satisfação** pelo **reconhecimento** dos **clientes**, que retornam ao meu estabelecimento. Conseguir a estabilidade no negócio é uma coisa muito importante, porque hoje ajudo no **sustento** da minha família, pago as despesas de casa junto com meu marido que tem o emprego numa empresa privada”.

**R7:** “As coisas boas é a **liberdade** de pegar meus dinheiro e comprar minhas coisas. Ir ao supermercado e comprar o alimento para mim e minha família que é minha base, isso é muito **gratificante**. Então, comprar aquilo que antes meus filhos não tinham costume de comer, isso para mim era **gratificante**, porque antes eu só comprava o supérfluo. Então, eu tive mais **liberdade** e agradeço a **Deus** ao empreendedorismo, que com minhas vendas, eu pude ajudar na criação dos meus filhos. As **dificuldades** são a formação e manutenção da **clientela**. Esse é o principal desafio, porque junto a isso vem a **concorrência** que faz com que tenhamos sabedoria para tomarmos a decisão certa na hora da compra dos produtos que os nossos clientes mais procuram”.

**R10:** “As minhas **dificuldades** é a **concorrência** e a conquista dos **clientes**. As coisas boas é poder **manter** meu lar, proporcionar uma vida digna para meus filhos que estão se formando e com fé em **Deus** conseguiram crescer e viver uma vida melhor que a que pude proporcionar a eles, que mesmo com sacrifícios a gente é feliz”.

Ao analisar as transcrições dos trechos das entrevistas, observou-se que as facilidades são sempre individuais para si e relacionadas a outras pessoas, como sustento, reconhecimento, liberdade, satisfação, gratificante, foco no cliente. Por sua vez, as dificuldades estão sempre ligadas ao externo, como a crise, a inadimplência (que é o outro que não paga), a concorrência do mercado (é o outro que me atrapalha). Portanto, a dificuldade vem de fora, não vem do indivíduo.

### 5.3.5 Preparação para abrir um negócio

Ao tratar sobre a preparação para abrir um negócio, observou-se a peculiaridade do viés da amostra. O número de repetições da palavra SEBRAE entre as vinte entrevistadas está relacionado ao fato da empreendedora ter um negócio vinculado ao SEBRAE. Além disso, algumas respondentes identificaram o SENAC, apontando-o como um órgão que oferta cursos de qualificação.

Destaca-se que o número de repetições da unidade de registro “SEBRAE” foi identificado em 85,70%, considerando o total de palavras na análise das vinte respondentes, como pode ser observado na Tabela 8. Essa questão é justificada pela amostra ser proveniente de mulheres que participaram do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócio.

**Tabela 8: Categoria Preparação para o negócio**

Unidade de Registro	Número de repetições de palavras em vinte respondentes	Porcentagem
SEBRAE	30	85,70%
SENAC	5	14,30%
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

O destaque das unidades de registro dessa categoria está ratificado nas seguintes passagens:

**R1:** “(...). Além disso, busco cursos no **SEBRAE**, em que oferecem cursos de como lidar com o cliente, de como gerir o negócio. Isso auxilia bastante. Além do programa mulher de negócios realizado pelo **SEBRAE**, que incentiva nós mulheres empreendedoras a buscar cada vez mais melhorar a gerência do nosso negócio”.

**R3:** “(...). Fiz cursos no **SEBRAE** para melhor atender meus clientes, participei do prêmio **SEBRAE** mulher de negócio. Também fiz alguns cursos no **SENAC**, em que aprendi outras técnicas de pintura, corte e outros tratamentos de cabelo”.

**R16:** “Eu fiz cursos através do **SEBRAE**. Isso possibilita a gente se inspirar e ficar contente com o nosso negócio, porque a gente precisa gostar do que faz. O **SEBRAE** ajuda muito a gente a regularizar o nosso negócio. A gente abre o nosso negócio de forma ilegal e o **SEBRAE** trás essa contrapartida, e, hoje, todo pipoqueiro e picolezeiro, por exemplo, tem o seu negócio legalizado”.

O SEBRAE e o SENAC têm oferecido a ampliação das atividades de micro e pequenas empresas, com foco no combate à exclusão social e na expansão da economia brasileira, pois ocupam importante papel na educação corporativa para o novo empreendedor. Além desses órgãos, existem outros que auxiliam o empreendedor na estruturação e manutenção de seu

negócio como o SENAI. Portanto, esses órgãos de apoio ao empreendedorismo auxiliam o empreendedor em sua missão, tendo em vista que instituem uma orientação para o empreendedor na condução de seu empreendimento. Além disso, destaca-se que o SEBRAE é um dos mais importantes órgãos que cooperam com o empreendedorismo no país, preenchendo a lacuna da falta de conhecimento de muitas empreendedoras (HISRICH; PETERS, 2004).

### 5.3.6 Expectativas no negócio

Em relação as expectativas no negócio, o número de repetições da unidade de registro “expandir o negócio” foi de 84,40%, considerando o total de palavras encontradas na análise das vinte respondentes, conforme exposto na Tabela 9. Ressalta-se que as entrevistadas utilizaram palavras sinônimas para descrever a unidade de registro “expandir o negócio”. Portanto, foram reunidas na mesma unidade de registro as palavras: expandir, crescer, aumentar e ampliar.

**Tabela 9: Categoria Expectativas no negócio**

Unidade de Registro	Número de repetições de palavras em vinte respondentes	Porcentagem
Expandir o negócio	27	84,40%
Manter o negócio	5	15,60%
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

As empreendedoras entrevistadas, de modo geral, pretendem expandir o negócio. Algumas disseram que querem manter o empreendimento, principalmente, pelo fato da crise econômica, inadimplência e concorrência do mercado. Apesar desse contexto, elas não querem ficar onde elas estão. Essa evidência é ratificada nas seguintes passagens:

**R2:** “Eu espero **aumentar** o espaço do meu comércio. Fazer um investimento maior em mobília, como balcão, freezer. Além disso, estou **amentando** a quantidade de produtos que vendo no comércio. (...)”

**R8:** “Eu busco sempre anotar as coisas que meu comércio precisa, então, eu pretendo **crescer** mais, pois o meu comércio é minha vida, é onde eu ganho a vida, me sinto realizada. Assim, pretendo continuar batalhando para **crescer** e **aumentar** cada vez mais meu comércio”.

**R20:** “(...). Eu pretendo **crescer** um pouco ainda, quero reformar meu estabelecimento e investir mais em mercadoria. (...). Hoje a gente trabalha para pagar as contas e **manter** o negócio”.

Verifica-se que os empreendimentos das entrevistadas se reúnem em atividades direcionadas para prestação de serviços ao consumidor ou para o mercado interno, de baixa capacidade tecnológica e com pequenas dificuldades de entrada (GEM, 2015). Nesse sentido, observa-se que as empreendedoras mesmo sem apoio e o possuindo um pequeno empreendimento, buscam manter seus negócios e, de modo geral, tem a expectativa de expandi-los.

### 5.3.7 Ser mulher e abrir um negócio

Em relação à categoria “ser mulher e abrir um negócio”, identifica-se, conforme a Tabela 10, que as unidades de registros foram independentes, a saber, liberdade e realização pessoal. Entre as entrevistadas, 12 disseram que buscam ser independentes, o que pode ser verificado em 14 repetições da palavra “independente”, o que corresponde 58,34% do total de palavras observadas nessa categoria.

**Tabela 10: Categoria Ser mulher e abrir um negócio**

Unidade de Registro	Número de repetições de palavras em vinte respondentes	Porcentagem
Independente	14	58,34%
Liberdade	6	25,00%
Realização pessoal	4	16,66%
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

As entrevistadas, em geral, disseram que buscam ser independentes. Além disso, outras falaram que buscam ter liberdade e a concretização da realização pessoal. Vale ressaltar que a liberdade está diretamente ligada a independência almejada. Além disso, apesar de todo o contexto que as entrevistadas estão inseridas, elas não querem permanecer na situação que elas estão. Essa evidência é demonstrada nas seguintes passagens:

**R4:** “Não, porque eu sempre me achei **independente**. Eu sempre busquei ter o meu espaço para poder ter minhas coisas, ajudar com as despesas da família, poder dar aos meus filhos uma vida melhor direcionada aos estudos, que é o único bem que eu poderia deixar a eles e isso me faz se sentir **realizada**”.

**R11:** “Não, porque gosto de ter minha **liberdade**. (...). Isso me deixa feliz, porque consigo me **realizar**”.

**R14:** “Não, porque me considero **independente**. A mulher tem que assumir os desafios de está à frente de seu negócio. Hoje, nos mulheres temos mais **liberdade**, temos os mesmos direitos que os homens, apesar de achar que as mulheres não são valorizadas em alguns aspectos, como dentro de uma empresa. (...)”.

Na análise das transcrições acima, observou-se que as mulheres, cada vez mais, buscam sua independência em relação aos homens, trabalhando fora de casa e contribuindo com a renda familiar. Além da maternidade, as mulheres dedicam-se a concretização da realização profissional, almejando a partir de suas atividades o sucesso profissional bem como melhores condições de vida (FLECK; WAGNER, 2003). Assim, colaborando com esse entendimento, Orsolin (2002), assinalou que os rumos da mulher na sociedade contemporânea vão além dos muros de casa, que, por muitos anos, apresentavam-se como insuperáveis.

Para Azevedo (2007), as mulheres dirigem sua vida pessoal e profissional com bastante exímia, seja na carreira ou na vida doméstica e familiar. Para isso, elas têm investido nos estudos e na carreira para se destacarem no mercado de trabalho. Portanto, elas estão conquistando independência, liberdade e sua realização pessoal. O grande desafio é, justamente, o de manter o equilíbrio entre as tarefas domésticas e as atividades profissionais.

### 5.3.8 O que é sucesso?

Ao analisar a concepção de sucesso para as entrevistadas, 8 delas relacionaram sucesso à realização, nesse sentido, conforme a Tabela 11, foram identificadas 10 repetições do termo realização, o que representa 33,20% do total de trinta palavras encontradas na análise das vinte respondentes.

**Tabela 11: Categoria O que é sucesso?**

Unidade de Registro	Número de repetições de palavras em vinte respondentes	Porcentagem
Realização	10	33,20%
Suporte de Deus	5	16,70%
Satisfação	5	16,70%
Independência	3	10,00%
Sustento	3	10,00%
Gratificante	2	6,70%
Reconhecimento	2	6,70%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

As entrevistadas confirmaram que se consideram mulheres de sucesso, sendo a realização, a satisfação e o suporte de Deus fatores mais suscitados. Elas descreveram o que avaliam como relevante para serem consideradas uma pessoa de sucesso, os aspectos considerados importantes pelas entrevistas estão representados nas setes unidades de registro na Tabela 11. Essas unidades de registro são perceptíveis nas unidades de contexto das seguintes passagens:

**R3:** “Sim, porque eu me sinto **realizada** com o que conquistei. A minha **independência** financeira e poder ajudar dentro de casa me faz sentir uma pessoa de sucesso, pois era o que sempre quis, que era poder ter meu serviço e não depender do meu marido. Fora isso, eu me sinto **realizada** em ter montado o meu negócio próprio, em ter realizado os cursos que realizei para me qualificar e poder atender bem meus clientes.”

**R7:** “Com certeza, porque graças a **Deus** as minhas vendas eu não tenho prejuízo. Os meus clientes sempre retornam e isso mostra que eles estão **satisfeito** com o trabalho que faço. (...). Isso é muito **gratificante**.”

**R16:** “(...). Eu me considero acima de tudo uma pessoa batalhadora, porque a gente consegue ser **independente**, que consigo comprar meus produtos. (...). Isso me dar **satisfação**.”

Ao tratar desta categoria, chama-se a atenção para a unidade de registro “suporte de Deus”, tal unidade confirma o que foi observado na análise dos valores terminais, momento em que as entrevistadas também escolheram o valor terminal salvação. Portanto, confirma-se a influência da religiosidade no Piauí, tendo em vista o estado ocupar o topo do *ranking* da religiosidade, sobretudo o catolicismo (IBGE, 2010).

Outro destaque importante é que as únicas unidades de registro vinculadas a dinheiro são independência e sustento. Assim, das trinta palavras em destaque nesta categoria, somente seis (20%) está focando o termo dinheiro. Pode-se dizer que o sucesso para essas mulheres entrevistadas compreende uma visão de sucesso subjetiva. Isso quer dizer que essa mulher busca crescer, mas ela quer ser feliz, ou seja, ela não quer crescer para ter mais dinheiro. Além disso, se o sucesso está menos ligado ao dinheiro e mais ligado a coisas subjetivas, então crescer pode ser lugar comum, porque crescer poderá gerar mais trabalho.

## 5.4 Motivos

A análise quanto aos motivos foi realizada levando em consideração a Teoria dos Motivos de McClelland (1961). Para tanto, os motivos foram verificados por duas etapas, com o intuito de perceber se o motivo declarado é evidenciado nos relatos das nove questões sobre



história de vida. Primeiramente, foi solicitado, no final do questionário sobre história de vida, que a entrevistada escolhesse um grupo de características referente a um determinado motivo sem que fosse identificado o tipo de motivo para ela. Dessa escolha, obteve-se o resultado de 55% das vinte entrevistadas identificarem o motivo de afiliação, conforme a Tabela 12.

**Tabela 12: Unidade de Registro dos Motivos**

MOTIVO	Número de escolhas	PERCENTUAL
Realização	05	25%
Poder	04	20%
Afiliação	11	55%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

A percepção da entrevistada ao escolher o motivo declarado trouxe um resultado diferente do que é observado quando se trata da Teoria dos Motivos de McClelland (1961). Isso porque McClelland (1961) afirma que o empreendedor tem como motivo principal a realização. Entretanto, a divergência encontrada entre a escolha declarada pela respondente e a Teoria dos Motivos de McClelland (1961) não quer dizer que o indivíduo não possa ter mais de um motivo. Portanto, sabe-se que todos os indivíduos possuem todos os motivos declarados por McClelland (1961), mas um deles é mais predominante.

Após a escolha do motivo explicitada pela respondente, buscou-se a realização da segunda etapa de análise dos motivos a fim de verificar nos relatos das mulheres se foi inferido o motivo declarado que justificasse ou não a escolha dele. Destaca-se que, nos relatos das entrevistadas, pode-se identificar os motivos, por meio de evidências de análise de conteúdo, em geral, da Teoria dos Motivos de McClelland (1961). Após isso, foi identificado o motivo de maior repetição, conforme a Tabela 13.

**Tabela 13: Categoria Motivo**

R	Escolha explicitada pela respondente	Repetições sobre Motivos nas questões sobre História de Vida	Motivo inferido por análise de conteúdo
1	Afiliação	q. 7 “Busco expandir mais meus negócios, pretendo e estou me organizando para abrir uma filial do meu restaurante. (...)”	Realização.
2	Realização	q. 7 “Eu espero aumentar o espaço do meu comércio. Fazer um investimento maior em mobília, como balcão, freezer. Além disso, estou aumentando a quantidade de produtos que vendo no comércio. (...)”	Realização.
3	Afiliação	q. 7 “Eu pretendo ter uma expansão do serviço que ofereço. Então, eu gostaria de oferecer serviços como manicure, depilação. Porque isso irá aumentar minha clientela. Além disso, pretendo aumentar mais um	Realização

		pouco meu salão para dar um maior conforto aos meus clientes.”	
4	Poder	q. 7 “Eu espero expandir mais, ter mais produtos. A gente nunca está satisfeito, a gente sempre quer mais, não ficar conformada com o que já tenho, conquistar mais clientes. Com meu planejamento estou conseguindo investir cada vez mais nas necessidades que a empresa está tendo a cada dia.”	Poder
5	Realização	q. 7 “Espero crescer e expandir. Hoje tenho quatro funcionárias. Recebo encomendas de roupas mais sofisticadas para festas. Espero ter mais visibilidade no negócio.”	Realização.
6	Poder	q. 7 “Eu espero crescer mais, ampliar a minha loja com produtos. Também pretendo aperfeiçoar mais funcionários que trabalha comigo para garantir um melhor atendimento para meus clientes. O mercado que trabalho está em expansão e eu pretendo acompanhar esse crescimento procurando cada vez mais me qualificar e gerir melhor o meu negócio.”	Realização.
7	Afiliação	q. 7 “Espero aumentar minha clientela. Quero investir mais em produtos, mesmo com as dificuldades enfrentadas, eu procuro comprar os produtos que meus clientes mais procuram.”	Realização.
8	Afiliação	q. 7 “Eu busco sempre anotar as coisas que meu comércio precisa, então, eu pretendo crescer mais, pois o meu comércio é minha vida, é onde eu ganho a vida, me sinto realizada. Assim, pretendo continuar batalhando para crescer e aumentar cada vez mais meu comércio.”	Realização.
9	Afiliação	q. 5 “As coisas boas é que conhecemos pessoas e conseguimos amizades verdadeiras. Mesmo com toda crise que estamos enfrentando que são as dificuldades, a gente consegue sobreviver, conhecendo pessoas. Mesmo que não possamos ajudar alguém com coisas materiais, mas podemos dar uma palavra amiga e ajudar o próximo.”	Afiliação.
10	Realização	q. 7 “Eu espero crescer mais, ter mais clientes e comprar mais mercadorias.”	Realização.
11	Afiliação	q. 7 “Eu espero crescer e poder ajudar mais minha família. poder contribuir mais com a vida do meu filho, que hoje já é formado, mas está procurando se qualificar mais e quero contribuir ainda na educação do meu filho que é o único bem que posso deixar para ele.”	Realização.
12	Poder	q. 7 “Futuramente pretendo abrir outra loja. Espero que minha empresa cresça mais e que eu possa ter mais diversidades de confecções. Hoje estou bem satisfeita como minha empresa está, porque pago minhas contas em dia.”	Realização.
13	Realização	q. 7 “Espero expandir minha produção, poder comprar máquinas mais modernas que possam me permitir produzir produtos que gerencia uma diferenciação no mercado e de qualidade. Também pretendo futuramente produzir produtos artesanais para o público masculino. Estou tentando acertar para produzir produtos mais modernos e de qualidade.”	Realização.
14	Poder	q. 7 “Espero crescer e expandir os produtos que eu já trabalho.”	Realização.
15	Afiliação	q. 5 “As coisas boas são meus clientes que eu conquistei ao longo dos anos, que tenho confiança, vendo na promissória e eles pagam tudo direito na data certa. Se a gente não tiver uma boa relação com os clientes da gente, a gente perde, porque antes era só eu que tinha armarinho aqui perto. Hoje, já tem vários aqui perto, se eu não cativar minha clientela, não teria tanta venda como tenho até hoje.”	Afiliação.
16	Afiliação	q. 5 “As coisas boas é que conhecemos pessoas e fazemos amizades. A gente descontra e vive tranquilo.”	Afiliação.
17	Afiliação	q. 5 “As coisas boas são as amizades, as clientes que são fiéis e sempre compram na minha mão.”	Afiliação.
18	Afiliação	q. 5 “As coisas boas é que eu gosto de trabalhar com pessoas, a gente conhece pessoas. Isso me idealiza. A gente ajuda as pessoas a tirar dúvida de qual roupa fica melhor.”	Afiliação.
19	Afiliação	q. 7 “Eu espero crescer e expandir com mercadorias diversificadas.” q. 9 “eu tenho o sentimento de realização, de poder sobreviver do meu	Realização.

		suor, da atividade que executo.”	
20	Realização	q. 7 “Satisfeito a gente não está. A vontade que tenho é de encher de mercadorias. Eu pretendo crescer um pouco ainda, quero reformar meu estabelecimento e investir mais em mercadoria.”	Realização.

Fonte: Dados de pesquisa.

O motivo que mais repetiu na análise das categorias criadas foi a realização. Na primeira etapa, 55% das respondentes identificaram o motivo de afiliação. Entretanto, na segunda etapa, quando se buscou o motivo inferido por análise de conteúdo nas falas das respondentes, percebeu-se que 70% das entrevistadas explicitaram em suas respostas sobre história de vida o motivo de realização, como pode ser observado na Tabela 14.

**Tabela 14: Análise dos Motivos**

Tipo de Motivo	Motivos declarados pelas respondentes	Percentual dos motivos declarados	Motivos inferidos por análise de conteúdo nas falas	Percentual total dos motivos repetidos
Realização	05	25%	14	70%
Poder	04	20%	1	5%
Afiliação	11	55%	5	25%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados de pesquisa.

Na análise dos motivos, a escolha do motivo declarado pela respondente tem maior relevância do que o motivo explícito, pois foi uma escolha da entrevistada a partir de sua percepção no contexto do seu negócio. Além disso, é importante ressaltar que os indivíduos possuem todos os motivos elencados pela Teoria dos Motivos de McClelland (1961), quais sejam: realização, poder e afiliação. Entretanto, é possível também identificar o motivo mais explícito, como foi realizado na análise de conteúdo quanto aos motivos.

Portanto, apesar de na amostra prevalecer a afiliação como motivo declarado pela respondente, as repetições do motivo de realização nas respostas das entrevistadas reforçam as análises de McClelland (1961). Assim, a partir da amostra analisada, pode-se dizer que a afiliação e a realização andam juntas, pois as entrevistadas possuem mais evidente esses dois motivos.

## 5.5 Características da Mulher Empreendedora de Teresina-PI

Baseado na amostra da pesquisa, a empreendedora de Teresina é uma mulher madura (46 a 55 anos), sua família é constituída com filhos, e mais da metade tem ensino médio ou

ensino superior. Além disso, é mediano o número de mulheres que nasceu em Teresina ou no interior do Estado do Piauí ou do Maranhão.

Quanto aos negócios, metade tinham até cinco anos de abertura e mais da metade não possuem nenhuma formação específica em negócio. Elas abriram o empreendimento com capital próprio e atuam no setor de comércio, possuindo apenas um funcionário.

Em relação aos valores da amostra, como valores instrumentais, elas indicaram ser honestas, corajosas, responsáveis, animadas, amorosas e prestativas. Apontaram, também, valores como segurança familiar, amizade verdadeira, autorrespeito, sabedoria, felicidade, igualdade, salvação, um mundo de paz e uma vida confortável. Assim, elas querem uma ética profissional forte não prescindindo o papel fundamental da mulher, buscam se valorizar e querem ter um status importante na sociedade como forma de bem estar da família e do bem comum. Por fim, elas buscam, por meio de um trabalho honesto e levando em conta a feminilidade, uma valorização e o bem estar da família.

A empreendedora de Teresina constante na amostra foi oriunda de uma família grande e pobre, que não teve muitas oportunidades e por essa razão empreendeu por necessidade por motivo de falta de emprego. Elas não tinham qualquer experiência de trabalho na área dos negócios, uma vez que, de modo geral, trabalharam apenas na roça ou como doméstica.

Em relação ao negócio, a amostra indicou que o foco no cliente é um fator primordial e em contrapartida as dificuldades no negócio é um desafio a ser enfrentado. Elas buscam o SEBRAE com a expectativa de expandir o negócio e como forma de remediar as dificuldades enfrentadas para mantê-lo. Além disso, a amostra busca ser independente e sua realização é um fator preponderante para seu sucesso.

Por fim, o motivo declarado pela amostra foi o motivo de afiliação. Porém, quando se procurou ênfase do motivo declarado pela entrevistada, ficou explícito o motivo de realização.

## **5.6 Comparações de resultados desse estudo com outros estudos sobre mulheres empreendedoras no Brasil**

Após a descrição das características da mulher empreendedora de Teresina-PI, realizou-se a comparação desta com a mulher empreendedora de outras regiões. Inicialmente, buscou-se comparar os resultados encontrados na presente pesquisa por diferença de enfoque com os artigos científicos encontradas na pesquisa bibliométrica quanto ao perfil da mulher

empreendedora no Brasil, para isso foram utilizadas as bases de dados do portal Spell e do EBSCOhost. Evidenciou-se que nenhuma pesquisa trouxe uma abordagem idêntica da presente pesquisa. Assim, cada artigo científico identificado teve seu problema de pesquisa e objetivos traçados de forma diversificada, tratando sobre competências, história de vida, perfil demográfico, perfil psicológico e outras questões norteadoras relacionadas à mulher empreendedora. Vale ressaltar que nenhum artigo encontrado tratou sobre os valores e os motivos.

Outra questão importante a ser levantada sobre a comparação dos resultados encontrados por diferença de enfoque é o interesse dos pesquisadores em realizarem pesquisas sobre a mulher empreendedora na região Nordeste. Enfatiza-se que na pesquisa bibliométrica realizada, 84% dos artigos científicos selecionados tratam sobre pesquisas que foram realizadas nas regiões Sudeste e Sul do país. Portanto, o número de trabalhos científicos que tratam sobre a mulher empreendedora no Nordeste, representou somente 16% das pesquisas identificadas, um percentual baixo se considerado as pesquisas nas demais regiões. Por fim, não foi encontrado nenhum artigo científico que pesquisou sobre a mulher empreendedora na cidade de Teresina-PI.

Sousa, Trindade, Freire e Lyra (2016) colaboram com o entendimento de que as pesquisas sobre a mulher empreendedora no Brasil são atuais, contudo as pesquisas realizadas não são suficientes para uma investigação no âmbito da atuação feminina no empreendedorismo brasileiro. Portanto, os estudos sobre empreendedorismo feminino são contemporâneos e os resultados desta pesquisa contribuem para aumentar o conhecimento científico sobre as pesquisas relacionadas a mulher empreendedora.

Ao analisar o viés da comparação por similaridade de resultados entre a presente pesquisa e estudos de outras regiões, foi constatado que os artigos científicos encontrados apresentam similaridades sobre o perfil demográfico e história de vida. Primeiro, evidenciou-se que não existe um perfil demográfico padrão observado nos artigos encontrados. Entretanto, algumas similaridades são encontradas na pesquisa em questão e os demais artigos científicos, como em relação a idade, escolaridade, estado civil, área de atuação, tempo de existência do negócio e o número de funcionários.

Nesse sentido, o Tabela 15 expõe o perfil demográfico da presente amostra e informações dos artigos científicos encontrados na pesquisa bibliométrica do referencial teórico. É necessário deixar claro que cada artigo científico encontrado na pesquisa fez o

levantamento dos dados segundo o direcionamento de suas pesquisas, apontando informações referentes a idade, escolaridade, estado civil, área de atuação, entre outras questões. Assim, nem todos os artigos científicos pesquisados utilizaram todos os dados demográficos elencados na presente pesquisa.

**Tabela 15: Comparativo de resultado encontrado na presente pesquisa e artigos encontrados**

Dados demográficos	Dados da Pesquisa	FERREIRA, J. M.; RESE, N.; NOGUEIRA, E. E., 2014.	MACAHDO, H. P. V.; GAZOLA, S.; ANEZ, M. E. M., 2013.	SOUZA, M. J. B.; TRINDADE, F. M.; FREIRE, R.; LYRA, F. R., 2016.	ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C., 2014.
		Região do país			
	Teresina-PI	Sul	Nordeste	Sul	Sul
<b>Idade</b>	50% - 46 a 55 anos	54,7% - acima de 41 anos	50% - 21 a 26 anos	46% - Até 35 anos	37% - 25 a 34 anos
<b>Estado civil</b>	50% - casadas	62,7 % -casadas	33,33% - solteira	-	58% - casada
<b>Escolaridade</b>	35% - ensino superior	36,0% - curso superior completo	60,41% - ensino médio completo	40% - pós-graduação	34% - ensino superior
<b>Dependentes</b>	30% - mais de 3 filhos	-	59,37% - um filho	-	-
<b>Tempo de abertura do negócio</b>	50% - 1 a 5 anos	44% - possui acima de 9 anos	-	-	-
<b>Formação específica em negócio</b>	85% - não possuem	-	-	-	-
<b>Forma de abertura do negócio</b>	75% - capital próprio	-	-	-	-
<b>Setor de atividade econômica</b>	80% - comércio	-	-	-	47% -comércio
<b>Número de funcionários</b>	90% - 1 funcionário	52% - até 2 funcionários, muitas vezes a proprietária e uma funcionária.	-	-	-

Fonte: Elaborada pelo autor a partir da análise dos dados da pesquisa e dos artigos pesquisados nas bases de dados.

Essa análise se torna importante porque apresenta elementos que delimitam a dimensão Teresina na dinâmica Nordeste, enfatizando dados de orientação diversa a fim de contribuir para o fortalecimento dos estudos de empreendedorismo no Brasil. Nesse sentido, identificou-se similaridades entre a presente pesquisa e os resultados das demais pesquisas analisadas.

Em uma análise comparativa, observa-se que, na Tabela 15, constata-se que as demandas demográficas das realidades de mulheres empreendedoras no Brasil é sempre

superior, aproximando a 50%. No que diz respeito a Teresina, nota-se que os dados são superiores a escala de 50%, tal percentual aumenta conforme às necessidades profissionais dos dados demográficos que categorizam a atividade empreendedora para concretização do negócio, tais como: o fato de um maior número de mulheres empreendedoras serem casadas, com nível de escolaridade de ensino superior, atuando no setor do comércio como atividade econômica e com empresas constituídas por apenas um(a) funcionário(a).

Conforme Takahashi e Graeff (2004), no Brasil existe uma tendência a se padronizar os perfis das mulheres empreendedoras, prevalecendo uma constância de dados bem articulados, nesse sentido, no que se refere aos resultados demográficos em Teresina, de acordo com a Tabela 15: a) a maioria é casada e tem filhos; b) estão compreendidas em uma faixa etária que varia entre 35 a 50 anos; c) possuem um nível de escolaridade alto; d) têm experiências anteriores nos setores que desejam atuar; e) iniciam os negócios com baixo capital social; e, f) geralmente atuam em pequenos negócios.

De fato, pesquisas recentes sobre o perfil da mulher empreendedora, como de Tonelli e Andreassi (2013), que realizaram pesquisa no Sudeste do país, não se distanciam da realidade teresinense, isto é, apresentam informações que seguem na mesma direção dos resultados desmonstrados neste estudo, como a afirmação de que a identidade feminina está direcionada tanto para a família como para a atividade profissional. De modo análogo, em Teresina, notou-se fatores como o matrimônio, faixa etária de 46 a 55 anos, e nível superior completo, tais aspectos indicam que o eixo família já está consolidado na vida dessas mulheres, pois estes fatores demonstram a constituição do seio familiar.

Nesse sentido, observou-se que o fator vida adulta pós 40, e sua vivência acadêmica, indicam que as mulheres primeiramente realizaram atividades socialmente estabelecidas, como a constituição de uma família e uma formação educacional; posteriormente, notou-se que as mulheres se direcionaram para o mundo do trabalho, a partir de uma ação empreendedora que buscou associar vida familiar com atividades empresariais. Desse modo, as mulheres empreendedoras mantêm atividades sociais de mulheres casadas, possuem escolaridade completa e se inserem num padrão de vida em sociedade que é característico de grupos masculinos. Dessa forma, as mulheres tem alcançado mais espaço no meio econômico fortemente marcado pela presença masculina que até então se consagravam como chefes de empresas e das famílias.

Em relação a história de vida presente na amostra das mulheres empreendedoras de Teresina, observa-se histórias de vidas parecidas. De modo geral, as entrevistadas são provenientes de famílias grandes e pobres, que começaram a trabalhar cedo por falta de oportunidades. Essas características das mulheres da amostragem demonstram aspectos recorrentes nas décadas de 1950 a 1960, isso porque famílias *grandes* caracterizavam a realidade das famílias nordestinas, que exerciam atividades econômicas de subsistência provenientes da pecuária e agricultura. Nesse sentido, obter uma enorme prole garantia o auxílio da mão de obra na atividade familiar. Embora essas famílias desempenhassem atividades econômicas, em sua maioria eram famílias *pobres*, uma vez que suas atividades garantiam apenas a sobrevivência da família. Diante disso, observa-se que as mulheres entrevistadas começaram a trabalhar ainda jovens, devido a necessidade de contribuir para seu próprio sustento, colaborar com a família ou mesmo constituir sua própria família. Em função dessa realidade a maioria dessas mulheres trabalhou na roça ou como doméstica antes de abrir seu próprio negócio.

Na pesquisa em questão, utilizou-se da amostra proveniente de mulheres que participaram do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócio, foi observado que as razões para empreender em Teresina estão vinculadas a necessidade econômicas como demonstrado anteriormente, ou seja, em razão da pobreza e/ou do sustento da família. Em análise comparativa a esse resultado, observa-se que os dados bibliométricos identificaram que as razões para empreender estão vinculadas a oportunidade, indicada por 70% das mulheres empreendedoras. Essas já estão inseridas em famílias que desenvolvem atividades empreendedoras, nas quais as mesmas são estimuladas a dar prosseguimento ao negócio familiar ou a construir seu próprio espaço empresarial, tudo isso sob uma base sólida da experiência familiar sobre empreender. Tais dados são compatíveis com o programa executado pelo SEBRAE a ser premiado na região Sul do Brasil, em pesquisa realizada por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014). A importância do SEBRAE, principalmente, do Prêmio SEBRAE Mulher de Negócio, apresenta-se pelo fato de se constituir como uma base para os estudos referentes ao empreendedorismo, bem como por ser um lugar onde as mulheres empreendedoras se sentem amparadas para sanar dúvidas e se preparar para abertura dos seus negócios, nesse sentido se observa uma procura pelo SEBRAE, por parte das mulheres empreendedoras no Sul do Brasil, conforme Teixeira, Ducci e Sarrassini, (2010).



Na pesquisa realizada foi identificado que as entrevistadas esperam expandir o seu negócio e idealizam alcançar sua independência e realização. Almeida Neto, Siqueira e Binotto (2011), também em pesquisa no Nordeste do país, afirmam que as mulheres buscam a sua independência financeira bem como expandir seu negócio. Ao tratar das percepções do negócio na pesquisa, foi observado que as entrevistadas apresentam dificuldades para manutenção do negócio, tais dificuldades estão relacionadas à crise econômica, concorrência do mercado e inadimplência. Por sua vez, Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) também trataram em sua pesquisa no Sul do país sobre as dificuldades enfrentadas para a manutenção do negócio, os autores destacaram a crise econômica, a falta de clientela e a inadimplência como alguns fatores que ocasionam essas dificuldades.

Nas pesquisas de outras regiões brasileiras, que abordou a história de vida das mulheres empreendedoras, foi observado diferentes abordagens, mas em sua maioria foram discutidas questões semelhantes aos objetivos desta pesquisa, como: família, qualificação, origem, porte do negócio, área de atuação do negócio, relações interpessoais e sobre a trajetória de sucesso, contudo o presente estudo se refere a realidade de Teresina-PI. Além disso, de todas as pesquisas que trataram sobre história de vida, nenhuma abordou sobre a história de vida da mulher empreendedora do Nordeste, o que revela a carência de informações científicas para categorizar as razões pelas quais as mulheres nordestinas constituíram seus negócios, que como observado no presente estudo ocorreu não pela oportunidade, mas pela necessidade de emergir em um mercado intenso e marcado pela presença masculina.

Como assinala os estudos de Nassif et al. (2011), os empreendimentos tendem a ser pequenos, devido ao meio de vida que as mulheres vivenciam, no qual há a necessidade de integração entre família, trabalho, comunidade, obstáculos sociais, estruturais e culturais, que atrapalham o crescimento do negócio. Ressalta-se que, os resultados encontrados em artigos científicos realizados no Sul e Sudeste do país apresentam algumas características diferentes, tais estudos contribuíram para uma compreensão da temática desenvolvida no presente estudo.

Assim sendo, a esta pesquisa realizou uma análise sobre os valores e os motivos. Neste ponto, ressalta-se que nenhum dos estudos encontrados na pesquisa bibliométrica apresentou essa temática, nem em seus objetivos nem no resultados traçados. Diante disso, a abordagem discutiu os valores e os motivos que agregam resultados novos no conhecimento científico. Dessa forma, a pesquisa realizada identificou um perfil e história de vida da mulher

empreendedora bastante peculiar no que diz respeito aos parâmetros apontados para a gestão de negócios.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar as características da mulher empreendedora em Teresina-PI, para responder à questão de pesquisa e atingir o objetivo geral foram definidos três objetivos específicos, sendo que todos foram devidamente cumpridos.

A pesquisa fez uma análise dos valores e dos motivos, inserindo resultados novos nesse campo do conhecimento científico. Além disso, a pesquisa realizada identificou um perfil e história de vida das empreendedoras bastante peculiar em relação aos parâmetros apresentados para a gestão de negócios.

Em relação à história de vida das mulheres entrevistadas, ressalta-se que, embora haja a presença de questões relacionadas ao conservadorismo e a forte presença da sociedade patriarcal na região Nordeste do Brasil, as mulheres se comportam de uma forma diferente. Nesse sentido, observa-se que as mulheres querem liberdade, autonomia, independência, características que não se restringem ao Nordeste. Dessa forma, as entrevistadas apresentaram aspectos que caracterizam ideais de independência feminina. Outro ponto analisado neste estudo, refere-se a questão da religiosidade. Ao identificarem os valores e a história de vida, elas trataram sobre a salvação e o suporte de Deus. Isso é uma característica interessante da amostra, pois se confirma a influência da religiosidade no Piauí.

Da Teoria dos Motivos de McClelland (1961), sabe-se que todo indivíduo que vai empreender tem por motivo primeiro a realização. Entretanto, na análise dos motivos aconteceu um fato interessante. Isso porque na amostra prevaleceu à afiliação como motivo declarado pelas entrevistadas, porém foi inferido na análise de conteúdo das falas das entrevistadas o motivo realização, reforçando as análises da Teoria dos Motivos, pois a realização é motivo empreendedor da Teoria de McClelland (1961). Assim, pode-se aferir que todo indivíduo que estiver empreendendo por necessidade, pode ter qualquer motivo, o que possibilita afirmar que a afiliação e a realização podem andar juntas.

Em relação à delimitação do estudo, a pesquisa tratou sobre o indivíduo empreendedor, mais precisamente, sobre a mulher empreendedora, portanto não foi tratada, diretamente, a organização. Outro fator importante da delimitação do trabalho, trata-se da escolha da cidade de Teresina-PI, que foi escolhida com o objetivo de estudar e ampliar o escopo das pesquisas

sobre as empreendedoras nessa cidade. Além disso, essa região do país se distingue das demais regiões, como, por exemplo, as regiões Sul e Sudeste.

No que se refere às limitações da pesquisa, tratou-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa. Toda pesquisa qualitativa não tem como objetivo a generalização, mas sim a exploração, a profundidade de análise e a futura geração de hipóteses para outros estudos. Outra limitação é a empreendedora entrevistada ser vinculada ao SEBRAE-PI. Além disso, a pesquisa apresenta uma limitação geográfica, pré-definida na amostra da população que corresponde à cidade de Teresina-PI.

Como contribuição prática, considerando o perfil encontrado, esse trabalho poderá contribuir para que entidades de apoio e fomento reforcem seus programas de ação com intuito de melhorar o atendimento as empreendedoras que buscam auxílio. Ainda, as discussões junto as empreendedoras sobre seu próprio perfil servirá para o auto aperfeiçoamento. Além disso, este estudo auxiliará na comparação dos resultados obtidos das empreendedoras da cidade de Teresina-PI, que fica localizado na região Nordeste do país, com outras regiões do país, como Sul e Sudeste, que são as regiões que mais tem se destacado em relação a esse tipo de estudo.

Ressalta-se a contribuição social da pesquisa, pois as empreendedoras entrevistadas, como sujeito investigado, com sua decisão, mudaram suas condições de vida. Ainda, pode-se sugerir um estudo longitudinal com as empreendedoras entrevistadas para acompanhar desempenho e desenvolvimento.

As comparações realizadas entre esta pesquisa e outros estudos apresentaram algumas similaridades, entretanto como se trata de objetivos distintos, os resultados também foram diferenciados. Nesse sentido, buscou-se compreender as divergências, colaborações, as problemáticas, as necessidades e soluções que mulheres tão parecidas em suas atividades econômicas e tão diversas em sua formação social, econômica e educacional trilharam caminhos de independência e realização familiar em ambientes antes desprovidos da presença de seus valores.

Além disso, destacou-se a importância da mulher empreendedora no que diz respeito ao crescimento socioeconômico da cidade de Teresina-PI, e o tipo de comércio que essas mulheres atuam, seja na prestação de serviços ou de produtos, observando as atividades desenvolvidas que tem se tornado o diferencial dessa região do país, assim como nas demais regiões.

Assim, constata-se a importância das mulheres empreendedoras para a sociedade, uma vez que a sua participação na economia gera renda e empregos. Além disso, percebe-se a sua contribuição para a sociedade contemporânea, ao administrar múltiplas jornadas entre família e trabalho, tornando-se autônomas. Ainda que se observem desigualdades existentes entre os gêneros, a mulher tem conquistado seu lugar no meio dos negócios de modo eficaz. Portanto, as mulheres, têm colaborado para uma gestão que satisfaz perspectivas do mercado.

## REFERÊNCIAS

ACS, Z. J.; DESAI, S.; HESSELS, J. Entrepreneurship, economic development and institutions. **Small Business Economics**. v. 31, p. 219-234, 2008.

AGLE, B. R.; CALDWELL C. B. Understanding Research on Values in Business: A Level of Analysis Framework. **Business Society**, v. 38, n. 3, p. 326. 1999.

ALDRICH, H. E. The emergence of entrepreneurship as an academic field: A personal essay on institutional entrepreneurship. **Research Policy**, v. 41, p. 1240-1248, 2012.

ALMEIDA, D.R.; BENEVIDES, T. M. Perfil do micro e pequeno empresário que busca desenvolver a cultura empreendedora – o caso de um município baiano. **Anais do XXIX ENANPAD**, Brasília, 2005.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**. v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da Finan**, v. 3, n. 3, 2012.

ANTONCIC, B. Risk Taking in Intrapreneurship: Translating the Individual Level Risk Aversion into the Organizational Risk Taking. **Journal of Enterprising Culture**, v. II, n. 1, p. 1-23, Mar, 2003.

ATKINSON, R. The life story interview. In: GUBRIUM, J. F.; HOLSTEIN, J. A. (Eds.), **The handbook of interview research: context and method**. London: Sage, 2002.

ATUAHENE-GIMA, K.; KO, A. An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovation. **Organization Science**, v.12, n. 1, p. 54-74, Jan/Feb., 2001.

AUDRETSCH, D.; THURIK, R. A Model of the Entrepreneurial Economy. **Max Planck Institute for Research into Economic Systems Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy**, Gennany, p. 1-17, 2004.

AZEVEDO, S. **Preconceito contra a mulher: diferenças, poemas e corpos**. São Paulo: Editora Cortez, 2007.

BABBIE, E. R. **The practice of social research**. Belmont, CA: Wadsworth Thomson Learning, 2001.

BARBOSA, M. B.; PEIXOTO, N. E. S.; MEDEIROS, C. R. O.; VALADÃO JÚNIOR, V. M. V. Carreira, vida familiar e vida profissional das executivas: tensão e conciliação. **VII SEGet – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2010.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

BARLACH, L.; MALVEZZI, S. Empreendedorismo interno e criação de empresas: transição ou mudança? **Revista de Carreira e Pessoas**, v. 2, n. 2, 2012.

BARNEY, J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BARON, R.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thompson, 2007.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica. **Revista de administração contemporânea**, Curitiba, v.12, n.4, p.975-993, 2008.

BAYCAN LEVENT, T.; MASUREL, E.; NIJKAMP, P. Entrepreneurial process and performance: the case of the turkish female entrepreneurs in Amsterdam. **Paper presented at the 42nd European Congress of the European Regional Science Association (ERSA)**, Dortmund, p. 27-31, 2002.

BEARDEN, W. O.; NETEMEYER, R. G. **Handbook of marketing scales**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1999.

BECKER, H. S. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Pioneira, 1999.

BERTAUX, D. La perspective biográfica: validez metodológica y sus potencialidades. In: MARINAS, J. M.; SANTAMARINA, C. (Eds.). **La historia oral: métodos y experiencias** (pp. 149-170). Madrid: Ediciones Debate, 1993.

BETIOL, M. I. S. **O feminino: alteridade e identidade frente ao sistema e mundo da vida**. 189 p. Tese (Doutorado em Psicologia Social) - PUC-SP, São Paulo, 1998.

BJERKE, B. **Understanding entrepreneurship - a new direction in research?** Stockholm, Stockholm University, 2000.

BOJE, D. M. Stories of the storytelling organization: a postmodern analysis of Disney as "Tamara-Land". **The Academy of Management Journal**, v. 38, n. 4, p. 997-1035, 1995.

BONFATTI, P.; BENAZZI, M. C. Contribuições da tipologia junguiana às organizações. **CES Revista**, v. 26, n. 1, p. 301-319, jan-dez, 2012.

BOWEN, D. D.; HISRICH, R. D. The female entrepreneur: a career development perspective. **Academy of Management Review**, v. 11, n. 2, p. 393-407, 1986.

BRAGA, M. G. R.; AMAZONAS, M. C. L. A. Família: maternidade e procriação assistida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, 10(1), 11-18, 2005.

BRANCHER, I. B.; OLIVEIRA, E. M.; RONCON, A. Comportamento empreendedor: estudo bibliométrico da produção nacional e a influência de referencial teórico internacional.

Internext – **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**. São Paulo, v. 7, n. 1, p. 166-193, jan./jun. 2012.

BROWON, T. E.; DAVIDSSON, P.; WIKLUND, J. An Operationalization of Stevenson's Conceptualization of Entrepreneurship as Opportunity-Based Firm Behavior. **Strategic Management Journal**, v. 22, n. 1, p.953-968, 2001.

BRUSCHINI, Maria Cristina Aranha (Coord.). **Articulação trabalho e família: famílias urbanas de baixa renda e políticas de apoio às trabalhadoras**. São Paulo: FCC/DPE, 2008.

BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R. **Banco de dados sobre o trabalho das mulheres: série mulheres e mercado formal de trabalho**, Fundação Carlos Chagas. 1998. Disponível em: <<http://www.fcc.org.br>>. Acesso em: 22 dez. 2016.

BRUSCHINI, C.; PUPPIN, A. B. Trabalhos de Mulheres Executivas no Brasil no Final do Século XX. **Cadernos de Pesquisa**, v. 34, n. 121, p. 105-138, 2004.

BRUYAT, C.; JULIEN, P. A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**. v. 16, pp. 165-180, 2000.

BRZOZOWSKI, R. P. **Tipo psicológico do indivíduo empreendedor: um estudo do tipo psicológico predominante nos empreendedores, segundo o MBTI – versão *inspiira* 1.0**. Dissertação (Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas) – FACCAMP, Campo Limpo Paulista – SP, 2011.

BUENO, A. M.; LEITE, M. L.G; PILATTI, L. A. Empreendedorismo e comportamento empreendedor: como transformar gestores em profissionais empreendedores. In: **XXIV Encontro nacional de Engenharia da produção**. Florianópolis, SC, Brasil, v. 3, 2004.

BULGACOV, Y. L. M.; CAMARGO, D.; CUNHA, S. K.; MEZA, M. L.; SOUZA, R. M. B.; TOLFO, S. R. Atividade empreendedora da mulher brasileira: trabalho precário ou trabalho decente? **Psicologia Argum, Out/dez**, v. 28, n. 63, p. 337-349, 2010.

BULLOUGH, A.; DE LUQUE, M. S.; ABDELZAHER, D.; HEIM, W. Developing Women leaders through entrepreneurship education and training. **Academy of Management Perspectives**, v. 29, n. 2, p. 250-270, 2015.

BURGELMAN, R. A Process Model of Internal Corporate Venturing in the Diversified Major Firm. **Administrative Science Quarterly**, v. 28, p. 223-244, 1983.

BURGELMAN, R. Corporate Entrepreneurship and Strategic Management: Insights from a Process Study. **Management Science**, v. 29, p. 1349-1364, 1983a.

CAMARGO, A. Os Usos da história oral e da história de vida: trabalhando com elites políticas. **Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, p. 5-28, 1984.

CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.; HOY, F. S. Who is an entrepreneur? Is a question worth asking? **American journal of small business**, p. 33-39, 1998.



CARTON, R. B.; HOFER, C. W.; MEEKS, M. D. **The entrepreneur and entrepreneurship**: definition of role in the society. Georgia University. Disponível em: <<http://sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/pdf/32.pdf>>. Acesso: 10 Out. 2016

CASADO, T. **Tipos psicológicos e estilos de comportamento motivacional**: o diálogo entre Jung e From (dissertação). São Paulo: Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, 1993.

CASADO T.; HARA, L.N.; KISHORE, A.; PARDINI, R. F. R. Tipos Psicológicos e Carreiras. In: **Anais do VII SEMEAD - Seminários em Administração**; 10-11 ago. São Paulo, 2004.

CASSON, M. **The entrepreneur**: an economic theory. Hampshire: Gregg Revivals, 1982.

CASTANHAR, J. C.; DIAS, J. F.; ESPERANÇA, J. P. Orientação Empreendedora, Reconhecimento de Oportunidades e Desempenho em Pequenas e Médias Empresas Brasileiras: Evidências de 2 Estudos de Caso. In: **Anais do 30º Encontro da Anpad**, Bahia: Salvador, 2006.

CASTELLS, M. O fim do patriarcalismo: movimentos sociais, família e sexualidade na era da informação. In: \_\_\_\_\_. **O poder da identidade**. p. 169-283. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHASE, S. E. Narrative inquiry: multiple lenses, approaches, voices. In N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), **The sage handbook of qualitative research**, 3th ed., p. 651-679, Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.

CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. R. **Handbook de estudos organizacionais**: ação e análise organizacionais. São Paulo: Atlas, v. 3, 2004.

COLETTE, H.; KENNEDY, S. **In search of a new Celtic tiger**: female entrepreneurship in Ireland. 2002.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração**: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COOLEY, L. **Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**. Mphil Thesis. Cranfield Institute of Technology. Cranfield, UK, 1991.

COSTA, A. A. A construção do pensamento feminista sobre o “não-poder” das mulheres. In: \_\_\_\_\_. **As donas do poder**: mulher e política na Bahia. p. 19-46. Salvador: NEIM/UFBA, 1998.

COVIN, J. G.; COVIN, T. J. Competitive Aggressiveness, Environmental Context, and Small Firm Performance. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 1990.

COVIN, J. G.; GREEN, K. M.; SLEVIN, D. P. Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation-Sales Growth Rate Relationship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 1, p. 57-81, 2006.

COVIN, J. G.; MILES, M. P. Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, vol. 23, n. 3, p. 47-63, 1999.

COVIN, J. G.; SLEVIN, D. P. **Strategic Management of Small Firms in Hostile and Begin Environments**. Strategic Management Journal, v. 10, n.1 , p.75-87, 1989.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução de Luciana de Oliveira da Rocha. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CRONBACH, L. J. **Essentials of psychological testing**. 3. ed. New York: Harper & Row; 1970.

CROTTY, M. **The foundations of social research: Meaning and perspective in the research process**. Londres: Sage, 1998.

CRUZ, M. H. S. Trabalho e condições de vida de mulheres na realidade brasileira. In FERREIRA, M. M. (Org.). **Conhecimento feminista e relações de gênero no Norte e Nordeste Brasileiro**. São Luís: Redor; NIEPEM, 2012.

DAFT, R. L. **Administração**. 6. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

DAVIDSSON, P. Researching entrepreneurship. New York: Springer, 2004. CASSIS, Y.; MINOGLU, I. P. **Entrepreneurship in theory and history**. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

DE MARQUE, C. R. **Construção de identidade e formação de vínculos, no processo psicoterapêutico de uma criança, em diferentes contextos familiares**. (Dissertação de Mestrado) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

DEDECCA, C. S. Tempo, trabalho e gênero. In: COSTA, Ana A.; OLIVEIRA, Eleonora M. de; LIMA, Maria Ednalva B. de; SOARES, Vera. (Orgs.). **Reconfiguração das relações de gênero no trabalho**, São Paulo: CUT, 2004.

DELORY-MOMBERGER, C. Abordagens metodológicas na pesquisa biográfica. **Revista Brasileira de Educação**, 17(51), 523-740, 2012.

DELUIZ, N. **Formação do trabalhador: produtividade e cidadania**. Rio de Janeiro: Shape, 1995.

DENZIN, N. K. Interpretando as vidas de pessoas comuns: Sartre, Heidegger e Falkner. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro. v. 27, n. 1, p. 29-43, 1984.

DENZIN, N. K. **Interpretive biography**. Newbury Park: SAGE Publications, 1989.

DICKSON, P. H.; WEAVER, K. M.; HOYC, F. Opportunism in the R&D Alliances of SMES: The Roles of the Institutional Environment and SME Size. **Journal of Business Venturing**, v. 21 , p. 487-513, 2006.

DOBAL, H. **Roteiro sentimental de Teresina**. Prosa reunida. 2 ed. Teresina: Plug, 2007.

DOLFI, J.; ANDREWS, E. J. The subliminal characteristics of project managers: An exploratory study of optimism overcoming challenge in the project management work environment. **International Journal of Project Management**, p. 674–682, 2007.

DUBY, G.; PERROT, M. (Org.). **História das mulheres no ocidente**: a antiguidade. Porto: Afrontamento, 1990.

DURLING, D. **Teaching with style**: computer aided instruction, personality and design education [tese]. Milton Keynes (UK): The Open University, 1996.

EAGLY, A. H.; CARLI, L. L. Through the labyrinth: the truth about how women become leaders. Boston, **Massachusetts**: Harvard Business School Publishing, 2007.

FAÇANHA, A. C. **A evolução urbana de Teresina**: agentes, processos e formas espaciais na cidade. Dissertação Mestrado em Geografia – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 1998.

FAÇANHA, A. C. Cidade e cultura. In: SANTANA, R.N.M. de (Org.). **Apontamentos para a história cultural do Piauí**. Teresina: FUNDAPI, 2003.

FEATHER, N.T. Values, deservingness, and attitudes toward high achievers: Research on tall poppies. In: SELIGMAN, C.; OLSON, J.M.; ZANNA, M.P. (Eds). **The Ontario symposium: The psychology of values**. v. 8: p. 215-251. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 1996.

FELDT, R., ANGELIS, L., TORKAR, R., SAMUELSSON, M. **Links between the personalities, views and attitudes of software engineers**. Information and Software Technology, 2010.

FERREIRA, T. O.; ALIGRERI, L. M. Modelo e Prática de Gestão dos Empreendedores da Região Norte de Londrina. In: **Anais do XVI SEMEAD – Seminários em Administração** São Paulo: USP, 2013.

FERREIRA, A.; FUERTH, L. R.; ESTEVES, R. C. P. M. **Fatores de motivação no trabalho**: o que pensam os líderes. In: XXX Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – EnAnpad. *Anais...* Salvador: Anpad, 2006.

FERRIER, W. Navigating the Competitive Landscape: The Drivers and Consequences of Competitive Aggressiveness. **Academy of Management Journal**, v. 44, n. 4, p. 858-877, 2001.

- FILHO, A. T. **Teresina, meu amor**. 1. ed. Teresina: COMEPI. 1973.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.
- FILION, L. J. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: **Empreendedorismo: ciência, técnica e arte**. Brasília: CNI. IEL Nacional, 2000.
- FILION, L. J. Carreiras empreendedoras do futuro. **Revista SEBRAE**, Brasília, v. 1, p. 35-51, 2001.
- FLECK, A. C.; WAGNER, A. A Mulher Como a Principal Provedora do Sustento Econômico Familiar. **Psicologia em Estudo**, Maringá, 8, (num. esp.), 31-38, 2003.
- FLORIANO, L. E. F. **Empreendedorismo Feminino: Motivações, significados e desdobramentos**. Relatório de Pesquisa apresentado ao Centro de Estudos de Empreendedorismo e Novos Negócios (GVCenn) da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <[http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/pibic\\_-\\_lais\\_franca.pdf](http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/pibic_-_lais_franca.pdf)>. Acesso em 10 jun. 2017.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- FONTENELE-MOURÃO, T. M. **Mulheres no topo da carreira: flexibilidade e persistência**. Brasília: Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, 2006.
- FRANZONI, G. S. C. C. Violência psicológica contra a mulher na relação conjugal. In: FERREIRA, Maria Mary (Orgs.). **Conhecimento feminista e relações de gênero no Norte e Nordeste Brasileiro**. São Luís: Redor, NIEPEM, 2012.
- FUNDAÇÃO DE APOIO À PESQUISA NO ESTADO DE SÃO PAULO (FAPESP). Mulheres são maioria com nível superior no Brasil. 2012. Disponível em: <<http://qgencia.fapesp.br/16195>>. Acesso em: 27 dez. 2016.
- GARTNER, W. B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. **Academy of Management Review**, v. 10, n. 4, p. 698-704, 1985.
- GARDNER, W. L.; MARTINKO, M. J. The relationship between psychological type, managerial behavior, and managerial effectiveness: an empirical investigation. **J Psychol Type**. (19): 35-43, 1996.
- GARFIELD, M. J.; TAULOR, N. J.; DENNIS, A. R.; SATZINGER, J. W. Research Report: Modifying Paradigms - Individual Differences, Creativity Techniques, and Exposure to Ideas in Group Idea Generation. **Information Systems Research**, v. 12, n. 3, p. 322-333, 2001.
- GEBRAN, M. E.; NASSIF, V. M. J. Empreendedorismo Feminino: Em Um Mundo Masculinizado, Como as Mulheres Conquistam seu Espaço In: **Anais do XIII SEMEAD**, setembro, 2010.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil**: 2007. Curitiba: IBQP, 2008.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil**: 2012. Curitiba: IBQP, 2012.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil**: 2013. Curitiba: IBQP, 2014.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). **Empreendedorismo no Brasil**: 2015. Curitiba: IBQP, 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. v. 5. São Paulo: Atlas, 2002.

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

GIMENEZ, F. A. P., FERREIRA, J. M., RAMOS, S. C.. Configuração Empreendedora ou Configurações Empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg. In: **Anais do 32 ENCONTRO ANUAL DO EnANPAD**, Rio de Janeiro, 2008.

GODOY, A.S. Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. São Paulo: **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional da UFPE**, 2005.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GOMES, A. Ferraz. **Ação empreendedora e relações de gênero**: um estudo multicascos na cidade de Vitória da Conquista, Bahia. 2010. 440 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, 2010. Disponível em: <[http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/2754/1/TESE\\_A%C3%A7%C3%A3o%20empreendedora%20e%20rela%C3%A7%C3%B5es%20de%20g%C3%AAnero.pdf](http://repositorio.ufla.br/bitstream/1/2754/1/TESE_A%C3%A7%C3%A3o%20empreendedora%20e%20rela%C3%A7%C3%B5es%20de%20g%C3%AAnero.pdf)>. Acesso em: 18 fev. 2017.

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

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P. As habilidades de relacionamento interpessoal de mulheres que trabalham por conta própria: o caso de Vitória da Conquista. In: **Anais do Seminário de Administração – Semead**, São Paulo: FEA/USP, 2004.

GONÇALVES JUNIOR, Geraldo. História da administração. Gurus da Administração. **David McClelland**. Itu, 2009. Disponível em: <<http://www.historiadaadministracao.com.br/jl/gurus/201-david-mcclelland>>. Acesso em: 29 Set. 2017.

GOTARDO, R. B.; CORCETTI, E. **Empreendedorismo Feminino**: estudo das mulheres empreendedoras da cidade de Guarapari-ES. *Revista de Administração FACES*, 2014.

GRANT, W. H. A maternidade, o trabalho e a mulher. In: Colóquio do Lepsi IP/FE-USP, 3, São Paulo. **Proceedings on line...**, 2001. Disponível em: <[http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC0000000032001000300008&script=sci\\_arttext.](http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC0000000032001000300008&script=sci_arttext.)>. Acesso em: 09 Set. 2016.

GRZYBOVSKI, D.; BOSCARIM, R.; MIGOTT, A. M. B. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 185-207, 2002.

GUESSS. Brasil 2013-2014. Grupo APOE - Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. **Caderno de pesquisa**, n. 2014-03. São Paulo: Grupo APOE. 2014.

GUTH, W. D.; GINSBERG, A. Guest editors' introduction: corporate entrepreneurship. **Strategic Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 5-15, 1990.

GUTH, W. D.; GINSBERG, A. Corporate entrepreneurship. **Strategic Management Journal**, v. 11, p. 5-15, 1990.

HARMEILING, S. Contingency as an entrepreneurial resource: How private obsession fulfills public need. **Journal of Business Venturing**, v. 26, p. 293-305, 2011.

HARRINGTON, R.; LOFFREDO, D. A. MBTI personality type and other factors that relate to preference for online versus face-to-face instruction. **Internet and Higher Education**, v. 13, n. 1-2, p. 89-95, 2010.

HATCH, J. A.; WISNIEWSKI, R. Life history and narrative: questions, issues and exemplary works. In HATCH, J.; WISNIEWSKI, R. (Eds.). **Life history and narrative**, p. 113-135. London: Routledge Falmer, 1995.

HIRATA, H. Socióloga discute o desemprego e a questão de gênero no mundo do trabalho. **Inovação Uniemp**, v. 2, n. 5, p. 6-9, 2006. Disponível em: <<http://inovacao.scielo.br/pdf/innov/v2n5/a02v02n5.pdf>>. Acesso em: 22 dez. 2016.

HIRATA, H.; SEGNINI, L. (Orgs.). **Organização, trabalho e gênero**. São Paulo: Senac, 2007.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; CAMP, S. M.; SEXTON, D. L. Guest Editors' Introduction to the Special Issue Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. **Strategic Management Journal**, v. 22, n. 6/7, p. 479-491, 2001.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.

HOFSTEDE, G. **Culturas e organizações** – compreendendo a nossa organização mental. (Antonio F., Trad.) Lisboa: Líbano, 1991.

HUSZCZO, G.; ENDRES, M. Joint Effects of Gender and Personality on Choice of Happiness Strategies. **Europe's Journal of Psychology**, v. 9, n. 1, p. 136-149, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional do rendimento nominal mensal domiciliar per capita da população residente**. 2017. Disponível em:< <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20154-ibge-divulga-o-rendimento-domiciliar-per-capita-2017.html>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD)**. 2006. Disponível em:<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2006/default.shtm>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo demográfico 2010**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em:<<http://www.ibge.gov.br/censo/>>. Acesso em: 19 dez. 2016.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS (INEP). **Sistema de informações, pesquisas e estatísticas educacionais**. Disponível em:<[http://inep.gov.br/estudos\\_pesquisas/edu\\_superior/default.htm](http://inep.gov.br/estudos_pesquisas/edu_superior/default.htm)>. Acesso em: 30 dez. 2016.

IRELAND, R. D.; REUTZEL, C. R.; WEBB, J. W. Entrepreneurship Research in AMJ: What Has Been Published, and What Might the Future Hold? **Academy of Management Journal**, 48 (4), p. 556-564, 2005.

ISAKSEN, S. G.; LAUER, K. J.; WILSON, G. V. An Examination of the Relationship between Personality Type and Cognitive Style. **Creativity Research Journal**, v. 15, n. 4, p. 343-354, 2003.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: **Anais do Egepe – encontro de empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, v.10, n.3, p.373-382, 2005.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 77-84, 2007.

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

KLUCKHOHN, C. K. M. Values and values orientation in the theory of action: an exploration in definition and classification. IN: PARSONS, T; SHILS, E. (org.) **Toward a general theory of action**. Cambridge, MA: Harvard University Press, p. 388-433, 1951.

LAGES, S. R. C. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica**, Juiz de Fora, 2005.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing, p. 15-45, 2010.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**, v. 41, p. 1154-1181, 2012.

LEITE, C. L. de P. **Mulheres**: muito além do teto de vidro. São Paulo: Atlas, 1994.

LEITE, E. **O Fenômeno do empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000.

LENZI, F. C.; SANTOS, S. A.; CASADO, T.; KUNIYOSHI, M. S. Empreendedores Corporativos: um estudo sobre a associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras em empresas de grande porte de Santa Catarina – Brasil. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 13, n. 2, p. 117-141, 2015.

LICHT, R. H. G.; OLIVEIRA, P. S. G.; VENTURA, V. L. S. Avaliação do Perfil de Empreendedores utilizando a Teoria de Tipos Psicológicos. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 9, n. 24, p. 31-40, 2007.

LIM, S.; SMITH, K.; BOTTOMLEY, C. Successful graduate female entrepreneurs: the Scottish experience. Paper. In: **annual conference of small enterprise association of Australia and new Zealand**, 16., 2003.

LIMA, I. M. M. F. Teresina urbanização e meio ambiente. **Revista do Instituto Camilo Filho**, Teresina, v. 1, n. 2, p. 181-206, 2002.

LIMA, E.; NASSIF, V. M. J.; LOPES, R. M. A.; SILVA, D. **Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes - Relatório do Estudo**. Disponível em: < [https://www.researchgate.net/publication/279191805\\_Educacao\\_Superior\\_em\\_Empreendedorismo\\_e\\_Intencoes\\_Empreendedoras\\_dos\\_Estudantes\\_-\\_Relatorio\\_do\\_Estudo\\_GUESSS\\_Brasil\\_2013-2014](https://www.researchgate.net/publication/279191805_Educacao_Superior_em_Empreendedorismo_e_Intencoes_Empreendedoras_dos_Estudantes_-_Relatorio_do_Estudo_GUESSS_Brasil_2013-2014)>, acesso em: 16 jun. 2017.

LIMA, P. H. G. **A ocorrência de Policentralidade em Teresina - PI**: a formação de um subcentro na região Sudeste. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Rio Claro, SP, 2011.

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.



LOPES, R. M. A. **Avaliação de resultados de um programa de treinamento comportamental para empreendedores – EMPRETEC**. Dissertação de mestrado do Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo. 1999.

LORENTZ, M. H. N. **O comportamento Empreendedor de diretores da UFSM e sua percepção quanto à universidade empreendedora**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS. 2015.

LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance. **Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.

LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. **The Academy of Management Review**, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.

MACAMBIRA, D. M. Piauí: uma visão sumária da economia e da sociedade. In: **Carta CEPRO**, v. 18, n. 1, p. 39-65, Teresina: Fundação Cepro, 2000.

MACEDO, M.; FURLAN, A.; REGINA, K.; SOARES, M.; NASSIF, V. M. J. Atitude empreendedora: mulheres ganhando espaço em incubadoras no setor de tecnologia. In: **Anais do X Semead**, São Paulo: USP, p.1-13, 2007.

MACHADO, H. P. V. Concepções do papel empreendedor por mulheres empresárias: estudo com mulheres paranaenses. **Temática**, Londrina, n. 18, p. 19-37, 2000.

MACHADO, H. P. V. Female and male entrepreneurs managerial behaviour: a brazilian study. **International Management**, Montreal, v. 7, n. 1, 2002.

MACHADO, H. P. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. 187p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - UFSC, Florianópolis, 2002.

MACHADO, H. P. V.; BARROS, G. V.; PALHANO, D. Y. M. Conhecendo a empreendedora norte-paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento. In: **Anais do Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**. Brasília: UEM/UEL/UnB, 2003.

MACHADO, H. P. V.; GIMENEZ, F. A. P. Empreendedorismo e diversidade: uma abordagem demográfica de casos brasileiros. In: **Anais do Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2000.

MACHADO, H. P. V.; ROULEAU, L. L'identité sociale de femmes entrepreneuses. In: **Annales du Congrès international d'entrepreneuriat et pmes**, Montréal: École des Hautes Études Commerciales / Université de Montréal, 2002.

MACHADO, H. P. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. M. O Processo de Criação de Empresas por Mulheres. **Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo**. São Paulo, v. 2, n.2, p. 06-20, 2003.

MANI, B. G. Progress on the journey to TQM: using the MBTI and the Adjective Check List in management development. **Public Personnel Manag**, 1995.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. V.. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARINHO, E. S. **Processo de incubação, características empreendedoras e aprendizagem empreendedora: uma perspectiva interativa**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Organizações Públicas) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS. 2016.

MARRE, J. L. História de Vida e Método Biográfico. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 3, n. 3, jan-jul, p. 89-141, 1991.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. Editora Atlas SA, 2000.

MARTINS, A. S. *et al.* **Piauí: evolução, realidade e desenvolvimento**. 3. Ed. Teresina: Fundação Cepro, 2003.

MARTINS, C. B.; CRNKOVIC, L. H.; PIZZINATTO, N. K.; MACCARI, E. A. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Rev. Adm. UFSM**, Santa Maria, v. 3, n. 2, p. 288-302, 2010.

MARTÍNEZ-SÁNCHEZ, Eva; ROS, Maria. Os significados da saúde e a saúde como um valor. In: GOUVEIA, V.V; ROS, M. (Orgs.). **Psicologia Social dos Valores Humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados**. São Paulo: SENAC, 2006.

MCCAULLEY, M.; MARTIN, C. R. Career assessment and the MBTI. **J of Career Assessment**, 1995.

MCCLELLAND, D. C. **The achieving society**. Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961.

MCCLELLAND, D. C. **Characteristics of successful entrepreneurs**. The Journal of Creative Behavior, v. 21, n. 3. p. 219-233, 1987.

MEDEIROS, E. B. **Medida psicológica: princípios e prática**. Rio de Janeiro: FGV, 1976.

MEGLINO, B. M.; RAVLIN, E. C. Individual values in organizations: Concepts, controversies, and research. **Journal of Management**, n.3: p. 351-389, 1998.

MELO, H. P.; CONSIDERA, C. M.; DI SABBATO, A. Os afazeres domésticos contam. **Revista de Economia e Sociedade**, Campinas-SP, v.16, n. 3 (31), p. 435-454, 2007.

MERTENS, D. M. **Research methods in education and psychology: integrating diversity**

with quantitative and qualitative approaches. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.

MILLER, D. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. **Management Science**, v. 39, n.7, p. 770-791, 1983.

MILLER, D.; FRIESEN, P. Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. **Strategic Management Journal**, v. 3 , n. 1 , p. 1-25, 1982.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. 30. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

MINELLO, I. F. **Resiliência e Insucesso empresarial: o comportamento do empreendedor diante do fracasso nos negócios**. 1. Ed. Curitiba. Paraná: Editora e Livraria Appris Ltda. 2014.

MIZUMOTO, F. M.; ARTES, R.; LAZZARINI, S. G.; HASHIMOTO, M.; BEDÊ, M.A. A Sobrevivência de Empresas Nascentes no Estado de São Paulo: Um estudo sobre capital humano, capital social e práticas gerenciais. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 45, n. 4, p. 343-355, 2010.

MONTEIRO, A. Avanços no Estudo da Conjugalidade: os Casais de Dupla Carreira. **Revista Psicologia Ciência e Profissão**, v. 21, n. 3, p. 10-19, 2001.

MOOIJ, M. de. **Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1998.

MORAES M. J.; HASHIMOTO, M.; ALBERTINI, T. Z.; SBARAINI, S. **ANÁLISE COMPARATIVA DO PERFIL EMPREENDEDOR ENTRE MOTORISTAS AUTÔNOMOS E FUNCIONÁRIOS NO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS**. **Revista da Micro e Pequena Empresa**. Campo Limpo Paulista, v.6, n.2, p.107-124, 2012.

MORALES, S. A. **Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos nos empreendedores**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

MUNHOZ, G. S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras?. In: **Anais do Encontro nacional de empreendedorismo**, Maringá: EGEPE, p. 164-176, 2000.

MURPHY, P.; LIAO, J.; WELSCH, H. P. A conceptual history of entrepreneurial thought. **Journal of Management History**. v. 12, p.12-35, 2006.

MYERS, I. B. *et al.* **MBTI Manual: A guide to the development and use of the Myers-Briggs Type Indicator**. 3rd. ed. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press, 1998.

MYERS, I. B. **Introdução à Teoria dos Tipos Psicológicos**. 6. ed. São Paulo: Fellipelli, 2011.

NASCIMENTO, F. A. Cajuína e cristalina: as transformações espaciais vistas pelos cronistas que atuaram nos jornais de Teresina entre 1950 e 1970. **Revista Brasileira de História**. São Paulo, ANPUH, vol. 27, n. 53, p. 195-215, 2007.

NASSIF, V. M. J.; ANDREASSI, T.; TONELLI, M. J., FLEURY, M. T. L. Mulheres Empreendedoras: Uma Discussão sobre suas Competências. **Anais do III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho/EnGPR**. João Pessoa-PB, 2011.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **RAP – Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-56, 2009.

NAÚDE, W. Entrepreneurship in Not a Binding Constraint on Growth and Development in the Poorest Countries. **World Development**. v. 39, n. 1, p. 33-41, 2011.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, 1996.

NEUMAN, W. L. **Social reseach methods: qualitative and quantitative approaches**. 4 ed. Boston: Allyn and Bacon, 2000.

NOGUEIRA, C. M. **A feminização no mundo do trabalho: entre a emancipação e a precarização**. Campinas: Autores Associados, 2004.

NÓVOA, A. Os professores e as histórias da sua vida. In NÓVOA, A. (Org.), **Vidas de professores**. 2. ed., p. 11-30. Porto: Porto Editora, 1995.

NUNES, M. C. P.; ABREU, I. G. Vilas e cidades no Piauí. In: SANTANA, R. N. M. de. (org.). **Piauí: formação, desenvolvimento e perspectivas**. Teresina: FUNDAP, 1996.

NUNES, O. **Súmula de História do Piauí**. 2 ed. Teresina: Academia Piauiense de Letras - Convenio com o banco do Nordeste, 2001.

OLIVEIRA, T. S. T. **Relação entre tipos psicológicos dos gestores, estilo de liderança e as dimensões autonomia e inovação à luz da Orientação Empreendedora**. Dissertação (Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas) – FACCAMP, Campo Limpo Paulista – SP, 2016.

OLIVEIRA, P. G.; SOUZA NETO, B. Empreendedorismo e Gestão Feminina: Uma análise do Estilo Gerencial de Mulheres Empreendedoras no Município de São João Del-Rei, Minas Gerais. In: **Anais do VI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD**. Florianópolis-SC, 2010.

O'MEALLY, N. B. Fostering women's entrepreneurship: education, management raining and societal values. In: **Anais da Conference on women entrepreneurs in smes: Realizing the Benefits of Globalization and the Knowledge-based Economy**, Paris: [s. n.], 2000.

ORSOLIN, R. Nem toda a mulher quer ser mãe: novas configurações do feminino. In: Cenci,

C.M.B.; Piva, M.; Ferreira V.R.T. (Orgs). **Relações Familiares: uma reflexão contemporânea**. Passo Fundo: UPF Editora, 2002.

OSÓRIO, L. C. **Casais e Famílias – uma visão contemporânea**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

PASQUALI, L.; ALVES, A.R. Validação do portraits qu estionnaire: PQ de Schwartz para o Brasil. **Avaliação Psicológica**, v. 3, n. 2: p. 73-82, 2004.

PAPALIA, D. E.; OLDS, S. W.; FELDMAN, R. D. **Desenvolvimento Humano**, 8. ed, Porto Alegre: Artmed, 2006.

PELOGIO, E. A.; ROCHA, L. C. S.; MACHADO, H. V.; AÑEZ, M. E. M. Criação de Empresas à Luz do Modelo de Decisão *effectuation*: Um estudo com mulheres empreendedoras no município de Currais Novos/RN. In: **Anais do XXXV Encontro do ANPAD**, Rio de Janeiro, 2011.

PENA, M. V. J. **Mulheres Trabalhadoras: Presença Feminina na Construção do Sistema Fabril**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

PEÑALOZA, V.; DIÓGENES, C. G.; SOUSA, J. A. S. Escolha profissional no curso de administração: tendências empreendedoras e gênero. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 8, edição especial. nov./dez. p. 151-167. 2008.

PETER, J. P.; OLSON, J. C. **Consumer behavior and marketing strategy**. 5. ed. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1999.

PETERSEN, A. Discutindo o uso da categoria gênero e as teorias que respaldam estudos de gênero. In: Roso, A.; Mattos, F.B.; Werba G. & Strey, M.N. (Orgs.). **Gênero por escrito: saúde, identidade e trabalho**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999.

PHAN, P. H. Entrepreneurship theory: possibilities and future directions. **Journal of Business Venturing**, p. 617-620, 2004.

PITTINGER D. J. The utility of the MBTI. **Rev. Educ. Res.** 63(4):467-88, 1993.

PLECK, J. H.; STAINES, G. L.; LANG, L. Conflicts between work and family life. **Monthly Labor Review**, v. 103, p. 29, 1980.

PORTILLO SERRANO, D. Portal do Marketing. Artigos. **Teoria de McClelland**. São Paulo, 2006. Disponível em: <[http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Teoria\\_de\\_McClelland\\_Motivacao\\_e\\_necessidades.htm](http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Teoria_de_McClelland_Motivacao_e_necessidades.htm)>. Acesso em: 01 out. 2017.

POZZA, M. C. **Conflitos da mulher na tentativa de conciliação da maternidade com o trabalho profissional**. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Psicologia, PUCRS, Porto Alegre, 1992.

PRIORE, M. D. História das mulheres: as vozes do silêncio. In: FREITAS, M. C. **Historiografia brasileira em perspectiva**. p. 217-235. São Paulo: Contexto, 1998.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO (OIT). 2012. Disponível em:< <http://www.oit.org.br/publication>>. Acesso em 28 dez. 2016.

QUEIRÓZ, M. I. P. Relatos orais: do “indizível” ao “dizível”. In: SIMSON, Olga de von. (Org.). **Experimentos com história de vida**. (Itália-Brasil). São Paulo: Vértice, p. 14-43, 1998.

QUENTAL, C.; WETZEL, U. Equilíbrio trabalho-família e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. In: **Anais do encontro nacional de pós-graduação em administração**, 26, 2002, Salvador: EnANPAD, 2002.

RAJAPOGAL, N. Myers-Briggs type indicator (MBTI): Examining Behavioural aspects of executives in IT. **Foundation for Organisational Research & Education**, 2008.

RAMOS, L. M. A. Os tipos psicológicos na psicologia analítica de Carl Gustav Jung e o inventário de personalidade “MYERS-BRIGGS TYPE INDICATOR (MBTI)”: contribuições para a psicologia educacional, organizacional e clínica. **Educação Temática Digital**, Campinas, v. 6, n. 2, p. 137-180, 2005.

RAUCH, A.; FRESE, M. Let’s put the person back into entrepreneurship research: A metaanalysis on the relationship between business owners’ personality traits, business creation, and success. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, v. 16, n. 4, p. 353-385, 2007.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RICHMOND, S. L. **Introdução à Teoria dos Tipos Psicológicos e Liderança**. São Paulo: Fellipelli, 2011.

RIESSMAN, C. K. Narrative analysis. In KELLY, N.; HORROCKS, C.; MILNES, K.; ROBERTS, B.; ROBINSON, D. (Eds.), **Narrative, memory & everyday life**. p. 1-7. Huddersfield: University of Huddersfield, 2005.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROBINS, S. P.; COULTER, M. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: PHB, 1998.

ROCHA, M. I. B. da. **Trabalho e gênero: mudanças, permanências, e desafios**. São Paulo: Editora 34, 2000.

ROHAN, M. J. A rose by any name? The values construct. **Personality and Social Psychology Review**, p. 255-277, 2000.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: The free Press, 1973.

ROKEACH, M. **Beliefs, attitudes, and values: A theory of organization and change.** San Francisco: Jossey-Bass, 1968.

ROKEACH, M. **Crenças, atitudes e valores.** Rio de Janeiro: Interciência, 1981.

ROS, M. Psicología social de los valores: una perspectiva histórica. Em M. Ros & V.V. Gouveia. (Orgs.). **Psicología social de los valores humanos: desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados.** Madrid: Biblioteca Nueva, 2001.

ROS, M. Valores, atitudes e comportamento: uma nova visita a um tema clássico. Psicologia Social dos Valores: uma perspectiva histórica. In: ROS, M.; Golveia, V.V. (Orgs). **Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados.** São Paulo: Ed. SENAC, 2006a.

ROS, M. Psicologia Social dos Valores: uma perspectiva histórica. In: ROS, M.; GOLVEIA, V.V. (Orgs). **Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados.** São Paulo: SENAC, 2006b.

ROUDINESCO, E. **A família em desordem.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

SAFFIOTI, H. I. B. O Estatuto teórico da violência de gênero. In: SANTOS, J. V. T. dos (Org.). **Violência no tempo da globalização,** São Paulo: Hucitec, 1999.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de Pesquisa.** São Paulo: McGraw Hill, 2006.

SANTANA, R. N. M. **Evolução histórica da economia piauiense e outros estudos.** Teresina: FUNDAPI, 2008.

SANTOS, S. A. A ação empreendedora em uma economia globalizada e competitiva. In: PEREIRA, Heitor J. (org). **Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor.** Brasília: SEBRAE, 1995.

SANTOS, S. A. **Criação de empresas industriais: a figura do empreendedor e a influência da tecnologia no processo.** São Paulo, 212 p. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1983.

SANTOS, W. R. A. **Educação empreendedora sob o prisma da Junior Achievement no Brasil – O caso do Programa Miniempresa.** In: Pequenos negócios: Desafios e perspectivas - Educação empreendedora. SEBRAE. 2013.

SARASVATHY, S. D.; DEW, N. Entrepreneurial Logics for a Technology of Foolishners. **Scandinavian Journal of Management**, v. 21, p. 385-406, 2005.

SARDENBERG, C. M. B. Estudos feministas: um esboço crítico. In: AMARAL, C. C. G. do (Org.). **Teoria e práxis dos enfoques de gênero,** p. 17-40. Salvador: REDOR, 2004.

SCHILDT, H. A.; ZAHRA, S. A.; SILLANPÄÄ, A. Scholarly communities in entrepreneurship research: a co-citation analysis. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 30, n. 3, p. 399-415, 2006.

SCHUMPETER, J. A. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. **Harvard University Press**, Cambridge, MA, EUA, 1934.

SCHULTZ, D.; SCHULTZ, S. **Teorias da personalidade**. Pioneira Thomsom Learning, 2002.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHWARTZ, S. H. Are there universal aspects in the structure and content of human values? **Journal of Social Issues**, 50, 19-45, 1994.

SCHWARTZ, S. H. A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: Annual International Review*, v. 48, p.23-47, 1999.

SCHWARTZ, S.H. Valores humanos básicos: seu contexto e estrutura intercultural. *In: TAMAYO, A.; PORTO, J.B. (Orgs.). Valores e comportamento nas organizações*. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2005a.

SCHWARTZ, S.H. Validade e aplicabilidade da teoria de valores. *In: TAMAYO, A.; PORTO, J.B. (Orgs.). Valores e comportamento nas organizações*. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2005b.

SCOTT, J. W. Enigma da igualdade. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 1, p. 11-30, 2005.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>. Acesso em: 10 Out. 2016.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequena Empresa. **Fatores Condicionantes e Taxas de Sobrevivência e Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas no Brasil 2003-2005**. Brasília, 2007.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Cadernos de Inovações em Pequenos Negócios – Comércio e Serviços**. CNPq. v. 1. N. 1. Brasília, 2013.

SEIFFERT, P. Q. **Empreendendo novos negócios em corporações: estratégias, processo e melhores práticas**. São Paulo: Atlas, 2008.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder, 1965.



SHANE, S. Technological Opportunities and New Firm Creation. **Management Science**, v. 47, n. 2, p. 205-220, Feb, 2001.

SHANE, S. A. **General theory of entrepreneurship: the individual-opportunity nexus**. North Hanpton: Edward Elgar, 2003.

SHANE, S. Reflections on the 2010 *AMR* decade Award: Delivering on the Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **Academy of Management Review**. v. 37. n. 1. p. 10-20, 2012.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**. v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SILVA, A. P.; BARROS, C. R.; NOGUEIRA, M. L. M.; BARROS, V. A. “Conte-me sua história”: reflexões sobre o método de história de vida. **Mosaico: estudos em psicologia**, v. 1, n. 1, p. 15-35, 2007.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia de Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. 3. Ed. Florianópolis. 2005.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. de. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **FACES R. Adm.** Belo Horizonte, v. 7, n. 3, p. 124-138, 2008.

SILVEIRA, A.; ROPELATO, M.; VIEIRA, S. S.; NASCIMENTO, S. Empreendedorismo: produção científica na base 2004-2008. **Revista de Administração FACES**. Journal Belo Horizonte. V. 9 n. 3. p. 13-32, 2010.

SINA, A. **Mulher e Trabalho: O desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade**. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

SMITH, J. M. Reflections on using life history to investigate women teachers' aspirations and career decisions. **Qualitative Research**, 12(4), 486-503. 2012.

SOUZA, R. M. B. C. de; MELO, M. C. de O. L. OLIVEIRA, M. C. de S. M. de. **Empreendedorismo na perspectiva das relações de gênero: perfil, características, desafios e satisfação de empreendedores de empresas de base tecnológica de Belo Horizonte**, 2010.

SOUZA, E. B. **Motivação para o trabalho: um estudo de caso para operadores da Petrobras Refinaria Presidente Getúlio Vargas**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

SOUZA, M. J. B.; TRINDADE, F. M.; FREIRE, R.; LYRA, F. R. Potencial empreendedor de empresárias do setor turístico de Florianópolis (SC). **Revista Alcance – Eletrônica** – vol. 23 – n. 4, 2016.

SPANGLER, W. D.; HOUSE, R. J.; PALRECHA, R. Personality and Leadership. In: SCHNEIDER, B; SMITH, B. D. **Personality and Organizatios**. London: LEA – Lawrence Erlbaum Associates – Publishers, cap. 10, p. 251-290, 2008.

SPINDOLA, T.; SANTOS, R. S. Trabalhando com história de vida: percalços de uma pesquisadora?. **Revista de Enfermagem**. USP. v. 37, n. 2, p. 119-126, 2003.

STEIN, M. L. T. Gênero feminino no contexto do trabalho feminino. In: **Anais da reunião anual da sociedade brasileira de pesquisa**, 20. 2000. Rio de Janeiro: SBPC, 2000.

STEVENSON, H. H.; JARILLO, J. C. A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. **Strategic Management Journal**, v. 11, n. 4, p. 17-27, 1990.

STOLCKE, V. Mulheres e Trabalho. In: **Estudos CEBRAP**, São Paulo, Cebrap/Vozes, n. 26, p. 81-117, 1980.

STOKES, J.; RIGER, S.; SULLIVAN, M. Measuring perceptions of the working environment for women in corporate settings. **Psychology of Women Quarterly**, Akron, v. 19, n. 4, p. 533-549, 1995.

STREY, M. N. Gênero, Família e Sociedade. In: Strey, M.N.; Neto, J.A.S. & Horta, R.L. (orgs). **Família e Gênero**, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

TAJRA, J. E. O comércio e a indústria no Piauí. In: SANTANA, R.N.M. **Piauí: formação, desenvolvimento e perspectivas**. Teresina: HALLEY, 1995.

TAJRA, M. T. **A história do comércio de Teresina no desenvolvimento do Piauí**. Teresina: Zahle, 2014.

TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F. Gestão Feminina e Planejamento Estratégico em MPE's: Uma Análise Preliminar do Perfil no setor educacional de Curitiba. In: **Anais do VII SEMEAD**, 2004. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/7semead>>, acesso em: 09 jun, 2017.

TAMAYO, A. Impacto dos valores pessoais e organizacionais sobre o comprometimento organizacional. In: TAMAYO, Á.; PORTO, J.B. (Orgs.). **Valores e comportamento nas organizações** . 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2005.

TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. Mulheres Empreendedoras. **GV-executivo. Escola de Administração de Empresas de São Paulo**. São Paulo: FGV-EAESP, v. 12, n. 1, p. 50-53, 2013.

TORRES, I. C. Gênero e sustentabilidade na Amazônia. In: TORRES, I. C. (Org.). **O ethos das mulheres da floresta**. Manaus: FAPEAM/VALER, 2012.

UFUK, H.; OZGEN, O. Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey. **Journal of Business Ethics**, [S. l.], v. 31, n. 2, p. 95-106, 2001.

VAGHELY, I. P.; JULIEN, P. A. Are opportunities recognized or constructed? An information perspective on entrepreneurial opportunity identification. **Journal of Business Venturing**. v. 25. p. 73-86, 2010.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

VIEIRA, J. A. Women's identity in modernity. **DELTA**. São Paulo, v. 21, n. spe, 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-44502005000300012](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44502005000300012)>. Acesso em: 01 out. 2016.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você**. São Paulo: Ed. do autor, 2010.

XING, Y.; SIMS, D. Leadership, daoist wu wei and reflexivity: flow, self-protection and excuse in Chinese bank managers' leadership practice. **Management Learning**, 43(1), 97-112, 2012.

ZACHARIAS, J. J. M. **Entendendo os tipos humanos**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 1995.

ZAHRA, S. A. A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour: a critique and extension. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 16, n. 4, p. 5-21, 1993.

ZAHRA, S. A.; COVIN, J. G. Business Strategy, Technology Policy and Firm Performance. **Strategic Management Journal**, v. 14, p. 451-478, 1993.

ZAHRA, S. A.; COVIN, J. G. Contextual influences on the corporate entrepreneurship – performance relationship: a longitudinal analysis. **Journal of Business Venturing**, v. 10, n. 1, p. 43-58, 1995.

ZAPALSKA, A. A profile of woman entrepreneurs and enterprises in Poland. **Journal of Small Business Management**, Milwaukee, v. 35, n. 4, p. 76-83, 1997.

ZIMMERMAN, J. Toward a hypothesis connecting leadership and entrepreneurship. **International Journal of Management & Information Systems (Online)**, v. 18, n. 4, p. 291-298, 2014.

WAGNER, A.; PREDEBON, J.; MOSMANN, C.; VERZA, F. Compartilhar Tarefas? Papéis e Funções de Pai e Mãe na Família Contemporânea. **Psicologia Teoria e Pesquisa**, p. 181-186, 2005.

WEBER, J. Managerial value orientations: a typology and assessment. **International Journal of Value Based Management**, New York, v. 3, n. 2, p. 37-54, 1990.

WINSLOW, E. e SOLOMON, G. **Entrepreneurs are more than non-conformist: they are mildly sociopath**. *Journal of Creative Behavior*, v 2, no. 3, 1987.

WIKLUND, J. The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 24, n. 1, p. 37-48, 1999.

WIKLUND, J.; SHEPHERD, D. Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. **Journal of Business Venturing**, v. 20, n. 1, p. 71-91, 2005.

## **APÊNDICES**

**APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO**

**APÊNDICE B - PERFIL INDIVIDUAL DE CADA PARTICIPANTE**

**APÊNDICE C - CONSOLIDAÇÃO DAS UNIDADES DE REGISTRO E DAS UNIDADES DE CONTEXTO DA HISTÓRIA DE VIDA**

**APÊNDICE A**  
**TERMO DE CONSENTIMENTO**



**MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO**

**Termo de Consentimento**

Título do projeto: MULHERES EMPREENDEDORAS DE TERESINA: PERFIL E HISTÓRIA DE VIDA.

Pesquisador Responsável: Tássio Mascarenhas de Carvalho.

Professora Orientadora: Dra. Eliane Maria Pires Giavina Bianchi.

Instituição do Pesquisador Responsável: Mestrado Profissional em Administração da Centro Universitário Campo Limpo Paulista – UNIFACCAMP.

Telefones para contato: (11) 4812-9400.

Nome da respondente: \_\_\_\_\_.

Idade: \_\_\_\_\_. RG: \_\_\_\_\_.

A Sra. está sendo convidada a participar do projeto de pesquisa “MULHERES EMPREENDEDORAS DE TERESINA: PERFIL E HISTÓRIA DE VIDA”, de responsabilidade do pesquisador Tássio Mascarenhas de Carvalho.

A pesquisa tem como objetivo analisar as características da mulher empreendedora em Teresina-PI. A coleta de dados será realizada por meio de questionários aplicados individualmente pelo pesquisador, para evitar constrangimentos. A partir dos dados coletados serão analisados o perfil demográfico, os valores, a história de vida e os motivos.

A pesquisa não traz qualquer risco ou dano significativos ao participante, nesse sentido com objetivo de proteger as entrevistadas e a qualidade da pesquisa, o pesquisador optou pelo anonimato das entrevistadas, pois assim acredita-se que haverá mais liberdade para que elas possam responder os questionamentos sem constrangimento, o que possibilita a aquisição de respostas mais verdadeiras.

A participação nesta pesquisa às informações prestadas serão codificadas e mantidas sob sigilo, sem a identificação individual, preservando a privacidade da respondente. A respondente ficará à vontade para pedir esclarecimento e para se retirar do estudo, em qualquer fase, sem que isso implique em qualquer dano, custo ou penalização.

O pesquisador está à disposição para o esclarecimento de eventuais dúvidas pelo e-mail [tassiocarvalho87@gmail.com](mailto:tassiocarvalho87@gmail.com) ou pelos telefones (86) 99970-4123. A entrevistada também poderá entrar em contato com o Centro Uniservitório Campo Limpo Paulista (UNIFACCAMP), localizada no endereço Rua Guatemala, nº 167, Jardim América, Campo Limpo Paulista-SP, pelo telefone (11) 4812-9400 ou pelo site <http://www.faccamp.br/site>.

Este Termo de Consentimento foi elaborado em duas vias, ficando uma retida com o pesquisador e a outra com o participante da pesquisa. A participante deverá, também, rubricar todas as folhas do Termo de Consentimento apondo sua assinatura na última página do referido Termo.

Eu, \_\_\_\_\_,  
RG \_\_\_\_\_, declaro ter sido informada e concordo em participar do projeto de pesquisa acima descrito.

Teresina (PI), \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_.

---

Respondente

**APÊNDICE B**  
**PERFIL INDIVIDUAL DE CADA PARTICIPANTE**

<b>Número da Respondente</b>	<b>01</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	47 anos.			
Estado Civil:	Casada.			
Formação escolar:	Ensino Superior Completo.			
Número de dependentes:	Mais de 3.			
Proveniência:	São Raimundo Nonato-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	20 anos.			
Formação específica no negócio:	Sim.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital próprio.			
Área de atuação:	Alimentação.			
Quantidade de funcionários:	15.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Honesta	Amorosa	Capaz	Corajosa	Responsável
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Segurança familiar	Felicidade	Sabedoria	Um mundo de paz	Harmonia interior
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância família</b>	<p><b>Minha família é grande.</b> Tive uma infância <b>pobre</b> sem muito luxo, em que as <b>oportunidades naquele tempo eram escassas.</b> Desde adolescente, meu sonho foi sempre me formar e trabalhar na área da saúde. Só depois que casei que despertei esse interesse pelo comércio por influência do meu esposo que gostava de cozinha. Não tive influência de família ou qualquer parente próximo.</p>		
<b>II</b>	<b>Fatos de infância</b>	<p>Eu tive uma infância muito <b>pobre.</b> Como a gente era uma <b>família grande,</b> a gente desde muito cedo teve que ajudar para ter o sustento. A gente teve que começar a trabalhar cedo. Sempre foi muito curiosa para conhecer as coisas e explorar. Sempre quis adquirir conhecimento. Eu me destacava entre meus irmãos, porque não gostava de ficar parada. A minha <b>vinda do interior para a capital</b> me ajudou muito a crescer, porque no interior não tem <b>oportunidades.</b></p>		
<b>III</b>	<b>Experiências de trabalho</b>	<p>Meu primeiro emprego foi como Técnica de Enfermagem em hospital na cidade de Picos-PI. Depois sai do hospital e arrendei um restaurante no clube da AABB em Picos-PI, em que vendia tira gosto, lanches e bebidas. Foi quando comecei a me encantar com o ramo alimentício. Nesse mesmo período também montei uma local de venda na minha casa, em que vendia cachorro quente, sanduiches, sucos e outras bebidas. Isso tudo no interior do Estado, depois que vim embora para Teresina e abri um restaurante com venda de quentinhas e self servisse, em que presto serviço de venda de comidas e sobremesas no kg. Esse restaurante que é minha atividade atual e já tenho 20 anos com meu restaurante.</p>		
<b>IV</b>	<b>Razões para empreender</b>	<p>A <b>necessidade</b> para poder está próximo da criação dos filhos que foram crescendo e ficava difícil conciliar trabalho e emprego, porque trabalhava regime de plantão no hospital e ficava muito tempo fora de casa. Assim, incentivada por meu marido que já gostava desse ramo alimentício, fui me interessando pela gastronomia. Tentei fazer esse curso aqui em Teresina, mas não formava turma na faculdade que estava disponibilizando esse curso. Foi quando decidi fazer nutrição, em que hoje sou formada. Mas só tempo dois anos de formada.</p>		



V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> foram bem acentuadas no início. A falta de capital de giro tanto para abertura como para <b>manter</b> o negócio. As coisas boas é o crescimento. A gente vai tendo a <b>satisfação</b> pelo <b>reconhecimento</b> dos <b>clientes</b> , que retornam ao meu estabelecimento. Conseguir a estabilidade no negócio é uma coisa muito importante, porque hoje ajudo no <b>sustento</b> da minha família, pago as despesas de casa junto com meu marido que tem o emprego numa empresa privada.
VI	Preparação para abrir um negócio	Antes de fazer o curso de nutrição, fiz alguns períodos do curso de Administração, mas tive alguns problemas familiares e não deu certo continuar. Depois tentei fazer o curso de gastronomia por três vezes, mas não formava turma na faculdade que oferecia esse curso. Agora recente, está com dois anos que conclui a formação superior em nutrição, por trabalhar com alimentação. Hoje faço especialização na área de alimentos com o intuito de aperfeiçoar mais os alimentos que vendo com mais qualidade. Além disso, busco cursos no <b>SEBRAE</b> , em que oferecem cursos de como lidar com o cliente, de como gerir o negócio. Isso auxilia bastante. Além do programa mulher de negócios realizado pelo <b>SEBRAE</b> , que incentiva nós mulheres empreendedoras a buscar cada vez mais melhorar a gerência do nosso negócio.
VII	Resultado esperado no negócio	Busco <b>expandir</b> mais meus negócios, pretendo e estou me organizando abrir uma filial do meu restaurante. Mas estou procurando melhorar a qualidade do meu espaço, em que já ofereço um conforto maior para meus clientes.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque consegui gerenciar meu negócio sozinha e hoje estou com meu empreendimento com um porte que até então era um sonho para mim. Também não senti falta da presença do meu marido dentro do meu negócio, até porque ele trabalha o dia inteiro fora e eu que sempre busquei negociar tudo e executar a administração do meu restaurante.
IX	O que é sucesso?	Sim, pelo <b>reconhecimento</b> dos meus clientes. Tenho clientes que quando vem a Teresina de outros locais sempre procuram os nossos serviços. Isso permite uma <b>satisfação</b> por toda minha história de luta e buscar criar os meus filhos junto com meu marido, que mais que não der assistência, sempre me apoia e incentiva a seguir com as atividades do meu empreendimento. Tenho cliente que vem de São Paulo e outros estados e nos procuram. Sinto-me privilegiada por ser referência no gênero alimentício na cidade.

#### Análise de conteúdo do motivo da respondente

Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Afiliação	q. 7 “Busco expandir mais meus negócios, pretendo e estou me organizando abrir uma filial do meu restaurante. (...)”	Realização.

Número da Respondente	02
<b>Perfil Demográfico</b>	
Idade:	40 anos.
Estado Civil:	Casada.
Formação escolar:	Ensino Superior Completo.
Número de dependentes:	3.
Proveniência:	Teresina-PI.
Tempo de atuação no negócio:	2 anos.
Formação específica no negócio:	Não.
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital próprio.
Área de atuação:	Comércio varejista de alimentos e utensílios.
Quantidade de funcionários:	1.
<b>Valores</b>	

Hierarquia dos Valores Instrumentais				
1º	2º	3º	4º	5º
Amorosa	Responsável	Prestativa	Corajosa	Auto-controlada
Hierarquia dos Valores Terminais				
1º	2º	3º	4º	5º
Auto-respeito	Amizade verdadeira	Segurança familiar	Amor maduro	Uma vida confortável
História de Vida				
Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista				
Or.	Categorias	Unidade de Contexto		
I	Infância e família	Sou de uma família que meu pai era viúvo, quando casou com minha mãe pela segunda vez já tinha sete filhos. Com minha mãe teve quatro filhos e adotou mais um. A renda da família na época era a aposentadoria do meu pai, pois quando ele casou com minha mãe ele já tinha uma idade avançada. Toda a família vivia com a renda de dois salários mínimos da aposentadoria do meu pai e minha mãe <b>complementava a renda</b> fazendo unhas, era manicure. Como a <b>família era grande</b> e éramos muito <b>pobres</b> e passamos por muitas <b>dificuldades</b> . Quando eu e meus irmãos começamos a trabalhar é que começamos a ajudar dentro de casa. Então, minha família não tinha comércio algum. Tanto eu como meus irmãos <b>desde cedo começamos a trabalhar</b> para os outros, a grande maioria na informalidade, sem carteira assinada, porque <b>não tinha muita oportunidade</b> de emprego. Eu comecei <b>a trabalhar cedo</b> , já com treze anos, muito jovem. Minha vida era muito pacata, meus pais não tinham condição de colocar eu e meus irmãos para fazer um curso. Não tinha naquele tempo os incentivos que tem hoje, não tinha bolsa família, por exemplo.		
II	Fatos de infância	Fatos que marcaram minha infância é que meus pais nunca puderam pagar escola para os filhos, porque a <b>minha família é grande</b> , então meus irmãos sempre estudaram em escola pública pelo fato da gente ser muito <b>pobre</b> . Na minha família, somente eu que estudei em escola particular porque eu era muito querida por meu avô. Isso me deu um pouco mais de capacidade na questão do aprendizado em relação aos meus irmãos, porque o ensino público era muito fraco e me senti mais motivada realizando o ensino fundamental em escola particular. Hoje na minha família a única pessoa formada sou eu e minha irmã caçula. Os meus demais irmãos não conseguiram se formar porque foram para o campo de trabalho muito cedo e logo constituíram famílias. Com isso, o salário deles ficou limitado a sustentarem suas famílias, ficando estagnados. Eu também tive que interromper o ensino fundamental, porque casei com dezoito anos de idade e fiquei grávida em seguida. Depois de dois anos retornei os estudos, engravidei de novo de mais dois filhos em que tive que parar novamente os estudos e depois consegui retornar os estudos à noite, até que consegui finalizar o ensino médio. Depois disso, parei sete anos de estudar e depois entrei na faculdade para realizar o curso de serviço social. Hoje tenho quatro anos de formada, fiz estágio em CRAS, achei belíssima minha área, porém, o mercado não possui muitas <b>oportunidades</b> . Durante esse processo da minha formação no curso superior, eu trabalhei numa escola na parte administrativa.		
III	Experiências de trabalho	Com treze anos de idade comecei a trabalhar numa farmácia, em que trabalhei por um ano. Depois trabalhei numa clínica odontológica, em que trabalhei por quatro anos. Depois tive que sair da clínica para cuidar dos meus filhos e tive que pedir conta. Quando meus filhos ficaram maiores, consegui emprego numa escola, em que com a experiência que tive na clínica odontológica, fiquei administrando o setor odontológico da escola. Nessa escola fiquei trabalhando até o período que me formei em serviço social.		
IV	Razões para empreender	Após minha formação em serviço social, pela <b>falta emprego</b> na minha área e em seguida também perdi o emprego na escola que trabalhava. Então com meus direitos eu resolvi abrir um comércio para mim, em que hoje trabalho com a		

		venda de gênero alimentício, material de higiene e variedades em geral. Meu marido já tinha o comércio dele, mas eu queria abrir o meu próprio. Porque além de complementar a renda, eu queria esse desafio para minha vida. Fiz cursos no SEBRAE. Assim, com meus direitos trabalhistas montei meu comércio inicialmente de forma informal num ponto alugado. Hoje, já tenho o comércio a três anos de forma legalizada e tenho um funcionário. Mas o que me motivou vir para o comércio foi à <b>necessidade</b> , pois ajudo na educação dos meus filhos. O meu ganha pão da minha casa eu tiro do meu comércio. Ajudo na educação dos meus filhos, que hoje já estão no ensino superior.
V	Percepções do negócio	É desafio muito grande a cada dia, principalmente, com a <b>crise</b> que está ocorrendo em todo país. Então, as <b>dificuldades</b> são a redução das vendas, algumas vendas que não recebemos, porque vendo fiado para as pessoas conhecidas, mas hoje em dia reduzi bastante esse tipo de venda, porque a perda era grande. Hoje, as coisas boas que acontecem em meu comércio é que comecei a <b>expandir</b> com alguns produtos que não tinha antes, principalmente de armarinho, então tenho bastantes variedades de utensílios de casa. Também conseguir ganhar uma licitação para fornecer verduras para duas escolas privadas. Isso ajudou bastante a levantar meu comércio, por isso, que acredito muito no comércio, e essas são as coisas boas que acontecem, essas oportunidades. Com isso, eu consegui comprar uma um veículo melhor e maior para comprar as verduras na Ceasa, que é um local que vendem verduras e frutas em grande quantidade e com um preço melhor. Também consigo pagar minhas contas em dias, pagar meu funcionário e meu aluguel.
VI	Preparação para abrir um negócio	Não tenho formação na área de administração. Fiz alguns cursos no <b>SEBRAE</b> com o intuito de melhor gerenciar meu comércio e participei do programa <b>SEBRAE</b> mulher de negócios. Isso me permitiu ter um melhor controle do meu comércio.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu espero <b>aumentar</b> o espaço do meu comércio. Fazer um investimento maior em mobília, como balcão, freezer. Além disso, estou <b>augmentando</b> a quantidade de produtos que vendo no comércio. Busco sempre anotar o que as pessoas mais procuram e na medida do possível, vou comprando e tentando suprir a necessidade e a busca dos meus clientes.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não. Muito pelo contrário, hoje, na minha visão não compensa trabalhar em minha área, só se fosse para uma <b>realização pessoal</b> , mas mesmo assim, tentaria conciliar a permanência dos dois, pois amo o que faço. Busco da melhor forma gerenciar meu comércio. O que depender de mim, eu vou atrás, procuro resolver todas as questões burocráticas do meu comércio. O meu marido não interfere no meu empreendimento. Eu é que ainda ajudo ele na administração das contas do comércio dele.
IX	O que é sucesso?	Sim, porque independentemente do tamanho do meu comércio hoje, me sinto <b>realizada</b> , porque o comércio é meu, conseguir com meu esforço, com meu suor. Eu visualizo tudo na vida que eu já passei e vejo que é uma conquista muito grande chegar onde estou hoje, em chegar com meu comércio com minhas contas todas pagas e poder ajudar na educação dos meus filhos. Sucesso para mim é tudo que consegui, eu consegui atingir tudo aquilo que eu pedi a <b>Deus</b> , que é ter meu comércio com estabilidade.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Realização	q. 7 “Eu espero aumentar o espaço do meu comércio. Fazer um investimento maior em mobília, como balcão, freezer. Além disso, estou aumentando a quantidade de produtos que vendo no comércio. (...)”	Realização.

Número da Respondente	03			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	54 anos.			
Estado Civil:	Casada.			
Formação escolar:	Ensino Fundamental Completo.			
Número de dependentes:	Mais de 3.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	18 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Empréstimo.			
Área de atuação:	Salão de Beleza.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
1º	2º	3º	4º	5º
Corajosa	Honesta	Prestativa	Responsável	Amorosa
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
1º	2º	3º	4º	5º
Amizade verdadeira	Sabedoria	Salvação	Segurança familiar	Auto-respeito
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
I	Infância e família	<p>Meu pai era auxiliar de pedreiro e minha mãe era dona de casa. A gente era muito <b>pobre</b> e <b>não tinha muita oportunidade</b> como se tem hoje de estudo e emprego. Ninguém trabalhava com comércio, a não ser meu avô que tinha um comércio pequeno. <b>Minha família é grande</b>, tive oito irmãos. Eu comecei estudar, mas <b>desde cedo trabalhei</b>, porque a gente passava muita <b>dificuldade</b>, sendo até o motivo de eu não concluir meus estudos. Naquela época, os estudos não eram como hoje. Então na minha cabeça eu acreditava que eu largando os estudos, logo eu arrumaria um emprego. Hoje me arrependo, porque deveria ter estudado e forma paralela ter trabalhado. Logo em seguida, conheci meu atual marido, em que começamos a namorar e logo nos casamos. No tempo que eu casei a mulher não tinha muita liberdade, hoje, está muito mudado, a mulher tem mais liberdade de fazer as coisas que deseja. Então, depois de casado, eu tentei trabalhar, mas meu marido não deixou, dizendo que era só para eu cuidar da casa e dos filhos que ele traria o sustento para dentro de casa. Mas a vontade de trabalhar não tinha morrido em mim. Eu via uma oportunidade de trabalho com corte de cabelo, pois desde adolescente eu cortava o cabelo das minhas primas e amigas, em que aprendi sozinha. Por incrível que pareça, as pessoas que procuravam para eu cortar o cabelo gostavam. Na época, o pagamento que eu ganhava na maioria das vezes era galinha ou alguma coisa que servia de alimento para dentro de casa. Isso me dava prazer, porque eu me via realizada e meu marido permitia eu fazer isso pelo menos. Nessa época eu tive quatro filhos. O certo que eu fui amadurecendo e apareceu uma oportunidade de eu montar meu negócio. Foi anunciado na televisão um curso no SENAC de corte de cabelo de trinta vagas e eu fiquei com muita vontade de fazer. Foi quando eu coloquei o pé na parede e disse para meu marido que iria fazer aquele curso. Naquele tempo tinha que ir de madrugada para fila para fazer a inscrição do curso. Como meu marido viu que não iria conseguir me impedir de fazer o curso, ele conversou com uma pessoa para ir de madrugada e segurar meu lugar na fila. O certo que fui no outro dia bem cedo, fiz minha inscrição. Eu conseguir finalizar o curso e me realizar com as técnicas ensinadas. Quando a gente tem um sonho, passa por cima de obstáculos. A conclusão desse curso eu tive uma realização. Em casa comecei a atender meus clientes, sem muita estrutura.</p>		

		Com o tempo, eu me preparei para construir um ponto na parte da frente da minha casa para abrir meu salão. Meu marido sempre colocando dificuldades, se eu tivesse seguido o que ele falou hoje eu não tinha meu empreendimento próprio. Mas eu enfrentei e hoje estou com meu salão bem estruturado, em que fiz um empréstimo e consegui construir. Fiz uma reforma recente, em que aumentei o espaço. Com meu salão eu conseguir ajudar nas despesas de casa, me deu independência, ajudei nos estudos dos nossos filhos. O meu arrependimento foi só não de ter finalizado meus estudos.
II	Fatos de infância	As questões que marcaram minha vida foram sempre querer trabalhar, eu nunca pensei em depender do meu marido, eu queria minha dependência, ter meu dinheiro para comprar minhas coisas pessoais e ajudar dentro de casa comprando algo para a família e para os filhos. Como a gente não tem muitas <b>oportunidades</b> por falta de estudo, então a gente tem que se virar para poder sobreviver.
III	Experiências de trabalho	Eu como casei muito nova e nunca trabalhei em outras coisas.
IV	Razões para empreender	Eu via <b>necessidade</b> de fazer alguma coisa, é muito ruim você ser dependente dos outros, mesmo que seja seu marido, mas eu queria meu dinheiro. Tudo que a gente precisava tinha que pedir para o marido e não é mesma coisa de você ganhar o seu. Então aquilo me incomodava. Eu me sentia como se fosse inútil, mesmo eu fazendo trabalho de casa que é exaustivo, mas eu não me sentia reconhecida. Isso começou a me incomodar e eu busquei, por necessidade mesmo, pois a renda do meu marido também não era o suficiente para sustentar eu e mais quatro filhos. Além disso, eu gosto da minha profissão, gosto do faço e aproveitei a oportunidade que apareceu. Fazer esse curso no SENAC foi como se eu tivesse passado no vestibular.
V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> que enfrentei foi muito no início para a formação da <b>clientela</b> e conquistar esse <b>cliente</b> , porque o <b>cliente</b> só volta se ele gostar do seu serviço prestado. Então, eu procuro dar o melhor de mim e ser bastante profissional para poder se <b>manter</b> . Hoje as coisas ruins é essa <b>crise</b> que todos estão passando, que as pessoas estão procurando menos os serviços prestados aqui no salão. As coisas boas foi ter <b>expandido</b> meu salão de beleza e <b>manter</b> uma <b>clientela</b> de longa data. A questão de eu fazer o meu horário é um fator positivo, pois os meus <b>clientes</b> marcam horário e eu reservo um momento para minha família. Outra questão boa, foi está próximo da criação e educação dos filhos.
VI	Preparação para abrir um negócio	Eu não finalizei meu ensino médio, então não fiz curso superior. Fiz cursos no <b>SEBRAE</b> para melhor atender meus clientes, participei do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócio. Também fiz alguns curso no <b>SENAC</b> , em que aprendi outras técnicas de <b>pintura</b> , <b>corde</b> e outros tratamentos de cabelo.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu pretendo ter uma <b>expansão</b> do serviço que ofereço. Então, eu gostaria de oferecer serviços como manicure, depilação. Porque isso irá <b>aumentar</b> minha clientela. Além disso, pretendo <b>aumentar</b> mais um pouco meu salão para dar um maior conforto aos meus clientes.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque eu consigo gerenciar o meu negócio e a cada dia eu fui criando coragem de seguir os meus ideais e enfrentei o meu maior obstáculo, que era meu marido, que sempre quis que eu ficasse fazendo só as atividades domésticas de casa.
IX	O que é sucesso?	Sim, porque eu me sinto <b>realizada</b> com o que conquistei. A minha <b>independência</b> financeira e poder ajudar dentro de casa me faz sentir uma pessoa de sucesso, pois era o que sempre quis, que era poder ter meu serviço e não depender do meu marido. Fora isso, eu me sinto <b>realizada</b> em ter montado o meu negócio próprio, em ter realizado os cursos que realizei para me qualificar e poder atender bem meus clientes.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		

Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Afiliação	q. 7 “Eu pretendo ter uma expansão do serviço que ofereço. Então, eu gostaria de oferecer serviços como manicure, depilação. Porque isso irá aumentar minha clientela. Além disso, pretendo aumentar mais um pouco meu salão para dar um maior conforto aos meus clientes.”	Realização

<b>Número da Respondente</b>	<b>04</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	53 anos.			
Estado Civil:	Divorciada.			
Formação escolar:	Ensino Superior Completo.			
Número de dependentes:	Mais de 3.			
Proveniência:	São Miguel do Tapuio-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	3 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Conta própria.			
Área de atuação:	Comércio ramo dos cosméticos.			
Quantidade de funcionários:	2.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Honesta	Responsável	Corajosa	Intelectual	Obediente
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Segurança familiar	Salvação	Segurança nacional	Um mundo em paz	Uma vida confortável
<b>História de Vida</b>				

Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista		
Or.	Categorias	Unidade de Contexto
I	Infância e família	<p>Nasci num cidade do interior, uma vida muito <b>pobre</b>. Minha <b>família é grande</b>, meu pai e minha mãe se casaram muito jovens e tiveram dez filhos. Todos nos lutamos muito para sobreviver e começamos a <b>trabalhar muito cedo</b>. Nós tivemos uma vida muito <b>pobre</b>. Quando eu nasci meus pais <b>trabalhavam na roça</b> num povoado. Depois mudamos para a cidade, onde meu pai começou a trabalhar como sapateiro, profissão que meu avô já exercia na época na cidade de São Miguel do Tapuio-PI. Minha mãe na época era do lar e ajudava na criação dos filhos, mas ela também aprendeu a consertar sapatos. Meus pais sempre gostaram de trabalhar com vendas, isso acabou inspirando os filhos a procurarem de modo geral abrir o seu próprio negócio. Minha depois começou a vender calçados numa banca no mercado da cidade e criou a gente com muita dificuldade. Eu <b>trabalhei um tempo na roça</b>, mas a gente gostava muito de trabalhar com venda, a gente vendia de tudo. Eu cheguei a vender bolo na feira, dindim, enfim, a gente vendia de tudo, porque tinha muita <b>dificuldade</b>. Na minha cidade não oferecia um estudo bom e só oferecia os estudos até o oitavo ano. Foi quando eu vim morar em Teresina-PI, com dezessete anos de idade, na casa de uma irmã minha para estudar e trabalhar. Em Teresina-PI, eu enfrentei muita dificuldade, estudei em escola pública, minha mãe não tinha condição de me mandar nada, e eu trabalhei na casa de família, como doméstica, porque eu não tinha emprego e não tinha nenhuma profissão. Minha irmã depois mudou de cidade e eu fiquei morando na casa de conhecidos porque eu coloquei na minha cabeça que vim para Teresina para vencer e se eu voltasse para o interior, voltaria como derrotada e assim continuei meus estudos. Conheci meu marido e me casei com 23 anos de idade, tive três filhos. Nesse processo, eu interrompi meus estudos, porque tinha que cuidar de casa e dos filhos. Meu marido tinha o emprego como bilheteiro na rodoviária e começamos a comprar mercadoria para vender. Eu comecei a fazer vendas como sacoleira, em que vendia calçados e roupas. Nesse período em conseguir me formar em pedagogia, dei aula por um tempo contratada pela prefeitura, mas sempre exerci as vendas como sacoleira. Depois eu decidi alugar um ponto, saí da escola e abrir meu negócio com o pouco de mercadoria que tinha na época, porque não tinha muito incentivo do governo para pequeno empreendedor naquela época. Dessa loja, eu ajudava nas despesas de casa e guardava um pouco para expandir meu comércio. Assim, fui acompanhando os estudos dos meus filhos, que hoje estão todos os três formados e trabalhando na área que escolheram se profissionalizar e me sinto realizada, porque ajudei nesse processo. Depois separei do meu marido, tive um filho com outro companheiro e hoje moro só com esse filho que tive de outro relacionamento. Na separação tive que dividir as coisas do comércio com meu ex-marido, mas continuei trabalhando com vendas. Eu mesmo, nunca gostei de ter pratão, então, gerenciar o meu comércio com os cuidados de casa foi muito tranquilo. Atualmente estou trabalhando com o seguimento dos cosméticos. Por conta das <b>dificuldades</b>, tomei a decisão de fazer alguns cursos no SEBRAE e participar do programa SEBRAE mulher de negócios, que me fez perceber o mercado que estava minha volta e aproveitei a oportunidade de mudar de ramo, porque antes trabalhava com confecções e calçados. É muito prazeroso trabalhar no que a gente gosta, eu me sinto uma pessoa realizada como mãe e profissionalmente, que apesar de não ter uma empresa de grande porte, mas minha empresa está bem estruturada, tenho dois funcionários, consigo pagar minhas contas em dia.</p>
II	Fatos de infância	<p>O que mais marcou em minha vida foi o fato de ter que <b>trabalhar cedo</b>. Meus pais trabalhavam com vendas e isso que garantia o sustento da <b>família que é grande</b>. Eu sempre tive a inspiração de trabalhar com vendas por conta</p>

		deles, que sempre batalharam para criar os filhos. A minha <b>vinda do interior para Teresina</b> também marcou muito, porque eu morava numa cidade pequena de interior e vim para a capital do Estado, em que mesmo com dificuldades, consegui superar a falta de <b>oportunidades</b> de emprego.
III	Experiências de trabalho	Eu e meus irmãos <b>trabalhamos na roça</b> ajudando nossos pais. Eu trabalhei como <b>doméstica</b> em casa de família e também ministrei aula no primário durante uns quatro anos, foi quando eu decidi abrir meu próprio negócio e sai da escola.
IV	Razões para empreender	O que me motivou a empreender foi a <b>necessidade</b> , a questão de ter tempo para cuidar dos meus filhos, para conciliar de forma melhor família e trabalho. De modo geral <b>falta emprego</b> para o mercado de pessoas disponíveis a trabalhar. Quando eu decidi empreender montando meu negócio, eu percebi que eu que faria meu horário, Fora isso, eu contribui com a educação dos meus filhos, deixava eles na escola e iria buscar, em que deixava a funcionária na loja. Então, eu sentia a liberdade de gerenciar a minha empresa e conciliar com a família.
V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> é a <b>concorrência</b> , porque esse seguimento tem crescido e para a gente <b>concorrer</b> com as empresas grandes não é fácil, mas a gente vai superando cada desafio. As coisas boas é que eu <b>mantenho</b> uma fidelização com meu <b>cliente</b> , eu <b>mantenho</b> uma lista de <b>clientes</b> cadastradas, faço promoção, ligo para esse cliente e eles sempre procuram meu comércio pela relação de <b>amizade</b> que trato muito bem meus <b>clientes</b> .
VI	Preparação para abrir um negócio	Eu fiz vários cursos no <b>SEBRAE</b> , em que eles me orientaram a fazer como lidar com meu cliente e como gerenciar o negócio, com a compra de produtos e tomar decisões certas para evitar gastos excessivos. Eu aprendi muito com esses cursos e considero um diferencial, pois eu tive o direcionamento a ter a fidelidade dos meus clientes, por eu lembrar da data de aniversário deles, por exemplo. Eu busco fazer uma pesquisa da tendência, o público alvo que eu quero atingir, saber sempre ficar próximo do gosto dos meus clientes.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu espero <b>expandir</b> mais ter mais produtos. A gente nunca está satisfeito, a gente sempre quer mais, não ficar conformada com o que já tenho, conquistar mais clientes. Com meu planejamento estou conseguindo investir cada vez mais nas necessidades que a empresa está tendo a cada dia.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque eu sempre me achei <b>independente</b> . Eu sempre busquei ter o meu espaço para poder ter minha coisas, ajudar com as despesas da família, poder dar aos meus filhos uma vida melhor direcionada aos estudos, que é o único bem que eu poderia deixar a eles e isso me faz se sentir <b>realizada</b> .
IX	O que é sucesso?	Sim, porque eu já trabalho no ramo de vendas a mais de vinte anos, eu era sacoleira no início, vendia confecções e calçados, depois abri minha lojinha, mudei de segmento, e hoje trabalhando com cosmético há três anos me sinto <b>realizada</b> . Mantenho minhas contas em dia, pago meus funcionários e meu aluguel do ponto que trabalho. Em toda perspectiva que tive, me sinto muito feliz e <b>realizada</b> .

#### Análise de conteúdo do motivo da respondente

Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Poder	q. 7 “Eu espero expandir mais, ter mais produtos. A gente nunca está satisfeito, a gente sempre quer mais, não ficar conformada com o que já tenho, conquistar mais clientes. Com meu planejamento estou conseguindo investir cada vez mais nas necessidades que a empresa está tendo a cada dia.”	Realização



<b>Número da Respondente</b>	<b>05</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	55 anos.			
Estado Civil:	Divorciada.			
Formação escolar:	Ensino Fundamental Incompleto.			
Número de dependentes:	3.			
Proveniência:	São Miguel do Tapuío-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	34 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Conta própria.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Animada	Amorosa	Capaz	Corajosa	Honesta
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Salvação	Amizade verdadeira	Segurança familiar	Auto-respeito	Um mundo em paz
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância e família</b>	<p>Eu praticamente não tive infância na verdade, pois <b>trabalhei desde cedo</b>. Eu me casei muito jovem e tive uma vida <b>pobre</b>, de muito sofrimento e humilde. Meus pais <b>trabalhavam na roça</b>, não tinha sabedoria e não tinham como oferecer os estudos a mim e meus irmãos. <b>Minha família é muito grande</b>. Eu costume dizer que cada pessoa já nasce com um sonho e eu tinha um sonho de ser empreendedora, um negócio direcionado a moda. Eu sempre tive alegria com as questões de moda, de assistir os desfiles de moda. Isso me fazia sonhar, mas sem nenhuma estrutura. Casei com uma pessoa sem estrutura financeira, que trabalhava no comércio. Tínhamos muitas <b>dificuldades</b> porque naquela época <b>não se tem as oportunidades</b> que se tem hoje, foi quando tive a ideia de pedir para meu marido para comprar uma máquina de costura. O meu marido foi relutante, mas comprou uma máquina simples para mim. A partir disso, comecei a criar, passava madrugadas tentando criar roupa, imagina cada roupa bonita com os tecidos de chita que eu tinha. Nessa época comecei a pegar tecido dos clientes pra fazer roupa. E eu fui sempre abençoada, porque eu não estragava os tecidos das minhas clientes. Graças a Deus esse sonho eu já nasci com ele e Deus me permitiu ter habilidade para trabalhar com produção de roupas. Assim, eu fui ganhando a ganhar meu dinheiro, pegava uma costura de um cliente, fazia, as vezes tinha que fazer algum ajuste simples, mas no final tudo dava certo. Em seguida, fiquei grávida da minha primeira filha. Eu fiquei na época muito preocupada, porque via a gravidez como uma doença. Meu pensamento era que iria atrapalhar nas minhas atividades, mas muito pelo contrário, foi um período tranquilo, de muita benção, costurei até o momento de pari. E, assim, fui ganhando meu dinheirinho, para a sobrevivência mesmo. Hoje as coisas são difíceis, mas naquele tempo era muito mais. E ai fui crescendo, tive mais dois filhos. Comprei mais máquinas e cheguei a contratar seis costureiras para me auxiliar porque sozinha não estava dando mais conta. Cheguei a ter nove máquinas industriais. Eu procura investir muito em material, em novidade. Eu sou apaixonada por comprar tecidos, tem mulher que é apaixonada em comprar bolsa, sapatos, já eu gosto mesmo é de comprar tecidos e criar roupas. Meu atelier cresceu muito, mas depois separei. Isso desestruturou muito. Fiquei bastante triste, achando que aquele sonho de ter meu atelier tinha morrido. Só que com o passar do tempo eu comecei a</p>		

		entender que meu sonho não tinha nem começado. Ai comecei a investir de novo, a me alegrar e comecei a entender que agora que meu sonho iria começar a funcionar de verdade, porque agora eu tinha liberdade de eu fazer o que queria ser a intervenção de um marido. Cheguei a ir em São Paulo, fui ao Bom Retiro, comprei muito material diferente e trouxe essas novidades para Teresina. Nesse momento nasceu um sonho, que era em chegar mais longe. Hoje eu sinto muita satisfação por minha grife ser reconhecida na nossa cidade. Tenho um público mais selecionado, trabalho mais com roupa de festa, como para casamento e eventos mais sociais. Porque antes eu fazia tudo que você imaginava, por conta da necessidade, pegava serviço, por exemplo, para consertar um zíper de uma calça. Hoje, eu já não faço mais esses serviços, porque a gente perde tempo e o retorno é muito pouco. Minha clientela é mais selecionada. Eu já vejo que portas estão sendo abertas para mim. Fiz cursos no SEBRAE e no SENAC, que me fizeram ter um trato diferenciado para atender meus clientes. Tenho Instagram da minha empresa, isso tem gerenciado uma procura muito grande, porque quem compra as peças que eu produzo, acaba passando para outras pessoas e dar visibilidade para meu atelier. Eu gosto muito de criar, principalmente, na madrugada, faço minhas orientações espirituais, converso com Deus, nesse momento me sinto inspirada e começo a criar minhas roupas.
II	Fatos de infância	Os fatos marcantes que descrevem minha infância são a vida <b>pobre</b> que tive com meus pais e irmãos, pois <b>minha família é grande</b> , tenho dez irmãos. Eu lembro de mim <b>desde cedo trabalhando</b> no plantio da roça do meu pai para garantir o sustento da família. A questão de ter saído da casa dos meus pais e ter <b>vindo do interior para Teresina</b> também marcou muito minha vida. Assim que cheguei em Teresina, eu casei logo e em seguida engravidei. Constituir família foi uma grande realização. Depois disso, como eram difíceis as <b>oportunidades</b> de emprego, tinha o sonho de ter meu atelier e produzir minhas coisas.
III	Experiências de trabalho	Quando criança <b>trabalhei na roça</b> ajudando meus pais. Mas nunca trabalhei em outras atividades depois disso, porque desde nova eu já costumava costurar de forma bem amadora e fui melhorando com o tempo, fazendo cursos de costura.
IV	Razões para empreender	O principal motivo foi à <b>necessidade</b> para sobreviver, era muito pouco o que meu marido ganhava no emprego dele. Em seguida vieram os filhos e a gente tinha que alimentar e educar.
V	Percepções do negócio	A principal <b>dificuldade</b> enfrentada foi a questão financeira, porque como meu capital era muito pequeno, eu não pude <b>expandir</b> muito como idealizava, então tudo foi construído com muito suor. Como eu não tinha uma renda fixa, eu não tinha como fazer empréstimo para poder comprar mais máquinas e outras coisas para estruturar meu atelier. Mas de modo geral, tudo com o tempo foram se organizando. As coisas boas são os elogios, o <b>reconhecimento</b> dos meus <b>clientes</b> , isso dar uma <b>satisfação</b> muito grande.
VI	Preparação para abrir um negócio	Eu não finalizei nem o ensino fundamental. Eu aprendi tudo só, na prática. Eu costumo dizer que costurar a precisar ter um dom. Eu aprendi modelar, criar. O diferencial foi alguns cursos práticos de curta duração no <b>SEBRAE</b> e no <b>SENAC</b> . Fiz curso de corte costura, de modelagem, de pintura em roupa. Eu sei que a gente precisa aprender e eu pretendo a voltar a estudar, terminar o ensino fundamental e médio e sonho em fazer o curso de Moda.
VII	Resultado esperado no negócio	Espero <b>crescer</b> e <b>expandir</b> . Hoje tenho quatro funcionárias. Recebo encomendas de roupas mais sofisticadas para festas. Espero ter mais visibilidade no negócio.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque sempre quis ser <b>independente</b> . A minha convicção de ter minhas coisas, não depender do marido sempre foram muito forte. Eu gosto da minha <b>liberdade</b> .
IX	O que é sucesso?	Sim, por tudo que construir. Se eu fizer uma análise da minha vida, uma pessoa que não estudou, que aprendeu tudo só praticamente, batalhei para criar meus

		filhos. Isso faz eu perceber que fiz as escolhas certas, porque hoje estou com meus filhos criados, tenho minha renda própria, faço meus horários e consigo me cuidar para ter uma vida melhor. Hoje eu tenho a convicção e a segurança do que eu faço, eu pego serviço de vestido de noiva e faço e vejo a <b>satisfação</b> dos meus clientes.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Realização	q. 7 “Espero crescer e expandir. Hoje tenho quatro funcionárias. Recebo encomendas de roupas mais sofisticadas para festas. Espero ter mais visibilidade no negócio.”	Realização.

<b>Número da Respondente</b>	<b>06</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	28 anos.			
Estado Civil:	Solteira.			
Formação escolar:	Ensino Médio Completo.			
Número de dependentes:	Nenhum.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	6 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Conta própria e empréstimo.			
Área de atuação:	Comércio ramo de alimentação.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1°</b>	<b>2°</b>	<b>3°</b>	<b>4°</b>	<b>5°</b>
Corajosa	Animada	Independente	Responsável	Honesta
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1°</b>	<b>2°</b>	<b>3°</b>	<b>4°</b>	<b>5°</b>
Liberdade	Sentimento de realização	Sabedoria	Igualdade	Felicidade
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância e família</b>	Tive uma infância muito turbulenta em relação a união de pai e mãe. Minha mãe foi embora quando eu tinha um ano de idade e fiquei com meu pai. Eu tive uma vida muito <b>pobre</b> . Na criação com meu pai teve muita oscilação de mulheres e passei muitas <b>dificuldades</b> . Ele passou durante minha infância e adolescência por três mulheres diferentes, na qual eu tive que acompanhar esse processo. Então, eu tive uma vida com muito abalo emocional muito grande, sem saber onde ficar. Quando eu completei quinze anos, eu decide sair de casa, fui morar na casa de uma tia em Brasília e comecei a <b>trabalhar foi cedo</b> . Em Brasília terminei meu ensino médio. Mesmo passando uns tempos distantes, sempre tive um vínculo muito grande com meu pai. O meu pai foi meu exemplo como empreendedor. Nunca gostou de trabalhar para ninguém e vinculado a emprego. Talvez se tivesse ficado com minha mãe talvez eu ficaria trabalhando de empregada em alguma empresa. Eu cresci com essa crença de abrir o negócio próprio, porque além do meu pai, as minhas tias paternas também tinham seus empreendimentos. O pensamento que tenho é que o que é		

		plantando em nossa infância, trás resultados para nossa fase adulta. O que eu via era que meu pai nunca tinha gostado de estudar, gostava de trabalhar, mas não tinha ambições. Meu pai gastava dinheiro sem planejamento mesmo procurando empreender. Em relação aos estudos eu via que não era tão importante, porque achava que trabalhar estava em primeiro lugar e na minha visão na época para eu ter sucesso, eu não acreditava que o diploma era importante. Apesar disso, meu pai cobrava os estudos mesmo que não incentivasse tanto. Hoje me arrependo de não ter feito um curso superior, em que pretendo fazer em breve, porque sei que abre portas e influência no meio social também.
II	Fatos de infância	Minha infância foi muito <b>pobre</b> e cheia de abalos emocionais. Não tive uma infância muito feliz, porque sempre tive esse processo de depressão, em que atribuo muito a não ter um cuidado materno próximo, porque as mulheres que meu pai se envolvia não me criavam como filha. Eu não tive muitas <b>oportunidades</b> de estudo, em que atrasei um pouco.
III	Experiências de trabalho	Eu <b>trabalhei como doméstica</b> e também trabalhei numa padaria durante um ano em Brasília. Depois trabalhei uns três anos numa empresa privada e quanto tive conta da empresa, usei meus direitos para abrir meu empreendimento.
IV	Razões para empreender	O que me motivou a empreender foi a <b>necessidade</b> , porque estava desempregada e a <b>falta de emprego</b> faz a gente buscar outras saídas. Eu vi na possibilidade da abertura do negócio uma forma de ter minha independência financeira e de sobrevivência mesmo, porque as coisas estavam muito difíceis.
V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> enfrentadas é manutenção da <b>clientela</b> que está cada vez mais exigente e, além disso, a <b>concorrência</b> interfere um pouco na queda das vendas, porque o mercado está oferecendo uma quantidade variada de produtos no mesmo seguimento que trabalho que são cosméticos e suplementação. As coisas boas são a <b>satisfação</b> de conseguir agradar os meus <b>clientes</b> , poder pagar minhas contas, pagar meus funcionários, aluguel do ponto que trabalho. Também acho que o mundo dos negócios ele gerencia relações de pessoas, o dinheiro vem em segundo plano como meio de gerenciarmos as nossas necessidades.
VI	Preparação para abrir um negócio	Faço cursos no <b>SEBRAE</b> , em que busco a cada dia me qualificar fazendo cursos de capacitação. Faço cursos de como lidar com o cliente. Pretendo agora investir num curso de coaching para poder melhorar meu desempenho como empreendedora. Todo ano eu procuro fazer cursos para me qualificar.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu espero <b>crescer</b> mais, <b>ampliar</b> a minha loja com produtos. Também pretendo aperfeiçoar mais funcionários que trabalha comigo para garantir um melhor atendimento para meus clientes. O mercado que trabalho está em expansão e eu pretendo acompanhar esse crescimento procurando cada vez mais me qualificar e gerir melhor o meu negócio.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque eu sempre fui <b>independente</b> , nunca gostei de depender de ninguém, foi tanto que fui embora da casa do meu pai com quinze anos de idade porque eu queria minha <b>liberdade</b> e <b>independência</b> , mas só consegui isso quando eu abri meu próprio negócio. Digo isso porque sou eu que faço meu horário e consigo gerenciar muito bem minha empresa apesar de não ter formação específica em administração. Acho que a mulher hoje em dia igualou com o homem nos direitos, em que não vejo empecilho para a mulher agir, só precisamos não ter medo de enfrentar o diferente e buscar o nosso sucesso profissional.
IX	O que é sucesso?	Sim, porque hoje tenho meu próprio negócio. Agradeço sempre a <b>Deus</b> pela oportunidade que tenho de hoje poder ter minha <b>independência</b> . O sucesso para mim não se relaciona a ter dinheiro em si, mas sim ter saúde e paz consigo mesma.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>

Poder	q. 7 “Eu espero crescer mais, ampliar a minha loja com produtos. Também pretendo aperfeiçoar mais funcionários que trabalha comigo para garantir um melhor atendimento para meus clientes. O mercado que trabalho está em expansão e eu pretendo acompanhar esse crescimento procurando cada vez mais me qualificar e gerir melhor o meu negócio.”	Realização.
-------	--	-------------

<b>Número da Respondente</b>	<b>07</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	56 anos.			
Estado Civil:	Divorciada.			
Formação escolar:	Ensino Médio Completo.			
Número de dependentes:	Mais de 3.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	2 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Conta própria.			
Área de atuação:	Comércio ramo dos cosméticos.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Animada	Amorosa	Honesta	Prestativa	Responsável
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Amizade verdadeira	Auto-respeito	Liberdade	Sabedoria	Um mundo de paz
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
I	Infância e família	Sobre minha infância foi com muito sacrifício e <b>dificuldades</b> . Minha mãe era muito <b>pobre</b> , lavadeira de beira de rio. A minha mãe lavava e passava a roupa dos soldados do exército. Eu sou a irmã mais velha e eu que ficava cuidando dos meus irmãos quando ela ia trabalhar. Eu fazia comida para mim e para irmãos. Mas com toda essa dificuldade, a gente era feliz. A gente não saía de casa quando jovem na minha época. Eu comecei a <b>trabalhar muito cedo</b> . Quando eu me entendi no mundo, minha mãe já era separada do meu pai, nós éramos quatro filhos. A gente estudava, mas procurava ajudar a minha mãe. Eu me casei muito jovem, sai de casa com quinze anos e oito dia, e, por isso, eu não concluí meus estudos de forma continua. Eu parei porque depois de casada tive cinco filhos. Nesse período foi uma barreira, porque tinha que cuidar de casa, do marido e dos filhos. Para ajudar na renda de casa, eu não conseguia ficar parada. Pegava com marido uns trocados, pegava dois ônibus e ia até a Ceasa e comprava duas cestas de verduras e frutas e mantinha uma banquinha na minha casa, porque meus filhos eram muito pequenos e eu não tinha com quem deixar. O meu pensamento era <b>complementar a renda familiar</b> , porque meu marido era muito farrista e deixar às vezes de colocar alimento dentro de casa gastando com folia na rua. Então, meu marido não tinha limites e não sabia separar o que era da minha família e o que era para ele gastar com farra. Minha mãe e minha ex-sogra me ajudaram muito, por conta dessa ausência do meu		

		marido com a ajuda dentro de casa. Foi isso que me motivou a voltar a estudar. Somente quando o último filho nasceu, foi que eu voltei a estudar e finalizei o ensino médio, fiz o pedagógico e o científico. Depois fiz o curso de Técnico em Enfermagem e foi quando comecei a trabalhar em hospital. Depois me separei e fiquei criando meus filhos sozinha. Tive muitos problemas com meu marido e foi melhor cada um seguir seu rumo. Como o que ganhava no hospital era pouco, comecei a comprar roupas para vender e comecei a ser sacoleira. Depois sai do hospital e com meus direitos comprei mais produtos, aluguei um ponto no bairro que moro e até hoje tenho minha empresa. Do meu comércio consegui terminar de criar meus filhos. Alguns se formaram e outros estão concluindo os estudos.
II	Fatos de infância	O que mais recordo é da luta da minha mãe em criar sozinha eu e meus quatro irmãos, pois a gente era muito <b>pobre</b> . Tivemos uma vida sofrida, mas a gente era muito feliz com a vida que tínhamos, mesmo sem ter muitas <b>oportunidades</b> de desfrutar de uma vida boa. Eu comecei a <b>trabalhar cedo</b> , isso atrapalhou um pouco meus estudos.
III	Experiências de trabalho	Trabalhei como Técnica em Enfermagem por mais de 15 anos antes de montar meu negócio próprio.
IV	Razões para empreender	A <b>necessidade</b> foi o principal fator. Porque a gente criar filhos sozinha é uma luta constante, para não deixar faltar nada dentro de casa, pelo menos o alimento de cada dia e graças a Deus eu conseguir com fé batalhar e seguir com meu comércio. Hoje tenho meus clientes formados que sempre compram na minha mão.
V	Percepções do negócio	As coisas boas é a <b>liberdade</b> de pegar meus dinheiro e comprar minhas coisas. Ir ao supermercado e comprar o alimento para mim e minha família que é minha base, isso é muito <b>gratificante</b> . Então, comprar aquilo que antes meus filhos não tinham costume de comer, isso para mim era <b>gratificante</b> , porque antes eu só comprava o supérfluo. Então, eu tive mais <b>liberdade</b> e agradeço a <b>Deus</b> ao empreendedorismo, que com minhas vendas, eu pude ajudar na criação dos meus filhos. As <b>dificuldades</b> são a formação e manutenção da <b>clientela</b> . Esse é o principal desafio, porque junto a isso vem a <b>concorrência</b> que faz com que tenhamos sabedoria para tomarmos a decisão certa na hora da compra dos produtos que os nossos clientes mais procuram.
VI	Preparação para abrir um negócio	Fiz alguns cursos no <b>SEBRAE</b> . Este órgão me permitiu conhecer mais sobre o meu empreendimento, conhecer a clientela que eu tinha. Isso ajudou um pouco com a experiência diária que fui ganhando com o dia a dia a frente do meu negócio.
VII	Resultado esperado no negócio	Espero <b>aumentar</b> minha clientela. Quero investir mais em produtos, mesmo com as dificuldades enfrentadas, eu procuro comprar os produtos que meus clientes mais procuram.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não. Principalmente porque a minha clientela de modo geral são mulheres, então, isso me ajudou muito. Além disso, nunca me senti incapaz de lutar e conseguir minhas coisas, o meu espaço. Eu sou muito comunicativa, gosto de interagir com meus clientes.
IX	O que é sucesso?	Com certeza, porque graças a <b>Deus</b> as minhas vendas eu não tenho prejuízo. Os meus clientes sempre retornam e isso mostra que eles estão <b>satisfeito</b> com o trabalho que faço. Só o fato de eu criar meus filhos, dar educação para eles. Isso é muito <b>gratificante</b> .
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Afiliação	q. 7 “Espero aumentar minha clientela. Quero investir mais em produtos, mesmo com as dificuldades enfrentadas, eu procuro comprar os	Realização.

	produtos que meus clientes mais procuram.”	
--	--	--

<b>Número da Respondente</b>	<b>08</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	53 anos.			
Estado Civil:	Casada.			
Formação escolar:	Ensino Médio Completo.			
Número de dependentes:	3.			
Proveniência:	Jatobá do Piauí-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	30 anos.			
Formação específica no negócio:	Sim.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Conta própria.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Animada	Capaz	Honesta	Prestativa	Responsável
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Amizade verdadeira	Auto-respeito	Sabedoria	Segurança familiar	Um mundo de paz
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância e família</b>	<p>Eu nasci na comunidade Boi Amarelo, onde hoje é o município Jatobá do Piauí. Minha <b>família é grande</b> e muito <b>pobre</b>. Eu tinha doze irmãos. Meu pai era muito trabalhador, criou todos com respeito e obediência. O meu pai <b>trabalhava com roça</b> e gado. Eu e meus irmãos <b>trabalhamos de roça</b> para ajudar nas despesas de casa. Mas eu estudei, naquela época a gente só ia para escola depois dos sete anos de idade. Eu comecei a trabalhar muito cedo. Quando eu completei dez anos meu pai já me levava para plantar, plantava legumes, verduras e frutas, tanto para vender como para garantir o sustento da <b>família que era muito grande</b>. Depois meu pai abriu um mercadinho e isso ajudou mais para ele sustentar a família. Com quinze anos eu vim morar em Teresina para estudar. Porque no interior só tinha o primário, que a gente chamava de primeira a quarta série. Por isso, vim para Teresina para terminar os estudos. Em seguida conheci meu marido, que era primo de um vizinho da casa onde morava. A gente namoramos cinco anos e casamos. Atualmente, tenho 31 anos de casada. Tive três filhos, dois homens e uma mulher. Eu sempre pensei em empreender, em ter algum negócio. Com doze anos de idade, eu tinha uma oficina que tinha um atelier e eu gostava de ficar olhando ela trabalhar, aquilo me encantava e eu comecei a fazer roupas para minhas bonecas. Ai depois minha tia me ensinou a costurar e eu comecei a fazer a minha própria roupa. Quando eu vim para Teresina, eu trabalhei costurando para uma senhora. Isso me deu mais segurança no que eu queria. Em Teresina, meu pai comprou uma máquina de costurar para mim e eu comecei a fazer roupa através dos clientes que me procuravam com o tecido já. Depois eu vi a oportunidade de eu poder comprar alguns tecidos com o pouco de dinheiro que eu juntava. Meu marido nessa época já trabalhava empregado numa empresa, como até hoje ele trabalha fora. Depois eu coloquei um comércio de cereais na minha casa, mas continuava costurando, porque eu tinha que <b>complementar a renda</b>, pois meu marido ganhava muito pouco. Com o tempo, tive a oportunidade de comprar um ponto no mercado do bairro que moro, que é esse</p>		

		que trabalho até hoje. Eu trouxe as minhas máquinas e as roupas que eu já tinha para vender que costurei. Depois conheci uma amiga que viajava para comprar roupa fora, no interior do Ceará. Quando comecei a fazer isso, percebi que as roupas ficavam mais em conta do que eu produzir, porque tinha uma qualidade boa e dava um lucro melhor, porque é muito caro comprar tecidos e todos os aviamentos para fazer uma roupa, tendo em vista que Teresina não tem fábrica que produzem tecidos e esses outros utensílios que a gente utiliza na costura, fazendo com que o preço final do nosso produto saia mais caro do que comprar feito nessas viagens. Nesse período eu deixei de produzir e fiquei sempre viajando para comprar roupa. Depois comecei a ir ao estado de Pernambuco, que também tem uma feira de roupas muito grande e uma maior variedade. Depois de alguns anos, o comércio começou a cair as vendas e eu fiquei sem muitas perspectivas em manter o comércio. Eu tinha mercadoria, mas não tinha vendas. Foi quando eu tive a ideia de montar um armarinho para vender linhas e outros utensílios de aviamentos que as costureiras usam para trabalhar. Essa ideia veio a partir da percepção que tive da procura por esse tipo de produto. Isso foi muito bom. Hoje minhas vendas são ótimas e o retorno é bem maior que o que tinha antes, porque não tenho concorrência onde está meu comércio e as pessoas sempre recorrem a mim. Os meus clientes iriam procurando e eu anotando o que mais precisava para vender.
II	Fatos de infância	Eu tive uma infância com algumas dificuldades pela vida <b>pobre</b> que eu tinha com <b>minha família que é grande</b> . Desde <b>cedo a gente trabalhou</b> na roça. Mesmo com a falta de <b>oportunidades</b> , eu conseguir vencer essas dificuldades. <b>Vim do interior embora para Teresina</b> muito nova para estudar e aqui constitui família, tive meus filhos, abri meu comércio e isso me deixa muito realizada.
III	Experiências de trabalho	Eu <b>trabalhei na roça</b> quando criança e adolescente. Eu nunca trabalhei em outras situações antes de abrir meu comércio. A não ser ter <b>ajudado meu pai na roça</b> .
IV	Razões para empreender	O que me motivou a empreender foi à <b>necessidade</b> de complementar renda. Tinha a necessidade de cuidar dos filhos, assim, eu uni o útil ao agradável, que era trabalhar e cuidar dos filhos ao mesmo tempo. O meu marido trabalha numa empresa viajando, então, eu necessitava fazer algo que não me tirasse dentro de casa. Quando meus filhos ficaram um pouco maior, foi quando comprei meu ponto e tirei o comércio dentro de casa. Eu sempre gostei de vender, de costurar minhas coisas. A venda sempre foi meu forte. As vezes eu fazia uma roupa para mim, alguém via essa roupa e queria comprar, pois eu vendia, pois meu negócio era vender. Depois eu fazia outra roupa para mim.
V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> que mais enfrento é a falta de <b>cliente</b> . As coisas boas é que cada dia a venda é diferente e isso estimula a gente a continuar. Eu ajudo no <b>sustento</b> de casa e isso me realiza.
VI	Preparação para abrir um negócio	Eu já fiz uns cursos pelo <b>SEBRAE</b> . Eles vinheram aqui no bairro, viram as nossas necessidades e fizeram cursos na área do empreendedorismo. Isso ajudou muito a melhorar nas vendas. Depois participei do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócios que foi outra experiência muito boa.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu busco sempre anotar as coisas que meu comércio precisa, então, eu pretendo <b>crescer</b> mais, pois o meu comércio é minha vida, é onde eu ganho a vida, me sinto realizada. Assim, pretendo continuar batalhando para <b>crescer e aumentar</b> cada vez mais meu comércio.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque eu sempre quis ser <b>independente</b> e ajudar na renda familiar. Meu marido sempre incentivou e isso me deu um gás maior para continuar na idealização que era ter o meu negócio. Meu marido nunca interferiu nesse processo, então, eu me acho <b>independente</b> , eu que tomo as decisões das minhas compras.
IX	O que é sucesso?	Eu me considero sim, porque eu acho que se eu trabalhasse fora eu não teria a vida que tenho, a renda que consigo tirar do meu negócio. A facilidade de fazer meu horário tanto ajudou muito nesse processo. Por tudo que já passei, me



		considero com sucesso, porque hoje meus filhos já são adultos e formados. Mesmo que eu não precise trabalhar tanto para ajudar dentro de casa, mas não consigo ficar parada, porque isso me <b>realiza</b> a cada dia.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Afiliação	q. 7 “Eu busco sempre anotar as coisas que meu comércio precisa, então, eu pretendo crescer mais, pois o meu comércio é minha vida, é onde eu ganho a vida, me sinto realizada. Assim, pretendo continuar batalhando para crescer e aumentar cada vez mais meu comércio.”	Realização.

<b>Número da Respondente</b>	<b>09</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	43 anos.			
Estado Civil:	Solteira.			
Formação escolar:	Ensino Fundamental Completo.			
Número de dependentes:	2.			
Proveniência:	Regeneração-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	15 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Conta própria.			
Área de atuação:	Comércio ramo de armarinho.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Amorosa	Corajosa	Honesta	Prestativa	Tolerante
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Amizade verdadeira	Igualdade	Reconhecimento social	Salvação	Segurança familiar
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
I	Infância e família	Eu nasci no interior de Regeneração. <b>Minha família é grande.</b> Eu tinha uma infância com muitas <b>dificuldades</b> junto com meus irmãos, por conta necessidade que era muito grande. Meu pai <b>trabalhava na roça</b> , então eu e meus irmãos tivemos que aprender a si virar muito cedo para termos as nossas coisas, porque a gente era muito <b>pobre</b> . Aos treze anos eu vim para Teresina para estudar e comecei a <b>trabalhar cedo</b> na casa de família, porque no interior <b>não tinha muitas oportunidades</b> . Quando completei dezessete anos casei, tive filhos e comecei a dona do lar. Meu marido que trabalhava e procurava garantir o sustento da família. Eu finalizei o ensino médio já depois de casada e criando meus filhos, em que eu perdi algumas séries, mas conseguir finalizar. Quando no ano de 2000, minha filha mais velha teve uma doença e eu tive que ir para São Paulo na busca de tratamento, lá eu permaneci cuidando dela, mas procurando me manter porque meu marido ficou com o outro filho em Teresina. Em São Paulo foi que eu conseguir enxergar essa visão de ter o		

		comércio e a ter outro estilo de vida. Lá foi onde eu aprendi a me virar, fiquei uns 2 anos até finalizar o tratamento da minha filha e consegui juntar um dinheiro para comprar umas mercadorias e trazer para Teresina. Foi quando eu cheguei e abri meu armário com presentes e outras variedades e até hoje eu vivo do meu comércio. Meu marido continuou trabalhando para outras pessoas e eu tomando de conta sozinha do meu negócio, em que <b>complementava a renda</b> de casa. Depois me separei e tive que me desdobrar para garantir o alimento de cada dia da minha família. Aqui eu tiro as despesas do meu ponto que é alugado e sustento da minha família.
II	Fatos de infância	Eu tive uma infância que se misturou um pouco com minha fase adulta, porque comecei a <b>trabalhar muito cedo</b> . Desde criança já ajudava na roça, pois minha <b>família era grande muito pobre</b> . Depois <b>sair do interior e vim para Teresina</b> e comecei a <b>trabalhar cedo</b> como doméstica na casa de família. Conheci meu marido, tive dois filhos. Hoje sou separada e procuro manter o sustento de casa com meu trabalho, porque não tive <b>oportunidades</b> de arruma um emprego bom porque não tinha estudo.
III	Experiências de trabalho	Meu pai sempre fez a gente <b>trabalhar na roça</b> quando criança. Eu também trabalhei em casa de família sendo <b>doméstica</b> quando vim para Teresina. Depois de casada, eu fiquei sendo do lar. Quando fui para São Paulo para o tratamento da minha filha, eu trabalhei de babá e de doméstica, mas tive a experiência com algumas pessoas que compravam produtos para vender e isso fez eu ganhar gosto pela venda.
IV	Razões para empreender	O fator principal foi à <b>necessidade</b> , porque eu precisava ajudar na criação dos meus filhos que sempre foram prioridade para mim. Então, ver a possibilidade de ter meu negócio foi à realização de um sonho.
V	Percepções do negócio	As coisas boas é que conhecemos pessoas e conseguimos <b>amizades</b> verdadeiras. Mesmo com toda <b>crise</b> que estamos enfrentando que são as <b>dificuldades</b> , a gente consegui sobreviver, conhecendo pessoas. Mesmo que não possamos ajudar alguém com coisas matéricas, mas podemos dar uma palavra amiga e ajudar o próximo. Graças a <b>Deus</b> eu consigo superar os desafios da falta de <b>clientes</b> e da falta de vendas.
VI	Preparação para abrir um negócio	Eu fiz alguns cursos no <b>SEBRAE</b> e até mesmo no <b>SENAC</b> . Isso nos auxilia um pouco no comércio. Apesar que os desafios são lançados no nosso dia a dia e a gente com a nossa experiência vai conseguindo driblar as adversidades geradas.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu espero acima de tudo <b>manter</b> o que já tenho, porque a crise do país está atingindo a todos de modo geral. Pretendo <b>crescer</b> e <b>ampliar</b> a variedades de produtos que tenho na minha empresa.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque sempre quis minha <b>independência</b> e hoje eu tiro o sustento da minha família. O certo que sempre irá ter o preconceito do homem, porque a nossa cidade ainda é vinculada ao poder do homem dentro de casa, mas eu não sinto falta da presença de um homem me controlando ou interferindo dentro do meu negócio. Eu gosto da minha <b>liberdade</b> , de fazer o meu espaço do jeito que eu gosto e quero.
IX	O que é sucesso?	Sim, porque dentro de todas as expectativas de vida que tenho, da minha vinda do interior do estado para a cidade grande. De onde eu sai e passei na vida, mesmo com todas as dificuldade. Eu enfrentei muitas coisas para chegar até aqui. Então, me considero feliz, <b>realizada</b> , por ter visto meus filhos crescer com saúde que para mim isso é mais importante que ter dinheiro.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Afiliação	q. 5 “As coisas boas é que conhecemos pessoas e conseguimos amizades verdadeiras. Mesmo com toda crise que estamos enfrentando	Afiliação.

	que são as dificuldades, a gente conseguiu sobreviver, conhecendo pessoas. Mesmo que não possamos ajudar alguém com coisas matéricas, mas podemos dar uma palavra amiga e ajudar o próximo.”	
--	--	--

<b>Número da Respondente</b>	<b>10</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	46 anos.			
Estado Civil:	Divorciada.			
Formação escolar:	Especialização Completo.			
Número de dependentes:	2.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	5 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Conta própria.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Honesta	Ambiciosa	Amorosa	Tolerante	Animada
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Segurança familiar	Auto-respeito	Harmonia interior	Um mundo de paz	Sabedoria
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância e família</b>	<p>Minha infância foi muito boa, porque tive uma vida tranquila, mesmo sendo <b>pobre</b> e com <b>dificuldades</b>. Meus pais são um exemplo a seguir. O que sou hoje agradeço muito aos meus pais. Eu sempre fui unida aos meus irmãos. <b>Minha família é grande</b>. Infelizmente, depois que meus pais faleceram, nos irmãos ficamos um pouco distante, mas em datas festivas a gente sempre se reúne. Também atribuí a esse distanciamento o fato de cada um seguir sua rotina de vida e trabalho. Em relação aos estudos, no primário eu me atrasei um pouco, mas depois consegui concluir o ensino médio. Depois me casei e tive logo dois filhos, aí nessa época eu parei a questão dos estudos e do sonho de realizar o ensino superior. Assim, eu tive que abdicar de algumas coisas para poder cuidar dos filhos. Quando eles ficaram um pouco maiores, eu voltei a estudar, fiz um curso técnico primeiro e comecei a trabalhar na área. Nessa época me apaixonei pela área do curso técnico que fiz que foi segurança do trabalho e decidi abrir meu negócio, em que eu vendia peças de segurança para as construtoras e pequenos comércios. Eu sempre tive o sonho de ser empreendedora, de ter meu negócio. O medo atrapalhava um pouco a concretizar esse sonho. Depois que fiz um curso superior e em seguida fiz especialização, mas não consegui arrumar emprego como professora. Nessa época que fiz minha formação superior, eu conciliava minhas atividades com a empresa que mantinha em casa com a venda de materiais de segurança utilizado na construção civil em sua maioria, em que <b>complementava a renda familiar</b>. Depois eu não consegui manter essa empresa, porque me divorciei. Fiquei um tempo sem saber como iria superar essa situação de <b>dificuldades</b> e comecei a ser sacoleira. Após isso, eu conseguir alugar um ponto comercial no bairro que moro e, hoje faz cinco anos que tenho minha empresa. Tenho uma funcionária que me ajuda, isso me</p>		

		ajuda muito a fazer meus horários.
<b>II</b>	<b>Fatos de infância</b>	Fui muito feliz na minha infância, porque meus pais deram uma base religiosa e o real sentido do que era ser família. Assim, mesmo não tendo uma vida de luxo, porque minha família era <b>pobre</b> , mas vivi bem, meus pais nunca deixaram faltar o alimento dentro de casa.
<b>III</b>	<b>Experiências de trabalho</b>	Depois que fiz o curso Técnico em Segurança do Trabalho, trabalhei numa empresa de ônibus e depois para uma construtora. Quando eu perdi o emprego, com meus direitos resolvi montar meu negócio.
<b>IV</b>	<b>Razões para empreender</b>	Minha motivação foi a <b>necessidade</b> mesmo, por conta da <b>falta de emprego</b> e porque precisava ajudar nas despesas de casa. Meus filhos estavam crescendo e os gastos com filhos sempre vai aumentando e a gente sempre procurar a dar aos filhos da gente uma vida melhor a que tivemos. Depois mudei de ramo e hoje trabalho com confecção.
<b>V</b>	<b>Percepções do negócio</b>	As minhas <b>dificuldades</b> é a <b>concorrência</b> e a conquista dos <b>clientes</b> . As coisas boas é poder <b>manter</b> meu lar, proporcionar uma vida digna para meus filhos que estão se formando e com fé em <b>Deus</b> conseguiram crescer e viver uma vida melhor que a que pude proporcionar a eles, que mesmo com sacrifícios a gente é feliz.
<b>VI</b>	<b>Preparação para abrir um negócio</b>	Sempre busquei fazer cursos para me qualificar e ter oportunidades. O <b>SEBRAE</b> dar um apoio grande com os cursos que oferecem. Eu participei do programa <b>SEBRAE</b> mulher de negócio. Isso foi uma experiência incrível, porque a gente aprende muita coisa, como conquistar a nossa clientela, a gerenciar os nossos gastos.
<b>VII</b>	<b>Resultado esperado no negócio</b>	Eu espero <b>crescer</b> mais, ter mais clientes e comprar mais mercadorias. Acho que isso é o sonho de todo comerciante.
<b>VIII</b>	<b>Ser mulher e abrir um negócio</b>	Não, porque eu sempre quis ser <b>independente</b> . Eu sempre me motivei e me considero controlada, gosto da minha <b>liberdade</b> , de fazer o que gosto.
<b>IX</b>	<b>O que é sucesso?</b>	Sim, porque o que eu já enfrentei. A questão de ter o meu próprio negócio, de poder tirar o <b>sustento</b> . Isso para mim é muito importante, porque eu consegui hoje ter minha estabilidade no sentido de direcionar o meu próprio caminho. Como diz a história, a pessoa fracassada é aquela que nunca tentou, e eu tentei, abri meu negócio, o primeiro não deu certo. Mas é com esse meu segundo empreendimento, que eu conseguir me organizar e é de onde tiro meu <b>sustento</b> .
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Realização	q. 7 “Eu espero crescer mais, ter mais clientes e comprar mais mercadorias.”	Realização

<b>Número da Respondente</b>	<b>11</b>
<b>Perfil Demográfico</b>	
Idade:	48 anos.
Estado Civil:	Casada.
Formação escolar:	Ensino Fundamental Incompleto.
Número de dependentes:	1.
Proveniência:	São Miguel do Tapuio-PI.
Tempo de atuação no negócio:	8 anos.
Formação específica no negócio:	Não.
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Empréstimo.
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.

Quantidade de funcionários:		1.		
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Responsável	Auto-controlada	Honesta	Obediente	Corajosa
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Amizade Verdadeira	Segurança familiar	Liberdade	Sentimento de realização	Uma vida confortável
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância e família</b>	<p>Eu nasci no povoado São Vicente dos Macacos, interior da cidade de São Miguel do Tapuio-PI, mas vim embora para Teresina com dez anos de idade. Minha família era muito <b>pobre</b>. Ninguém tinha empreendimento algum, todos <b>trabalhavam na roça</b> e passávamos muitas <b>dificuldades</b>. Quando vim para Teresina, eu vim para trabalhar de doméstica e ser babá na casa de uma prima, porque no interior a gente <b>não tinha oportunidades</b>. Nesse período tentei estudar, mas não conseguir dar continuidade nos estudos. Meu pai largou minha mãe muito cedo e foi embora para o estado do Pará. Minha mãe ficou morando no interior e cuidando dos meus outros irmãos. Minha mãe eu considero uma guerreira, porque não tinha emprego, não tinha nada, era entregue a própria sorte, porque a lavoura era muito fraca, tinha ano que a gente plantava, mas não tinha um bom resultado e ficava era com prejuízo porque não conseguia colher muitos frutos e legumes. Eu tenho uma <b>família grande</b>, em que meus pais tiveram seis filhos. O certo é que todas minhas irmãs vieram para Teresina para trabalhar na casa de família, depois que a gente foi arrumando outro tipo de emprego. Eu trabalhei em diversas coisas. Conheci uma pessoa e fiquei grávida, mas não casei. Tive que criar meu filho sozinha sem ajuda de ninguém. Eu também ajudava minha mãe a criar meus irmãos mais novos e até mesmo alguns sobrinhos, quando precisava de ajuda e eu podia contribuir em alguma coisa, eu sempre ajudava. Eu nunca tive estudo, porque sempre tive que trabalhar muito. Eu até tinha vontade de estudar, mas o ânimo era pouco pela questão do cansaço do dia a dia. Quando meu filho tinha doze anos, eu consegui me casar. Nessa fase, eu fiquei mais tranquila, porque tinha aquela pessoa para me incentivar a lutar. Quando perdi meu emprego, eu não recebi meus direitos de forma correta. O meu marido deu a maior força para eu abrir meu próprio negócio. Eu consegui um dinheiro emprestado e consegui comprar meus primeiros produtos. Então, comecei com pouca mercadoria, era tão pouca mercadoria que eu ficava com vergonha, mas mantinha o pé no chão. Fiz minhas primeiras viagens para comprar confecções em Fortaleza-CE. Meu marido também tem o empreendimento dela, em que ele tem uma loja de material de construções. Meu marido não interferi no meu negócio e eu me sinto livre para tomar minhas decisões. Assim, <b>complemento a renda familiar</b>. Eu sinto falta de ter mais conhecimento, por não ter estudado, mas sinto que tenho muita experiência pela minha vivência de vida e isso me ajudou a lidar nas adversidades.</p>		
<b>II</b>	<b>Fatos de infância</b>	<p>Minha infância foi muito precária com muito sofrimento, pois minha família era muito <b>pobre</b>. De modo geral, não tive infância, porque desde criança já ajudava nos afazeres domésticos. Ainda adolescente, <b>vim do interior para Teresina, onde desde cedo trabalhei</b> para poder me sustentar e ajudar minha família.</p>		
<b>III</b>	<b>Experiências de trabalho</b>	<p>Eu trabalhei em diversas coisas, <b>trabalhei na roça, fui doméstica</b>, babá, garçonete, auxiliar administrativa por 21 anos numa empresa.</p>		
<b>IV</b>	<b>Razões para empreender</b>	<p>O que motivou eu empreender foi a <b>necessidade</b>. Quando perdi meu emprego, quase não recebi meus direitos. Naquele tempo a justiça não funcionava direito.</p>		

		O certo é que com o pouco que recebi, arrumei um dinheiro emprestado e resolvi comprar confecções, em que tenho minha empresa até hoje. Daqui, eu tiro meu sustento, já comprei meu apartamento, meu carro e o consegui dar estudo para meu filho, porque ele se formou numa faculdade particular.
V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> são grandes tanto com a <b>crise</b> atual, como a falta de <b>clientes</b> . A <b>concorrência</b> também é muito grande. As coisas boas é que do meu negócio eu conseguir adquirir minhas coisas, ajudo meu filho, meus irmãos e sobrinhos nas necessidades. Eu só não ajudo no luxo, mas para alimentação e na doença eu ajudo. Não tenho nenhum dinheiro guardado, mas consigo pagar minhas contas.
VI	Preparação para abrir um negócio	De modo geral, eu costumo dizer que minha preparação foi na prática, mas procurei o <b>SEBRAE</b> para fazer alguns cursos, entre eles, fiz um que me ensinou a como me comportar perante meus clientes. Outro curso que fiz foi como lidar com a grande concorrência e tomar as decisões corretas. Participei do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócios. Mesmo não ganhando o prêmio, foi uma experiência muito boa.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu espero <b>crescer</b> e poder ajudar mais minha família. poder contribuir mais com a vida do meu filho, que hoje já é formado, mas está procurando se qualificar mais e que quero contribuir ainda na educação do meu filho que é o único bem que posso deixar para ele.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque gosto de ter minha <b>liberdade</b> . Meu marido me incentivou e incentiva a continuar. Eu que gerencio minhas contas, a comprar de mercadoria para minha empresa. Isso me deixa feliz, porque consigo me <b>realizar</b> .
IX	O que é sucesso?	Sim, eu me considero de sucesso, mesmo não tento estudo, eu não sou tão ignorante porque a vida ensina muitas coisas para a gente. Só de eu poder ajudar minha família, ter criado meu filho, isso me dar uma <b>satisfação</b> muito grande, porque a batalha foi grande, mas eu venci minhas dificuldades, como enfrente até hoje e eu sei que sempre irei vencer.

#### Análise de conteúdo do motivo da respondente

Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Afiliação	q. 7 “Eu espero crescer e poder ajudar mais minha família. poder contribuir mais com a vida do meu filho, que hoje já é formado, mas está procurando se qualificar mais e quero contribuir ainda na educação do meu filho que é o único bem que posso deixar para ele.”	Realização.

Número da Respondente	12
<b>Perfil Demográfico</b>	
Idade:	25 anos.
Estado Civil:	Solteira.
Formação escolar:	Enisno Superior Completo.
Número de dependentes:	Nenhum.
Proveniência:	Teresina-PI.
Tempo de atuação no negócio:	3 anos.
Formação específica no negócio:	Sim.
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital Próprio e Empréstimo.
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.
Quantidade de funcionários:	1.
<b>Valores</b>	

Hierarquia dos Valores Instrumentais				
1º	2º	3º	4º	5º
Animada	Corajosa	Amorosa	Responsável	Honesta
Hierarquia dos Valores Terminais				
1º	2º	3º	4º	5º
Sentimento de realização	Auto-respeito	Harmonia interior	Prazer	Liberdade
História de Vida				
Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista				
Or.	Categorias	Unidade de Contexto		
I	Infância e família	<p>Eu tive uma infância muito feliz, brinquei muito com meus colegas que eram meus vizinhos. Mesmo sendo <b>pobre</b> e tenho uma vida com algumas <b>dificuldades</b>, meus pais sempre batalharam para manter a casa. Tenho mais dois irmãos. Minha mãe sempre trabalhou no comércio, mas tinha uma atividade extra, pois ela era confeitadeira e ajudava nas despesas de casa, <b>complementando a renda familiar</b>. Então, minha mãe já tinha esse lado empreendedor. Minha mãe foi aumentando a clientela dela, que ela resolveu montar o próprio negócio dela e montou uma lanchonete, em que além de vender os lanches de modo geral, ela produz bolos e salgados para festa. Meu pai tinha o emprego dele, mas na hora de folga ele também ajudava minha mãe, em que ele vendia na rua o lanche andando de bicicleta. Então, meus pais sempre tiveram essa união no sentido de empreender. Por isso, essa questão de querer ser empreendedora sem me incentivou. Minha avó materna e tias maternas também foi um grande exemplo com empreendimento e isso me influenciou muito. Terminei o ensino médio e fiz o curso de Administração. Nunca quis trabalhar para os outros, porque sempre tive o propósito de abrir meu empreendimento. Mas desde a minha adolescência eu tinha curiosidade de aprender. Nos finais de semana eu ajudava minha avó na loja dela. Quando eu completei dezesseis anos, eu entrei no projeto aprendiz legal, que foi uma experiência muito boa. Eu nunca gostei de depender de ninguém, gostava de ter minhas coisas. Nessa empresa que fui aprendiz, quando completei a maioridade, fui contratada e lá permaneci até me formar. Eu sempre estudei em escola pública até a oitava série, mas com o dinheiro do emprego de aprendiz que tive, eu pude pagar meu ensino médio e minha faculdade de administração. Trabalhei nessa empresa durante cinco anos, depois sai e montei meu negócio.</p>		
II	Fatos de infância	<p>Tive uma infância muito feliz, mesmo sendo de família <b>pobre</b>. Meus pais sempre mostraram a importância de ter os estudos, mesmo eles só tendo o ensino médio, mas foi algo que eles priorizavam em nossa vida.</p>		
III	Experiências de trabalho	<p>Eu fui aprendiz legal numa empresa e depois fui contratada normalmente e fiquei cinco anos trabalhando nessa empresa, até que eu resolvi sair da empresa, porque via que era muito explorada e não tinha o retorno que eu buscava com minha formação. Assim, resolvi montar o meu negócio, pois já tinha essa presença dentro de casa com o empreendimento dos meus pais.</p>		
IV	Razões para empreender	<p>Minha motivação para empreender foi a <b>necessidade</b>, pois concurso na minha área é muito difícil e também trabalhar para os outros é complicado, porque a gente nunca é reconhecido o suficiente pelo trabalho que a gente executa.</p>		
V	Percepções do negócio	<p>As <b>dificuldades</b> enfrentadas são a <b>crise</b> que está atingindo todo o país, a falta de <b>clientela</b>. Quando eu abri meu negócio, o movimento era bem maior. Na minha percepção, quando você é empreendedor, você tem que trabalhar com aquilo que você realmente gosta de fazer, porque é isso que vai <b>manter</b> o negócio. Essa questão é perceptível, pois se eu não gostasse de moda, eu estaria frustrada no meu negócio e já teria fechado. Nessa situação, a gente recorre a empréstimo para poder pagar as contas em dia e está dando certo se organizar. As coisas boas são as relações formadas com meus <b>clientes</b>.</p>		
VI	Preparação para abrir um negócio	<p>Busquei a formação em administração. Fiz cursos no <b>SEBRAE</b> com o intuito de me qualificar mais e ter mais conhecimento para aplicar dentro da minha</p>		

		empresa.
<b>VII</b>	<b>Resultado esperado no negócio</b>	Futuramente pretendo abrir outra loja. Espero que minha empresa <b>crezca</b> mais e que eu possa ter mais diversidades de confecções. Hoje estou bem satisfeita como minha empresa está, porque pago minhas contas em dia.
<b>VIII</b>	<b>Ser mulher e abrir um negócio</b>	Não, porque as mulheres hoje conquistaram seu espaço. Ainda sofremos assédio de homens machistas. Eu viajo para fazer minhas compras, os homens dão em cima e passam dos limites com desrespeito, mas eu consigo lidar com essas questões.
<b>IX</b>	<b>O que é sucesso?</b>	Sim, porque eu vejo meu trabalho sendo <b>reconhecido</b> , as pessoas me conhecem na rua. Eu tenho um trabalho legal no Instagram. As pessoas se sentem motivadas que eu visto as roupas da loja e eu gosto muito do trabalho que desenvolvo.

#### Análise de conteúdo do motivo da respondente

Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Poder	q. 7 “Futuramente pretendo abrir outra loja. Espero que minha empresa cresça mais e que eu possa ter mais diversidades de confecções. Hoje estou bem satisfeita como minha empresa está, porque pago minhas contas em dia.”	Realização.

<b>Número da Respondente</b>	<b>13</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	24 anos.			
Estado Civil:	Solteira.			
Formação escolar:	Ensino Superior Completo.			
Número de dependentes:	Nenhum.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	1 ano.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital Próprio.			
Área de atuação:	Comércio ramo de utilitários feminino.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Capaz	Prestativa	Ambiciosa	Imaginativa	Animada
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Amizade verdadeira	Prazer	Uma vida confortável	Felicidade	Salvação
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância e família</b>	Meus pais são servidores públicos. Tenho um irmão mais novo. Eu sempre tive uma infância tranquila Durante minha infância, eu nunca tive contato com ninguém da minha família de modo direto que tivesse empreendimento. A minha avó materna era mascate e ela sustentou sete filhos com o trabalho dela, mas eu não acompanhei esse processo. A minha		



		<p>vida desde a infância sempre foi voltada para os estudos, com o intuito de seguir a carreira pública. De modo geral, sempre fui bastante criativa e gosto de inventar coisas. Já vendi chocolate na faculdade que eu mesma produzia. Isso era uma renda que tinha, porque nunca gostei de depender dos meus pais, gosto de ter independência. Também sempre estive a frente da organização de eventos da escola e da faculdade, porque sempre gostei desse lado de criar as coisas. Me formei em direito, não fiz o exame da OAB. Nunca quis fazer esse curso, fiz mais para agradar meus pais, que queriam que eu seguisse a carreira da advocacia. Ainda não me interessei em fazer nenhum concurso. O certo é que depois de formada me vi desempregada e sem perspectiva alguma. Com isso, me vi obrigada a pensar em como agir para sair dessas <b>dificuldades</b>. Fiz uns produtos artesanais e comecei a divulgar. Hoje, estou com minha loja, em que faço utensílios femininos de forma artesanal, como bolsas, carteiras, chapéis, sandálias. A questão de eu fazer o meu próprio horário de trabalho é maravilhoso.</p>
II	Fatos de infância	<p>As coisas que mais me descrevem são que tive uma infância feliz, de uma educação boa com meu irmão. A união da família também foi muito importante nesse processo da minha formação para a pessoa que eu sou hoje. Hoje sou formada, mas não tive <b>oportunidades</b> na minha área de formação.</p>
III	Experiências de trabalho	<p>Não. Só tive o estágio no período da faculdade.</p>
IV	Razões para empreender	<p>A <b>necessidade</b>, por está desempregada depois de formada e sem perspectiva nenhuma de como trabalhar para me sustentar.</p>
V	Percepções do negócio	<p>As <b>dificuldades</b> é conseguir os produtos artesanais para produzir, então, eu tenho um problema sério com fornecedor, porque eu prezo muito em comprar meu material no mercado em Teresina. Eu acho importante esse processo e minha vontade é gerenciar esse movimento no mercado e valorizar o povo da minha terra. Às vezes faço compras de produtos artesanais de outros estados. Isso gerencia um aumento dos custos no produto final que eu produzo e até mesmo a demora de chegar esses produtos me atrapalha um pouco. As coisas boas é o aumento da <b>clientela</b>, porque as pessoas estão cada vez mais interessadas por esses produtos que estou desenvolvendo.</p>
VI	Preparação para abrir um negócio	<p>Estou fazendo cursos no <b>SENAC</b>. Também tive experiência com o <b>SEBRAE</b>, participando do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócios, em que apresentei os produtos que estou produzindo. Fiz cursos que me ensinaram a produzir os produtos artesanais com mais qualidade. Procuo vídeos na internet para cada vez aperfeiçoar a minha produção.</p>
VII	Resultado esperado no negócio	<p>Espero <b>expandir</b> minha produção, poder comprar máquinas mais modernas que possam me permitir produzir produtos que gerencia uma diferenciação no mercado e de qualidade. Também pretendo futuramente produzir produtos artesanais para o público masculino. Estou tentando acertar para produzir produtos mais modernos e de qualidade.</p>
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	<p>Não, fez foi facilitar, pois como trabalho com produtos específicos de mulher, influenciou bastante nas minhas vendas. Eu trabalho para o público feminino, isso para mim é muito gratificante. Além disso, ter minha <b>independência</b> e poder controlar o meu próprio negócio isso não tem preço. Eu não me considero incapaz por ser mulher, eu me sinto é fortalecida e assumo o desafio de cada dia melhorar mais e mais em meu empreendimento.</p>
IX	O que é sucesso?	<p>Sim, porque só o fato de eu poder pagar minhas contas em dia, isso para mim é sucesso, porque você tem uma consciência tranquila. Eu não pretendo tem uma vida de luxo, só de viver em paz, isso para mim é muito importante.</p>

Análise de conteúdo do motivo da respondente		
Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Realização	q. 7 “Espero expandir minha produção, poder comprar máquinas mais modernas que possam me permitir produzir produtos que gerencia uma diferenciação no mercado e de qualidade. Também pretendo futuramente produzir produtos artesanais para o público masculino. Estou tentando acertar para produzir produtos mais modernos e de qualidade.”	Realização.

<b>Número da Respondente</b>	<b>14</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	38 anos.			
Estado Civil:	Casada.			
Formação escolar:	Enisno Médio Completo.			
Número de dependentes:	1.			
Proveniência:	Araiozes-MA.			
Tempo de atuação no negócio:	2 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital Próprio.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Corajosa	Honesta	Capaz	Auto-controlada	Responsável
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Auto-respeito	Felicidade	Igualdade	Segurança familiar	Uma vida confortável
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
I	Infância e família	eu nasci na cidade de Araiozes-MA. Eu não tive muita infância, porque minha família era muito <b>pobre</b> . Quando a gente nasce em cidade do interior, a gente só procurar <b>trabalhar desde cedo</b> por não ter estudo e <b>não tem oportunidades</b> de emprego. A gente vai logo crescendo que nem um adulto. Meus pais <b>trabalhavam na roça</b> e esse era o modo que meus pais garantiam de forma bem escassa a nossa alimentação. Eu vim para Teresina com dezesseis anos para trabalhar e pensando em terminar meus estudos. No ano seguinte conheci meu marido e casei logo aos dezessete anos. Com muita luta consegui finalizar meu ensino médio, pois meu marido me controlava muito na época. Sempre quis ter minhas coisas e conseguir trabalhar em empresa privada, mesmo sem ser muito do agrado dele, em que trabalhei por dez anos no comércio antes de abrir meu negócio. Foi quando eu perdi meu emprego e decidi abrir um comércio com meus direitos. Meu marido ainda hoje trabalha no comércio e não interfere na gestão do meu negócio. Ele incentiva muito nas decisões que tomo frente ao negócio e <b>complemento a renda familiar</b> .		

II	Fatos de infância	Tive uma vida muito sofrida com meus irmãos, pois minha família era muito <b>pobre</b> . Chego a dizer que não tive infância, porque sempre <b>trabalhei desde cedo</b> na casa dos outros antes de <b>vir do interior para Teresina</b> . Chegando a Teresina, arrumei um emprego no comércio até que por necessidade abri meu negócio.
III	Experiências de trabalho	Meus pais viviam da roça e eu e meus irmãos <b>trabalhamos na roça</b> para ajudar no sustento de casa. Trabalhei por cinco anos numa empresa de calçados e depois trabalhei mais cinco anos em outra empresa, mas está era de confecções.
IV	Razões para empreender	A <b>necessidade</b> foi o principal motivo, porque a <b>falta de emprego</b> faz a gente ficar desmotivado demais. Fora que eu sentia a <b>necessidade</b> de ajudar no sustento de casa, porque tive uma filha há quatro anos e as despesas só aumentaram.
V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> são as vendas que estão fracas. Já as coisas boas é que o que entra no comércio é da gente, porque só tenho despesas com uma funcionária, não pago aluguel.
VI	Preparação para abrir um negócio	Eu procurei fazer um curso no <b>SEBRAE</b> para melhorar as minhas vendas. Por mais que eu não tenha curso superior, mas eu procuro sempre me qualificar para atender cada vez mais melhor o meu cliente.
VII	Resultado esperado no negócio	Espero <b>crescer e expandir</b> os produtos que eu já trabalho.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque me considero <b>independente</b> . A mulher tem que assumir os desafios de está a frente de seu negócio. Hoje, nos mulheres temos mais <b>liberdade</b> , temos os mesmos direitos que os homens, apesar de achar que as mulheres não são valorizadas em alguns aspectos, como dentro de uma empresa. Meu marido incentiva a minha atuação frente a empresa.
IX	O que é sucesso?	Sim, pois hoje mantenho minhas compras em dias e tenho como contribuir no <b>sustento</b> da minha casa. Isso me permite ter <b>realização</b> .
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Poder	q. 7 “Espero crescer e expandir os produtos que eu já trabalho.”	Realização.

<b>Número da Respondente</b>	<b>15</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	50 anos.			
Estado Civil:	Casada.			
Formação escolar:	Enisno Superior Completo.			
Número de dependentes:	Mais de 3.			
Proveniência:	Angical do Paiuí-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	23 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital Próprio.			
Área de atuação:	Comércio ramo de armarinho.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Corajosa	Honesta	Prestativa	Responsável	Auto-controlada
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>

Sabedoria	Amizade verdadeira	Felicidade	Auto-respeito	Segurança familiar
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
Or.	Categorias	Unidade de Contexto		
I	Infância e família	<p>Eu nasci na cidade de Angical-PI. Eu vivia com meu pai e minha mãe no interior. A minha família era muito <b>pobre</b>. Meu pai produzia cachaça artesanalmente. Quando eu terminei a oitava série do fundamental, eu tive que vir morar em Teresina, porque a gente tinha que caçar um local para estudar. A minha irmã veio primeiro, quando eu terminei a oitava série, foi minha vez de vir para Teresina. Estudava no Instituto de Educação, fiquei um tempo morando com minha irmã e do meio para fim dos estudos, eu fui morar numa pensão. Terminei meu curso e voltei para Angical. Quando cheguei lá falei com o prefeito da minha cidade e consegui dar aula numa escola num povoado da minha cidade. Depois fui trabalhar no comércio de um cunhado, onde eu aprendi a atender e vender para os clientes. Nesse período, que eu me conheci meu atual marido e me casei. Meu marido já trabalhava na universidade em Valença-PI. Eu casada segui ele, moramos um tempo lá, depois fomos para a cidade de Piri-piri-PI e por último viemos para Teresina, onde moramos até hoje. Durante esse processo, eu tive meus filhos. Nesse momento, bateu minha preocupação de como cuidar dos meus filhos e fazer alguma coisa para <b>complementar a renda</b> de casa. Comecei a dar aula em Teresina numa escola e quando eu tive meu terceiro filho, eu sai da escola. Tentei receber meus direitos, em que recebi uma pequena quantia. Naquele tempo eu desesperada já com três filhos, orei ao senhor e pedi uma luz, porque eu queria continuar trabalhando. Esse período era final de ano, quando falei para meu marido que queria pedir um presente a ele, que era o décimo terceiro dele, e, assim, ele me deu e eu montei meu negócio num ponto comercial próximo de casa. Comecei vendendo todo tipo de variedade e eu produzia muita coisa, como pano de prato, colcha de cama, ovo de páscoa, boneca de pano. O pensamento que eu tinha que se eu produzisse as coisas que iria vender, eu ganharia mais ainda e assim eu fiz. Então, eu fui surtindo meu armarinho. Não cheguei a fazer curso nenhum, fui aprendendo a fazer tudo só, porque meus filhos eram muito pequenos. Depois engravidei novamente de gêmeos e, por fim, tive uma filha especial. Eu passei por muita coisa no meu comércio, que as vezes eu pensava que não iria conseguir.</p>		
II	Fatos de infância	<p>As coisas boas que marcaram minha infância foi a minha conquista de conseguir terminar meus estudos com muita luta, pois naquela época, o filho de <b>pobre</b> terminar o ensino médio era mesmo que passar e finalizar um curso superior hoje. Marcou muito minha vida a <b>vinda do interior para Teresina</b>, porque as <b>oportunidades</b> no interior não são muito grandes. O meu casamento foi uma coisa boa, porque trouxe os meus maiores tesouros, que são meus filhos e eu vivo para cuidar deles. Hoje já estão quase todos formados e isso é uma satisfação muito grande para mim.</p>		
III	Experiências de trabalho	<p>Trabalhei dando aula por um período em duas escolas em períodos diferentes, trabalhei no comércio do meu cunhado.</p>		
IV	Razões para empreender	<p>Foi a <b>necessidade</b> de cuidar da família, de estar próximo dos filhos e também o fato da <b>falta de emprego</b> formal. Esses foram os principais motivos, porque eu via a <b>necessidade</b> de trabalhar para ter minha independência e ajudar no sustento de casa.</p>		
V	Percepções do negócio	<p>Antigamente, a venda era melhor. Hoje a gente precisa se preocupar com a venda, então as <b>dificuldades</b> são de fazer o dinheiro para pagar minha funcionária e demais despesas. Então a gente paga o aluguel, paga os impostos, quando a gente vai tirar o nosso lucro, tem meses que é muito fraco. As coisas boas são meus <b>clientes</b> que eu conquistei ao longo dos anos, que tenho confiança, vendo na promissória e eles pagam tudo direito na data certa. Se a gente não tiver uma boa relação com os <b>clientes</b> da gente, a gente perde, porque</p>		

		antes era só eu que tinha armarinho aqui perto. Hoje, já tem vários aqui perto, se eu não cativar minha <b>clientela</b> , não teria tanta venda como tenho até hoje. Além disso, as coisas boas é poder fazer meu horário, poder me dividir e cuidar de casa.
<b>VI</b>	<b>Preparação para abrir um negócio</b>	As vezes a gente está cheia de problemas dentro de casa, mas tem que está com o sorriso no rosto sempre para atender os meus clientes. Fiz alguns cursos pelo <b>SEBRAE</b> . Junto com minha experiência de vida, eu melhorei em muitos aspectos, com o objetivo de atender melhor meus clientes que estão cada vez mais exigentes.
<b>VII</b>	<b>Resultado esperado no negócio</b>	Eu tenho vontade de comprar mais coisas, mas eu procuro me organizar para evitar ter perdas em meu negócio. Mas pretendo <b>expandir</b> e diversificar mais e mais os meus produtos.
<b>VIII</b>	<b>Ser mulher e abrir um negócio</b>	Não, porque sou eu que direciono a solução dos problemas que existem no meu comércio. Eu me considero uma mulher de fibra, que luta pelos seus ideais, por esse motivo, não me vejo inferior a nenhuma homem.
<b>IX</b>	<b>O que é sucesso?</b>	Sim, porque tenho saúde e consigo ter minhas coisas. Porque dinheiro não é tudo, chega um momento que dinheiro nenhum no mundo compra a paz que a gente tem. Claro que ter dinheiro ajuda a ter muitas coisas, mas não é prioridade em minha vida, o principal é ter saúde e ter o pão de casa dia dentro de casa. Minha filha especial adora ficar dentro do armarinho, isso para mim é uma alegria. A gente tem que pedir a <b>Deus</b> sempre muita luz e sabedoria para a gente continuar a nossa batalha.

#### Análise de conteúdo do motivo da respondente

Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Afiliação	q. 5 “As coisas boas são meus clientes que eu conquistei ao longo dos anos, que tenho confiança, vendo na promissória e eles pagam tudo direito na data certa. Se a gente não tiver uma boa relação com os clientes da gente, a gente perde, porque antes era só eu que tinha armarinho aqui perto. Hoje, já tem vários aqui perto, se eu não cativar minha clientela, não teria tanta venda como tenho até hoje.”	afiliação.

<b>Número da Respondente</b>	<b>16</b>
<b>Perfil Demográfico</b>	
Idade:	63 anos.
Estado Civil:	Casada.
Formação escolar:	Ensino Superior Completo.
Número de dependentes:	1.
Proveniência:	Batalha-PI.
Tempo de atuação no negócio:	15 anos.
Formação específica no negócio:	Não.
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital Próprio.
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.
Quantidade de funcionários:	1.
<b>Valores</b>	
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>	
<b>1º</b>	<b>2º</b>
<b>3º</b>	<b>4º</b>
<b>5º</b>	

Honesta	Independente	Prestativa	Responsável	Tolerante
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Amizade verdadeira	Auto-respeito	Felicidade	Igualdade	Segurança familiar
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
Or.	Categorias	Unidade de Contexto		
I	Infância e família	<p>Eu nasci na zona rural de Batalha-PI. Meus pais <b>trabalhavam de roça</b> e meu pai era cuidador de gado de um fazendeiro. Meu pai tinha uma fábrica pequena de rapadura, de farinha de mandioca. Eu acompanhei todo esse processo. Meus pais já me inspiravam em empreender no futuro porque além da pequena fábrica que eles tinham em casa, tinham também um comércio pequeno, que antigamente se chamava de quintanda. Eu custei a estudar, fiz o primário bem feito no interior, mas lá só tinha até a quinta série. Eu parei um tempo de estudar e ajudava minha tia que era professora a dar aula para as crianças da escola do povoado. Eu vim entrar no ginásio já com dezessete anos em Teresina. Então, eu vim morar na cidade. Meu pai tinha um pouco de condição. A gente só não tinha condição melhor, porque meu pai era alcoólatra. Assim, ele não era bem resolvido com os estudos dos filhos, então eu e meu irmão tivemos que se virar um pouco em Teresina, tivemos que <b>trabalhar cedo</b> para conseguir se manter. Eu terminei o ensino médio e fiz o pedagógico. Em seguida, passei numa seleção da prefeitura de Teresina e comecei a dar aula. Depois me formei em história e fiz um concurso no Estado e fiquei até me aposentar na década de 80. Eu me casei muito tarde, não tive filhos, porque eu vivia de ajudar minha família e a vida foi passando. Depois, eu adotei uma criança, que hoje já está uma moça e mora fora com um namorado. Ela não quis muito estudar, conseguiu terminar o ensino médio, a gente mantém contato, mas ela não é muito de me ouvir, foi logo arrumando um namorado fora e hoje mora em Salvador-BA. Antes de me aposentar comecei a vender roupas, sendo sacoleira mesmo, para <b>complementar minha renda</b>. Abri um negócio pequeno e depois que me aposentei, mudei de ponto e aumentei meus produtos, porque eu me achava com saúde e não queria ficar parada, além de <b>complementar a renda</b>.</p>		
II	Fatos de infância	<p>Tive uma vida muito boa, apesar de a minha família ser <b>pobre</b>. Eu vivi muito o período da minha infância. Gostava de dar aula, desde criança eu ajudava uma tia e eu me via naquela situação de comando de sala de aula, ensinando as pessoas. A gente naquele tempo não tinha muitas <b>oportunidades</b>, então eu procurava ajudar minha tia na escola que ela dava aula para me ocupar um pouco. O que marcou muito também foi minha <b>vinda do interior para Teresina</b> para estudar.</p>		
III	Experiências de trabalho	<p>Eu fui professora a vida toda e me aposentei.</p>		
IV	Razões para empreender	<p>O que motivou a abertura do meu comércio foi a <b>necessidade</b>, porque eu já era professora da educação básica, mas a renda que eu tinha não era o suficiente para eu ter uma vida tranquila. Então, eu passei os dez últimos anos do magistério vendendo roupas, vendia para as colegas da escola e pessoas conhecidas. Antes de me aposentar, eu resolvi alugar um ponto e fiquei dividida entre a escola e meu negócio. Agora depois da aposentadoria, me dedico integralmente ao meu comércio.</p>		
V	Percepções do negócio	<p>As <b>dificuldades</b> são as viagens que faço para comprar a mercadoria que vendo, que é muito cansativa. A viagem é muito sacrificada, perigoso por questão da gente está na estrada, as vezes a gente passa por tentativa de assalto, mas no geral é muito <b>gratificante</b>, porque nossos <b>clientes</b> gostam de novidade. Se a gente não viajar para comprar, eles se afastam, parecem que acompanham até o processo de nossas viagens. Se a gente comprar mercadoria em Teresina de alguém que viajou, o povo não dar valor, o povo</p>		

		quer saber se a gente viajou e trouxe novidades. As coisas boas é que conhecemos pessoas e fazemos <b>amizades</b> . A gente descontraí e vive tranquilo. Essa <b>crise</b> nacional também abalou um pouco. Eu acredito que quem trabalha com essas lojinhas menores e não tem capital, está passando por bastantes <b>dificuldades</b> .
<b>VI</b>	<b>Preparação para abrir um negócio</b>	Eu fiz cursos através do <b>SEBRAE</b> . Isso possibilita a gente se inspirar e ficar contente com o nosso negócio, porque a gente precisa gostar do que faz. O <b>SEBRAE</b> ajuda muito a gente a regularizar o nosso negócio. A gente abre o nosso negócio de forma ilegal e o <b>SEBRAE</b> trás essa contrapartida, e, hoje, todo pipoqueiro e picolezeiro, por exemplo, tem o seu negócio legalizado.
<b>VII</b>	<b>Resultado esperado no negócio</b>	Eu espero <b>segurar do jeito que estar</b> . Já estou realizada com a estrutura que tenho, com a forma de produto que compro para revender e eu espero ter saúde para continuar por muitos tempos, porque a gente parada não é muito bom.
<b>VIII</b>	<b>Ser mulher e abrir um negócio</b>	Não, porque eu busco minha <b>independência</b> . Aqui nessa região que tenho meu negócio, quase todos os empreendimentos são de mulheres. Nessas viagens que faço a maioria das pessoas que viajam são mulheres. A maioria são pessoas que não tiveram oportunidade. Vender confecção é uma das coisas melhores. Eu me sinto muito <b>realizada</b> .
<b>IX</b>	<b>O que é sucesso?</b>	Sim, porque eu consigo complementar minha renda. Eu me considero acima de tudo uma pessoa batalhadora, porque a gente consegue ser <b>independente</b> , que consigo comprar meus produtos. Consigo ajudar as pessoas que eu gosto e a minha filha adotiva. Eu consigo fazer as coisas que gosto, viagens e fazer reformas em minha casa. Isso me dar <b>satisfação</b> .
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Afiliação	q. 5 “As coisas boas é que conhecemos pessoas e fazemos amizades. A gente descontraí e vive tranquilo.”	Afiliação.

<b>Número da Respondente</b>	<b>17</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	70 anos.			
Estado Civil:	Casada.			
Formação escolar:	Enisno Fundamental Completo.			
Número de dependentes:	Mais de 3.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	10 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital Próprio.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Honesta	Animada	Tolerante	Corajosa	Capaz
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Reconhecimento social	Liberdade	Auto-respeito	Felicidade	Segurança familiar
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				

Or.	Categorias	Unidade de Contexto
I	Infância e família	<p>Eu tive uma infância de muita luta, pois minha família era <b>pobre</b>. Meus pais <b>trabalhavam na roça</b>. Eu ajudava tanto com as crianças em casa, porque minha <b>família é grande</b>, eu tive muitos irmãos, eram nove irmãos, e eu era a segunda mais velha entre eles. Eu também eu ia <b>trabalhar na roça</b> pegar no pesado. Eu sou muito amorosa com minha família, sempre procurei ajudar muito. Eu até poderia ter saído para a cidade para estudar, mas eu achava importante ajudar dentro de casa e cuidar dos meus irmãos. Assim, eu fiz até a oitava série do ensino fundamental. Para a gente ser criado, eu e minha mãe tirava o óleo de mamona para ajudar na despensa, para a gente poder comprar comida e roupa. Naquele tempo no interior não tinha iluminação, então, a gente tinha luz com o uso de um motor que funcionava com óleo de momona. Então, a gente vai caía na luta, não dava moleza. Eu nasci em Teresina, mas minha família passou um bom tempo da minha vida no interior. Foi lá que conheci meu marido, e naquele tempo a gente tinha que casar com a pessoa que dava gosto aos nosso pai. Eu acho que não gostava muito do cara não, casei só para agradar meus pais. Esse meu marido gostava muito de trabalhar viajando e eu acompanhava. Nesse processo, a gente teve cinco filhos. Mas eu comecei a me desagradar com tanta mudança, porque eu não gostava de ficar morando um tempo ali e outro aqui, foi quando ele resolveu ir embora para o Pará e eu decidi mi separar dele de fato, mas não foi de papel, por isso, que ainda digo que sou casada. Ele sumiu e eu tive que batalhar sozinha. Vim para Teresina para tentar criar meus filhos. Alguns dos meus filhos ficaram na casa de parente porque eu não tinha cuidar de todos. Mas hoje graças a Deus, cada um tem seu espaço, tem seu carro próprio, tenho filhos formados e alguns netos que estão nesse caminho. Eu então quando cheguei em Teresina fui trabalhar para os outros. Depois passei num concurso para ser merendeira em uma escola da prefeitura. Hoje sou aposentada, mas o que ganho não é o suficiente. Porém, mesmo trabalhando em meu emprego certo, eu sempre tive o sonho de empreender e vender minhas coisas. Assim, eu tive a ideia de comprar roupas para vender para <b>complementar minha renda</b>. E assim eu fiz com o pouco que eu tinha. Até hoje eu trabalho para os meus filhos e netos. Hoje sou aposentada por tempo de contribuição.</p>
II	Fatos de infância	<p>Eu sempre fui uma criança amorosa. O que mais me marca é a questão de ter ajudado a cuidar dos meus irmãos, porque <b>minha família era grande</b> e eu era a mais velha. Isso eu tenho satisfação e é tudo que mais gosto de fazer é ajudar as pessoas que amo, como hoje eu ajudo na medida do possível aos meus filhos e netos. Minha família era muito <b>pobre</b>, então tive que ajudar em casa para meus pais trabalharem. Também comecei a <b>trabalhar cedo</b>, então no momento que eu ficava livre do serviço, eu ajudava em casa, por isso atrasei nos estudos.</p>
III	Experiências de trabalho	<p>Quando eu era criança <b>trabalhei na roça</b>. Eu trabalhei certo tempo para os outros no período que eu tinha acabado de chegar a Teresina quando me separei de fato do meu marido. Passei num concurso da prefeitura de Teresina para ser merendeira. Depois comecei a trabalhar com venda de variedades e hoje vendo confecções.</p>
IV	Razões para empreender	<p>Desde o início foi por <b>necessidade</b> de se manter, porque tinha <b>dificuldade de arrumar emprego</b> e também conciliar na criação dos filhos. Porque eu tinha que lutar para cuidar dos meus filhos.</p>
V	Percepções do negócio	<p>As <b>dificuldades</b> são as vendas poucas e um pouco da <b>inadimplência</b>, pois ainda hoje eu vendo na promissória. Hoje, eu tenho minhas vendas selecionadas, em que eu não vendo mais fiado para aquelas pessoas que enrolam muito. Minhas vendas são poucas no cartão. As coisas boas são as <b>amizades</b>, as <b>clientes</b> que são fiéis e sempre compram na minha mão. Outra coisa boa é a questão de eu confiar e acreditar em <b>Deus</b>. Eu sou evangélica e através da fé que tenho em <b>Deus</b>, eu consigo superar todas as dificuldades que sempre apareceram em minha vida.</p>



<b>VI</b>	<b>Preparação para abrir um negócio</b>	Meu preparo foi muito pouco, como só fiz o ensino fundamental completo, eu tive um pouco de dificuldade, mas consegui superar essas adversidades. Porém, eu fiz cursos vinculados ao <b>SEBRAE</b> e pelo <b>SENAC</b> também. Foram cursos que trouxeram uma boa vivência para o meu comércio, porque por mais que a gente aprenda muita coisa no dia a dia, você ouvir uma experiência diferente, faz com que você pense em outras oportunidades de como gerenciar o negócio da gente.
<b>VII</b>	<b>Resultado esperado no negócio</b>	Hoje, na idade que tenho só espero <b>continuar por muitos anos</b> ainda a minha atividade. Estou satisfeito com o que construir. Esse meu comércio é uma alegria para mim, me dar vida.
<b>VIII</b>	<b>Ser mulher e abrir um negócio</b>	Não, porque eu sempre corri atrás dos meus ideais. Eu que tracei meus planos. Nunca tive medo de nada, mesmo sabendo do machismo, eu superei essas adversidades e consegui vencer e criar meus filhos.
<b>IX</b>	<b>O que é sucesso?</b>	Sim, porque toda a minha trajetória de vida me mostra que eu conseguir criar meus filhos e educar eles na medida do possível. Além disso, eu servi de escala para meus filhos, pois alguns deles se inspiraram em mim e também tem seu comércio de forma paralela ao seu emprego. Isso me deixa muito contente.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Afiliação	q. 5 “As coisas boas são as amizadas, as clientes que são fiéis e sempre compram na minha mão.”	Afiliação.

<b>Número da Respondente</b>	<b>18</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	48 anos.			
Estado Civil:	Divorciada.			
Formação escolar:	Ensino Médio Completo.			
Número de dependentes:	2.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	3 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital Próprio.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Animada	Liberal	Prestativa	Amorosa	Corojasa
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1º</b>	<b>2º</b>	<b>3º</b>	<b>4º</b>	<b>5º</b>
Segurança familiar	Harmonia interior	Auto-respeito	Sabedoria	Igualdade
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		
<b>I</b>	<b>Infância e família</b>	Eu nasci em Teresina. Minha mãe era costureira e meu pai era mestre de obras. Tive uma vida pacata, <b>pobre</b> , minha vida era mais de brincar e estudava. Quando eu tinha onze anos de idade, meu pai faleceu e isso teve um impacto muito grande, porque passamos por muitas <b>dificuldades</b> , em que as coisas ficaram mais difíceis porque a nossa situação financeira não ficou muito bem.		

		<p>Mas mesmo assim minha mãe continuou com as costuras. Minha mãe então criou os três filhos com muito suor, porque ela <b>não teve muita oportunidade</b>. A gente conseguiu estudar e finalizar o ensino médio. Quando eu atingi minha maioridade, eu comecei a trabalhar para os outros. Meu primeiro emprego foi numa fábrica de roupa, aprendi há costurar um pouco, depois trabalhei como secretária e telefonista. Fui cobradora de ônibus. Mas meu sonho mesmo era ter um empreendimento, eu só não sabia em que empreender. Primeiro eu pensei em empreender na área de alimentação, mas como sabia que estragava muita comida, eu resolvi não abrir esse tipo de negócio, porque eu não gosto de aproveitar comida e isso poderia gerenciar ao fato de perder clientela. Depois tive a ideia de abrir o negócio com a venda de plástico, foi quando eu comecei, mas logo eu percebi que a venda que gerava a renda do plástico não era muito boa. Foi quando eu tive a ideia de trabalhar com confecção, até porque já tinha tido a experiência na fábrica de roupas e por isso decidi trabalhar com área da moda. Isso eu faço até hoje e estou me sentindo realizada. Desde a minha juventude eu pensava em empreender. Eu casei com vinte anos de idade, tive duas filhas e hoje tenho três netos.</p>
II	Fatos de infância	<p>O que marcou muito foi à morte do meu pai, que a gente teve que <b>trabalhar cedo</b> para ajudar minha mãe com as despesas de casa, porque a gente não teve muitas <b>oportunidades</b> e era muito <b>pobre</b>. Mas mesmo assim a gente não parou de estudar, a gente conciliava.</p>
III	Experiências de trabalho	<p>Eu trabalhei numa fábrica de roupa. Depois trabalhei como secretária e telefonista. E por último fui cobradora de ônibus. Após isso abri meu negócio.</p>
IV	Razões para empreender	<p>O que motivou foi a <b>necessidade</b> a ajudar em casa e criar minhas filhas. Meu marido trabalhava fichado numa empresa, mas o que ele ganhava era muito pouco. Tive umas experiências trabalhando para os outros, mas me realizei depois que abri meu negócio. Tive alguns erros, mas hoje estou realizada com a venda de confecções.</p>
V	Percepções do negócio	<p>As <b>dificuldades</b> que percebo é que o governo não dar incentivo para ninguém. Não tem renda circulando no Brasil, aí as vendas caíam. As coisas boas é que eu gosto de trabalhar com pessoas, a gente conhece pessoas. Isso me idealiza. A gente ajuda as pessoas a tirar dúvida de qual roupa fica melhor. Eu adoro trabalhar nesse segmento da moda, porque eu gosto de comprar roupas que estão em alta. Com isso minhas vendas são relativamente boas e consigo pagar minhas contas sem ficar com nada atrasado. A gente <b>faz amigos</b>.</p>
VI	Preparação para abrir um negócio	<p>Os cursos que tenho é de como atender cliente, como falar em público e de como gerenciar o meu negócio. Fiz esses cursos no <b>SEBRAE</b>. Depois me inscrevi e participei do projeto do <b>SEBRAE</b> mulheres de negócio. É uma experiência boa, porque a gente entra em contato com outras empreendedoras, a gente conta nossa vida e aprende com as experiências das outras mulheres. Os resultados são muito <u>positivos</u> e <u>influência</u> diretamente na nossa venda.</p>
VII	Resultado esperado no negócio	<p>Hoje meu negócio está estável. Eu pretendo ter mais capital para investir em mais mercadoria e ter uma renda melhor. A gente sempre sonha, mas tem que ter os pés no chão. Eu quero progredir e poder ajudar as pessoas que eu amo. Eu não penso em riqueza, eu quero me realiza e ter condições para ajudar minhas filhas e netos. Quero <b>manter</b> o padrão que vivo, eu não tenho luxo, quero somente ter uma vida estável.</p>
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	<p>Não, muito pelo contrário. Eu sempre tive guara para lutar pelos meus ideais. Acho que eu fui à primeira cobradora de ônibus em Teresina. Eu gosto de ser <b>independente</b>. Eu não tive necessidade de ter meu companheiro dentro da empresa, eu me saí muito bem. Talvez eu tenha precisado só do apoio do meu companheiro, e ele me incentivou.</p>
IX	O que é sucesso?	<p>Sim, porque eu sempre tive o sonho e o desejo de ser empreendedora. Hoje com a idade que tenho eu consegui atingir o que sempre quis que foi ajudar nas despesas de casa. Isso para mim é <b>gratificante</b> demais e eu só tenho a agradecer a <b>Deus</b>.</p>

Análise de conteúdo do motivo da respondente		
Motivo declarado pela respondente	Emergiu das perguntas/Categoria?	Motivo inferido por análise de conteúdo
Afiliação	q. 5 “As coisas boas é que eu gosto de trabalhar com pessoas, a gente conhece pessoas. Isso me idealiza. A gente ajuda as pessoas a tirar dúvida de qual roupa fica melhor.”	Afiliação.

Número da Respondente	19			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	29 anos.			
Estado Civil:	Solteira.			
Formação escolar:	Ensino Fundamental Completo.			
Número de dependentes:	Nenhum.			
Proveniência:	Teresina-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	4 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Empréstimo.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
1º	2º	3º	4º	5º
Amorosa	Animada	Prestativa	Responsável	Capaz
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
1º	2º	3º	4º	5º
Amizade verdadeira	Felicidade	Sabedoria	Segurança familiar	Uma vida confortável
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
Or.	Categorias	Unidade de Contexto		
I	Infância e família	Eu nasci em Teresina. Minha família é <b>muito pobre</b> . Meus pais tiveram quatro filhos, mas faleceu dois, e, hoje, só tenho eu e minha irmã caçula. Minha mãe desde nova produzia colcha de cama par vender, em que ela fazia bordados nas colchas para <b>complementar a renda</b> . Depois ela começou a comprar outros produtos e depois de alguns anos ela abriu uma loja com algumas variedades. Meu pai trabalha como vigilante em uma empresa. Eu sou solteira ainda, só estudei até a oitava série do ensino fundamental. Pretendo um dia finalizar os estudos, pois sei da importância que se tem em ter os estudos. Não pretendo ter filhos agora, porque as coisas estão tão difíceis e se acontecesse o fato de arrumar um marido e engravidar, isso com certeza atrapalharia mais ainda o meu retorno aos estudos, pois eu iria cuidar de casa.		
II	Fatos de infância	Tive uma infância muito <b>pobre</b> e de dificuldades enfrentadas pelos meus pais para criar eu e meus irmãos.		
III	Experiências de trabalho	Só tive a experiência de ser <b>doméstica</b> numa casa de família e ajudei minha mãe no comércio dela por um tempo.		
IV	Razões para empreender	A <b>necessidade</b> é o principal fator, pois é grande a <b>falta de emprego</b> formal no mercado de trabalho. A minha mãe me emprestou dinheiro e me ajudou, assim, a abrir meu primeiro negócio, que mesmo de forma pequena é de onde eu tiro meu sustento.		

V	Percepções do negócio	As <b>dificuldades</b> é a falta de <b>clientes</b> , a <b>inadimplência</b> também é outra questão porque a gente também vende fiado na promissória e mesmo aqueles <b>clientes</b> que antes a gente considerava bom pagador, agora está tendo dificuldade de pagar. As coisas boas é poder pagar as contas da gente em dia, mesmo com tanta dificuldade.
VI	Preparação para abrir um negócio	Eu não tenho muito preparo, na verdade é mais a vivência que tive no comércio da minha mãe com sua experiência. Fiz uns dois cursos no <b>SEBRAE</b> que me ajudou muito, principalmente, com o trato com o cliente, porque mesmo que o cliente não compre, a gente tem que saber tratar bem esse cliente. Procuo atender bem meu cliente para que ele retorne e possa até me indicar para outras pessoas.
VII	Resultado esperado no negócio	Eu espero <b>crescer</b> e <b>expandir</b> com mercadorias diversificadas.
VIII	Ser mulher e abrir um negócio	Não, porque a gente tem <b>independência</b> . Meu pai sempre incentivou a gente em nosso comércio. Eu assumo os desafios, mesmo com todas as dificuldades, eu me sinto uma mulher guerreira.
IX	O que é sucesso?	Sim, por todas as dificuldades que enfrentei na vida, eu tenho o sentimento de <b>realização</b> , de poder sobreviver do meu suor, da atividade que executo.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>		<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>
Afiliação		Realização.
		q. 7 “Eu espero crescer e expandir com mercadorias diversificadas.” q. 9 “eu tenho o sentimento de realização, de poder sobreviver do meu suor, da atividade que executo.”

<b>Número da Respondente</b>	<b>20</b>			
<b>Perfil Demográfico</b>				
Idade:	49 anos.			
Estado Civil:	Casada.			
Formação escolar:	Ensino Fundamental Completo.			
Número de dependentes:	Nenhum.			
Proveniência:	Castelo do Piauí-PI.			
Tempo de atuação no negócio:	5 anos.			
Formação específica no negócio:	Não.			
Como fundou ou como conseguiu dinheiro para abertura do negócio?	Capital próprio.			
Área de atuação:	Comércio ramo de confecções.			
Quantidade de funcionários:	1.			
<b>Valores</b>				
<b>Hierarquia dos Valores Instrumentais</b>				
<b>1°</b>	<b>2°</b>	<b>3°</b>	<b>4°</b>	<b>5°</b>
Auto-controlada	Capaz	Corajosa	Honesta	Independente
<b>Hierarquia dos Valores Terminais</b>				
<b>1°</b>	<b>2°</b>	<b>3°</b>	<b>4°</b>	<b>5°</b>
Amizade verdadeira	Igualdade	Salvação	Sabedoria	Segurança familiar
<b>História de Vida</b>				
<b>Consolidação das Unidades de Contexto da Entrevista</b>				
<b>Or.</b>	<b>Categorias</b>	<b>Unidade de Contexto</b>		

I	Infância e família	<p>Eu nasci num povoado de Castelo do Piauí-PI. Eu não tive uma infância muito boa, porque minha <b>família é grande</b> e a gente passou muita necessidade por ser muito <b>pobre</b>. Eu sai de casa muito <b>cedo para trabalhar</b>, para ajudar nas despesas de casa. Meus pais trabalhavam no interior. Eu tive sete irmãs. A gente se mudou muito. Vivemos um tempo em Sigefredo Pachado-PI e depois fomos para Campo Maior-PI. Eu sempre fiquei trabalhando em casa de família desde os meus onze anos de idade. As minhas irmãs também trabalhavam em casa de família. A gente ganhava muito pouco e tinha muita <b>dificuldade</b>. O que a gente ganhava dava para comprar só o básico, a gente não tinha luxo. Meu pai fazia bico, então, naquela época <b>não tinha muitas oportunidades</b> de emprego. Assim, meu pai não conseguia emprego fixo. Meu pai era muito mole para trabalhar. Já minha mãe sempre foi mais ativa. Ela trabalhava nas casas também, lavava roupas e passava. As pessoas às vezes não a pagavam com dinheiro e dava alguma coisa para nosso sustento dentro de casa. A gente trabalhou na roça também apanhando feijão e outras verduras para outras pessoas. A gente começou a estudar com dez anos de idade. Mesmo trabalhando a gente conseguiu estudar. Eu das irmãs fui à única que não conclui os estudos por completo, fiz até a oitava série do ensino fundamental. Depois a gente veio para Teresina e começamos a trabalhar no comércio. Eu trabalhei um tempo numa loteria. Nessa época eu conheci meu marido e me casei. Depois que engravidei, eu sai da loteria e fui cuidar dos filhos, pois eu tive dois filhos, um seguido do outro. Eu tenho uma irmã que conseguiu comprar uma máquina de costura e eu fui trabalhar com ela, porque eu conseguia levar meus filhos para lá e fazer as duas coisas ao mesmo tempo. Eu comecei a vender Avon também para <b>complementar à renda</b>, porque meu marido trabalhava no comércio e ganhava muito pouco. Eu vendia Avon fiado, mas graças a Deus no dia certo eu recebia o que o povo me devia. Naquele tempo a gente tinha mais confiança nas pessoas e as pessoas eram mais honestas. Minha mãe sempre foi danada, fez um curso no SEBRAE e depois no SENAC, que foi um curso de costura e começou a incentivar a nós filhas a costurar e gostar de vender roupas. Porém, o Meu negócio era só vender, eu não gostava muito de costurar não.</p>
II	Fatos de infância	<p>A minha infância foi muito <b>pobre</b>. Comecei a <b>trabalhar cedo</b> desde criança para garantir o meu próprio sustento, porque as oportunidades eram poucas no interior, além da <b>minha família ser grande</b>. A gente não tem muita escolha a não ser ajudar na roça. Depois <b>vim do interior para a Teresina</b>. Aqui foi onde eu consegui ter mais <b>oportunidades</b>, mesmo com tantas limitações.</p>
III	Experiências de trabalho	<p><b>Trabalhei na roça</b>. Depois trabalhei como <b>doméstica</b>. Por fim, trabalhei no comércio e depois numa loteria. Após eu engravidar, eu trabalhei ainda costurando para minha irmã e depois comecei a vender minhas coisas. Inicialmente, comecei a vender Avon e depois comecei a comprar roupas para vender. Vendi roupa nas feiras de bairro, até que conseguir montar meu comércio num ponto alugado.</p>
IV	Razões para empreender	<p>O que motivou em apreender foi à <b>necessidade</b>, porque eu tinha que cuidar dos meus filhos e de casa. Assim, eu precisava criar meu tempo e com as vendas eu consegui desenrolar e ter minha independência. Hoje meu marido está até desempregado e dependendo até da minha renda.</p>
V	Percepções do negócio	<p>As <b>dificuldades</b> são as <b>crises</b> que o país está enfrentando. As coisas boas são os <b>clientes</b> bons. Eu vendo mais a vista, mas tenho ainda a pratica de vender a prestação para poucos <b>clientes</b>, porque a <b>inadimplência</b> se tornou muito grande.</p>
VI	Preparação para abrir um negócio	<p>Eu fiz uns cursos no <b>SEBRAE</b>, mas o pensamento que tenho que foi com a venda diária que aprendi a gerenciar meu negócio.</p>
VII	Resultado esperado no negócio	<p>Satisfeito a gente não está. A vontade que tenho é de encher de mercadorias. Eu pretendo <b>crescer</b> um pouco ainda, quero reformar meu estabelecimento e investir mais em mercadoria. As vezes eu faço um empréstimo no Credamigo, mas o dinheiro é muito pouco, não tem como a gente investir muito. Antes a</p>

		gente pegava num dinheiro melhor com a venda. Hoje a gente trabalha para pagar as contas e <b>manter</b> o negócio.
<b>VIII</b>	<b>Ser mulher e abrir um negócio</b>	Não, porque eu sempre busquei ter meu dinheiro. Hoje meu marido está dependendo até da minha renda para sobreviver. Graças a Deus meus filhos já estão de maior e já se formaram e trabalham. Assim, hoje eu não me preocupo tanto em ter que trabalhar para criar eles, porque cada um dos meus filhos seguiram seu rumo. Eu fui incentivada por minhas irmãs a abrir meu próprio negócio. Isso foi muito importante. O meu marido também me incentivou. Ele não me ajuda aqui, nem estando desempregado, ele não se preocupa em ajudar aqui. O negócio do meu marido é separado. Eu quero as coisas <b>independentes</b> . Eu nem acho ruim isso, porque meu marido não tem visão de negócio. Eu já tenho experiência boa, eu tive dificuldade de entrar no negócio, mas minha vontade hoje é de continuar e seguir gerenciando meu negócio.
<b>IX</b>	<b>O que é sucesso?</b>	Sim, devido a tantas coisas que já passei. O sofrimento da infância de ter sido explorada nas casas dos outros. Hoje a <b>realização</b> que tenho de ter meu negócio é muito importante para mim. Ter meu negócio é bem diferente, eu falo meu tempo, eu estou fazendo o que gosto.
<b>Análise de conteúdo do motivo da respondente</b>		
<b>Motivo declarado pela respondente</b>	<b>Emergiu das perguntas/Categoria?</b>	<b>Motivo inferido por análise de conteúdo</b>
Realização	q. 7 “Satisfeito a gente não está. A vontade que tenho é de encher de mercadorias. Eu pretendo crescer um pouco ainda, quero reformar meu estabelecimento e investir mais em mercadoria.”	Realização.

## APÊNDICE C

### CONSOLIDAÇÃO DAS UNIDADES DE REGISTRO E DAS UNIDADES DE CONTEXTO DA HISTÓRIA DE VIDA

#### Categoria: I - Infância e família

Respondente	Unidade de registro	Unidade de contexto
1	Família grande; pobre; falta de oportunidades.	“Minha <b>família é grande</b> . Tive uma infância <b>pobre</b> sem muito luxo, em que as <b>oportunidades naquela tempo eram escassas</b> . (...)”
2	Complementação de renda; Família grande; Pobre; Dificuldades; trabalhar cedo; Falta de oportunidade.	“(…) Toda a família vivia com a renda de dois salários mínimos da aposentadoria do meu pai e minha mãe <b>complementava a renda</b> fazendo unhas, era manicure. Como a <b>família era grande</b> e éramos muito <b>pobres</b> e passamos por muitas <b>dificuldades</b> . (...) Tanto eu como meus irmãos <b>desde cedo começamos a trabalhar</b> para os outros, a grande maioria na informalidade, sem carteira assinada, porque <b>não tinha muita oportunidade</b> de emprego. Eu comecei <b>a trabalhar cedo</b> , já com treze anos, muito jovem. (...)”
3	Pobre; Falta de oportunidades; Família grande; Trabalha cedo; Dificuldades.	“(…) A gente era muito <b>pobre</b> e <b>não tinha muita oportunidade</b> como se tem hoje de estudo e emprego. (...) Minha <b>família é grande</b> , tive oito irmãos. Eu comecei estudar, mas <b>desde cedo trabalhei</b> , porque a gente passava muita <b>dificuldade</b> , sendo até o motivo de eu não concluir meus estudos. (...)”
4	Pobre; Família grande; Trabalhar cedo; Trabalhar na roça; Dificuldades.	Nasci numa cidade do interior, em que tive uma vida muito <b>pobre</b> . Minha <b>família é grande</b> , meu pai e minha mãe se casaram muito jovens e tiveram dez filhos. Todos nos lutamos muito para sobreviver e começamos a <b>trabalhar muito cedo</b> . Nós tivemos uma vida muito <b>pobre</b> . Quando eu nasci meus pais <b>trabalhavam na roça</b> num povoado. (...). Eu <b>trabalhei um tempo na roça</b> , mas a gente gostava muito de trabalhar com venda, a gente vendia de tudo. Eu cheguei a vender bolo na feira, dindim, enfim, a gente vendia de tudo, porque tinha muita <b>dificuldade</b> . (...) Por conta das <b>dificuldades</b> , tomei a decisão de fazer alguns cursos no SEBRAE e participar do programa SEBRAE mulher de negócios, que me fez perceber o mercado que estava minha volta e aproveitei a oportunidade de mudar de ramo, porque antes trabalhava com confecções e calçados. (...)”
5	Trabalhar cedo; Pobre; Trabalho de roça; Família grande; Dificuldades; Falta de oportunidades.	“Eu praticamente não tive infância na verdade, pois <b>trabalhei desde cedo</b> . Eu me casei muito jovem e tive uma vida <b>pobre</b> , de muito sofrimento e humilde. Meus pais <b>trabalhavam na roça</b> , não tinha sabedoria e não tinham como oferecer os estudos a mim e meus irmãos. <b>Minha família é muito grande</b> . (...) Tínhamos muitas <b>dificuldades</b> porque naquela época <b>não se tem as oportunidades</b> que se tem hoje, foi quando tive a ideia de pedir para meu marido para comprar uma máquina de costura. (...)”
6	Pobre; Dificuldades; Trabalhar cedo.	“(…) Eu tive uma vida muito <b>pobre</b> . Na criação com meu pai teve muita oscilação de mulheres e passei muitas <b>dificuldades</b> . (...). Quando eu completei quinze anos, eu decide sair de casa, fui morar na casa de uma tia em Brasília e comecei a <b>trabalhar foi cedo</b> . (...)”
7	Dificuldades; Pobre; Trabalhar cedo; Complementação de renda.	“Sobre minha infância foi com muito sacrifício e <b>dificuldades</b> . Minha mãe era muito <b>pobre</b> , lavadeira de beira de rio. (...) Eu comecei a <b>trabalhar muito cedo</b> . (...). O meu pensamento era <b>complementar a renda familiar</b> , porque meu marido era muito farrista e deixar às vezes de colocar alimento dentro de casa gastando com folia na rua. (...)”
8	Família grande; Pobre;	“(…) Minha <b>família é grande</b> e muito <b>pobre</b> . Eu tinha doze

	Trabalhar na roça; Trabalhar cedo; Complementação de renda.	irmãos. Meu pai era muito trabalhador, criou todos com respeito e obediência. O meu pai <b>trabalhava com roça</b> e gado. Eu e meus irmãos <b>trabalhamos de roça</b> para ajudar nas despesas de casa. (...). Eu comecei a <b>trabalhar muito cedo</b> . Quando eu completei dez anos meu pai já me levava para plantar, plantava legumes, verduras e frutas, tanto para vender como para garantir o sustento da <b>família que era muito grande</b> . (...) Depois eu coloquei um comércio de cereais na minha casa, mas continuava costurando, porque eu tinha que <b>complementar a renda</b> , pois meu marido ganhava muito pouco. (...).”
9	Família grande; Dificuldades; Trabalhar na roça; Pobre; Trabalhar cedo; Falta de oportunidades; Complementação de renda.	“(…). Minha <b>família é grande</b> . Eu tinha uma infância com muitas <b>dificuldades</b> junto com meus irmãos, por conta necessidade que era muito grande. Meu pai <b>trabalhava na roça</b> , então eu e meus irmãos tivemos que aprender a si virar muito cedo para termos as nossas coisas, porque a gente era muito <b>pobre</b> . Aos treze anos eu vim para Teresina para estudar e comecei a <b>trabalhar cedo</b> na casa de família, porque no interior <b>não tinha muitas oportunidades</b> . (...) Meu marido continuou trabalhando para outras pessoas e eu tomando de conta sozinha do meu negócio, em que <b>complementava a renda</b> de casa. (...)”
10	Pobre; Dificuldades; Família grande; Complementação de renda; Dificuldades.	“Minha infância foi muito boa, porque tive uma vida tranquila, mesmo sendo <b>pobre</b> e com <b>dificuldades</b> . (...). <b>Minha família é grande</b> . Nessa época que fiz minha formação superior, eu conciliava minhas atividades com a empresa que mantinha em casa com a venda de materiais de segurança utilizado na construção civil em sua maioria, em que <b>complementava a renda familiar</b> . (...) Fiquei um tempo sem saber como iria superar essa situação de <b>dificuldades</b> e comecei a ser sacoleira. (...)”
11	Pobre; Trabalhar na roça; Dificuldades; Falta de oportunidades; Família grande; Complementação de renda.	“(…). Minha família era muito <b>pobre</b> . Ninguém tinha empreendimento algum, todos <b>trabalhavam na roça</b> e passávamos muitas <b>dificuldades</b> . Quando vim para Teresina, eu vim para trabalhar de doméstica e ser babá na casa de uma prima, porque no interior a gente <b>não tinha oportunidades</b> . (...) Eu tenho uma <b>família grande</b> , em que meus pais tiveram seis filhos. (...) Meu marido também tem o empreendimento dela, em que ele tem uma loja de material de construções. Meu marido não interferi no meu negócio e eu me sinto livre para tomar minhas decisões. Assim, <b>complemento a renda familiar</b> . (...)”
12	Pobre; Dificuldades; Complementação de renda.	“(…). Mesmo sendo <b>pobre</b> e tenho uma vida com algumas <b>dificuldades</b> , meus pais sempre batalharam para manter a casa. (...) Minha mãe sempre trabalhou no comércio, mas tinha uma atividade extra, pois ela era confeitadeira e ajudava nas despesas de casa, <b>complementando a renda familiar</b> . (...)”
13	Dificuldades.	“(…). O certo é que depois de formada me vi desempregada e sem perspectiva alguma. Com isso, me vi obrigada a pensar em como agir para sair dessas <b>dificuldades</b> . (...)”
14	Pobre; Trabalhar cedo; Falta de oportunidades; Trabalhar na roça; Complementação de renda.	“(…). Eu não tive muita infância, porque minha família era muito <b>pobre</b> . Quando a gente nasce em cidade do interior, a gente só procurar <b>trabalhar desde cedo</b> por não ter estudo e <b>não tem oportunidades</b> de emprego. (...) Meus pais <b>trabalhavam na roça</b> e esse era o modo que meus pais garantiam de forma bem escassa a nossa alimentação. (...) Meu marido ainda hoje trabalha no comércio e não interfere na gestão do meu negócio. Ele incentiva muito nas decisões que tomo frente ao negócio e <b>complemento a renda familiar</b> .”
15	Pobre; Complementação de renda.	“(…). A minha família era muito <b>pobre</b> . (...) Nesse momento, bateu minha preocupação de como cuidar dos meus filhos e fazer



		alguma coisa para <b>complementar a renda</b> de casa. (...).”
16	Trabalhar na roça; Trabalhar cedo; Complementação de cedo.	“(…). Meus pais <b>trabalhavam de roça</b> e meu pai era cuidador de gado de um fazendeiro. (...). Assim, ele não era bem resolvido com os estudos dos filhos, então eu e meu irmão tivemos que se virar um pouco em Teresina, tivemos que <b>trabalhar cedo</b> para conseguir se manter. (...). Antes de me aposentar comecei a vender roupas, sendo sacoleira mesmo, para <b>complementar minha renda</b> . Abri um negócio pequeno e depois que me aposentei, mudei de ponto e aumentei meus produtos, porque eu me achava com saúde e não queria ficar parada, além de <b>complementar a renda</b> .”
17	Pobre; Trabalhar na roça; Família grande; Complementação de renda.	Eu tive uma infância de muita luta, pois minha família era <b>pobre</b> . Meus pais <b>trabalhavam na roça</b> . Eu ajudava tanto com as crianças em casa, porque minha <b>família é grande</b> , eu tive muitos irmãos, eram nove irmãos, e eu era a segunda mais velha entre eles. Eu também eu ia <b>trabalhar na roça</b> pegar no pesado. (...). Assim, eu tive a ideia de comprar roupas para vender para <b>complementar minha renda</b> . E assim eu fiz com o pouco que eu tinha. (...).”
18	Pobre; Dificuldades; Falta de oportunidades.	“(…). Tive uma vida pacata, <b>pobre</b> , minha vida era mais de brincar e estudava. Quando eu tinha onze anos de idade, meu pai faleceu e isso teve um impacto muito grande, porque passamos por muitas <b>dificuldades</b> , em que as coisas ficaram mais difíceis porque a nossa situação financeira não ficou muito bem. (...). Minha mãe então criou os três filhos com muito suor, porque ela <b>não teve muita oportunidade</b> . (...).”
19	Pobre; Complementação de renda.	“(…). Minha família é <b>muito pobre</b> . (...). Minha mãe desde nova produzia colcha de cama para vender, em que ela fazia bordados nas colchas para <b>complementar a renda</b> . (...).”
20	Família grande; Pobre; Trabalhar cedo; Dificuldades; Falta de oportunidades; Complementação de renda.	“(…). Eu não tive uma infância muito boa, porque minha <b>família é grande</b> e a gente passou muita necessidade por ser muito <b>pobre</b> . Eu saí de casa muito <b>cedo para trabalhar</b> , para ajudar nas despesas de casa. (...). A gente ganhava muito pouco e tinha muita <b>dificuldade</b> . O que a gente ganhava dava para comprar só o básico, a gente não tinha luxo. Meu pai fazia bico, então, naquela época <b>não tinha muitas oportunidades</b> de emprego. Assim, meu pai não conseguia emprego fixo. (...). Eu comecei a vender Avon também para <b>complementar à renda</b> , porque meu marido trabalhava no comércio e ganhava muito pouco. (...).”

#### Categoria: II - Fatos da infância

R	Unidade de registro	Unidade de contexto
1	Pobre; Família Grande; Vinda do interior; Falta de oportunidades.	“Eu tive uma infância muito <b>pobre</b> . Como a gente era uma <b>família grande</b> , a gente desde muito cedo teve que ajudar para ter o sustento. (...). A minha <b>vinda do interior para a capital</b> me ajudou muito a crescer, porque no interior não tem <b>oportunidades</b> .”
2	Família Grande; Pobre; Falta de oportunidades.	“Fatos que marcaram minha infância é que meus pais nunca puderam pagar escola para os filhos, porque a <b>minha família é grande</b> , então meus irmãos sempre estudaram em escola pública pelo fato da gente ser muito <b>pobre</b> . (...). Hoje tenho quatro anos de formada, fiz estágio em CRAS, achei belíssima minha área, porém, o mercado não possui muitas <b>oportunidades</b> . (...).”
3	Falta de oportunidades.	“(…) Como a gente não tem muitas <b>oportunidades</b> por falta de estudo, então a gente tem que se virar <b>para poder sobreviver</b> .”
4	Trabalhar cedo; Família Grande; Vinda do interior;	“O que mais marcou em minha vida foi o fato de ter que <b>trabalhar cedo</b> . Meus pais trabalhavam com vendas e isso que garantia o sustento

	Falta de oportunidades.	da <b>família que é grande</b> . (...). A minha <b>vinda do interior para Teresina</b> também marcou muito, porque eu morava numa cidade pequena de interior e vim para a capital do Estado, em que mesmo com dificuldades, consegui superar a falta de <b>oportunidades</b> de emprego.”
5	Pobre; Família Grande; Trabalhar cedo; Vinda do interior; Falta de oportunidades.	“Os fatos marcantes que descrevem minha infância são a vida <b>pobre</b> que tive com meus pais e irmãos, pois <b>minha família é grande</b> , tenho dez irmãos. Eu lembro de mim <b>desde cedo trabalhando</b> no plantio da roça do meu pai para garantir o sustento da família. A questão de ter saído da casa dos meus pais e ter <b>vindo do interior para Teresina</b> também marcou muito minha vida. (...). Depois disso, como eram difíceis as <b>oportunidades</b> de emprego, tinha o sonho de ter meu atelier e produzir minhas coisas.”
6	Pobre; Falta de oportunidades.	Minha infância foi muito <b>pobre</b> e cheia de abalos emocionais. (...). Eu não tive muitas <b>oportunidades</b> de estudo, em que atrasei um pouco.
7	Pobre; Falta de oportunidades; Trabalhar cedo.	“O que mais recorro é da luta da minha mãe em criar sozinha eu e meus quatro irmãos, pois a gente era muito <b>pobre</b> . Tivemos uma vida sofrida, mas a gente era muito feliz com a vida que tínhamos, mesmo sem ter muitas <b>oportunidades</b> de desfrutar de uma vida boa. Eu comecei a <b>trabalhar cedo</b> , isso atrapalhou um pouco meus estudos.”
8	Pobre; Família Grande; Trabalhar cedo; Falta de oportunidades; Vinda do interior.	“Eu tive uma infância com algumas dificuldades pela vida <b>pobre</b> que eu tinha com <b>minha família que é grande</b> . Desde <b>cedo a gente trabalhou</b> na roça. Mesmo com a falta de <b>oportunidades</b> , eu conseguir vencer essas dificuldades. <b>Vim do interior embora para Teresina</b> muito nova para estudar e aqui constitui família, tive meus filhos, abri meu comércio e isso me deixa muito realizada.”
9	Trabalhar cedo; Família Grande; Pobre; Vinda do interior; Falta de oportunidades.	“Eu tive uma infância que se misturou um pouco com minha fase adulta, porque comecei a <b>trabalhar muito cedo</b> . Desde criança já ajudava na roça, pois minha <b>família era grande muito pobre</b> . Depois <b>sair do interior e vim para Teresina</b> e comecei a <b>trabalhar cedo</b> como doméstica na casa de família. (...). Hoje sou separada e procuro manter o sustento de casa com meu trabalho, porque não tive <b>oportunidades</b> de arrumar um emprego bom porque não tinha estudo.”
10	Pobre.	“(…). Assim, mesmo não tendo uma vida de luxo, porque minha família era <b>pobre</b> , mas vivi bem, meus pais nunca deixaram faltar o alimento dentro de casa.”
11	Pobre; Vinda do interior; Trabalhar cedo.	“Minha infância foi muito precária com muito sofrimento, pois minha família era muito <b>pobre</b> . (...). Ainda adolescente, <b>vim do interior para Teresina</b> , onde <b>desde cedo trabalhei</b> para poder me sustentar e ajudar minha família.”
12	Pobre.	“Tive uma infância muito feliz, mesmo sendo de família <b>pobre</b> . (...).”
13	Falta de oportunidades.	“(…). Hoje sou formada, mas não tive <b>oportunidades</b> na minha área de formação.”
14	Pobre; Trabalhar cedo; Vinda do interior.	“Tive uma vida muito sofrida com meus irmãos, pois minha família era muito <b>pobre</b> . Chego a dizer que não tive infância, porque sempre <b>trabalhei desde cedo</b> na casa dos outros antes de <b>vir do interior para Teresina</b> . (...).”
15	Pobre; Vinda do interior; Falta de oportunidades.	“As coisas boas que marcaram minha infância foi a minha conquista de conseguir terminar meus estudos com muita luta, pois naquela época, o filho de <b>pobre</b> terminar o ensino médio era mesmo que passar e finalizar um curso superior hoje. Marcou muito minha vida a <b>vinda do interior para Teresina</b> , porque as <b>oportunidades</b> no interior não são muito grandes. (...).”
16	Pobre; Falta de oportunidades; Vinda do interior.	“Tive uma vida muito boa, apesar de a minha família ser <b>pobre</b> . (...). A gente naquele tempo não tinha muitas <b>oportunidades</b> , então eu procurava ajudar minha tia na escola que ela dava aula para me ocupar um pouco. O que marcou muito também foi minha <b>vinda do interior para Teresina</b> para estudar.”

17	Família Grande; Pobre; Trabalhar cedo.	“(…). O que mais me marca é a questão de ter ajudado a cuidar dos meus irmãos, porque <b>minha família era grande</b> e eu era a mais velha. (…). Minha família era muito <b>pobre</b> , então tive que ajudar em casa para meus pais trabalharem. Também comecei a <b>trabalhar cedo</b> , então no momento que eu ficava livre do serviço, eu ajudava em casa, por isso atrasei nos estudos.”
18	Trabalhar cedo; Falta de oportunidades; Pobre.	“O que marcou muito foi à morte do meu pai, que a gente teve que <b>trabalhar cedo</b> para ajudar minha mãe com as despesas de casa, porque a gente não teve muitas <b>oportunidades</b> e era muito <b>pobre</b> . (…).”
19	Pobre.	“Tive uma infância muito <b>pobre</b> e de dificuldades enfrentadas pelos meus pais para criar eu e meus irmãos.”
20	Pobre; Trabalhar cedo; Família Grande; Vinda do interior; Falta de oportunidades.	“A minha infância foi muito <b>pobre</b> . Comecei a <b>trabalhar cedo</b> desde criança para garantir o meu próprio sustento, porque as oportunidades eram poucas no interior, além da <b>minha família ser grande</b> . (…). Depois <b>vim do interior para a Teresina</b> . Aqui foi onde eu consegui ter mais <b>oportunidades</b> , mesmo com tantas limitações.”

### Categoria: III - Experiências de trabalho

R	Unidade de registro	Unidade de contexto
1	Inexistente.	Inexistente.
2	Inexistente.	Inexistente.
3	Inexistente.	Inexistente.
4	Trabalho na roça; Doméstica.	“Eu e meus irmãos <b>trabalhamos na roça</b> ajudando nossos pais. Eu trabalhei como <b>doméstica</b> em casa de família e também ministrei aula no primário durante uns quatro anos, foi quando eu decidi abrir meu próprio negócio e sai da escola.”
5	Trabalho na roça.	“Quando criança <b>trabalhei na roça</b> ajudando meus pais. (…).”
6	Doméstica.	“Eu <b>trabalhei como doméstica</b> e também trabalhei numa padaria durante um ano em Brasília. (…).”
7	Inexistente.	Inexistente.
8	Trabalho na roça.	“Eu <b>trabalhei na roça</b> quando criança e adolescente. (…). A não ser ter <b>ajudado meu pai na roça</b> .”
9	Trabalho na roça; Doméstica.	“Meu pai sempre fez a gente <b>trabalhar na roça</b> quando criança. Eu também trabalhei em casa de família sendo <b>doméstica</b> quando vim para Teresina. Depois de casada, eu fiquei sendo do lar. Quando fui para São Paulo para o tratamento da minha filha, eu trabalhei de babá e de <b>doméstica</b> , mas tive a experiência com algumas pessoas que compravam produtos para vender e isso fez eu ganhar gosto pela venda.
10	Inexistente.	Inexistente.
11	Trabalho na roça; Doméstica.	“Eu trabalhei em diversas coisas, <b>trabalhei na roça, fui doméstica</b> , babá, garçonete, auxiliar administrativa por 21 anos numa empresa.”
12	Inexistente.	Inexistente.
13	Inexistente.	Inexistente.
14	Trabalho na roça.	“Meus pais viviam da roça e eu e meus irmãos <b>trabalhamos na roça</b> para ajudar no sustento de casa. (…).”
15	Inexistente.	Inexistente.
16	Inexistente.	Inexistente.
17	Trabalho na roça.	“Quando eu era criança <b>trabalhei na roça</b> . (…).”
18	Inexistente.	Inexistente.
19	Doméstica.	“Só tive a experiência de ser <b>doméstica</b> numa casa de família e ajudei minha mãe no comércio dela por um tempo.”
20	Trabalho na roça; Doméstica.	“ <b>Trabalhei na roça</b> . Depois trabalhei como <b>doméstica</b> . (…).”

**Categoria: IV - Razões para empreender**

<b>R</b>	<b>Unidade de registro</b>	<b>Unidade de contexto</b>
1	Necessidade.	“A <b>necessidade</b> para poder está próximo da criação dos filhos que foram crescendo e ficava difícil conciliar trabalho e emprego, porque trabalhava regime de plantão no hospital e ficava muito tempo fora de casa. (...)”
2	Falta de emprego; Necessidade.	“Após minha formação em serviço social, pela <b>falta emprego</b> na minha área e em seguida também perdi o emprego na escola que trabalhava. (...). Mas o que me motivou vir para o comércio foi à <b>necessidade</b> , pois ajudo na educação dos meus filhos. (...)”
3	Necessidade.	“Eu via <b>necessidade</b> de fazer alguma coisa, é muito ruim você ser dependente dos outros, mesmo que seja seu marido, mas eu queria meu dinheiro. (...)”
4	Necessidade; Falta de emprego.	“O que me motivou a empreender foi a <b>necessidade</b> , a questão de ter tempo para cuidar dos meus filhos, para conciliar de forma melhor família e trabalho. De modo geral <b>falta emprego</b> para o mercado de pessoas disponíveis a trabalhar. (...)”
5	Necessidade.	“O principal motivo foi à <b>necessidade</b> para sobreviver, era muito pouco o que meu marido ganhava no emprego dele. (...)”
6	Necessidade; Falta de emprego.	“O que me motivou a empreender foi a <b>necessidade</b> , porque estava desempregada e a <b>falta de emprego</b> faz a gente buscar outras saídas. (...)”
7	Necessidade.	“A <b>necessidade</b> foi o principal fator. (...)”
8	Necessidade.	“O que me motivou a empreender foi à <b>necessidade</b> de complementar renda. (...)”
9	Necessidade.	“O fator principal foi à <b>necessidade</b> , porque eu precisava ajudar na criação dos meus filhos que sempre foram prioridade para mim. (...)”
10	Necessidade; Falta de emprego.	“Minha motivação foi a <b>necessidade</b> mesmo, por conta da <b>falta de emprego</b> e porque precisava ajudar nas despesas de casa. (...)”
11	Necessidade.	“O que motivou eu empreender foi a <b>necessidade</b> . (...)”
12	Necessidade.	“Minha motivação para empreender foi a <b>necessidade</b> , pois concurso na minha área é muito difícil e também trabalhar para os outros é complicado, porque a gente nunca é reconhecido o suficiente pelo trabalho que a gente executa.”
13	Necessidade.	“A <b>necessidade</b> , por está desempregada depois de formada e sem perspectiva nenhuma de como trabalhar para me sustentar.”
14	Necessidade; Falta de emprego.	“A <b>necessidade</b> foi o principal motivo, porque a <b>falta de emprego</b> faz a gente ficar desmotivado demais. Fora que eu sentia a <b>necessidade</b> de ajudar no sustento de casa, porque tive uma filha há quatro anos e as despesas só aumentaram.”
15	Necessidade; Falta de emprego.	“Foi a <b>necessidade</b> de cuidar da família, de estar próximo dos filhos e também o fato da <b>falta de emprego</b> formal. Esses foram os principais motivos, porque eu via a <b>necessidade</b> de trabalhar para ter minha independência e ajudar no sustento de casa.”
16	Necessidade.	“O que motivou a abertura do meu comércio foi a <b>necessidade</b> , porque eu já era professora da educação básica, mas a renda que eu tinha não era o suficiente para eu ter uma vida tranquila. (...)”
17	Necessidade.	“Desde o início foi por <b>necessidade</b> de se manter, porque tinha <b>dificuldade de arrumar emprego</b> e também conciliar na criação dos filhos. (...)”
18	Necessidade.	“O que motivou foi a <b>necessidade</b> a ajudar em casa e criar minhas filhas. (...)”
19	Necessidade; Falta de emprego.	“A <b>necessidade</b> é o principal fator, pois é grande a <b>falta de emprego</b> formal no mercado de trabalho. (...)”
20	Necessidade; Falta de emprego.	“O que motivou em apreender foi à <b>necessidade</b> , porque eu tinha que cuidar dos meus filhos e de casa. (...)”

**Categoria: V – Percepções do negócio**

<b>R</b>	<b>Unidade de registro</b>	<b>Unidade de contexto</b>
1	Dificuldades no negócio; manutenção	“As <b>dificuldades</b> foram bem acentuadas no início. A falta de

	do negócio; satisfação; reconhecimento; foco no cliente; sustento.	capital de giro tanto para abertura como para <b>manter</b> o negócio. As coisas boas é o crescimento. A gente vai tendo a <b>satisfação</b> pelo <b>reconhecimento</b> dos <b>clientes</b> , que retornam ao meu estabelecimento. Conseguir a estabilidade no negócio é uma coisa muito importante, porque hoje ajudo no <b>sustento</b> da minha família, pago as despesas de casa junto com meu marido que tem o emprego numa empresa privada.”
2	Crise econômica; dificuldades no negócio; expansão do negócio.	“É desafio muito grande a cada dia, principalmente, com a <b>crise</b> que está ocorrendo em todo país. Então, as <b>dificuldades</b> são a redução das vendas, algumas vendas que não recebemos, porque vendo fiado para as pessoas conhecidas, mas hoje em dia reduzi bastante esse tipo de venda, porque a perda era grande. Hoje, as coisas boas que acontecem em meu comércio é que comecei a <b>expandir</b> com alguns produtos que não tinha antes, principalmente de armarinho, então tenho bastantes variedades de utensílios de casa. (...)”
3	Dificuldades no negócio; foco no cliente; manutenção do negócio; crise econômica; expansão do negócio.	“As <b>dificuldades</b> que enfrentei foi muito no início para a formação da <b>clientela</b> e conquistar esse <b>cliente</b> , porque o <b>cliente</b> só volta se ele gostar do seu serviço prestado. Então, eu procuro dar o melhor de mim e ser bastante profissional para poder se <b>manter</b> . Hoje as coisas ruins é essa <b>crise</b> que todos estão passando, que as pessoas estão procurando menos os serviços prestados aqui no salão. As coisas boas foi ter <b>expandido</b> meu salão de beleza e <b>manter</b> uma <b>clientela</b> de longa data. A questão de eu fazer o meu horário é um fator positivo, pois os meus <b>clientes</b> marcam horário e eu reservo um momento para minha família. (...)”
4	Dificuldades no negócio; concorrência do mercado; manutenção do negócio; foco no cliente; amizade.	“As <b>dificuldades</b> é a <b>concorrência</b> , porque esse seguimento tem crescido e para a gente <b>concorrer</b> com as empresas grandes não é fácil, mas a gente vai superando cada desafio. As coisas boas é que eu <b>mantenho</b> uma fidelização com meu <b>cliente</b> , eu <b>mantenho</b> uma lista de <b>clientes</b> cadastradas, faço promoção, ligo para esse <b>cliente</b> e eles sempre procuram meu comércio pela relação de <b>amizade</b> que trato muito bem meus <b>clientes</b> .”
5	Dificuldades no negócio; expansão do negócio; reconhecimento; foco no cliente; satisfação.	“A principal <b>dificuldade</b> enfrentada foi a questão financeira, porque como meu capital era muito pequeno, eu não pude <b>expandir</b> muito como idealizava, então tudo foi construído com muito suor. (...). As coisas boas são os elogios, o <b>reconhecimento</b> dos meus <b>clientes</b> , isso dar uma <b>satisfação</b> muito grande.”
6	Dificuldades no negócio; foco no cliente; concorrência do mercado; satisfação.	“As <b>dificuldades</b> enfrentadas é manutenção da <b>clientela</b> que está cada vez mais exigente e, além disso, a <b>concorrência</b> interfere um pouco na queda das vendas, porque o mercado está oferecendo uma quantidade variada de produtos no mesmo seguimento que trabalho que são cosméticos e suplementação. As coisas boas são a <b>satisfação</b> de conseguir agradar os meus <b>clientes</b> , poder pagar minhas contas, pagar meus funcionários, aluguel do ponto que trabalho. (...)”
7	Liberdade; gratificante; suporte de Deus; dificuldades no negócio; foco no cliente; concorrência do mercado.	“As coisas boas é a <b>liberdade</b> de pegar meus dinheiro e comprar minhas coisas. Ir ao supermercado e comprar o alimento para mim e minha família que é minha base, isso é muito <b>gratificante</b> . Então, comprar aquilo que antes meus filhos não tinham costume de comer, isso para mim era <b>gratificante</b> , porque antes eu só comprava o supérfluo. Então, eu tive mais <b>liberdade</b> e agradeço a <b>Deus</b> ao empreendedorismo, que com minhas vendas, eu pude ajudar na criação dos meus filhos. As <b>dificuldades</b> são a formação e manutenção da <b>clientela</b> . Esse é o principal desafio, porque junto a isso vem a <b>concorrência</b> que

		faz com que tenhamos sabedoria para tomarmos a decisão certa na hora da compra dos produtos que os nossos clientes mais procuram.”
8	Dificuldades no negócio; foco no cliente; sustento.	“As <b>dificuldades</b> que mais enfrento é a falta de <b>cliente</b> . As coisas boas é que cada dia a venda é diferente e isso estimula a gente a continuar. Eu ajudo no <b>sustento</b> de casa e isso me realiza.”
9	Amizade; crise econômica; dificuldades no negócio; suporte de Deus; foco no cliente.	“As coisas boas é que conhecemos pessoas e conseguimos <b>amizades</b> verdadeiras. Mesmo com toda <b>crise</b> que estamos enfrentando que são as <b>dificuldades</b> , a gente consegui sobreviver, conhecendo pessoas. Mesmo que não possamos ajudar alguém com coisas materiais, mas podemos dar uma palavra amiga e ajudar o próximo. Graças a <b>Deus</b> eu consigo superar os desafios da falta de <b>clientes</b> e da falta de vendas.”
10	Dificuldades no negócio; concorrência do mercado; foco no cliente; manutenção do negócio; suporte de Deus.	“As minhas <b>dificuldades</b> é a <b>concorrência</b> e a conquista dos <b>clientes</b> . As coisas boas é poder <b>manter</b> meu lar, proporcionar uma vida digna para meus filhos que estão se formando e com fé em <b>Deus</b> conseguiram crescer e viver uma vida melhor que a que pude proporcionar a eles, que mesmo com sacrifícios a gente é feliz.”
11	Dificuldades no negócio; crise econômica; foco no cliente; concorrência do mercado.	“As <b>dificuldades</b> são grandes tanto com a <b>crise</b> atual, como a falta de <b>clientes</b> . A <b>concorrência</b> também é muito grande. (...)”
12	Dificuldades no negócio; crise econômica; foco no cliente; manutenção do negócio.	“As <b>dificuldades</b> enfrentadas são a <b>crise</b> que está atingindo todo o país, a falta de <b>clientela</b> . (...). Na minha percepção, quando você é empreendedor, você tem que trabalhar com aquilo que você realmente gosta de fazer, porque é isso que vai <b>manter</b> o negócio. (...). As coisas boas são as relações formadas com meus <b>clientes</b> .”
13	Dificuldades no negócio; foco no cliente.	“As <b>dificuldades</b> é conseguir os produtos artesanais para produzir, então, eu tenho um problema sério com fornecedor, porque eu prezo muito em comprar meu material no mercado em Teresina. (...). As coisas boas é o aumento da <b>clientela</b> , porque as pessoas estão cada vez mais interessadas por esses produtos que estou desenvolvendo.”
14	Dificuldades no negócio.	“As <b>dificuldades</b> são as vendas que estão fracas. (...)”
15	Dificuldades no negócio; foco no cliente.	“Antigamente, a venda era melhor. Hoje a gente precisa se preocupar com a venda, então as <b>dificuldades</b> são de fazer o dinheiro para pagar minha funcionária e demais despesas. (...). As coisas boas são meus <b>clientes</b> que eu conquistei ao longo dos anos, que tenho confiança, vendo na promissória e eles pagam tudo direito na data certa. Se a gente não tiver uma boa relação com os <b>clientes</b> da gente, a gente perde, porque antes era só eu que tinha armarinho aqui perto. Hoje, já tem vários aqui perto, se eu não cativar minha <b>clientela</b> , não teria tanta venda como tenho até hoje. (...)”
16	Dificuldades no negócio; gratificante; foco no cliente; amizade; crise econômica.	“As <b>dificuldades</b> são as viagens que faço para comprar a mercadoria que vendo, que é muito cansativa. A viagem é muito sacrificada, perigoso por questão da gente está na estrada, as vezes a gente passa por tentativa de assalto, mas no geral é muito <b>gratificante</b> , porque nossos <b>clientes</b> gostam de novidade. (...). As coisas boas é que conhecemos pessoas e fazemos <b>amizades</b> . (...). Essa <b>crise</b> nacional também abalou um pouco. Eu acredito que quem trabalha com essas lojinhas menores e não tem capital, está passando por bastantes <b>dificuldades</b> .”
17	Dificuldades no negócio; inadimplência; amizade; foco no	“As <b>dificuldades</b> são as vendas poucas e um pouco da <b>inadimplência</b> , pois ainda hoje eu vendo na promissória. (...)”

	cliente; suporte de Deus.	As coisas boas são as <b>amizades</b> , as <b>clientes</b> que são fiéis e sempre compram na minha mão. Outra coisa boa é a questão de eu confiar e acreditar em <b>Deus</b> . Eu sou evangélica e através da fé que tenho em <b>Deus</b> , eu consigo superar todas as dificuldades que sempre apareceram em minha vida.”
18	Dificuldades no negócio.	“As <b>dificuldades</b> que percebo é que o governo não dar incentivo para ninguém. (...). A gente <b>faz amigos</b> .”
19	Dificuldades no negócio; foco no cliente; inadimplência.	“As <b>dificuldades</b> é a falta de <b>clientes</b> , a <b>inadimplência</b> também é outra questão porque a gente também vende fiado na promissória e mesmo aqueles <b>clientes</b> que antes a gente considerava bom pagador, agora está tendo dificuldade de pagar. As coisas boas é poder pagar as contas da gente em dia, mesmo com tanta dificuldade.”
20	Dificuldades no negócio; crise econômica; foco no cliente; inadimplência.	“As <b>dificuldades</b> são as <b>crises</b> que o país está enfrentando. As coisas boas são os <b>clientes</b> bons. Eu vendo mais a vista, mas tenho ainda a pratica de vender a prestação para poucos <b>clientes</b> , porque a <b>inadimplência</b> se tornou muito grande.”

#### Categoria: VI - Preparação para abrir um negócio

R	Unidade de registro	Unidade de contexto
1	SEBRAE.	“(…). Além disso, busco cursos no <b>SEBRAE</b> , em que oferecem cursos de como lidar com o cliente, de como gerir o negócio. Isso auxilia bastante. Além do programa mulher de negócios realizado pelo <b>SEBRAE</b> , que incentiva nós mulheres empreendedoras a buscar cada vez mais melhorar a gerencia do nosso negócio.”
2	SEBRAE.	“(…). Fiz alguns cursos no <b>SEBRAE</b> com o intuito de melhor gerenciar meu comércio e participei do programa <b>SEBRAE</b> mulher de negócios. (...)”
3	SEBRAE; SENAC.	“(…). Fiz cursos no <b>SEBRAE</b> para melhor atender meus clientes, participei do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócios. Também fiz alguns curso no <b>SENAC</b> , em que aprendi outras técnicas de pintura, corte e outros tratamentos de cabelo.”
4	SEBRAE.	“Eu fiz vários cursos no <b>SEBRAE</b> , em que eles me orientaram a fazer como lidar com meu cliente e como gerenciar o negócio, com a compra de produtos e tomar decisões certas para evitar gastos excessivos. (...)”
5	SEBRAE; SENAC.	“(…). O diferencial foi alguns cursos práticos de curta duração no <b>SEBRAE</b> e no <b>SENAC</b> . (...)”
6	SEBRAE.	“Faço cursos no <b>SEBRAE</b> , em que busco a cada dia me qualificar fazendo cursos de capacitação. (...)”
7	SEBRAE.	“Fiz alguns cursos no <b>SEBRAE</b> . (...)”
8	SEBRAE.	Eu já fiz uns cursos pelo <b>SEBRAE</b> . (...). Depois participei do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócios que foi outra experiência muito boa.”
9	SEBRAE; SENAC.	“Eu fiz alguns cursos no <b>SEBRAE</b> e até mesmo no <b>SENAC</b> . (...)”
10	SEBRAE.	“Sempre busquei fazer cursos para me qualificar e ter oportunidades. O <b>SEBRAE</b> dar um apoio grande com os cursos que oferecem. Eu participei do programa <b>SEBRAE</b> mulher de negócios. (...)”
11	SEBRAE.	“De modo geral, eu costumo dizer que minha preparação foi na prática, mas procurei o <b>SEBRAE</b> para fazer alguns cursos, entre eles, fiz um que me ensinou a como me comportar perante meus clientes. Outro curso que fiz foi como lidar com a grande concorrência e tomar as decisões corretas. Participei do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócios. Mesmo não ganhando o prêmio, foi uma experiência muito boa.”
12	SEBRAE.	“Busquei a formação em administração. Fiz cursos no <b>SEBRAE</b> com o intuito de me qualificar mais e ter mais conhecimento para aplicar dentro da minha empresa.”
13	SENAC; SEBRAE.	“Estou fazendo cursos no <b>SENAC</b> . Também tive experiência com o <b>SEBRAE</b> , participando do prêmio <b>SEBRAE</b> mulher de negócios, em que apresentei os produtos que estou produzindo. (...)”

14	SEBRAE.	“Eu procurei fazer um curso no <b>SEBRAE</b> para melhorar as minhas vendas. (...)”
15	SEBRAE.	“(…). Fiz alguns cursos pelo <b>SEBRAE</b> . (...)”
16	SEBRAE.	“Eu fiz cursos através do <b>SEBRAE</b> . Isso possibilita a gente se inspirar e ficar contente com o nosso negócio, porque a gente precisa gostar do que faz. O <b>SEBRAE</b> ajuda muito a gente a regularizar o nosso negócio. A gente abre o nosso negócio de forma ilegal e o <b>SEBRAE</b> trás essa contrapartida, e, hoje, todo pipoqueiro e picolezeiro, por exemplo, tem o seu negócio legalizado.”
17	SEBRAE; SENAC.	“(…). Porém, eu fiz cursos vinculados ao <b>SEBRAE</b> e pelo <b>SENAC</b> também. (...)”
18	SEBRAE.	“(…). Fiz esses cursos no <b>SEBRAE</b> . Depois me inscrevi e participei do projeto do <b>SEBRAE</b> mulheres de negócio. (...)”
19	SEBRAE.	“(…). Fiz uns dois cursos no <b>SEBRAE</b> que me ajudou muito, principalmente, com o trato com o cliente, porque mesmo que o cliente não compre, a gente tem que saber tratar bem esse cliente. (...)”
20	SEBRAE.	“Eu fiz uns cursos no <b>SEBRAE</b> , mas o pensamento que tenho que foi com a venda diária que aprendi a gerenciar meu negócio.”

#### Categoria: VII – Resultado esperado no negócio

R	Unidade de registro	Unidade de contexto
1	Expandir.	“Busco <b>expandir</b> mais meus negócios, pretendo e estou me organizando abrir uma filial do meu restaurante. (...)”
2	Aumentar.	“Eu espero <b>aumentar</b> o espaço do meu comércio. Fazer um investimento maior em mobília, como balcão, freezer. Além disso, estou <b>aumentando</b> a quantidade de produtos que vendo no comércio. (...)”
3	Expandir; Aumentar.	“Eu pretendo ter uma <b>expansão</b> do serviço que ofereço. Então, eu gostaria de oferecer serviços como manicure, depilação. Porque isso irá <b>aumentar</b> minha clientela. Além disso, pretendo <b>aumentar</b> mais um pouco meu salão para dar um maior conforto aos meus clientes.”
4	Expandir.	“Eu espero <b>expandir</b> mais ter mais produtos. (...)”
5	Crescer; Expandir.	“Espero <b>crescer</b> e <b>expandir</b> . (...)”
6	Crescer.	“Eu espero <b>crescer</b> mais, <b>ampliar</b> a minha loja com produtos. (...)”
7	Aumentar.	“Espero <b>aumentar</b> minha clientela. (...)”
8	Crescer; Aumentar.	“Eu busco sempre anotar as coisas que meu comércio precisa, então, eu pretendo <b>crescer</b> mais, pois o meu comércio é minha vida, é onde eu ganho a vida, me sinto realizada. Assim, pretendo continuar batalhando para <b>crescer</b> e <b>aumentar</b> cada vez mais meu comércio.”
9	Manter; Crescer; Ampliar.	“Eu espero acima de tudo <b>manter</b> o que já tenho, porque a crise do país está atingindo a todos de modo geral. Pretendo <b>crescer</b> e <b>ampliar</b> a variedades de produtos que tenho na minha empresa.”
10	Crescer.	“Eu espero <b>crescer</b> mais, ter mais clientes e comprar mais mercadorias. (...)”
11	Crescer.	“Eu espero <b>crescer</b> e poder ajudar mais minha família. (...)”
12	Crescer.	“(…). Espero que minha empresa <b>crezca</b> mais e que eu possa ter mais diversidades de confecções. (...)”
13	Expandir.	“Espero <b>expandir</b> minha produção, poder comprar máquinas mais modernas que possam me permitir produzir produtos que gerencia uma diferenciação no mercado e de qualidade. (...)”
14	Crescer; Expandir.	“Espero <b>crescer</b> e <b>expandir</b> os produtos que eu já trabalho.”
15	Expandir.	“(…). Mas pretendo <b>expandir</b> e diversificar mais e mais os meus produtos.”
16	Manter.	“Eu espero <b>segurar do jeito que estar</b> . (...)”
17	Manter.	Hoje, na idade que tenho só espero <b>continuar por muitos anos</b> ainda a minha atividade. Estou satisfeito com o que construir. Esse meu comércio é uma alegria para mim, me dar vida.
18	Manter.	“(…). Quero <b>manter</b> o padrão que vivo, eu não tenho luxo, quero somente ter uma vida estável.”
19	Crescer; Expandir.	“Eu espero <b>crescer</b> e <b>expandir</b> com mercadorias diversificadas.”



20	Crescer; Manter.	“(…). Eu pretendo <b>crescer</b> um pouco ainda, quero reformar meu estabelecimento e investir mais em mercadoria. (…). Hoje a gente trabalha para pagar as contas e <b>manter</b> o negócio.”
----	------------------	--

**Categoria: VIII – Ser mulher e abrir um negócio**

R	Unidade de registro	Unidade de contexto
1	Inexistente.	Inexistente.
2	Realização pessoal.	“(…). Muito pelo contrário, hoje, na minha visão não compensa trabalhar em minha área, só se fosse para uma <b>realização pessoal</b> , mas mesmo assim, tentaria conciliar a permanência dos dois, pois amo o que faço. (…).”
3	Inexistente.	Inexistente.
4	Independência; realização pessoal.	“Não, porque eu sempre me achei <b>independente</b> . Eu sempre busquei ter o meu espaço para poder ter minha coisas, ajudar com as despesas da família, poder dar aos meus filhos uma vida melhor direcionada aos estudos, que é o único bem que eu poderia deixar a eles e isso me faz se sentir <b>realizada</b> .”
5	Independência; liberdade.	“Não, porque sempre quis ser <b>independente</b> . (…). Eu gosto da minha <b>liberdade</b> .”
6	Independência; liberdade.	“Não, porque eu sempre fui <b>independente</b> , nunca gostei de depender de ninguém, foi tanto que fui embora da casa do meu pai com quinze anos de idade porque eu queria minha <b>liberdade</b> e <b>independência</b> , mas só consegui isso quando eu abri meu próprio negócio. (…).”
7	Inexistente.	Inexistente.
8	Independência.	“Não, porque eu sempre quis ser <b>independente</b> e ajudar na renda familiar. (…). Meu marido nunca interferiu nesse processo, então, eu me acho <b>independente</b> , eu que tomo as decisões das minhas compras.”
9	Independência; liberdade.	“Não, porque sempre quis minha <b>independência</b> e hoje eu tiro o sustendo da minha família. (…). Eu gosto da minha <b>liberdade</b> , de fazer o meu espaço do jeito que eu gosto e quero.”
10	Independência; liberdade.	“Não, porque eu sempre quis ser <b>independente</b> . Eu sempre me motivei e me considero controlada, gosto da minha <b>liberdade</b> , de fazer o que gosto.”
11	Liberdade; realização pessoal.	“Não, porque gosto de ter minha <b>liberdade</b> . (…). Isso me deixa feliz, porque consigo me <b>realizar</b> .”
12	Inexistente.	Inexistente.
13	Independência.	“(…). Além disso, ter minha <b>independência</b> e poder controlar o meu próprio negócio isso não tem preço. (…).”
14	Independência; liberdade.	“Não, porque me considero <b>independente</b> . A mulher tem que assumir os desafios de está a frente de seu negócio. Hoje, nos mulheres temos mais <b>liberdade</b> , temos os mesmos direitos que os homens, apesar de achar que as mulheres não são valorizadas em alguns aspectos, como dentro de uma empresa. (…).”
15	Inexistente.	Inexistente.
16	Independência; realização pessoal.	“Não, porque eu busco minha <b>independência</b> . (…). Eu me sinto muito <b>realizada</b> .”
17	Inexistente.	Inexistente.
18	Independência.	“(…). Eu gosto de ser <b>independente</b> . (…).”
19	Independência.	“Não, porque a gente tem <b>independência</b> . (…).”
20	Independência.	“(…). Eu quero as coisas <b>independentes</b> . (…).”

**Categoria: IX - O que é sucesso?**

R	Unidade de registro	Unidade de contexto
1	Reconhecimento; Satisfação.	“Sim, pelo <b>reconhecimento</b> dos meus clientes. (…). Isso permite uma <b>satisfação</b> por toda minha história de luta e buscar criar os meus filhos junto com meu marido, que mais que não der assistência, sempre me apoia e incentiva a seguir com as atividades do meu empreendimento. (…).”
2	Realização; Suporte de Deus.	“Sim, porque independentemente do tamanho do meu comércio hoje, me

		sinto <b>realizada</b> , porque o comércio é meu, conseguir com meu esforço, com meu suor. Eu visualizo tudo na vida que eu já passei e vejo que é uma conquista muito grande chegar onde estou hoje, em chegar com meu comércio com minhas contas todas pagas e poder ajudar na educação dos meus filhos. Sucesso para mim é tudo que consegui, eu consegui atingir tudo aquilo que eu pedi a <b>Deus</b> , que é ter meu comércio com estabilidade.”
3	Realização; Independência.	“Sim, porque eu me sinto <b>realizada</b> com o que conquistei. A minha <b>independência</b> financeira e poder ajudar dentro de casa me faz sentir uma pessoa de sucesso, pois era o que sempre quis, que era poder ter meu serviço e não depender do meu marido. Fora isso, eu me sinto <b>realizada</b> em ter montado o meu negócio próprio, em ter realizado os cursos que realizei para me qualificar e poder atender bem meus clientes.”
4	Realização.	“Sim, porque eu já trabalho no ramo de vendas a mais de vinte anos, eu era sacoleira no início, vendia confecções e calçados, depois abri minha lojinha, mudei de segmento, e hoje trabalhando com cosmético há três anos me sinto <b>realizada</b> . (...). Em toda perspectiva que tive, me sinto muito feliz e <b>realizada</b> .”
5	Satisfação.	“(…). Hoje eu tenho a convicção e a segurança do que eu faço, eu pego serviço de vestido de noiva e faço e vejo a <b>satisfação</b> dos meus clientes.”
6	Suporte de Deus; Independência.	“(…). Agradeço sempre a <b>Deus</b> pela oportunidade que tenho de hoje poder ter minha <b>independência</b> . (...).”
7	Suporte de Deus; Satisfação; Gratificante.	“Com certeza, porque graças a <b>Deus</b> as minhas vendas eu não tenho prejuízo. Os meus clientes sempre retornam e isso mostra que eles estão <b>satisfeito</b> com o trabalho que faço. (...). Isso é muito <b>gratificante</b> .”
8	Realização.	“(…). Mesmo que eu não precise trabalhar tanto para ajudar dentro de casa, mas não consigo ficar parada, porque isso me <b>realiza</b> a cada dia.”
9	Realização.	“(…). Então, me considero feliz, <b>realizada</b> , por ter visto meus filhos crescer com saúde que para mim isso é mais importante que ter dinheiro.”
10	Sustento.	“(…). A questão de ter o meu próprio negócio, de poder tirar o <b>sustento</b> . (...). Mas é com esse meu segundo empreendimento, que eu conseguir me organizar e é de onde tiro meu <b>sustento</b> .”
11	Satisfação.	“(…). Só de eu poder ajudar minha família, ter criado meu filho, isso me dar uma <b>satisfação</b> muito grande, porque a batalha foi grande, mas eu venci minhas dificuldades, como enfrento até hoje e eu sei que sempre irei vencer.”
12	Reconhecimento.	“Sim, porque eu vejo meu trabalho sendo <b>reconhecido</b> , as pessoas me conhecem na rua. (...).”
13	Inexistente.	Inexistente.
14	Sustento; Realização.	“Sim, pois hoje mantenho minhas compras em dias e tenho como contribuir no <b>sustento</b> da minha casa. Isso me permite ter <b>realização</b> .”
15	Suporte de Deus.	“(…). A gente tem que pedir a <b>Deus</b> sempre muita luz e sabedoria para a gente continuar a nossa batalha.”
16	Independência; Satisfação.	“(…). Eu me considero acima de tudo uma pessoa batalhadora, porque a gente consegue ser <b>independente</b> , que consigo comprar meus produtos. (...). Isso me dar <b>satisfação</b> .”
17	Inexistente.	Inexistente.
18	Gratificante.	“(…). Isso para mim é <b>gratificante</b> demais e eu só tenho a agradecer a <b>Deus</b> .”
19	Realização.	“Sim, por todas as dificuldades que enfrentei na vida, eu tenho o sentimento de <b>realização</b> , de poder sobreviver do meu suor, da atividade que executo.”
20	Realização.	“(…). Hoje a <b>realização</b> que tenho de ter meu negócio é muito importante para mim. (...).”