



Universidade de Brasília
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade
e Gestão de Políticas Públicas
Departamento de Administração

GABRIELA TEIXEIRA ROCHA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: SIGNIFICADOS, MOTIVAÇÕES E
DESAFIOS DAS MULHERES QUE DECIDEM EMPREENDER NO DF**

Brasília – DF
2018

GABRIELA TEIXEIRA ROCHA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: SIGNIFICADOS, MOTIVAÇÕES E DESAFIOS
DAS MULHERES QUE DECIDEM EMPREENDER NO DF**

Monografia apresentada ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração. Professor Orientador: Professor Dr. Diego Mota Vieira

Brasília - DF
2018

GABRIELA TEIXEIRA ROCHA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: SIGNIFICADOS, MOTIVAÇÕES E
DESAFIOS DAS MULHERES QUE DECIDEM EMPREENDER NO DF**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do (a)
aluno (a)

Gabriela Teixeira Rocha

Professor Dr. Diego Mota Vieira
Professor-Orientador

Brasília, de

de 2018.

Dedico este trabalho à minha família, minha mãe, meu pai e minhas irmãs. Que vêm me apoiando em minhas decisões e me dando todo o suporte para crescer dentro das minhas escolhas. Meu amor e gratidão.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por todas as condições que me foram dadas para concluir mais uma etapa. Agradeço aos meus pais e as minhas irmãs, por todo suporte e incentivo durante a minha caminhada. Agradeço o meu namorado por todo apoio que tive durante a realização desta pesquisa. Aos meus professores e amigos por tudo o que me foi acrescentado durante a graduação. Ao meu professor e orientador pelo direcionamento dado para conclusão deste trabalho. Agradeço também a todas as mulheres empreendedoras que contribuíram para realização deste estudo.

RESUMO

O empreendedorismo feminino tem crescido cada vez mais rápido nos últimos anos. De acordo com os estudos realizados dentro do tema, esse crescimento pode ser explicado por diversos fatores como: busca pela autorrealização dessas mulheres, busca pela melhora da situação financeira, afinidade com determinado ramo, reconhecimento de oportunidades no mercado e por influência da família. Entretanto, durante sua trajetória no empreendedorismo, as mulheres ainda enfrentam inúmeros desafios. Esta pesquisa buscou descobrir o perfil dessas mulheres que empreendem, as motivações para abertura de seu negócio e as dificuldades enfrentadas por elas. Para esta pesquisa, duas fontes de dados foram utilizadas. Primeiramente, foram utilizados dados secundários obtidos através do projeto “Mulheres Empreendedoras”, o qual foi realizado por alunos da disciplina Introdução a administração na Universidade de Brasília. Neste trabalho serão analisadas mais de 15 entrevistas do projeto, as quais foram realizadas durante os anos de 2015, 2016 e 2017 com empreendedoras de diferentes ramos do Distrito Federal. Em seguida, mais dados foram obtidos através de entrevistas semiestruturadas conduzidas pela autora desta pesquisa. Nesta etapa, foram feitas mais oito entrevistas com empreendedoras diferentes do DF com objetivo de estender os conhecimentos acerca do tema. Por meio da análise dos dados primários e secundários buscou-se identificar os aspectos relevantes sobre o comportamento e identidade das empreendedoras. Os dados e as análises indicam que elas possuem diversas características comportamentais e psicológicas como a coragem, persistência, planejamento, inclinação para correr riscos e inovar. A maioria dos desafios nesta caminhada está relacionado com a construção histórica do papel atribuído a mulher durante muitos anos em nossa sociedade. Por esse motivo, ainda hoje as mulheres sofrem com a desvalorização no mercado de trabalho, principalmente no campo do empreendedorismo. Além disso, segundo os dados coletados, a dificuldade em separar vida pessoal e profissional, assim como saber dividir o tempo entre as duas coisas, tem sido um dos grandes desafios das empreendedoras atualmente. Entretanto, ao se fazer uma análise de dados, afere-se que apesar dos desafios, as mulheres atuantes nesta área estão satisfeitas com sua ocupação e estão buscando conquistar um espaço cada vez maior.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Motivações para empreender; Características e Comportamentos empreendedores.

ABSTRACT

Female entrepreneurship has grown faster and faster in recent years. According to the studies carried out within the theme, this growth can be explained by several factors such as the search for self-realization of these women, search for an improvement in the financial situation, affinity with a particular branch, recognition of market opportunities and family influence. However, during their trajectory in entrepreneurship, women still face numerous challenges. This research sought to discover the profile of these women they undertake, the motivations to open their business and the difficulties they face. For this research, two data sources were used. Firstly, secondary data obtained through the "Entrepreneurial Women" project was used, which was carried out by students of the Introduction to Administration course at the University of Brasília. This study will analyze more than 15 project interviews, which were conducted during the years 2015, 2016 and 2017 with entrepreneurs from different branches of the Federal District. Then, more data were obtained through semi-structured interviews conducted by the author of this research. In this stage, eight other interviews with different entrepreneurs of the Federal District were done with the objective of extending the knowledge about the theme. Through the analysis of the primary and secondary data, it was sought to identify the relevant aspects about the behavior and identity of the entrepreneurs. The data and analyzes indicate that they have diverse behavioral and psychological characteristics such as courage, persistence, planning, inclination to take risks and innovate. Most of the challenges in this walk are related to the historical construction of the role assigned to women for many years in our society. For this reason, women still suffer from devaluation in the labor market, especially in the field of entrepreneurship. Moreover, according to the data collected, the difficulty in separating personal and professional life, as well as knowing how to divide the time between the two, has been one of the great challenges of entrepreneurs today. However, in making a data analysis, it is pointed out that despite the challenges, the women working in this area are satisfied with their occupation and are seeking to conquer an increasing space.

Keywords: Female entrepreneurship; Motivations to be undertaken; Entrepreneurial characteristics and behaviors.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Roteiro de Entrevista – Dados Primários.....	25
Quadro 2: Exemplo da árvore de categorias e subcategorias.....	28
Quadro 3: História de vida, motivações e realização do negócio – Dados Secundários.....	30
Quadro 4: Características comuns e significado atribuído ao termo empreendedorismo – Dados Secundários.....	35
Quadro 5: Desafios, obstáculos, dificuldades e mudanças ao longo da trajetória – Dados Secundários.....	36
Quadro 6: Estruturação do negócio e projeções para o futuro – Dados Secundários.....	39
Quadro 7: Gestão de pessoas e de informações – Dados Secundários.....	41
Quadro 8: Motivações para decisão de empreender – Dados Primários.....	44
Quadro 9: Razões para manter o negócio e projeções para o futuro – Dados Primários.....	48
Quadro 10: Características comuns e significado atribuído ao termo empreendedorismo – Dados Primários.....	50
Quadro 11: Desafios e obstáculos – Dados Primários.....	53
Quadro 12: Objetivos específicos, síntese de seus resultados.....	61

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 Contextualização	10
1.2 Formulação do Problema	12
1.3 Objetivo Geral	12
1.4 Objetivos Específicos	12
1.5 Justificativa	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 Empreendedorismo	14
2.2 O perfil da mulher empreendedora brasileira	16
2.2.1 Motivações Femininas para empreender	18
2.2.2 Desafios enfrentados pelas empreendedoras	21
3. METODOLOGIA	23
3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa	23
3.2 Caracterização dos participantes e instrumentos da pesquisa	24
3.2.1 Dados secundários	24
3.2.2 Dados Primários	25
3.2.3 Realização das Entrevistas	27
3.3 Procedimentos de análise de dados	28
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	29
4.1 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS SECUNDÁRIOS	30
4.1.1 História de vida, motivações e realização do negócio	30
4.1.2 Características comuns às mulheres empreendedoras e o significado do conceito empreendedorismo	35
4.1.3 Desafios, obstáculos e mudanças ao longo da trajetória	37
4.1.4 Estruturação do negócio e projeções para o futuro	39
4.1.5 Gestão de pessoas e de informações	42
4.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS PRIMÁRIOS	44
4.2.1 Motivações para decisão de empreender	45
4.2.2 Razões para manter o negócio e projeções para o futuro	49
4.2.3 Características comuns e o significado atribuído ao conceito empreendedorismo	50
4.2.4 Desafios e obstáculos na jornada do empreendedorismo feminino	53
4.3 SÍNTESE DOS RESULTADOS	59
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
6. REFERÊNCIAS	64
ANEXOS	66

1. INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Como consequência da entrada tardia da mulher no mercado de trabalho, apenas recentemente o empreendedorismo feminino se tornou objeto de estudos acadêmicos. Porém, o tema vem ganhando atenção à medida que a presença feminina na criação de negócios tem crescido cada vez mais rápido na sociedade contemporânea.

Ao se fazer uma análise histórica dos dados da População Economicamente Ativa (PEA), percebe-se que a partir da década de 70 as mulheres adentraram no mercado de trabalho com maior força. Segundo dados dos Censos Demográficos, em 1970, cerca de 18,5 % das mulheres faziam parte da PEA. Em 2010, esse número chegou a quase 50%. (ALVES, 2013)

As pesquisas realizadas pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) têm causado impactos no tema. Atualmente o projeto conta com a participação de 66 países e 70% da população mundial. O Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) vem conduzindo a pesquisa no Brasil desde o ano 2000 e contando com apoio técnico do SEBRAE, apoio acadêmico do Centro de Empreendedorismo e Novos Negócios da Fundação Getúlio Vargas, dentre outras entidades apoiadoras.

De acordo com o Relatório Executivo sobre empreendedorismo no Brasil produzido pelo GEM (2016), a taxa de empreendedores iniciais (TEA), inclui os empreendedores que estão envolvidos na estruturação de um negócio ou possuem um empreendimento estabelecido com até 42 meses. Já a taxa de empreendedores estabelecidos (TEE) inclui os que já têm um negócio consolidado por mais de 42 meses.

Assim, segundo o mesmo relatório do GEM (2016), a taxa total de empreendedorismo para o Brasil (TTE), que inclui tanto os iniciais quanto os já estabelecidos, foi de 36%. Evidenciando que 48 milhões de brasileiros entre 18 e 64 anos estavam envolvidos com um negócio próprio, seja em sua criação ou manutenção.

Na maioria dos países, o homem ainda apresenta um percentual bem maior nos números de novos empreendimentos. Entretanto, o Brasil juntamente com o México está dentre as exceções, em que as taxas de homens e mulheres responsáveis por novos empreendimentos encontram-se relativamente equilibradas. No ano de 2016, a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) feminina chegou a 51,5 % e ultrapassou a masculina, que ficou com 48,5%. Tais dados confirmam o crescimento do interesse das mulheres em empreender. (GEM, 2016)

Em 2013, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) em parceria com a DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) produziu o Anuário das Mulheres Empreendedoras e Trabalhadoras em Micro e Pequenas Empresas. Tal anuário tinha como objetivo identificar as diferenças e desigualdades entre mulheres e homens relacionadas à inserção na econômica e no mercado de trabalho. Assim, o documento aponta que a ocupação por conta própria, em que a pessoa trabalha no próprio negócio, é a segunda que contém maior número de pessoas no Brasil, ficando atrás apenas do assalariamento.

Entre 2001 e 2011, o número de pessoas com o negócio próprio passou de 17,0 milhões para 19,7 milhões. O aumento neste tipo de ocupação foi de cerca de 2,7 milhões, sendo a taxa de crescimento neste período de 1,5% ao ano. Apesar de os homens serem a maioria nesta ocupação (68,8%), a taxa de crescimento feminina foi maior do que a dos homens nesse período. Tal taxa de crescimento entre as mulheres alcançou 2,0% ao ano em contraposição à 1,3% ao ano para os homens, ou seja, mais mulheres estão abrindo seu próprio negócio do que homens. (SEBRAE, DIEESE; 2013)

Assim, a partir dos dados é possível perceber que a iniciativa de empreender tem crescido mais entre as mulheres atualmente, o que se evidencia pela taxa de empreendedores iniciais e a taxa de crescimento no gênero feminino ter ultrapassado a do gênero masculino nos períodos citados acima.

Dessa forma, diante desse grande e rápido crescimento da iniciativa de empreender pelas mulheres no Brasil, torna-se necessário e de grande relevância estudos no campo do empreendedorismo feminino. O projeto “Mulheres Empreendedoras”, ministrado pelo Professor Dr. Diego Mota Vieira durante a disciplina de Introdução a Administração na Universidade de Brasília, surgiu com objetivo de aprofundar os estudos dentro do tema. Assim, para fins desta pesquisa, tornou-se uma rica fonte de dados secundários, os quais foram utilizados para análise pela autora deste trabalho, além das entrevistas em profundidade.

1.2 Formulação do Problema

Assim, como foi constatado que o número de mulheres empreendedoras está crescendo, sugere-se ampliar os estudos que identifiquem o perfil dessas mulheres empreendedoras, suas motivações e dificuldades. Desse modo, foi formulada a seguinte pergunta de pesquisa: *Qual é o perfil, as motivações e os desafios da mulher empreendedora no Distrito Federal?*

1.3 Objetivo Geral

Esta pesquisa tem como objetivo geral caracterizar o significado e perfil da mulher empreendedora do Distrito Federal, suas motivações e desafios ao iniciar e manter um negócio.

1.4 Objetivos Específicos

- Identificar quais foram os fatores motivacionais e sua relevância ao tomarem a decisão de empreender;
- Especificar as características comuns e o significado atribuído ao termo “empreendedorismo”;
- Descrever os desafios encontrados na trajetória de vida bem como na trajetória do empreendimento;

1.5 Justificativa

A população feminina, principalmente até a década de 70 enfrentou diversos preconceitos e barreiras ao se tratar da participação no mercado de trabalho. A dificuldade em conciliar família e trabalho e o preconceito que desmerece as características predominantes femininas no mercado de trabalho, além de uma construção cultural que desfavorece sua autonomia, são exemplos de dificuldades encontradas pelas mulheres durante esse tempo.

Historicamente, na cultura ocidental, a imagem da mulher foi associada a fragilidade e a dependência do homem, seja do pai, marido, irmão, etc. Dessa forma, os construtos sociais, resultantes da vida em sociedade, deram origem a uma cultura machista e patrimonialista em que o papel da mulher na sociedade não incluía o trabalho fora de casa.

Entretanto, apesar de já se ter percorrido uma considerável jornada na busca pela mudança desses aspectos culturais e históricos, nota-se que ainda hoje não foram totalmente extintos. Nesse contexto, a expansão da entrada da mulher no mercado de trabalho surgiu como uma consequência dessa transição de valores e, de certa forma, teve influência relevante nas mudanças do cenário cultural.

Com a busca da mulher por diferentes atividades a fim de exercer um papel diferente na sociedade, encontrar a autonomia, encontrar realização pessoal e independência financeira; o empreendedorismo surge com um dos ramos a ser seguido. Apesar das transformações nos constructos sociais, as barreiras e dificuldades encontradas pelas mulheres ainda é grande.

Este estudo busca trazer informações relevantes tanto na área acadêmica quanto na área social, a respeito das reais motivações e desafios encontrados pelas mulheres que iniciaram um empreendimento, de forma a preencher lacunas

existentes na literatura e servir como subsídio para formulação de futuras políticas públicas na área do empreendedorismo feminino.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo trata de referencial teórico acerca do tema empreendedorismo feminino para que se possa compreender a questão como um todo. Além disso, cria subsídio para discussão dos dados obtidos nesta pesquisa e suas considerações finais.

Desse modo, o capítulo é dividido em duas partes. Primeiro aborda o conceito empreendedorismo, em seguida aborda o perfil da mulher empreendedora brasileira, abarcando nesta parte, suas motivações e as dificuldades enfrentadas por elas.

2.1 Empreendedorismo

Apesar de ser um termo bastante citado atualmente e tachado por muitos como algo novo, o empreendedorismo é um termo antigo e que passou por diversas interpretações ao longo da história.

O termo empreendedor descende da palavra francesa *entrepreneur*, que significa “intermediário”, “estar entre”. Segundo Hisrich e Peters (2004), Marco Polo pode ser considerado o primeiro exemplo de empreendedor, por ter sido intermediário assinando contratos com uma pessoa possuidora de recursos e criar as rotas comerciais para o Oriente assumindo neste caso os riscos do transporte.

Segundo Fillion (1999) a primeira definição dada a palavra empreendedorismo foi atribuída por Richard Cantillon, no século XVII, que definiu como empreendedor o indivíduo que comprava algo, processava-o e revendia a um preço maior para outra pessoa.

Na idade média empreendedor era considerado o indivíduo que apenas administrava grandes projetos de produção, que na maioria das vezes provinham do governo, mas não corria riscos consideráveis. Já no século XVII começou-se a associar o termo ao risco assumido. Assim, o empreendedor era contratado pelo governo para fornecer um produto ou serviço com preços fixos e o lucro ou prejuízo

ficava a cargo do empreendedor. Passando já para o século XVII, provavelmente devido a intensificação da industrialização, o empreendedor se diferenciou do capitalista. Entretanto, a partir século XIX e XX o termo empreendedor se tornou confuso pela analogia feita com termos como administradores e gerentes. (DORNELAS, 2001)

Segundo Shane, Locke e Collins (2003) o empreendedorismo vai além da ação humana, pois sofre influências tanto de fatores internos da empresa, como de fatores externos. Desse modo, fatores externos tais como questões ligadas ao meio ambiente, governo e mercado e que não competem a empresa, podem influenciar diretamente sua rotina de atividades internas.

Para Hisrich e Peters (2004, p. 29), o empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica pessoal.

Dois enfoques diferentes no meio científico relacionados ao conceito de empreendedorismo têm ganhado destaque por serem os mais utilizados, são eles: o econômico e o comportamental. De uma maneira geral, o enfoque econômico associa empreendedorismo diretamente com a capacidade de inovação. Schumpeter (1982) pode ser considerado um dos grandes representantes dessa vertente pois considera um importante fator ligado ao empreendedorismo está relacionado à percepção e exploração de oportunidades para que os recursos disponíveis sejam usados como subsídio para inovação.

Na visão comportamental do empreendedorismo, o enfoque concentra-se em características criativas e intuitivas dos empreendedores. McClelland (1972) é um importante representante dessa vertente. Segundo as pesquisas de McClelland (1972) a necessidade de realização é considerada o principal fator motivacional do empreendedor, em seguida estão o planejamento e o poder. Desse modo, o desejo de realização do indivíduo abarca diversas características psicológicas e comportamentais, tais como comprometimento, a exigência de qualidade e eficiência, correr riscos calculados e persistência. No conjunto do planejamento o autor engloba a busca de informações, estabelecimento de metas e monitoramento

sistemático. As características comportamentais incluídas no conjunto do poder são: independência, autoconfiança e persuasão.

Um estudo bastante completo na área de características empreendedoras, foi feito por Timmons (1985), que condensou resultados constatados em mais de cinquenta pesquisas acerca dos atributos e comportamento dos empreendedores. Desse modo, foi possível inferir algumas características comportamentais que estão presentes na maioria dos empreendedores, sendo elas: comprometimento, determinação e perseverança; motivados pela autorrealização e crescimento; percepção de oportunidade e orientação por metas; capacidade de tomar iniciativas por responsabilidades pessoais; persistência na resolução de problemas; conscientização e senso de humor; buscam feedback; controle racional dos impulsos; tolerância ao stress, ambiguidade e incerteza; procuram correr riscos moderados; pouca necessidade de status e poder; íntegros e confiáveis; decididos, urgentes e pacientes; lidam bem com o fracasso; e são formadores de equipes.

De acordo com o GEM empreendedorismo é “... qualquer tentativa de criação e desenvolvimento de novos negócios ou criação de novas empresas, como o trabalho por conta própria, uma nova organização empresarial, ou a expansão de uma empresa já existente, por um indivíduo, uma equipe de pessoas, ou um negócio estabelecido”. (Pesquisa Completa 2016, p. 17)

Assim, com o passar dos anos, o entendimento do termo empreendedorismo foi impactado por revoluções tanto tecnológicas, quanto sociais. Desse modo, sua aplicação tornou-se bastante abrangente indo desde uma ação individual orientada para o lucro, até a ações coletivas de cunho social; além disso diversas características comportamentais foram incorporadas ao seu conceito ao longo do tempo.

2.2 O perfil da mulher empreendedora brasileira

Em uma pesquisa feita no ano de 2016, organizada pela RME (Rede Mulher Empreendedora) buscou-se identificar qual é o Perfil da Empreendedora brasileira. A pesquisa contou com a participação de quase 1400 mulheres em todo o território nacional. Dentre os resultados, constatou-se que predominantemente a

empreendedora brasileira é também mãe, casada, têm formação superior completa, é sonhadora, normalmente tem experiência no mundo corporativo e na maioria dos casos está satisfeita com o sucesso conseguido com o seu negócio.

Além disso, algumas características foram identificadas na mulher empreendedora brasileira. Uma delas é a dificuldade em delegar tarefas, tanto nas atividades de casa quanto da empresa. (RME, 2016)

Um estudo realizado por Lunardi e Almeida (2006) sobre o envolvimento de mulheres em atividades de turismo rural na região de Campos de Cima da Serra no Rio Grande do Sul, identificou a presença de uma multifuncionalidade da mulher, em que ao desenvolver as atividades empresariais e domésticas, transformam o ambiente doméstico em âmbito de trabalho.

Outro ponto relevante está relacionado à vida financeira, constatou-se que as empreendedoras ainda têm dificuldades em fazer um planejamento, entretanto, buscam por conhecimento e capacitação participando de eventos nesta área. A maioria dessas mulheres é da classe B e C. Além disso, os seus gastos estão concentrados com moradia (37%), alimentação (24%) e dívidas (15%). (RME, 2016)

Ainda segundo a pesquisa realizada pela RME (2016) a área de atuação predominante é no setor de serviços, e quanto mais alta a classe social, maior este índice. Cabe ressaltar ainda, que um dado curioso é o surgimento da categoria Agronegócio para Mulheres, em que 3% disseram fazer parte desse segmento. Entretanto, uma área de atuação que vem sofrendo queda nos últimos 20 anos é a de tecnologia.

Uma pesquisa feita por Martins et al. (2010) baseada no estudo de casos com quatro empreendedoras teve como objetivo de identificar as características pessoais das empreendedoras. Neste estudo identificou-se que um ponto em comum em todas as empreendedoras é a presença de determinação para perseguir objetivos, alcançar metas e superar dificuldades.

Um estudo realizado por Melo et al. (2013) buscou compreender as características empreendedoras em mulheres que atuam de forma coletiva na Associação das Rendeiras dos Morros da Mariana em Ilha Grande, Piau . Atrav s dos dados das entrevistas aos autores puderam identificar que essas mulheres rendeiras apresentam caracter sticas de atua o consistentes nas dimens es de realiza o, planejamento e poder, como prop e o modelo de McClelland (1961), como ser  melhor explicitado no t pico a seguir.

2.2.1 Motiva es Femininas para empreender

As pesquisas acerca dos motivos que levam as pessoas a iniciarem determinada atividade produtiva surgiram a partir da d cada de 1950. Grande parte das contribui es veio da  rea da psicologia. McClelland (1961) foi um dos precursores neste campo com pesquisas voltadas para atributos intr secos do homem.

Segundo David McClelland tr s categorias de necessidades podem motivar as pessoas, s o elas: a necessidade de realiza o pessoal (*n-Achievement*), a necessidade de autoridade e poder (*n-Power*) e a necessidade de afilia o (*n-Affiliation*).

Na necessidade de realiza o pessoal (*n-Achievement*), pessoas s o motivadas pela busca de autorrealiza o na execu o de um bom trabalho e com feedbacks positivos. A necessidade de autoridade e poder (*n-Power*), diz respeito a exercer poder sobre os outros, e causar impacto. A necessidade de afilia o (*n-Affiliation*), est  relacionada com a preocupa o em se estabelecer rela es positivas com as pessoas e tornar-se popular. Para o autor, necessidade de realiza o (*n-Achievement*)   o fator que mais motiva as pessoas a empreenderem. Sendo esta, a primeira das necessidades identificadas dentre os empreendedores bem sucedidos, ao decidirem criar seus empreendimentos. Pessoas com alta necessidade de realiza o buscam por transforma es e colocam-se em situa es competitivas (MCCLELLAND, 1961).

Segundo o GEM os indivíduos possuem apenas duas motivações para iniciar um empreendimento: necessidade e oportunidade. Desse modo, são classificados em duas categorias excludentes, de um lado estão os empreendedores por necessidade e de outro os empreendedores por oportunidade. Dentro da categoria de empreendedores por necessidade estão aqueles que “decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego” (GEM. 2016, p. 29). Já na categoria dos empreendedores por oportunidade estão os que são “capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda” (GEM. 2016, p. 29).

Para alguns estudiosos, as motivações para empreender ultrapassam o dualismo de necessidade versus oportunidade (SEBRAE, 2007a, 2007b; ACHCHUTHAN & BALASUNDARAM (2014); SMALLBONE & WELTER, 2001; UMMAH & GUNAPALAN, 2012).

O estudo realizado pelo Sebrae (2004) sobre fatores condicionantes na taxa de mortalidade das empresas no Brasil, os entrevistados alegaram que entre os motivos encontrados para iniciar seus empreendimentos estavam: desejo de ter o próprio negócio, desemprego, reconhecimento de uma oportunidade de negócio, aumento da renda, possuir experiência anterior, demissão com indenização ou pagamento do FGTS, influência de outras pessoas, possuir capital disponível, tempo disponível, insatisfação no emprego anterior, reconhecimento de possibilidade de aproveitamento de programa de demissão voluntária, incentivos governamentais e outros motivos. Na mesma pesquisa, foi possível perceber, através das somas das porcentagens, que a maioria dos indivíduos possuíam mais de uma motivação ao mesmo tempo.

Segundo pesquisa de campo realizada por Vale, Corrêa e Reis (2014) com empreendedores integrantes do cadastro de empresas da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), motivações múltiplas para empreender foram sinalizadas. A Tabela a seguir demonstra os resultados para os motivos identificados como “muito importantes”:

Motivos	Total de respondentes **
1. Desejo de ter próprio negócio / tornar-se independente	74,5
2. Identificação de uma oportunidade de negócio	68,7
3. Aumento da renda	66,3
4. Facilidade ou possibilidade de usar os conhecimentos / relacionamentos e contatos na área	52,8
5. Presença de tempo disponível	47,5
6. Continuidade/ Ampliação dos negócios da família	26,4
7. Experiência / influência/ relacionamentos familiares	25,8
8. Convite para participar como sócio da empresa	25,2
9. Presença de capital disponível	23,9
10. Insatisfação com emprego	19,6
11. Influência de outras pessoas	15,3
12. Ocupação a membros da família	15,3
13. Desemprego	12,3
14. Demissão com FGTS	9,2
15. Aproveitamento programa de demissão voluntária	3,7

Nota. * Motivos considerados muito importantes pelos empreendedora (nota 5 na escala utilizada); questão permitia múltiplas respostas; *Percentual indica números de respondentes em cada motivo: total de entrevistados

Nesse contexto, concluiu-se que a dualidade necessidade/oportunidade não foi suficiente para explicar a motivação dos empreendedores, sendo reconhecida a presença de múltiplos e não excludentes fatores motivadores. (VALE, G.M.V.; CORRÊA, V.S.; REIS, R.F. ; 2014)

Acerca da motivação de empreender pelas mulheres, do mesmo modo, também foram constatadas a existência de múltiplos fatores. Uma pesquisa realizada por Ummah & Gunapalan (2012), trouxe constatações de individualidades interessantes sobre as motivações para empreender no gênero feminino. Em sua pesquisa enfocando o sucesso empresarial em uma amostra de microempreendedoras do Sri Lanka, três fatores foram considerados pelas

empreendedoras na decisão de abrir ou não um negócio: personalidade, background familiar e suporte institucional.

Segundo Ummah & Gunapalan (2012), constatou-se que dentre os fatores de personalidade, os mais importantes foram autonomia, necessidade de realização e autoconfiança. No fator background familiar, foram reconhecidos que os antecedentes familiares como apoio nas decisões, nas finanças e conselhos dados, de fato contribuíram para o sucesso empresarial. Além disso, o apoio institucional, reconhecido pela disponibilidade de apoio financeiro, treinamento, informação e direcionamento, também foram reconhecidos como um dos fatores motivadores.

2.2.2 Desafios enfrentados pelas empreendedoras

Ao processo de empreender normalmente já impõe ao empreendedor diversas dificuldades. Porém, as mulheres encontram ainda mais dificuldades do que os homens, o que pode ser explicado pelas construções históricas que foram atribuídas ao gênero pela sociedade. (ALPERSTEDT, FERREIRA, SERAFIM; 2014)

Macedo (2002) explica que a construção das subjetividades de homens e mulheres são impactadas diretamente pelas relações de gênero que são formadas em diversos espaços, tais como na família, nas políticas públicas, nas instituições, no mercado de trabalho, etc. Para Macedo (2002), ao se constatar tais relações de gênero no dia-a-dia, percebe-se que existe uma discrepância de condições para enfrentar os conflitos da vida urbana pelas mulheres, principalmente no tocante às classes trabalhadoras. Desse modo, Macedo (2002) explica que isso acontece devido a posse da maior parte do poder e dos recursos produtivos ainda se concentrarem com os homens. Segundo a autora, as mulheres são alvos de injustiças advindas do mercado de trabalho, quando comparadas aos homens, recebendo remunerações mais baixas, dispendo de um acesso relativamente limitado aos cargos de maior prestígio e á promoções, além de serem a maioria no trabalho informal.

Os empecilhos encontrados pelas mulheres nos processos de ascensão profissional, são explicados pelo “fenômeno “teto de vidro”, que considera a

existência de barreiras invisíveis, mas com potencial considerável para impossibilitar as mulheres de serem promovidas aos cargos mais altos das organizações. Essa barreira é representada não por desqualificação intelectual, mas apenas pelo sexo. (MIRANDA, 2006)

Apesar do contentamento com liberdade e flexibilidade que os negócios oferecem, ainda surge a insatisfação pela dificuldade de conciliação do tempo entre o empreendimento e o tempo dedicado aos filhos e outros dependentes. As dificuldades advindas do empreendedorismo feminino surgem de questões como divergências de opinião com o papel tradicionalmente atribuído à mulher na sociedade, choque dos compromissos, sentimento de culpa, energia, stresse, relações pessoais, questões de saúde e isolamento. Além disso, também podem ser citados aspectos profissionais como risco financeiro, falta de assistência, falta de experiência empreendedora anterior e ausência de modelos de referência. (MCGOWAN ET. AL.; 2012)

Um estudo realizado por Strobino (2009) identificou três aspectos nos conflitos trabalho-família: tempo dedicado ao negócio, que na maioria dos casos é maior do que quando tinham outro emprego; tensões ocasionadas pela devoção ao empreendimento; e comportamento, que é produto sobrecarga no trabalho e obrigações com a família. Segundo a autora, esse problema está mais presente em pequenos negócios, pois é mais difícil separar o que é trabalho e o que é vida pessoal.

Ainda segundo Strobino (2009), uma das dificuldades sentidas pelas empreendedoras é a falta de colaboração dos filhos e do marido. Na tentativa de equilibrar as pressões encontradas entre trabalho e vida pessoal, as mulheres buscam balancear os horários, conter as emoções, dividir entre os membros da família as atividades domésticas, além de buscar a harmonia no convívio familiar. (STROBINO, 2009)

A obtenção de recursos também é relatada como uma das dificuldades do processo empreendedor feminino. Na ausência de recursos próprios, algumas empreendedoras se sentem dependentes do companheiro para financiar seus negócios, o que pode vir junto de cobranças ou receio do insucesso. Desse modo,

percebe-se a existência de várias barreiras na obtenção dos recursos, tanto financeiros como sociais, e de capital social. (ALPERSTEDT, FERREIRA, SERAFIM; 2014)

Apesar da falta de segurança e das inquietações das empreendedoras, elas se sentem vitoriosas. No momento em que alcançam um determinado equilíbrio, mesmo que instável, fica explícito o sentimento de sucesso por parte dessas mulheres. (JONATHAN, 2011)

3. METODOLOGIA

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Esta pesquisa pode ser classificada como descritiva, pois tem enfoque “na descrição das características de determinada população ou fenômeno ou no estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, p. 28, 2008). Para o autor, essa abordagem permite a formulação de hipóteses relacionadas à frequência de acontecimentos, ou seja, busca identificar se determinada característica está presente em uma determinada população com maior ou menor intensidade.

Além disso, também pode ser classificada como exploratória, pois, nesse caso, o pesquisador buscou compreender e estender seus conhecimentos acerca do tema. Podendo, dessa forma, formular justificativas e proposições. Através da pesquisa exploratória torna-se possível a análise, formulação de conceitos e justificativas sobre a problemática proposta. Assim, foi possível realizar um estudo sobre o empreendedorismo feminino no Distrito Federal e buscar explicações sobre as motivações e dificuldades encontradas. Malhotra (2001, p. 105) afirma que “a pesquisa exploratória é usada em casos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão, identificar cursos relevantes de ação ou obter dados adicionais antes que se possa desenvolver uma abordagem”.

Trata-se de uma abordagem qualitativa. Segundo Flick (2008, p. 20), “a pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida”. Segundo o autor, a prática desse tipo de pesquisa é caracterizada por conter diversos métodos e abordagens teóricas, não se limitando a apenas em um conceito teórico e metodológico juntos.

Segundo Malhotra (2001), a pesquisa qualitativa “é desestruturada e de natureza exploratória, baseada em amostras pequenas”. Ainda segundo o autor, nesse caso, o objetivo não é chegar a uma verdade absoluta, mas sim adentrar nos conhecimentos existentes no campo de pesquisa e gerar esclarecimentos acerca do fenômeno.

Em relação a técnica de coleta de dados foram utilizadas entrevistas em profundidade: “são conversas pouco estruturadas com indivíduos escolhidos do público-alvo”. (MALHOTRA, p. 131, 2012). Segundo Malhotra (2012), por meio dessa técnica, o entrevistador produz um esboço de discussão com intuito de guiar a entrevista, a qual buscará identificar principais motivações, crenças e atitudes do entrevistado dentro do tema delimitado. Desse modo, pode-se dizer que para esta pesquisa buscamos informações e percepções de diversas empreendedoras em relação às suas motivações, percepções e dificuldades na condução de seus negócios.

A pesquisa foi dividida em duas etapas. Na primeira etapa foram analisados os conteúdos de entrevistas realizadas previamente pelo projeto “Mulheres Empreendedoras” coordenado pelo Prof. Dr. Diego Mota Vieira do Departamento de Administração da Universidade de Brasília. Na segunda etapa, foram realizadas entrevistas em profundidade com roteiro semiestruturado possibilitando, portanto, a coleta e análise de dados primários.

3.2 Caracterização dos participantes e instrumentos da pesquisa

3.2.1 Dados secundários

Como já mencionado, para a primeira fase desta pesquisa foi feita uma análise de dados secundários, em que os dados foram obtidos anteriormente através de um projeto acadêmico denominado “Mulheres Empreendedoras”. Tal projeto foi realizado na Universidade de Brasília por alunos da disciplina “Introdução à Administração”. O projeto foi ministrado e orientado pelo Prof. Dr. Diego Mota Vieira, o qual foi responsável pela elaboração do roteiro de entrevistas para uso dos alunos. Tal roteiro de entrevista encontra-se nos anexos deste trabalho e é estruturado em duas partes. A primeira parte busca compreender o início da iniciativa de empreender e a segunda busca conhecer sobre a condução e

desenvolvimento do negócio. Os dados foram obtidos através de entrevistas com empreendedoras de diferentes ramos de negócio no Distrito Federal. As entrevistas foram conduzidas por alunos que cursaram a disciplina nos anos de 2015, 2016 e 2017. Tais entrevistas, em formato de vídeo, foram gravadas e postadas pelos alunos em um canal no YouTube o qual está inscrito como: “Projeto Mulheres Empreendedoras Intro ADM UnB”.

Dessa maneira, foram feitas as transcrições de áudio das entrevistas de modo que a base de dados obtida através do projeto fosse utilizada para fins de análise de conteúdo e posterior categorização de dados nesta pesquisa.

Segundo Bardin, a análise de conteúdo é definida como:

“um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a 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, 1987, p.42).

3.2.2 Dados Primários

Após a análise dos dados secundários e sua categorização, foi construído um roteiro de entrevista. Tal roteiro foi elaborado à luz da teoria, além de ter se baseado no roteiro usado no projeto “Mulheres Empreendedoras” e em seus dados obtidos.

Para fins desta pesquisa adotou-se a forma semiestruturada de entrevista que “combina perguntas fechadas e abertas, em que o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema em questão sem se prender à indagação formulada” (MINAYO, p.64, 2008).

O roteiro de entrevista foi dividido em três módulos. No primeiro módulo, foram feitas oito perguntas relacionadas com as motivações que as entrevistadas tiveram para decisão de empreender. No segundo módulo, foram feitas cinco perguntas direcionadas às características comuns entre as empreendedoras e o significado de empreendedorismo. No terceiro módulo, foram realizadas oito perguntas sobre dificuldades e desafios encontrados pelas entrevistadas. No total, a entrevista contou com vinte e uma perguntas abertas. No quadro 1 estão demonstradas as perguntas do roteiro, relacionadas à literatura de referência.

Quadro 1: Roteiro de Entrevista – Dados Primários

PARTE 1 - Motivações para decisão de empreender	
1. Você poderia descrever qual é o seu negócio? a. Qual é o ramo de atividade? b. Quantos funcionários? c. Há quanto tempo está funcionando? d. Qual é o faturamento aproximado?	
2. Quais foram os motivos que levaram você a abrir o seu negócio?	(GEM. 2016) (VALE, CORRÊA E REIS, 2014)
3. Que tipo de suportes institucionais que você teve?	(UMMAH & GUNAPALAN, 2012)
4. Quais características ou sentimentos pessoais foram determinantes para você querer empreender?	(UMMAH & GUNAPALAN, 2012)
5. Quem foram seus apoiadores na ideia de abrir um negócio? (pessoas) a. Você considera esse apoio tenha sido um fato motivador na decisão de empreender?	(UMMAH & GUNAPALAN, 2012)
6. Quais são as razões que te levam a manter o seu negócio?	
7. Como você se imagina em 5 anos?	
8. Como você imagina o seu negócio em 5 anos?	
PARTE 2 - Características comuns entre empreendedores e significado de empreendedorismo	
9. Em sua opinião, o que é ser empreendedora?	(LOCKE E COLLINS, 2003) (HISRICH E PETERS, 2004) (SCHUMPETER, 1982) (MCCLELLAND,1972)
10. Como o fato de ser empreendedora se relaciona com a capacidade de inovar? Explique. a. Você se considera uma pessoa que inova? Por quê?	(SCHUMPETER, 1982)
11. Quais e tipos de comportamentos você julga necessários a uma empreendedora?	(MCCLELLAND,1972) (TIMMONS,1985)
12. Quais características suas te ajudam a ser uma empreendedora?	
13. Quais comportamentos ou características relacionadas ao empreendedorismo você acha que precisa ainda desenvolver?	
PARTE 3 - Dificuldades e desafios	
14. Você já percebeu algum tipo de desvalorização ou barreira durante sua carreira profissional pelo fato de ser mulher? Poderia explicar melhor?	(MIRANDA, 2006)
15. Como ocorreu a obtenção de recursos financeiros para abrir o seu negócio? Quais foram suas dificuldades?	(ALPERSTEDT, FERREIRA, SERAFIM; 2014)

16. Quais as consequências que a devoção ao empreendimento traz para sua vida?	(STROBINO, 2009)
17. Como você lida em relação à administração do seu tempo?	(STROBINO, 2009)
18. Quais foram as dificuldades relacionadas a aspectos profissionais?	(MCGOWAN ET. AL.2012)
19. Qual é a colaboração por parte dos membros da família no negócio?	(STROBINO, 2009)
20. Qual é a colaboração por parte dos membros da família nas atividades domésticas? a. Você se sente sobrecarregada?	
21. Quais são as dificuldades em separar a sua vida pessoal da profissional e como você tenta achar o equilíbrio?	(STROBINO, 2009)

Fonte: Elaboração da autora

Desse modo, o propósito das entrevistas foi conhecer sobre as reais motivações para iniciativa de empreender das entrevistadas. Além disso, buscou identificar características comuns entre elas e o significado atribuído ao conceito empreendedorismo pelas mesmas. Ademais, também foi propósito das entrevistas reconhecer desafios e dificuldades em comum encontradas por essas empreendedoras ao longo da trajetória.

3.2.3 Realização das Entrevistas

Após a finalização do modelo para roteiro das entrevistas, foi realizada uma primeira entrevista piloto. Essa entrevista foi feita inicialmente como uma espécie de teste para verificar possíveis falhas ou melhorias na elaboração do roteiro.

Entretanto, como tudo ocorreu conforme o esperado, não houve necessidade de posteriores alterações no roteiro inicial. Dessa forma, a pesquisadora prosseguiu com realização das demais entrevistas.

Foram feitas, no total, oito entrevistas, com empreendedoras de diferentes ramos (lavanderia, loja de roupas, venda de quadros personalizados, bronzamento, cafeteria e bar). O número de entrevistas foi considerado satisfatório devido a saturação dos dados, visto que as respostas começaram a se repetir ao longo das

entrevistas. A média de duração das entrevistas foi em torno de 20 minutos. As entrevistadas tinham entre 23 e 51 anos e tinham atuação no ramo atual de 7 meses a 30 anos.

O contato inicial com as empreendedoras foi através do Whatsapp, no qual eram combinados local e horário para realização a entrevista. As entrevistas foram realizadas pessoalmente nos locais de trabalho das empreendedoras e no que horário que fosse mais conveniente para as mesmas.

Para esta pesquisa, as entrevistadas foram selecionadas a partir da técnica denominada de bola de neve. A qual consiste inicialmente na seleção de um indivíduo que será escolhido por conveniência, uma vez que a pesquisadora tinha contato com o mundo do empreendedorismo. Ao final da entrevista a entrevistada indicava uma nova pessoa da sua rede de relacionamentos para participar da pesquisa e assim sucessivamente. Lembrando que cada participante da pesquisa é mulher e atua na área do empreendedorismo.

As entrevistas foram feitas na forma semiestruturada que “combina perguntas fechadas e abertas, em que o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema em questão sem se prender à indagação formulada” (DE SOUZA MINAYO, p.64, 2008).

Dessa forma, no momento das entrevistas, os áudios foram gravados pela pesquisadora, que posteriormente os transcrevia em um documento no Word.

3.3 Procedimentos de análise de dados

Desse modo, com a transcrição dos áudios, tornou-se possível a identificação dos dados que foram separados organizados em categorias e subcategorias em uma planilha no Excel. Nesta planilha constava uma coluna contendo as perguntas da entrevista, uma coluna contendo a categoria relacionada à pergunta, outra coluna com as subcategorias identificadas e outra coluna com as falas das entrevistadas que evidenciasse a presença de tais subcategorias. Desse modo, a visualização dos

dados se tornou mais clara e organizada e foi realizada a análise dos dados à luz da teoria.

A autora do trabalho, sintetizou as informações mais relevantes das entrevistas em árvores de categorias e subcategorias de acordo com o exemplo a seguir, que representa a árvore da pergunta 02 quando feita a primeira entrevistada dos dados primários:

Quadro 02: Exemplo da árvore de categorias e subcategorias

Pergunta	Categoria	Subcategorias	Fala da Entrevistada
2 - Quais foram os motivos que levaram você a abrir o seu negócio?	2- Motivações para abrir o Negócio	A) Influência da família - Continuar um negócio fundado pela família B) Afinidade com o ramo	“Na verdade, eu fui criada dentro de loja. Eu com 14 anos, meu pai abre um negócio ‘pros’ meus irmãos mais velhos, e eu com 15 anos, meu pai me convidou a entrar e trabalhar né...E na verdade eu já tenho 46 anos, então desde os 14 15 anos eu vi a moda, eu vi as roupas, vi atendimento. Eu era apaixonada por aquilo tudo...” (Entrevistada 01)

Fonte: Elaboração da autora

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo será feita a discussão acerca dos resultados encontrados usando como subsídio a teoria já referenciada sobre empreendedorismo feminino. Para facilitar a compreensão dos dados coletados dividiremos este capítulo em duas partes, cada parte com seus subtópicos. Na primeira parte serão apresentados os resultados encontrados através dos dados secundários obtidos pelo projeto “Mulheres Empreendedoras” citado no capítulo de metodologia. Já a segunda parte se referirá aos dados primários obtidos por meio das entrevistas conduzidas e realizadas pela autora deste trabalho.

Tanto na primeira quanto na segunda parte, a discussão será feita elencando em cada subtópico as categorias que se referem a um mesmo tema específico. A fim de uma melhor compreensão, as diferentes perguntas feitas ao logo das entrevistas, tanto dos dados primários quanto dos secundários, serão selecionadas para fazer

parte de determinado subtópico de acordo com as semelhanças de seus temas. Desse modo, não necessariamente seguirá a ordem de número das perguntas e sua posição no roteiro, sendo mais interessante, portanto priorizar a ordem temática e de conteúdo. Para cada pergunta feita foi criada uma categoria diferente. Desse modo, ao início de cada subtópico será apresentado um quadro representativo em que estarão explicitadas todas as categorias na coluna esquerda e subcategorias na couda direita. Tais categorias e subcategorias foram criadas e identificadas pela autora desta pesquisa durante a análise dos dados das entrevistas, tanto os secundários quanto dos primários. O número que estiver à frente de cada categoria indica o número da pergunta no roteiro. Cabe lembrar que o roteiro usado para os dados secundários encontra-se no anexo, enquanto o roteiro usado para as entrevistas de dados primários encontra-se no capítulo de metodologia.

4.1 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS SECUNDÁRIOS

Neste módulo serão apresentados os resultados obtidos através da análise dos dados secundário. A discussão de tais dados será feita levando em consideração a teoria referenciada no capítulo de Referencial teórico e sua pertinência temática com as perguntas feitas durante as entrevistas do projeto “Mulheres Empreendedoras”.

Para melhor compreensão, este modulo será dividido em cinco subtópicos menores, em que os dados foram agrupados de acordo com a semelhança de seu conteúdo. São eles: História de vida, motivações e realização do negócio; Características comuns às mulheres empreendedoras e o significado do conceito empreendedorismo; Desafios, obstáculos e mudanças ao longo da trajetória; Estruturação do negócio e projeções para o futuro e Gestão de pessoas e informações.

4.1.1 História de vida, motivações e realização do negócio

Inicialmente, como mencionado anteriormente, para melhor leitura dos dados secundários obtidos através do projeto “Mulheres Empreendedoras”, serão agrupadas as perguntas com temática semelhante. Desse modo, nesta primeira etapa iremos tratar das categorias encontradas através das perguntas de número

1,5 e 6 do roteiro de entrevista que se encontra no anexo. Aqui, pretende-se conhecer um pouco mais sobre a história de vida, motivações e a realização da abertura do negócio das entrevistadas.

Quadro 3: História de vida, motivações e realização do negócio – Dados Secundários

Categoria	Subcategorias
1 - História de vida	<p>1.1 Trajetória de vida sem relação com o empreendimento</p> <p>A) Tem outra ocupação além do empreendedorismo</p> <p>B) Origem humilde</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vieram de família humilde - Vieram de outra cidade em busca de uma vida melhor <p>C) Formadas em outra graduação</p>
	<p>1.2 Trajetória de vida relacionada à decisão de empreender</p> <p>A) Sempre teve afinidade com o ramo ou sempre quis ser empreendedora</p> <p>B) Estavam insatisfeitas em suas ocupações anteriores</p> <p>C) Já tiveram contato com o mundo dos negócios/ administração de empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empreenderam anteriormente ou obtiveram insucessos em empreendimentos anteriores - Já trabalhavam no ramo e criaram seu próprio negócio - Têm uma trajetória acadêmica em Administração <p>D) Influência da família</p> <ul style="list-style-type: none"> - Já tinham familiares atuando no empreendedorismo - Deram continuidade a empreendimentos iniciados por familiares <p>E) Decidiram empreender por estarem com dificuldades financeiras</p> <p>F) reconheceram uma oportunidade</p>
5 – Motivações para abrir o negócio	<p>A) Autorrealização</p> <p>B) Dificuldades financeiras</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desemprego <p>C) reconheceram uma oportunidade</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buscaram a solução de um problema reconhecido - Surgimento de uma ideia inovadora <p>D) Já trabalhavam no ramo e criaram seu próprio negócio</p> <p>E) Afinidade com área/ramo do negócio</p> <p>F) Influência da família</p> <ul style="list-style-type: none"> - Já tinham familiares atuando no empreendedorismo - Deram continuidade a empreendimentos iniciados por familiares - Acontecimentos específicos e determinantes em um dado momento da vida
6 - Realização da ideia de negócio	<p>6.1. Fatores que influenciaram a colocar o negócio em prática</p> <p>A) Afinidade com área/ramo do negócio</p> <p>B) Viabilidade financeira</p> <p>C) Reconhecimentos de oportunidades</p>
	<p>6.2 Estrutura do negócio</p> <p>A) montaram seus projetos sozinhas</p>

	<p>B) Começaram com uma estrutura pequena e foram aumentando C) Deram continuidade a empreendimentos iniciados por familiares</p>
--	--

Fonte: Elaboração da autora

A categoria “história de vida” foi dividida em duas partes, a de “trajetória de vida sem relação com o empreendimento” e “trajetória de vida relacionada à decisão de empreender”, cada uma com suas subcategorias.

Na parte “trajetória de vida sem relação com o empreendimento”, as entrevistadas citaram suas outras ocupações além do negócio, algumas contaram ainda sobre suas origens serem humildes e outras relataram sua trajetória em outras formações acadêmicas, que não a administração.

Na parte “trajetória de vida relacionada a decisão de empreender”, as entrevistadas contaram sobre como ou porque acabaram adentram no mundo do empreendedorismo. Nas respostas das empreendedoras, identificou-se subcategorias em que os seguintes aspectos foram mencionados: sempre tiveram afinidade com o ramo ou sempre quis ser empreendedora, estavam insatisfeitas em suas ocupações anteriores, já tiveram contato com o mundo dos negócios/administração de empresas, tiveram influência da família, decidiram empreender por estarem com dificuldades financeiras, ou por reconhecerem uma oportunidade.

A categoria “Motivações para abrir o negócio”, foi considerada bastante relevante para o alcance dos objetivos específicos deste trabalho, podendo se notar também certa repetição entre algumas das subcategorias citadas anteriormente dentro de “Trajetória de vida relacionada a decisão de empreender”.

Desse modo, o primeiro fator motivador identificado foi a busca pela autorrealização e o sonho de empreender, que fica explícito na fala das entrevistadas a seguir:

Eu sempre sonhei com isso e mesmo trabalhando para outras empresas...por exemplo, essa empresa que eu estava, eu era muito feliz na empresa que eu trabalhava, gostava bastante; só que por se tratar de uma multinacional de um ramo que eu, em princípio eu não me identificava, que é o farmacêutico, eu não tinha muito poder de realização, pouquíssimo poder de criação (...) (Entrevistada 02)

Eu decidi abrir meu próprio negócio por que dentro de ‘mim’ havia um sonho de empreender, de buscar o melhor, sempre focando nas pessoas que eu pensava que era difícil encontrar roupas no tamanho delas ‘né’. (Entrevistada 12)

Porque assim eu precisava fazer alguma coisa que não fosse no direito, e então eu fui atrás de coisa que eu gostava, (...) E eu tive a oportunidade

conversar com uma moça, que é design de joias, e conversando com ela eu me interessei muito pelo assunto, e fui atrás de fazer um curso nessa área. E aí eu gostei muito do curso (...) a partir daí que eu me apaixonei pelo designer de acessórios, e comecei a trabalhar com isso, comecei a vender uma peça aqui, uma peça ali e aí resolvi abrir o negócio. (Entrevistada 10)

Essas constatações corroboram com a opinião de McClelland, o qual constata como fator motivador no empreendedorismo a necessidade de realização pessoal (n-Achievement), pessoas são motivadas pela busca de autorrealização na execução de um bom trabalho e com feedbacks positivos.

Outro fator motivador citado por muitas das entrevistadas está ligado à necessidade financeira. A entrevistada 4, contou que por estar endividada começou a revender roupas e estruturar seu negócio no ramo de roupas femininas.

Comprei o carro e eu não tinha como pagar pelo conserto do carro, porque ele estava estragado. E eu tive que ir pagando e quanto mais eu pagava mais eu tinha que pagar (...) eu tive que passar a conseguir dinheiro de alguma forma, porque o meu salário de estagiária não era suficiente, então eu pensei “o que eu posso fazer?”. Meu namorado me sugeriu, a irmã dele tinha comprado umas roupas no Ebay ‘né’, da China, e me sugeriu “Compra umas roupas no Ebay, aí você revende, que você pode ter algum sucesso com isso e conseguir um pouco mais de renda extra, e poder pagar o conserto do carro”, aí eu comprei (...) Fui vendendo, vendendo, aí vi que dava negócio, vender roupa era bom. (Entrevistada 04)

No caso da entrevistada 15, ela relata que estava passando por um momento difícil financeiramente, o que a impulsionou a se tornar sócia de seu filho e marido e juntos abrirem um negócio no ramo de higienização de carros.

Uma situação muito difícil na época pra gente ‘né’, assim financeiramente foi muito difícil, tá, e esse ramo porque o meu marido ele já era mecânico, ‘tá’?! E meu filho já desenvolvia um pouco pra esse lado da higienização; então eu juntei o útil ao agradável, eu fui atrás de fazer um curso e me juntei a eles. (E 15)

Esses relatos podem se encaixar, de certo modo, a categoria de “empreendedores por necessidade que são aqueles que “decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego” (GEM. 2016, p. 29). Entretanto, cabe ressaltar que as empreendedoras tiveram mais de uma motivação para empreender, o que contradiz o fator excludente de necessidade *versus* oportunidade proposto pelo GEM (2016).

Por outro lado, o fator reconhecimento de oportunidade também foi reconhecido como motivador, assim como citado pelo GEM (2016) e Vale, Corrêa e Reis (2014). Dentro dessa categoria estão as empreendedoras que reconheceram

um problema no ramo e buscaram trazer soluções ou tiveram uma ideia inovadora dentro do mercado. A entrevistada 1 trabalhava inicialmente em um salão de beleza, mas queria fazer algo inovador, que suprisse a necessidade das mulheres que precisavam fazer as unhas, mas não tinham tempo de ir até o salão, então resolveu abrir seu próprio negócio, um trailer de manicure.

Eu sempre quis mexer com unha (...) muito por querer fazer este lado social e também por gostar de unhas (...) E aí, surgiu a ideia. Aí eu tive que pensar, "como que eu vou fazer tudo isso e ser ainda útil e inovador?" (Entrevistada 1).

Além disso, a entrevistada 03 teve uma ideia inovadora no mercado e buscou meios para criar sua startup.

Eu tive a ideia do Tradr e contei para vários amigos. Um deles estudava em Harvard (...) Ele me conectou a outros estudantes de lá que poderiam se interessar pela ideia. ". A galera achou realmente muito 'massa' e me falou "por que você não tenta vir aplicar a sua ideia aqui no laboratório de inovação da Universidade de Harvard?". Aí eu "é possível eu ir 'praí' sem ser estudante de Harvard?" e eles "é, se você quiser trazer outros estudantes junto com você, é possível", aí eu "ah, então beleza". Me apliquei e fui aceita. (Entrevistada 03)

A influência da família também foi reconhecida como um importante motivador. Essa categoria abarcou as empreendedoras que relataram que já tinham familiares atuando no empreendedorismo, que deram continuidade a empreendimentos iniciados por familiares, ou ainda, que passaram por situações com familiares que foram determinantes para querer empreender. Tais aspectos corroboram com o exposto por Ummah & Gunapalan (2012) em sua pesquisa, a qual indica que o background familiar foi um dos fatores que contribuíram para o sucesso empresarial. A entrevistada 6, teve influência do marido e dos irmãos do marido que já tinham um negócio no ramo de auto-center.

Então, nesse ramo, a gente veio, (eu falo a gente porque é meu esposo também, a gente caminha junto 'né')... Ele já trabalhou na área, veio no início como sócio...eram três irmãos, na época, era só um auto-center e depois em 2004 a gente resolveu montar a autopeças. (Entrevistada 06)

A entrevistada 13 decidiu dar continuidade a um negócio iniciado por sua irmã no ramo de roupas infantis, "esse ramo foi minha irmã que abriu, aí como eu vi que era uma coisa legal, aí eu só estou dando uma continuidade no ramo."

Além dessas, outras subcategorias foram citadas como fatores motivadores para decisão de empreender como a afinidade com o ramo e vontade de ser

empreendedora, a insatisfação em suas ocupações anteriores ou por já terem tido contato com o mundo dos negócios/administração de empresas.

Na categoria “Realização da ideia de negócio”, foram identificados fatores que influenciaram a colocar o negócio em prática como afinidade com área/ramo do negócio, a viabilidade financeira e novamente o reconhecimentos de oportunidades. Além disso, falaram sobre como estão estruturados seus negócios, em que algumas disseram ter montado seus projetos sozinhas, outras citaram ter começado com uma estrutura pequena que foram aumentando e outras que deram continuidade a empreendimentos iniciados por familiares, sendo então, novamente mencionada a influência da família.

4.1.2 Características comuns às mulheres empreendedoras e o significado do conceito empreendedorismo

Quando perguntadas sobre o significado atribuído ao termo empreendedorismo, as entrevistadas citaram algumas ações, características e o sentimento de autorrealização. Esse sentimento mais de uma vez citado, em perguntas diferentes, demonstra a sua relevância no entendimento do tema e vai de encontro novamente a referências como McClelland (1961).

Quadro 4: Características comuns e significado atribuído ao termo empreendedorismo – Dados Secundários

2- Significado de empreendedorismo	2.1 Características A) Coragem B) Persistência C) Risco D) Transformação E) Liberdade F) Planejamento 2.2 Sentimentos A) Autorrealização
	2.3 Ações A) Gerar emprego B) Realizar algo novo C) Controlar o próprio tempo D) Buscar desafios E) Buscar resultados F) Busca constante por melhorias G) Buscar solucionar problema
3 – Reconhecimento de si como	A) Pela coragem B) Pelo investimento feito

empreendedora	<ul style="list-style-type: none"> C) Pelo planejamento feito D) Por contribuir com a economia E) Pelos clientes F) Pelas responsabilidades G) Pela iniciativa H) Porque trabalha para si mesma
9 – Contato anterior com administração de empresas	<ul style="list-style-type: none"> A) Não tiveram contato com administração de empresas antes B) Experiência do dia-a-dia C) Por meio de negócios da família D) Em ocupações E) Fizeram cursos na área

Fonte: Elaboração da autora

Por outro lado, as características citadas pelas empreendedoras foram coragem, persistência, risco, transformação, liberdade e planejamento.

É a pessoa que primeiro não tem medo de arriscar. E você tem que ter persistência, 'sabe', você tem que enfrentar (...) é ter coragem de arriscar, você fazer de tudo pelo seu negócio. (E 1)

Bom, acho que empreendedor é aquele que abre um negócio de uma maneira planejada. Isso que é empreender! Que busca auxílio para abrir, pesquisa para abrir aquele negócio. Para atender o público. (Entrevistada 8)

Empreender eu acho que é você pegar uma ideia do nada, do zero, e você fazer surgir alguma coisa que vá te dar um sustento, que vá te dar um retorno, que vá te dar uma satisfação pessoal também. Que eu acho que pra você fazer alguma coisa que dá certo, tem que gostar antes de tudo. (Entrevistada 14)

As ações citadas foram a de gerar empregos, realizar algo novo, controlar o seu próprio tempo, buscar desafios, resultados, melhorias constantes e solucionar problemas. Nota-se que algumas delas corroboram com o estudo realizado por Timmons (1985), como por exemplo, a solução de problemas, como mostra a fala da entrevistada a seguir:

Empreendedor é uma pessoa que observa um problema e, junto com um time, decide buscar uma solução para isso (...) é aquela pessoa que se importa muito com o problema e quer resolver aquilo, porque quer causar uma mudança na sociedade e está lá porque é apaixonado pela ideia e por todos os benefícios que a solução traria... (Entrevistada 02)

Quando perguntadas sobre porque se consideram empreendedoras, as entrevistadas citaram novamente a coragem e o planejamento, além disso, mencionaram a iniciativa, o investimento feito, as responsabilidades, a contribuição para economia do país, os clientes conquistados e pelo fato de trabalhar para si mesma.

Também foi perguntado às entrevistadas se já haviam tido contato anterior com administração de empresas e a maioria respondeu que nunca tinha tido. Além disso, algumas empreendedoras mencionaram que adquiriram toda experiência no dia-a-dia, outras por meio de negócios da família ou em ocupações anteriores, e ainda, através de cursos que fizeram na área.

4.1.3 Desafios, obstáculos e mudanças ao longo da trajetória

Durante a condução das entrevistas, em determinados momentos, as entrevistadas foram questionadas sobre desafios, obstáculos e sobre as mudanças que seus negócios trouxeram para suas vidas.

Quadro 5: Desafios, obstáculos, dificuldades e mudanças ao longo da trajetória – Dados Secundários

7 – Desafios e obstáculos enfrentados	7.1 – Desafios enfrentados A) Dificuldades Financeiras B) Mão de obra qualificada C) Monetização D) Descrença das outras pessoas no negócio E) Concorrência F) Conquistar Clientes G) Questões administrativas
	7.2 – Obstáculos enfrentados A) Autorização de crédito B) Lidar com pessoal
8 – Dificuldades Reconhecidas por ser mulher	A) Força Física B) Diferença no reconhecimento D) Assédio E) Diferença na forma de tratamento F) Machismo G) Nenhuma
10 – Mudanças após a abertura do negócio	10.1 Na rotina A) Aumentou a Liberdade B) Volume de responsabilidades C) Redução do tempo livre D) Melhora nas condições financeiras
	10.2 Nos seus sentimentos A) Autoestima B) Reconhecimento C) Melhora nos relacionamentos D) Autorrealização

Fonte: Elaboração da autora

Sobre os desafios, os mais citados foram a dificuldade financeira e a descrença das outras pessoas no negócio:

Eu tenho até hoje, né, eu acho que esse desafio financeiro, eu acho que ele é sempre muito difícil 'pra' qualquer empreendedor. (Entrevistada 02)

Ah, um dos desafios enfrentados foi devido a essa crise aí 'né' (...) isso aí pra mim 'tá' sendo um desafio muito grande, e estar superando, estar conseguindo dar um desconto a mais, estar conquistando o cliente 'né'... e não estar perdendo. (Entrevistada 13)

Primeiro desafio foi questão familiar mesmo (...) sai da advocacia, e me firmar como empreendedor foi um desafio muito grande, porque muitas pessoas não acreditavam em mim, então eu tive que realmente me afirmar, e mostrar para as outras pessoas que eu conseguia. (Entrevistada 10)

A fé das pessoas. Você vê que as pessoas muitas vezes não têm fé. Ninguém tem fé como você tem no seu negócio (...) mas no começo foi difícil, assim para a família aceitar, e assim, até para os amigos pensarem "Poxa é isso mesmo que você vai fazer?" (Entrevistada 04)

Além disso, também foi mencionada a dificuldade de encontrar mão de obra qualificada, a monetização, a concorrência, a dificuldade em conquistar clientes e questões administrativas. Sobre os obstáculos foram mencionados a autorização de crédito e lidar com o pessoal, o que é explícito na fala da E 1 "A maior dificuldade é a autorização, o financeiro e lidar com profissional também" e na fala da E 2:

Você precisa aprender a lidar com pessoas (...). Segundo, desafio financeiro, o banco ele não tem nunca nada pra você o FCO é uma mentira, ele não existe! O Banco do Brasil vive fazendo promessas que tem FCO, que tá disponível, que tá isso, o juros é baixo, isso não existe. Então quando você chega lá o banco nunca tem nada pra você. (Entrevistada 02)

Assim, as falas das entrevistadas corroboram com as pesquisas dos estudiosos Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) em que identificaram a existência de várias barreiras na obtenção dos recursos, tanto financeiros como sociais, e de capital social.

As empreendedoras também foram questionadas sobre já terem tido dificuldades pelo fato de serem mulheres ou não. Percebeu-se que muitas delas já passaram por alguma situação em que se sentiram em desvantagem. Foram identificadas dificuldades com relação à força física, diferenças de reconhecimento, diferença na forma em de tratamento, assédio e machismo.

Eu fui atender o cliente no escritório dele, ele era um advogado, ele sentou e fez só uma insinuação (...). aí eu falei "olha eu sou casada e tal..." (...) então isso aí existe. Eu acho que não só nesse ramo, mas qualquer um 'tá' sujeito... (Entrevistada 07)

Eu acho que talvez eu tenha tido atraso na obra, alguns probleminhas na época da obra. Talvez por eu ser mulher, talvez se fosse homem trataria de outra maneira. (Entrevistada 08)

Antes de tudo: eu sempre fui a minoria. Então é difícil, porque eu estou em uma minoria de empreendedores e ainda da área de tecnologia (...) então eu sinto que preciso ser mais séria, preciso mostrar em dobro tudo aquilo para as pessoas me levarem a sério, porque como é que você vai conseguir um investidor se você é uma menina jovem no meio de um monte de homem mais velho falando de diversas outras ideias. (Entrevistada 03)

Sofri, sofri, “porque isso num é lugar de mulher”, porque “nossa, mas por que ‘que’ ‘cê’ fez esse curso de higienização de interior?”, “ah, por que que você fez isso, fez aquilo?”; então assim... muitas perguntas, ‘né’, o por que, porque o fato deu ser mulher. (Entrevistada 15)

Desse modo, o relato das entrevistadoras corrobora com o estudo de Macedo (2002), que defende que as mulheres são alvos de injustiças advindas do mercado de trabalho, quando comparadas aos homens. Além disso, vai de encontro com o “fenômeno teto de vidro” proposto por Miranda (2006) que aponta a existência de barreiras invisíveis, mas com potencial considerável para impossibilitar as mulheres de serem promovidas.

As mudanças advindas com a abertura do negócio relatadas pelas empreendedoras foram diversas, tanto na rotina como em seus sentimentos. Na rotina, identificou-se um aumento da liberdade, aumento no volume de responsabilidades, redução do tempo livre e também melhoras nas condições financeiras. Já com relação aos sentimentos, as empreendedoras tiveram melhora na autoestima, no reconhecimento, nos relacionamentos e autorrealização.

4.1.4 Estruturação do negócio e projeções para o futuro

Em determinado momento da entrevista as empreendedoras foram questionadas sobre quais valores pessoais refletiam em seus negócios. De acordo com as respostas, foram identificados os valores honestidade e delicadeza. Além disso, parte das empreendedoras respondeu que seus valores de modo geral são refletidos em determinadas partes da gestão como, por exemplo, na forma de se vestir, na forma de prestar o serviço e no atendimento ao cliente.

Quadro 6: Estruturação do negócio e projeções para o futuro – Dados Secundários

13- Valores pessoais refletidos no negócio	A) Honestidade B) Delicadeza C) Partes da gestão - Excelência no atendimento - Forma de prestar o serviço - Forma de se vestir
--	---

14- Estruturação do negócio	14.1 Estruturação das pessoas no negócio A) Grupo pequeno na gestão B) Profissionais Contratados C) Prestadores de serviço D) Sozinha na gestão
	14.2 Estruturação física do negócio A) Ponto móvel B) Loja Física - Mais de um ponto C) Loja Virtual D) Não possui loja física
	14.3 Estruturação dos fornecedores A) Selecionam o fornecedor mais barato B) Parcerias C) Fornecedores fixos
15 - Diferencial do negócio	A) Comodidade B) Variedade C) Preço D) Adequação do produto/serviço ao cliente E) Qualidade do produto/serviço F) Qualidade no atendimento G) Exclusividade
12 - Satisfação com a ocupação	12.1 Motivos que levam a satisfação como o empreendedorismo A) Independência B) Capacidade de gerar impacto C) Satisfação dos clientes D) Novidades E) Autorrealização
11 – Projeção para daqui a 5 anos	A) Reduzir o ritmo de trabalho B) Crescimento do negócio - Abrir Franquias - Ganhar premiações - Fazer a diferença - Aumentar a popularidade C) Estabilizar a vida financeira
21- Projeções para o futuro do negócio	A) Crescer B) Melhorar

Fonte: Elaboração da autora

Em se tratando da estruturação do negócio, três critérios foram utilizados para entrevistar as empreendedoras, sendo eles, estruturação das pessoas no negócio, estruturação física e estruturação dos fornecedores. Na estruturação das pessoas foram identificadas as subcategorias de um grupo pequeno na gestão, grupo de profissionais contratados, grupo de prestadores de serviço e casos em que estão sozinhas na gestão do negócio. Na maioria dos casos, existe um grupo pequeno na gestão juntamente com um grupo de profissionais contratados ou prestadores de serviço. Na estruturação física do negócio foram constatadas as subcategorias ponto móvel, loja física, loja virtual e casos em que não existe loja física nem virtual por se

tratar apenas da prestação de serviço. A maioria das empreendedoras entrevistadas possui loja física, e parte delas com mais de um ponto. Na forma de estruturação dos fornecedores, foi constatado que algumas selecionam o fornecedor mais barato, algumas tem parcerias e outras têm seus fornecedores fixos.

Em seguida, as empreendedoras foram perguntadas sobre o diferencial de seus negócios e foram reconhecidos como diferencial, a comodidade oferecida pelo negócio, a variedade, o preço, a exclusividade, além das adequações feitas aos clientes, a qualidade do produto ou serviço e a qualidade no atendimento.

Em relação a satisfação com a ocupação atual, todas as entrevistadas afirmaram estarem satisfeitas. Sendo que, dentre os motivos reconhecidos por trazerem a satisfação estão, a independência, a capacidade de se gerar impacto, a satisfação de seus clientes, as novidades oferecidas pelo negócio e a autorrealização.

Sobre suas projeções para o futuro foram feitas duas perguntas, uma mais específica sobre a projeção para daqui a 5 anos, e outra mais geral sobre a projeção que tinham para o futuro do negócio. Ao se tratar da projeção com o prazo determinado de 5 anos, as subcategorias reconhecidas foram reduzir o ritmo de trabalho, crescimento do negócio e estabilizar a vida financeira. Sendo que, dentro da subcategoria crescimento do negócio, foram destacados os seguintes pontos: abertura de franquias, premiações, fazer a diferença e aumentar a popularidade no ramo. Desse modo, quando reconhecido por parte das empreendedoras a pretensão de reduzir o ritmo de trabalho, percebeu-se que existe uma sobrecarga de atividades desenvolvidas por elas.

Eu quero trabalhar um pouco menos e usufruir um pouco mais do que a gente esta construindo. É o meu sonho. (Entrevistada 02)

(...) Eu queria ter uma equipe boa, para que eu trabalhasse menos... eu queria ter bastante gente trabalhando comigo, não como funcionário, mas como prestador de serviço. (Entrevistada 05)

Eu creio já estar diminuindo meu ritmo de trabalho... E de repente, até passando a minha direção pro meu filho que já está fazendo administração... (Entrevistada 06)

Assim, percebe-se que as falas das entrevistadas vão de acordo com a pesquisa de Strobino (2009), o qual reconhece a sobrecarga causada pelas

obrigações no trabalho e na família como sendo um dos conflitos encontrados pelas empreendedoras.

No que tange a projeções mais gerais sobre o futuro de seus negócios, as respostas também foram mais genéricas, englobando principalmente as subcategorias crescer e melhorar.

4.1.5 Gestão de pessoas e de informações

Algumas das perguntas estavam relacionadas à gestão de informações e gestão de pessoas praticadas pelas empreendedoras.

Quadro 7: Gestão de pessoas e de informações – Dados Secundários

16 – Fontes de informação sobre o mercado em que atuam	A) Pesquisa de mercado B) Eventos, Revistas e Livros do ramo C) Cursos D) Notícias - TV - Internet E) Comportamento dos clientes
17- Existe compartilhamento das informações	A) Compartilha-se apenas internamente B) Compartilha-se tanto internamente quanto externamente
18 - Envolvimento dos colaboradores na tomada de decisão	A) Envolvem - Envolvem em todos os aspectos - Envolvem em casos que julgarem necessário B) Não envolvem na tomada de decisão - Escutam seus colaboradores antes de tomarem decisões
19- Critérios para seleção de colaboradores	A) Estabelecem Critérios - Confiança - Honestidade - Conhecimento na área - Vontade de aprender - Qualidade do serviço - Dinâmica - Pontualidade - Preferência de sexo B) Fazem pesquisas C) Realizam provas D) Análise de currículo E) Entrevistas F) São pessoas da família
20 - Motivações oferecidas aos colaboradores	A) Flexibilidade no horário B) Remuneração - Comissão - Auxílio alimentação - Auxílio transporte D) Plano de saúde

	E) Autonomia F) Capacitação G) Promoções
--	--

Fonte: Elaboração da autora

A pergunta número 16 questionava as entrevistadas sobre como buscavam informações sobre o mercado em que atuam. Neste item, de acordo com as respostas das empreendedoras foram identificadas as subcategorias pesquisa de mercado, através de eventos, revistas e livros no ramo, além de cursos, notícias pela TV e internet e também através da observação do comportamento dos clientes.

Em seguida, as entrevistadas foram questionadas se compartilhavam as informações que obtinham ou não. Assim, constatou-se que a maioria delas compartilha apenas internamente enquanto outras compartilham tanto internamente e externamente.

Quando perguntadas sobre como é o envolvimento dos seus colaboradores na tomada de decisão, parte das empreendedoras disse que envolvem enquanto outra parte disse que não. Dentre as empreendedoras que envolvem seus colaboradores na tomada de decisão, existem as que envolvem em todos os aspectos e as que envolvem apenas nos casos em que julgam necessário. Porém, há também as que não envolvem seus colaboradores na tomada de decisão, mas que buscam escuta-los antes.

Sobre a seleção de seus colaboradores, foram identificadas que há as que estabelecem alguns critérios, também as que fazem pesquisas, realizam provas, analisam currículos, fazem entrevistas ou ainda casos em que os colaboradores são os membros da família. Dentre os critérios estabelecidos pelas empreendedoras foi identificada a confiança, honestidade, conhecimento, vontade de aprender, a qualidade do serviço, a dinâmica, pontualidade e também as que têm preferência por sexo de acordo com o ramo de atuação do negócio.

Já as motivações oferecidas pelas empreendedoras aos seus colaboradores vão desde a flexibilidade no horário, fatores de remuneração como a comissão, auxílio alimentação, auxílio transporte e plano de saúde, até a autonomia, capacitação e promoções dentro da empresa.

4.2 RESULTADOS E DISCUSSÃO DOS DADOS PRIMÁRIOS

Neste módulo, trataremos dos dados obtidos através das entrevistas em profundidade, as quais foram conduzidas pela autora desta pesquisa. A partir das falas das entrevistadas serão identificados os aspectos considerados relevantes levando em consideração os resultados obtidos anteriormente pelos dados secundários e o conteúdo do capítulo de Referencial teórico deste trabalho.

Para melhor compreensão, este módulo foi dividido em quatro subtópicos, em que os dados foram agrupados de acordo com sua semelhança temática. Assim, teremos os seguintes subtópicos: Motivações para empreender; Razões para manter o negócio e projeções para o futuro; Características comuns e o significado atribuído ao conceito empreendedorismo e Desafios e obstáculos na jornada do empreendedorismo feminino.

4.2.1 Motivações para decisão de empreender

Assim, como foi feita anteriormente para os dados secundários, a discussão dos dados primários será dividida de acordo com a temática das perguntas contidas no roteiro de entrevista. Dessa maneira, ao início de cada etapa será elencado um quadro resumido contendo as categorias e subcategorias dos dados analisados, assim como o quadro acima.

Quadro 8: Motivações para decisão de empreender – Dados Primários

2- Motivações para abrir o Negócio	<ul style="list-style-type: none"> B) Financeira C) Influência da família <ul style="list-style-type: none"> - Continuar um negócio fundado pela família - Ajudar um familiar na condução do negócio D) Afinidade com o ramo E) Identificação de uma oportunidade no mercado ou ramo F) Sempre quis empreender G) Desejo de concretizar um negócio de sucesso
3- Suportes institucionais	<ul style="list-style-type: none"> A) Suporte financeiro (financiamento em bancos) B) Cursos de especialização no ramo C) Não teve suportes institucionais
4- Características ou sentimentos determinantes para querer empreender	4.1 Sentimentos <ul style="list-style-type: none"> A) Afinidade com o ramo <ul style="list-style-type: none"> - Amor - Domínio e Conhecimento acerca do ramo B) Curiosidade C) Autoestima D) Busca por reconhecimento E) Independência F) Autorrealização G) Buscar o sucesso K) Buscar inovar
	4.2 Características <ul style="list-style-type: none"> A) Liderança B) Talento
	4.3 Contexto <ul style="list-style-type: none"> A) Incentivo da família B) Dinamicidade do negócio
5-Apoiadores	<ul style="list-style-type: none"> A) Família B) Pais C) Conjugue (noivo, marido, namorado) D) Parentes

Fonte: Elaboração da autora

As primeiras perguntas das entrevistas tinham como objetivo identificar as motivações para decisão de empreender. Com exceção da pergunta número 1, que não foi incluída no quadro, por se tratar de informações pessoais das empreendedoras e que tinha como objetivo fazer uma descrição geral de seus negócios. Desse modo, a pergunta número 2 foi feita de uma forma mais direta para

identificar os fatores motivadores que as empreendedoras reconhecem com uma consciência maior. Assim, a primeira subcategoria identificada foi a financeira, em que uma das entrevistadas declarou que o motivo de ter aberto seu negócio foi para complementar sua renda:

Ah os motivos são assim... a gente precisa pensar uma forma de melhorar nossa situação financeira 'né', eu trabalho já na área de segurança, mas as minhas irmãs não... Então a gente conversando, pra aumentar nossa renda, a gente chegou a essa conclusão de que fazendo algo que a gente gosta de fazer, um trabalho no qual a gente se adaptou e gostou de fazer, a gente conclui o que seria um bom negócio. (Entrevistada 01)

Outra subcategoria foi a influência da família, também identificada nos dados secundários, o que ratifica a sua importância. Dentro desta subcategoria estão as mulheres que entraram para o empreendedorismo por influência de pessoas da família, seja para dar continuidade a um negócio da família ou ajudar algum familiar na condução do negócio. A entrevistada 4 contou que resolveu dar continuidade a um negócio que foi iniciado por sua mãe:

Na verdade, começou com minha mãe... há trinta anos atrás, ela era sacoleira, vendia roupas porque tinha que ter alguma coisa pra poder pagar as contas, as despesas... até que foi aumentando as vendas, até abrir uma loja... Ela abriu uma loja de varejo, e ela não gostava de vender uma peça, ela gostava de vender dez...então começou assim, aí ela começou a trabalhar com atacado. (Entrevistada 04)

Assim, podemos identificar que tanto no caso da E1 quanto da E4, as motivações foram além de financeira também pela influência da família.

Já a entrevistada 5 disse que a influência para entrar no negócio foi do seu filho que estava com dificuldades de gerir o bar sozinho:

É porque na verdade, ele (filho), não está conseguindo conduzir sozinho... então mesmo com todo o pessoal que executa cada parte, recepcionista, cozinha, a pessoa dos *drinks*, a pessoa do caixa, o menino que cuida dos *narguilles*, garçom... Mesmo tendo uma pessoa em cada linha de trabalho, tem muitas outras coisas que acontece por trás até chegar naquele instante ali (...) E aí, ele não estava conseguindo se organizar de maneira que ele conseguisse fazer, tava ficando um monte de coisa pra trás (...) Ele não tava conseguindo, tava ficando tudo assim sabe, jogado. Aí eu fui e falei com ele, ele falou "Mãe, pelo amor de Deus me ajuda, porque eu não dou conta!" um pedido de socorro mesmo. (Entrevistada 05)

Dessa maneira, percebe-se que novamente as falas das entrevistadas corroboram com o exposto por Ummah & Gunapalan (2012) em sua pesquisa, a qual indica que o background familiar foi um dos fatores que contribuíram para o sucesso empresarial.

Outra subcategoria bem relevante identificada através da pergunta 2 foi a identificação de uma oportunidade no mercado. Na fala da entrevistada 3 percebe-se que além da influência da família, houve também a identificação de uma oportunidade no mercado:

A minha família é uma família de empreendedores. A gente nunca gostou do serviço público e a gente queria abrir um negócio que tivesse um público seletivo, então nós decidimos abrir uma lavanderia, que era o que faltava no mercado também, na área onde a gente mora. (Entrevistada 03)

Assim, o fator reconhecimento de oportunidade vai de encontro ao que é citado pelo GEM (2016) e Vale, Corrêa e Reis (2014). Entretanto, cadê ressaltar, que de acordo com GEM (2016), só existem dois fatores motivadores, a oportunidade e a necessidade, o que contrapõe o que foi relatado pela entrevistada 3, que além do reconhecimento de uma oportunidade teve como motivação a influência da família.

Além disso, outras subcategorias foram identificadas como motivadoras, sendo elas a afinidade com o ramo a qual também mencionada nos dados secundários, a vontade que sempre teve de empreender e o desejo de realizar um negócio de sucesso.

A pergunta 4 buscou identificar se as empreendedoras tiveram motivações institucionais e de acordo com a fala das entrevistadas constatou-se alguns casos em que foram motivadas por terem algum suporte financeiro ou por realizarem cursos de especialização no ramo de atuação do negócio. A entrevistada 2, assim como a entrevistada 5, relataram o incentivo financeiro:

(...) Quando fui abri essa loja eu tive o incentivo de um banco. Eu fiz alguns financiamentos, isso me ajudou muito e me deu retorno muito rápido. (Entrevistada 02)

(...) Nós fizemos um financiamento pra complementar um valor que a gente tinha, porque não ia dar. E essa parte que eu faço, é uma coisa que pra mim é tranquilo por causa do meu negócio... (Entrevistada 05)

Já as entrevistadas 1 e 6 disseram que houve suporte de instituições que deram cursos de especialização no ramo de seus negócios:

A gente fez um curso de 12h numa instituição em Taguatinga que nos ensinou. Nós tivemos aula pratica e a teórica né, com relação à exposição ao sol... o tempo que a pessoa pode ficar no sol, e a cada tom de pele, cada pele... qual o tipo de pele o que pode ficar e quanto tempo pode ficar. (Entrevistada 01)

Eu fiz dois *workshops*. Um sobre o giz (...) E outro sobre caligrafia e *hand lettering* (...) Um foi no início, antes de tudo, o de giz. O outro foi um dia desses, depois de 7 meses. (Entrevistada 06)

Desse modo, podemos perceber que a fala das entrevistadas vai de acordo com a pesquisa realizada por Ummah & Gunapalan (2012) em que o suporte institucional, reconhecido pela disponibilidade de apoio financeiro, treinamento, informação e direcionamento, foi um dos fatores considerados pelas empreendedoras na decisão de abrir um negócio.

Na pergunta 4, as entrevistadas foram perguntadas sobre quais características ou sentimentos seus foram determinantes para querer empreender. Porém pelas respostas, além de características e sentimentos, constatou-se também a existência de fatores do contexto como o incentivo da família e a dinamicidade trazida pelo negócio. Ademais, dentre os sentimentos reconhecidos estão a afinidade com o ramo por amor ou conhecimento na área, a curiosidade, a autoestima, a busca por reconhecimento a independência, a autorrealização e a busca pelo sucesso e inovação. Dentre as características foram identificadas a liderança e o talento.

Eu considero assim, que é bom a gente fazer algo que a gente gosta, e que você possa assim gerir o seu próprio negócio, ter a gestão do seu próprio negócio, conduzir o seu próprio negócio... sem ficar numa dependência muito grande de pessoas, de empresas (...) Eu acredito que assim, pra definir direitinho, o que me levou foi vontade mesmo de fazer alguma coisa que me deixasse feliz. (Entrevistada 05)

Eu gosto muito de liderar, acho que isso é uma coisa que é de família mesmo, e isso me impulsionou a ter o meu próprio negócio. (Entrevistada03)

Eu acho que no fundo, no fundo, foi querer fazer o negocio dar certo. (...) Minha grande vontade foi essa. (...) E uma outra coisa, foi querer sair do óbvio. Na época que eu formei e todo mundo queria saber só de concurso público, e eu não queria, eu queria sair do óbvio. Eu achava que eu conseguia fazer alguma coisa que me desse prazer fora disso. (E 8)

Assim, a fala das entrevistadas engloba esses sentimentos e corrobora com o proposto por McClelland (1972) em que a necessidade de realização é considerada o principal fator motivacional do empreendedor, em seguida estão o planejamento e o poder, todos englobando diversas características psicológicas e comportamentais.

Além disso, na pergunta 5, foram questionadas sobre quem foram seus apoiadores na ideia de abrir o negócio e se esse apoio foi um fator determinante.

Todas as entrevistadas contaram que o apoio foi determinante, seja da família, pais, conjugue (noivo, marido, namorado) ou até de parentes.

4.2.2 Razões para manter o negócio e projeções para o futuro

Através das perguntas 6, 7 e 8; buscou-se identificar quais as razões levam as empreendedoras a manterem seus negócios e quais são suas projeções para o futuro.

Quadro 9: Razões para manter o negócio e projeções para o futuro – Dados Primários

6- Razões para manter o negócio	6.1 Sentimentos e Características A) Gratificação B) Afinidade com o ramo - Amor - Domínio e Conhecimento a cerca do ramo C) Vontade de fazer o negócio crescer D) Autorrealização E) Gostar de atender o público
	6.2 Contexto A) Dinamicidade - Novos desafios - Novas descobertas B) Potencial do negócio C) Retorno Financeiro D) Geração de Emprego E) Cientes fidelizados
7- Projeção para 5 anos	7.1 Pessoal A) Autorrealização B) Reconhecimento
8- Projeção do negócio	A) Crescimento do negócio B) Inovação - Modernização B) Especialização D) Diversificação do produto/serviço E) Aprimoramento - do ambiente - do atendimento F) Reconhecimento

Fonte: Elaboração da autora

Dentro das razões para manter o negócio citadas pelas empreendedoras pode-se identificar duas subcategorias, uma englobando características e sentimentos das empreendedoras e outra englobando aspectos do contexto do negócio.

Dentro dos sentimentos e características pudemos constatar a gratificação, a afinidade com o ramo por reconhecerem amor pelo que fazem ou por terem domínio acerca do ramo, a vontade de fazer o negócio crescer, a autorrealização e também

por gostar de atender ao público. Desse modo, percebe-se que algumas dos fatores motivadores para abrir o negócio continuam sendo importantes para motivar a sua manutenção, como por exemplo, a autorrealização e a afinidade com o ramo.

Dentro dos aspectos do contexto, pode-se identificar que a dinamicidade trazida pelo negócio como os novos desafios e descobertas, além do potencial do negócio, do retorno financeiro, dos empregos gerados pelo empreendimento e dos clientes conquistados, são razões que motivam as empreendedoras a manterem seus negócios. Desse modo, reconhece-se que tanto a dinamicidade do negócio quanto o retorno financeiro também foram citados pelas empreendedoras anteriormente quando questionadas sobre suas motivações para abrir o negócio, ou seja, infere-se que foram fatores motivadores tanto para iniciar quanto para manter o empreendimento.

Sobre as projeções das empreendedoras entrevistadas, foram separadas em duas categorias, uma sobre suas projeções pessoais para 5 anos e outra sobre as projeções para o negócio.

Na categoria projeção pessoal para 5 anos foram identificadas a autorrealização e o reconhecimento, o que reforça a relevância desses sentimentos como determinantes para querer empreender.

Sobre a projeção para o negócio, identificou-se o crescimento, a inovação pela modernização, a especialização, diversificação do produto ou serviço, o aprimoramento do ambiente e do atendimento e novamente o reconhecimento.

4.2.3 Características comuns e o significado atribuído ao conceito empreendedorismo

Esse bloco de categorias e subcategorias buscou identificar a percepção das entrevistadas acerca do termo empreendedorismo e as características e comportamentos que o termo engloba.

Quadro 10: Características comuns e significado atribuído ao termo empreendedorismo – Dados Primários

9- Significados atribuídos a ser empreendedora	9.1 Ações A) Ter seu próprio negócio B) Abrir mão C) Assumir riscos D) Inovar E) Disseminar conhecimento F) Enfrentar dificuldades
	9.2 Características e sentimentos A) Saber toma decisões

	<ul style="list-style-type: none"> B) Gerir pessoas C) Compromisso D) Adrenalina E) Ter uma visão diferenciada
10 – Relação entre empreendedorismo e inovação	<ul style="list-style-type: none"> A) Dinamismo do mercado B) Agregar valor C) Trazer um produto/serviço diferenciado dos demais D) Estar em constante mudança E) Criatividade F) Visão diferenciada G) Ser útil
10.a Percepção de si como inovadora	<ul style="list-style-type: none"> A) Característica pessoal B) Ser pioneira no ramo C) Por estar sempre mudando <ul style="list-style-type: none"> - Mudar o local - Mudar o produto/serviço - Novas técnicas - Novos insumos
11- Comportamentos necessários a uma empreendedora	<ul style="list-style-type: none"> A) Conhecimentos exigidos pelo ramo B) Foco C) Visão diferenciada D) Colocar as ideias em prática E) Planejamento <ul style="list-style-type: none"> - Rotina - Organização D) Disciplina E) Habilidade de gerir pessoas <ul style="list-style-type: none"> - Ser receptivo á críticas e sugestões F) Ter uma proposta de negócio bem definida <ul style="list-style-type: none"> - Ter um público alvo bem definido G) Disposição H) Ser presente no negócio I) Valorizar o seu produto/serviço
12- Características identificadas em si que auxiliam no empreendedorismo	<ul style="list-style-type: none"> A) Saber atender bem o cliente <ul style="list-style-type: none"> - Prestatividade - Cordialidade B) Afinidade com o ramo C) Liderança D) Busca contínua por conhecimento e aprimoramento E) Facilidade em negociar F) Disposição G) Visão diferenciada
13- Características ou comportamentos que ainda precisam ser desenvolvidos	<ul style="list-style-type: none"> A) Separar negócio e vida pessoal B) Colocar as ideias em prática D) Persistência E) Conhecimentos e habilidade com a tecnologia F) Insegurança G) Flexibilidade H) Agilidade

Fonte: Elaboração da autora

A pergunta 9 foi feita de maneira mais direta sobre o que a entrevistadas consideram ser empreendedor. De acordo com as respostas, podemos separar os significados atribuídos em duas categorias: a primeira de ações e a segunda de características e sentimentos. Dentro das ações, foram citadas a de ter o seu próprio

negócio, abrir mão, assumir riscos, inovar, disseminar conhecimento e enfrentar dificuldades. De acordo com Schumpeter (1982) um importante fator ligado ao empreendedorismo está relacionado à percepção e exploração de oportunidades para que os recursos disponíveis sejam usados como subsídio para inovação, desse modo, quando a ação de inovar é citada pelas entrevistadas, temos a ratificação do proposto pelo autor. Assim como mostra a fala da entrevistada 5:

Empreender, a gente pode pensar em algo novo 'né'... Mas não precisa ser algo novo, pode ser algo que já existe de uma forma diferente. Então, é você fazer aquilo que você sabe fazer, mesmo que já tenha outros no mercado, mas tentar fazer de uma forma diferente 'né', pra que traga retorno, 'pra' que dê sustentabilidade 'pro' próprio negócio, e 'pra' que o negócio cresça mesmo. (E 5)

Por outro lado, dentro das características sentimentos citados estão a de saber tomar de decisões, saber gerir pessoas, ter compromisso, a adrenalina e ter uma visão diferenciada das demais pessoas.

Sobre a relação do termo empreendedorismo com o termo inovação, as entrevistadas apontaram a relevância de acompanhar o dinamismo do mercado, saber agregar valor, trazer um produto ou serviço diferenciado, estar em constante mudança, a criatividade, a visão diferenciada e a inovação ligada a algo que vá ser útil. Desse modo, novamente temos a validação do estudo proposto por Schumpeter (1982) sobre a relação entre inovação e empreendedorismo, conforme as falas das entrevistadas demonstram:

(...) Você tenta sempre ter uma visão de algo novo, diferente... Porque o comércio hoje, as empresas, a economia, 'está' mudando o tempo todo, não só no Brasil, mas no mundo 'né'... Então nos temos que estar atentos a isso tudo, a novas ideias, novos lugares... (Entrevistada 02)

Quando a gente empreende a gente não pode achar que vai prestar um tipo de serviço ou vender um produto e aquilo ali já basta. Porque o mercado ele está sempre mudando, as pessoas estão sempre precisando e querendo serviços novos, produtos novos, e você tem que acompanhar isso. Então se você não inovar, se você não crescer, se você não abrir o leque de possibilidades pra você poder alcançar novos produtos novos, novas formas de trabalhar... você não vai acompanhar o mercado você vai ficar pra traz. (Entrevistada 03)

Bom, eu acredito que assim... hoje, todo mundo fala de inovação é só trazer algo novo. Não é simplesmente isso! Tem que ser algo que seja útil, que agregue valor para o seu negócio. (...) saber onde eu vou implementar aquilo na minha loja, o que 'que' vai trazer realmente de ganho... Não só pegar uma novidade no mercado... Inovar é você trazer algo que agregue valor para o seu negócio, pro seu contexto, e não porque está todo mundo fazendo... (Entrevistada 04)

Quando perguntadas sobre o porquê de se considerarem inovadoras as justificativas identificadas através das respostas das entrevistadas foram a de que ser inovadora é uma característica pessoal, ou ainda que por ser pioneira no ramo ou por estar sempre mudando de local, produto, serviço, técnicas, insumos se consideram inovadoras.

Acerca dos comportamentos julgados como necessários pelas entrevistadas, encontrou-se o conhecimento exigido no ramo, foco, uma visão diferenciada, a concretização das ideias, o planejamento na rotina e na organização, a disciplina, a habilidade de gerir pessoas e ser receptiva á críticas e sugestões, ter uma proposta de negócio bem definida, ter disposição, além de ser presente e valorizar o seu produto.

Sobre as características que as empreendedoras reconheceram em si que lhes auxiliam na atividade do empreendedorismo pudemos identificar as habilidades no atendimento ao cliente como a prestatividade e cordialidade, além da afinidade com o ramo, a liderança, a busca continua por conhecimento e aprimoramento, a disposição, a facilidade em negociar e a visão diferenciada.

Além disso, as empreendedoras foram perguntadas sobre quais características ou comportamentos consideravam que ainda precisavam desenvolver. De acordo com as respostas, foram identificadas as seguintes subcategorias: separar negócio e vida pessoal, colocar as ideias em prática, persistência, conhecimentos e habilidade com a tecnologia, insegurança, flexibilidade e agilidade. Porém, podemos dar um destaque maior a dificuldade em separar vida profissional da vida pessoal, pois além de ter sido uma das coisas mais citadas corrobora com os estudos realizados por Strobino (2009), pois segundo a autora os conflitos trabalho-família estão mais presentes em pequenos negócios por ser mais difícil separar o que é trabalho e o que é vida pessoal. Assim, já é possível identificar uma das dificuldades encontradas pelas empreendedoras nessa jornada, assim como será aprofundado no tópico a seguir.

4.2.4 Desafios e obstáculos na jornada do empreendedorismo feminino

Neste bloco, buscaram-se identificar quais são as maiores dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras. Inicialmente, as entrevistadas foram perguntadas se já haviam percebido alguma dificuldade ou barreira durante a jornada profissional pelo fato de ser mulher.

Quadro 11: Desafios e obstáculos – Dados Primários

14- Percepção de desvalorização ou barreira durante a carreira profissional por ser mulher	A) Críticas B) Comparações C) Preconceito D) Falta de credibilidade E) Desvalorização F) Percepção de desvalorização da mulher no mercado de uma maneira geral
15- Obtenção dos recursos financeiros	15.1 Fonte A) Recurso próprio B) Financiamento C) Apoio financeiro da família
	15.a Barreiras A) Falta de experiência
16- Consequências da devoção ao empreendedorismo	16.1 Positivas A) Melhora financeira
	16.2 Negativas A) Dificuldade em gerir o tempo B) Sempre priorizar o negócio C) Dificuldade em separar a vida pessoal e profissional D) Afeta os relacionamentos E) Consequências físicas F) Consequências emocionais
17- Como é feita a administração do tempo	17.2 Têm dificuldades em administrar o tempo A) Dificuldade em separar o tempo dedicado ao negócio e o tempo dedicado a atividades pessoais
	17.3 Planejamento A) Planejamento diário e/ou mensal das atividades B) Pré-estabelecimento de horários para as atividades C) Uso da tecnologia para maximização do tempo D) Divisão do trabalho
18- Dificuldades identificadas relacionadas á aspectos profissionais	A) Captação dos clientes iniciais B) Dificuldade de adaptação á cultura local C) Falta de experiência D) Falta de Conhecimento
19- Colaboração por parte dos membros da família no negócio	A) Apoio Moral B) Colaboração ativa no negócio D) Negócio em família
20- Colaboração por parte da família nas atividades doméstica	A) Os membros da família colaboram B) Os membros da família colaboram pouco C) Tem uma pessoa que faz as atividades

	domésticas
21- Dificuldades e busca de equilíbrio na separação da vida pessoal e profissional	21.1 Têm dificuldades em separar vida profissional da pessoal A) Atendimento á clientes fora do horário de trabalho B) Telefone pessoal e do trabalho é o mesmo C) Dificuldade em separar o relacionamento profissional do pessoal - Dificuldades em separar por ser um negócio em família D) Leva assuntos do negócio pra casa E) Dificuldade no relacionamento com o conjugue (noivo, marido, namorado) F) Durante o tempo livre fica com a cabeça envolvida no trabalho G) Dificuldade em gerir o tempo

Fonte: Elaboração da autora

De acordo com as respostas, a maioria das empreendedoras declarou já terem tido dificuldades quanto a isso, como por exemplo, comparações com os homens, preconceito, falta de credibilidade, desvalorização e críticas por serem mulheres.

Muitas vezes, os fornecedores, os clientes até, as pessoas têm muito preconceito quando uma mulher está frente do negócio porque subestimam nossa inteligência, nossa capacidade, como se nós fôssemos menores, a agente não tivesse apta a exercer aquela função. (Entrevistada 03)

E uma das coisas assim que eu vejo, as próprias mulheres são preconceituosas e os homens também são (...). Às vezes, eu chego num lugar, se chegar eu e o meu marido, o próprio fornecedor ele tem um olhar diferente, ele sente mais firmeza no meu marido que é homem do que em mim. Mas não é por ser eu, é porque eu sou mulher. (Entrevistada 02)

Se você observar, isso aqui é uma cafeteria comandada só por mulheres (...) Cafeteria, em geral, é uma ambiente masculino... Confeitaria é um ambiente masculino, por incrível que pareça... Então quando você entra num ambiente de empreendedorismo que já é da área masculina, você recebe criticas das pessoas, elas falam "ah, não vai durar 6 meses", elas desvalorizam... Não sei por que, elas acabam não dando a credibilidade que deveriam. 'Pra' abrir esse negócio, eu antes trabalhava em uma outra empresa, e aí eu conversei com meu chefe pra pedir demissão pra abrir meu negócio próprio, e ele desacreditou... (Entrevistada 07)

Desse modo, as falas das entrevistadas corroboram com o proposto por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), Macedo (2002) e Miranda (2006), os quais convergem em suas ideias sobre a desvalorização da mulher no mercado de trabalho por conta de construções históricas da sociedade.

Sobre a obtenção dos recursos, as fontes foram desde o recurso próprio e apoio financeiro da família até o financiamento. A principal barreira identificada neste ponto foi a falta de experiência para aplicação dos recursos iniciais.

As consequências trazidas pela devoção ao empreendedorismo foram positivas e negativas. De acordo com as falas das empreendedoras a principal consequência positiva foi a melhora financeira. Entretanto, diferentes consequências negativas foram identificadas como a dificuldade em gerir o tempo, priorização do negócio, dificuldades em separar a vida profissional e pessoal, relacionamentos afetados, consequências físicas e consequências emocionais.

A gente abre mão do tempo. Muitas vezes a gente abre mão do nosso lucro, por exemplo, em uma situação de crise, primeiro a empresa, os funcionários... depois a gente. O empreendedor, ele pode até ter férias, mas ele não pode se ausentar muito tempo do negócio. Porque nós somos a alma do nosso negócio 'né'. Então a gente abre mão principalmente do tempo. (Entrevistada 03)

A gente tem que dar uma desligada também 'né'...eu acho que um dos problemas do empreendedor é saber separar, até sua vida pessoal...você tem que ter um momento 'pra' você... 'pra' você poder se cuidar, e às vezes a gente fica tão imerso no negócio assim, envolvido, que você acaba se deixando de lado... Então é saber gerir o seu tempo também pra você viver sua vida, mas não só negócio... (Entrevistada 04)

Se a gente não tiver uma disciplina muito grande, você cuida só das coisas do negócio e esquece de cuidar de outras coisas 'né', como vida pessoal, vida social, vida familiar, vida espiritual... Então assim, a gente tem que ficar equilibrando. E assim, o transtorno maior é com meu marido. Porque pelo fato de o trabalho ser noturno, então a noite eu não estou em casa, e não é 1 noite, são todas as noites...Então isso é um transtorno muito grande. (Entrevistada 05)

Consequências físicas, consequências emocionais, de todos os tipos... Ainda mais quando você é meio que viciada em trabalhar, então você acaba esquecendo toda outra parte... Tem que ter um equilíbrio, só que é muito difícil você achar um equilíbrio, principalmente pra mim... Às vezes você é forçado a achar... (Entrevistada 08)

Assim, as falas das entrevistadas vão de encontro ao proposto por Strobino (2009) que em seu trabalho identificou as tensões ocasionadas pela devoção ao empreendimento como um dos conflitos trabalho-família na vida das mulheres que empreendem.

Acerca da administração do tempo, a maioria das entrevistadas disse que buscam fazer planejamento, seja através do planejamento mensal ou diário, ou através do estabelecimento de horários para as atividades e uso da tecnologia para

maximização do tempo. Apesar disso, a maioria das empreendedoras têm dificuldades em administrar o tempo, principalmente em equilibrar o tempo dedicado ao negócio e o tempo dedicado às atividades pessoais.

É uma das coisas que eu tenho dificuldade... Eu tenho muita dificuldade com isso porque, tipo assim, às vezes, eu acho que assim, eu quero separar um tempo pra malhar, daí eu tenho que ir cedo...tipo, 6h da manhã... Mas assim, se eu não estou fazendo alguma coisa relacionada a isso eu já ate me sinto culpada. (Entrevistada 04)

Então, eu penso que a gente tem que tentar contemplar algumas partes, todas a gente não consegue, mas assim... o nosso maior tempo está no trabalho, mas a gente tem que ter um tempinho pra vida social (minha ta deficiente), um tempinho pra cuidar da saúde, da nossa vida pessoal, da nossa vida espiritual... Então assim, tudo tem que ter um “equilibriozinho”... Se a gente for deixando, o negocio consome a gente. (Entrevistada 05)

Dessa maneira, mais uma vez, as falas das entrevistadas vão de encontro ao estudo realizado por Strobino (2009), o qual identificou que o tempo dedicado ao negócio é outro conflito trabalho-família encontrado pelas empreendedoras.

Ademais, buscou-se também identificar dificuldades relacionadas á aspectos profissionais. As entrevistadas citaram a dificuldade na captação de clientes, dificuldade de adaptação á cultura local, além da falta de experiência e falta de conhecimento. Entretanto, a falta de experiência anterior foi um dos aspectos mais relevantes identificado:

Falta de experiência foi o que contou muito no início e algumas vezes ainda conta. Porque eu não tenho formação nem nada, não tenho um curso superior nessa área, então tudo que eu sei é na prática. E muitas vezes eu quebrei a cara, errei, tive que voltar atrás, recomeçar..e isso gera um prejuízo financeiro também, muitas vezes...A gente paga, ás vezes, duas vezes pela mesma coisa, pelo mesma burocracia, porque não sabia da informação. (Entrevistada 03)

Eu fiz a faculdade de administração e eu tava com muita expectativa ‘ne’ “ah, que agora eu vou saber tudo sobe o negocio...” e não é bem isso... Então, o curso é muito bom, você tem que saber usar isso a seu favor. Então, quando eu comecei a trabalhar aqui eu não tinha noção nenhuma.... Mas foi no dia a dia mesmo né... tem dois lados, no dia a dia você começa assim, a ver certas coisas, você começa a adquirir certas habilidades que você não adquiriria assim se você só fizesse a faculdade... (Entrevistada 04)

Desse modo, as falas das entrevistadas corroboram com os estudos realizados por McGowan et. al. (2012), em que a falta de experiência empreendedora

anterior é citado como uma das dificuldades relacionadas á aspectos profissionais dentro do empreendedorismo feminino.

A fim de identificar eventuais sentimentos de sobrecarga pelas entrevistadas, elas foram perguntadas sobre qual é a colaboração dos membros da família no negócio e nas atividades domésticas e, além disso, se percebiam tal sentimento.

Sobre a colaboração dos membros da família no negócio, identificou-se que a maioria tem o apoio moral da família, em outros casos o negócio é em conjunto com a família ou existe uma colaboração ativa de familiares dentro do negócio. Já nas atividades domésticas, percebeu-se que em alguns casos os membros da família colaboram ou já existe uma outra pessoa responsável por realizar essas atividades, porém também existem casos em que as entrevistadas realizam quase todos os afazeres domésticos com pouca colaboração dos familiares. Nesses últimos casos, as entrevistadas relataram que existe, de fato, um sentimento de sobrecarga.

Então, eu tenho um pouquinho de apoio do meu marido... muito pouquinho, mas tem...mas podia aliviar mais. (...) Essa questão de estar sobrecarregada eu acho que a população na grande maioria hoje se sente nessa condição, porque nos precisamos resolver mil e um coisas, então envolve assim, as coisas de casa, as coisas do bar que não são poucas, porque tem todas as compras, todos os controles, tudo de fora e ainda tem tudo lá dentro né, pra se resolver... Então realmente é uma sobrecarga sim! Eu me sinto sobrecarregada. (Entrevistada 05)

Então, a minha mãe quer arrumar a casa todos os dias e quer que eu ajude... E às vezes leva o meu tempo, (...) às vezes eu programei o meu dia e ela quer que eu faça algumas coisas, e isso me atrapalha bastante... (Entrevistada 06)

Assim, as falas das entrevistas ratificam os resultados dos estudos de Strobino (2009), visto que o comportamento das empreendedoras é resultado de um sentimento de sobrecarga das obrigações com o trabalho e família.

Por ultimo, buscou-se identificar se quais as dificuldades que as empreendedoras têm em separar a vida profissional da pessoal e de que forma elas buscam encontrar um equilíbrio. Foi possível constatar que a maioria das entrevistadas tem bastante dificuldade em encontrar um equilíbrio e que na maioria das vezes acabam misturando o que é profissional com o que é pessoal. Como exemplos, foi citado o atendimento á clientes fora do horário de trabalho, telefone pessoal ser o mesmo que o profissional, dificuldades em separar os relacionamentos pessoais dos profissionais, também quando o negócio é em família, levar assuntos

do trabalho para casa, dificuldades no relacionamento com o conjugue, durante o tempo livre continuar com a cabeça no trabalho e também dificuldade em gerir o tempo para realizar as tanto as atividades pessoais como as profissionais.

Não é fácil. Muitas vezes, como a gente tem um contato corpo a corpo com o cliente é muito complicado, você acaba se apegando com cliente. A gente tem clientes aqui que viram amigos 'né'... Então muitas vezes é complicado você separar o profissional do pessoal. Então é muito complicado. (Entrevistada 02)

A dificuldade é porque o negócio é em família... então os problemas que estão na empresa, querendo ou não, respingam dentro de casa. Pra gente resolver isso é sempre com muito dialogo. É sentar, conversar e tentar separar, o que é na empresa fica na empresa o que é em casa fica em casa. Mas mesmo assim, é um pouco difícil. (Entrevistada 03)

E, eu falo assim, lidar com isso por ser família, é um desafio, não é fácil... Porque às vezes você confunde pai, com chefe, com amigo... e mãe a mesma coisa. Então tem muitos atritos assim, que envolvem... Às vezes eles estão cobrando alguma coisa no papel de pai e mãe e você leva isso 'pro' lado pessoal, e não é... (...) A gente tem que dar uma desligada também 'né'... Eu acho que um dos problemas do empreendedor é saber separar, até sua vida pessoal... você tem que ter um momento 'pra' você, 'pra' você poder se cuidar, e às vezes a gente fica tão imerso no negócio assim, envolvido, que você acaba se deixando de lado... Então é saber gerir o seu tempo também pra você viver sua vida, mas não só negocio... (Entrevistada 04)

O único dia de folga é segunda à noite, aí você quer ficar ali fazendo companhia 'pro' marido, aí você pensa assim "nossa, eu tenho recibo pra preencher... Eu tenho caixa pra fechar...". Aí eu tento ficar quietinha lá, fico tentando me conter, 'pra' assistir um filme, 'pra' fazer uma companhia, 'pra' não ficar tão gritante a minha ausência... Mas assim, você está ali, mas a mente 'ta' pensando em um monte de coisa que você tem pra resolver ali na escrivaninha ao lado... (Entrevistada 05)

Dessa maneira, as falas das entrevistadas, mais uma vez, confirma o proposto por Strobino (2009), pois de acordo com a autora existe maior dificuldade em separar o que é trabalho do que é vida pessoal em pequenos negócios.

4.3 SÍNTESE DOS RESULTADOS

Nesta pesquisa, buscou-se identificar características predominantes no empreendedorismo feminino, os principais fatores motivadores na criação e manutenção de seus empreendimentos além de seus principais desafios ao longo desta jornada.

Dessa forma, o primeiro objetivo específico foi identificar os fatores motivacionais e suas relevâncias ao tomarem a decisão de empreender. Ao contrário do que propõe o GEM (2016), foram encontradas diversas motivações e que geralmente uma única empreendedora considera diversos fatores motivacionais ao mesmo tempo quando toma a decisão de empreender. As principais motivações identificadas foi a influência da família, motivação financeira, busca de autorrealização, afinidade com o ramo e identificação de oportunidade no mercado. Cabe ressaltar que a influência da família, na decisão de empreender ratifica resultados encontrados nos estudos de Ummah & Gunapalan (2012) em que o background familiar foi um dos fatores que contribuíram para o sucesso empresarial. Da mesma forma, a busca pela autorrealização confirma o proposto por McClelland, que considera como fator motivador no empreendedorismo a necessidade de realização pessoal (n-Achievement). Já a identificação de uma oportunidade no mercado, vai de acordo com o conceito proposto aos “empreendedores por oportunidade”, que segundo o GEM (2016) são aqueles “capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda” (GEM. 2016, p. 29).

O segundo objetivo específico era identificar as características comuns e o significado atribuído ao termo “empreendedorismo” pelas mulheres que atuam nessa área. Neste ponto, foram identificadas várias características, sentimentos e comportamentos relatados pelas empreendedoras. Os mais relevantes foram a persistência, a coragem, o planejamento, a autorrealização, a visão diferenciada, assumir riscos, ser inovador, saber gerir o tempo e acompanhar o dinamismo do mercado. Tais resultados autenticam o pensamento de Schumpeter (1982) em que empreendedorismo está relacionado à percepção e exploração de oportunidades para que os recursos disponíveis sejam usados como subsídio para inovação. Também reafirma os estudos de McClelland (1972) em que a motivações para o empreendedorismo abarca diversas características psicológicas e comportamentais.

O terceiro objetivo específico era identificar os principais desafios encontrados na trajetória das empreendedoras. De acordo com o resultado desta pesquisa, as principais dificuldades são a gestão do tempo, o sentimento de sobrecarga, a falta de experiência no início do negócio, as desvalorizações sofridas no mercado de trabalho por serem mulheres e a dificuldade em separar vida pessoal da profissional.

Desse modo, tais resultados validam as pesquisas de McGowan et. al. (2012) Alperstedt, Ferreira E Serafim (2014) Macedo (2002) e Miranda (2006). Esses autores concordam que construção histórica do papel atribuído às mulheres ao longo da história trouxe muitos desafios para a entrada delas no mercado de trabalho. Além disso, válida também a pesquisa de Strobino (2009), em que dentre as principais dificuldades advindas do empreendedorismo feminino constatou os conflitos trabalho-família. Neles estão presentes a dificuldade na gestão do tempo dedicado ao negócio; tensões ocasionadas pela devoção ao empreendimento; e um comportamento que é produto sobrecarga do trabalho e obrigações com a família. A autora acrescenta ainda a dificuldade existente em separar o que é trabalho e o que é vida pessoal.

Dessa forma, o quadro a seguir foi elaborado com o objetivo de sintetizar e facilitar a visualização dos resultados obtidos através das análises de dados e conteúdo deste trabalho.

Quadro 12: Objetivos específicos, síntese de seus resultados

Objetivo específico	Síntese dos resultados
1- Identificar quais foram os fatores motivacionais e sua relevância ao tomarem a decisão de empreender	Geralmente uma única empreendedora considera diversos fatores motivacionais ao mesmo tempo quando toma a decisão de empreender, os principais foram: <ul style="list-style-type: none"> - A influência da família, - A motivação financeira, - Busca de autorrealização, - Afinidade com o ramo, - Identificação de oportunidade no mercado.
2- Especificar as características comuns e o significado atribuído ao termo “empreendedorismo”	<ul style="list-style-type: none"> - Persistência, - Coragem, - Planejamento, - Autorrealização, - Visão diferenciada, - Assumir riscos, - Ser inovador, - Saber gerir o tempo, - Acompanhar o dinamismo do mercado.
3- Descrever os desafios encontrados na trajetória de vida bem como na trajetória do empreendimento	<ul style="list-style-type: none"> - Gestão do tempo, - Sentimento de sobrecarga, - Falta de experiência no início do negócio, - Desvalorizações sofridas no mercado de trabalho por serem mulheres, - Dificuldade em separar vida pessoal da profissional.

Fonte: Elaboração da autora

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi analisar o perfil, motivações e dificuldades encontradas pelas mulheres que decidem empreender.

Ao se buscar identificar os principais fatores motivacionais e suas respectivas relevâncias, percebeu-se que a maioria das empreendedoras desta pesquisa possuíam diversas motivações, as quais ocorriam simultaneamente. Assim, a influência da família, a autorrealização, a afinidade com o ramo, a motivação financeira e o reconhecimento de oportunidades estão dentre os mais relevantes fatores motivacionais reconhecidos por este trabalho.

Ao se tratar das características comuns e o significado atribuído ao termo empreendedorismo, este trabalho reconheceu diversas características psicológicas e comportamentais nas empreendedoras entrevistadas. Dentre as principais, estão a persistência, a coragem, o planejamento, a visão diferenciada e inovação.

Sobre os desafios e dificuldades ao longo da jornada das empreendedoras, constatou-se que a gestão do tempo, a dificuldade em separar vida profissional e pessoal, desvalorizações sofridas no mercado de trabalho e o sentimento de sobrecarga foram os principais.

Assim, o alcance desses três objetivos específicos permitiu que o objetivo geral da pesquisa; que consiste em caracterizar o significado e perfil da mulher empreendedora do Distrito Federal, suas motivações e desafios ao iniciar e manter um negócio; fosse atingido.

Quanto às limitações da pesquisa devemos considerar que a maioria das empreendedoras interessadas a participar do trabalho tem o tempo livre escasso. Desse modo, o fator tempo disponível limitou o número e a duração das entrevistas realizadas. Uma outra limitação foi o escopo do referencial teórico. Após a análise dos dados, percebeu-se que uma literatura sobre identidade e formação do self pode ser útil para melhor compreensão dos dados obtidos.

Com essa pesquisa, espera-se ter contribuído para essa área tão promissora, alvo ainda de poucos estudos. Sendo assim, essa pesquisa vem aprofundar o conhecimento sobre comportamento, perfil das mulheres empreendedoras e seus principais desafios. Além disso, servir como subsídio para formulação de futuras políticas públicas na área do empreendedorismo feminino.

Como sugestões para pesquisas futuras, pode ser feita uma análise das motivações do empreendedorismo feminino em áreas e ramos específicos, ou ainda, relacionar características empreendedoras relatadas nesta pesquisa comparando o estilo de gestão feminina com o masculino no empreendedorismo e também realizar uma análise histórica das dificuldades encontradas pelas mulheres no meio empreendedor.

6. REFERÊNCIAS

- ACHCHUTHAN, Sivapalan; BALASUNDARAM, Nimalathan. Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates perspective. 2014.
- ALPERSTEDT, Graziela D.; FERREIRA, Juliane B.; SERAFIM, Maurício C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, 2014.
- ALVES, José Eustáquio Diniz. O crescimento da PEA e a redução do hiato de gênero nas taxas de atividade no mercado de trabalho. **Rio de Janeiro: UFRJ/Aparte**, 2013.
- BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. **Portugal: Edições**, v. 70, 1987.
- DORNELAS, José C. Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**, 2001.
- FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.
- FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa-3**. Artmed Editora, 2008.
- GEM, Global Entrepreneurship Monitor. (2016). **Empreendedorismo no Brasil. (Relatório Executivo)**. 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.
- HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo-5**. Bookman Editora, 2004.
- JONATHAN, Eva G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. **Encontro de Gestão Estratégica de Pequenas Empresas**, v. 3, 2003.
- LUNARDI, Raquel; ALMEIDA, Joaquim A. de Jesus. Turismo Rural: a contribuição da mulher. **RACE-Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, v. 5, n. 2, p. 65-76, 2015.
- MACEDO, Márcia. Relações de gênero no contexto urbano: um olhar sobre as mulheres. **Perspectivas de Gênero: Debates e questões para as ONGs. Recife: GT Gênero. Plataforma de Contrapartes Novib/SOS CORPO Gênero e Cidadania**, p. 56-79, 2002.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Bookman Editora, 2012.
- MARTINS, Cibele Barsalini et al. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração da UFSM**, v. 3, n. 2, p. 288-302, 2010.
- MCCLELLAND, David C. The achievement society. **Princeton, NJ: Von Nostrand**, 1961.
- MCCLELLAND, David Clarence. **A sociedade competitiva realização e progresso social**. Expressão e Cultura, 1972.
- MCGOWAN, Paucic et al. Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 24, n. 1-2, p. 53-72, 2012.
- MELO, Auristela do Nascimento et al. O comportamento feminino em empreendimentos coletivos: as rendeiras de Ilha Grande/PI. **Revista Uniabeu**, v. 6, n. 14, p. 156-172, 2013.

MINAYO, Maria C. de Souza. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Editora Vozes Limitada, 2008.

MIRANDA, Liliana Carneiro de. A percepção da mulher no mercado de trabalho: emprego, carreira ou vocação. **Rio de Janeiro: Faculdades Ibmecc**, 2006.

RME, Rede Mulher Empreendedora. **Perfil da Empreendedora brasileira**. 2016

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro eo ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas. **Relatório de pesquisa. Brasília: Sebrae**, 2004.

SEBRAE. (2007a). Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de MPE (unidades de federação: São Paulo). **Brasília: Autor**, 2007.

SEBRAE. (2007b). Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de MPE (unidades de federação: Minas Gerais). **Brasília: Autor**, 2007.

SHANE, Scott; LOCKE, Edwin A.; COLLINS, Christopher J. Entrepreneurial motivation. **Human resource management review**, v. 13, n. 2, p. 257-279, 2003.

SMALLBONE, David; WELTER, Friederike. Entrepreneurship in transition economies: Necessity or opportunity driven. **Babson College-Kaufmann Foundation, Babson College, USA. Accessed November**, v. 9, p. 2010, 2004.

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

STROBINO, Márcia Regina de Campos. O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: Estudo de multicasos no setor da construção civil da cidade de Curitiba. 2009.

STROBINO, Márcia Regina de Campos; TEIXEIRA, Rivanda Meira. O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de caso no setor da construção civil da cidade de Curitiba. **Empreendedorismo e Estratégia de Empresas de Pequeno Porte-3Es2Ps. Curitiba**, 2010.

TIMMONS, Jeffrey A.; SMOLLEN, Leonard E.; DINGEE, Alexander LM. **Instructor's Manual to Accompany New Venture Creation: A Guide to Entrepreneurship**. RD Irwin, 1985.

UMMAH, Salfiya; GUNAPALAN, S. Factors influencing on entrepreneurial success: an empirical study on women headed families in Ampara and Batticaloa districts in Sri Lanka. **International Journal of Business, Economics and Law**, v. 1, n. 1, p. 141-148, 2012.

VALE, Gláucia M. V.; CORRÊA, Victor S.; REIS, Renato F. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, 2014.

ANEXOS

Roteiro de Entrevista - Dados Secundários

Parte 1 - Como tudo começou:

- 1- Fale um pouco sobre a história de sua vida.
- 2- Pra você, o que significa ser empreendedor?
- 3- Você se considera empreendedora? Por quê?
- 4- Que tipos de habilidades e conhecimentos você precisa para administrar seu negócio?
- 5- Por que você decidiu abrir seu próprio negócio? Porque esse ramo?
- 6- Como começou a botar a idéia em prática? Quem foram os seus apoiadores?
- 7- Quais foram os desafios e obstáculos enfrentados?
- 8- Você sofreu alguma dificuldade na sua trajetória como empreendedora por ser mulher?
- 9- Você já tinha algum contato com a administração de empresas? 10- O que mudou na sua vida após abrir o negócio?
- 11- Se puder escolher, o que estará fazendo daqui a 5 anos?
- 12- Você gosta do que faz? Por quê?

Parte 2- Desenvolvimento e condução do negócio:

- 13- O seu negócio reflete quem você é (seus valores pessoais, por exemplo)?
- 14- Como está estruturado o seu negócio?
 - a) pessoas envolvidas (funcionários, sócios)
 - b) local de trabalho
 - c) empresas parceiras (fornecedores, distribuidores)
- 15- O que o seu produto ou serviço tem de diferente dos outros?
- 16- Como você se mantém informada sobre o mercado em que atua (concorrentes, clientes, parceiros)?
- 17- Você compartilha as informações que obtém? Com quem?
- 18- Você consulta ou envolve seus colaboradores nas tomadas das decisões do seu negócio?

19- Como são selecionados os seus colaboradores?

20- Quais benefícios são oferecidos aos seus colaboradores para que eles sintam-se mais motivados?

21- O que pensa para o futuro do seu negócio?

22- Que mensagem gostaria de passar para as mulheres que estão iniciando o seu próprio negócio?