






Trajетória de Empreendedoras que atuam em espaços de Coworking no Oeste do Paraná

The Trajectory of Entrepreneurs who work in Coworking Spaces in the West of Paraná

Milena Angelina de Souza¹ , Tatiana Marceda Bach² , Silvana Anita Walter³ , Márcia Meira Berti Fiorin⁴ , Suziméri Vilas Boas Pescador⁵ 

¹ Centro Universitário UNIVEL, Graduada em Administração, milena_angelina@hotmail.com

² Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), Doutora em Administração, tatibach@gmail.com

³ Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), Doutora em Administração, silvanaanita.walter@gmail.com

⁴ Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), Doutora em Administração, marcia.fiorin@gmail.com

⁵ Universidade Estadual do Oeste do Paraná UNIOESTE, Doutora em Administração, suzivilasboaspescador@hotmail.com

RESUMO

O empreendedorismo assume o papel de interligador de pessoas, ideias e oportunidades, o que ocasiona o surgimento de novos negócios para o desenvolvimento social. Neste contexto, enfoca-se o empreendedorismo feminino, especificamente das mulheres que atuam em espaços de coworking. Este artigo tem como objetivo analisar a trajetória de mulheres empreendedoras na atuação em espaços de coworking na cidade de Cascavel-PR. Para um melhor entendimento foi realizado um estudo de caso de abordagem qualitativa, descritiva e que fez uso de questionário aberto e estruturado como instrumento de coleta de dados, aplicado a empreendedoras de definidos coworkings cascavelenses. Empregou-se a técnica da análise de conteúdo temática, utilizando o software Atlas.ti v.7 para sistematização das informações. Os resultados indicam que a trajetória das empreendedoras analisadas está relacionada à realização pessoal e até mesmo às mudanças inesperadas, como também aos desafios em conciliar a vida pessoal e profissional, além de evidenciar a importância do empoderamento feminino. Nesse sentido o desempenho e alta capacidade em gerir seus negócios, possibilitam a vivência, troca de experiências e o crescimento em conjunto, possibilitado pelos espaços dinâmicos e interativos, que fogem dos padrões de escritórios tradicionais, e que são disponibilizados a um custo menor do que as empresas tradicionais. Baseado nisto, conclui-se que o empreendedorismo feminino cascavelense ganha a cada dia mais força e que, apesar de algumas dificuldades, o cenário é favorável. Sendo assim, empreender em espaços de coworking é uma oportunidade que permite que as mulheres iniciem seus empreendimentos, desenvolvam-se pessoal e profissionalmente e, posteriormente, fortaleça o empoderamento feminino.

Palavras-chave: *Coworking*. Empreendedoras. Empoderamento. Empreendedorismo feminino.

ABSTRACT

Entrepreneurship assumes the role of connecting people, ideas and opportunities, which causes the emergence of new businesses for social development. In this context, female entrepreneurship is focused, specifically women who work in coworking spaces. This article aims to analyze the trajectory of women entrepreneurs working in coworking spaces in the city of Cascavel-PR. In this research, a case study with a qualitative and descriptive approach was carried out, using an open and structured questionnaire as a data collection instrument, applied to entrepreneurs of defined coworkings in Cascavel. The analysis technique used was thematic content analysis, using the Atlas.ti v.7 software to systematize the information. The results indicate that the trajectory of the analyzed entrepreneurs is related to personal fulfillment and even unexpected changes, challenges in reconciling personal and professional life, in addition to highlighting the importance of female empowerment. In this sense, the performance and high capacity in managing its

businesses, enable the experience, exchange of experiences and growth together, made possible by the dynamic and interactive spaces, which deviate from the standards of traditional offices, and which are made available at a lower cost than traditional companies. Based on this, it is concluded that female entrepreneurship in Cascavel is gaining more strength every day and that, despite some difficulties, the scenario is favorable, therefore, undertaking coworking spaces is an opportunity that allows women to start their enterprises, develop themselves personally and professionally, and further strengthening female empowerment.

Keywords: Coworking. Entrepreneurs. Empowerment. Female entrepreneurship.

1 Introdução

O empreendedorismo é um dos fenômenos intensamente presentes na sociedade atual. Para Hashimoto (2014), muitas das ciências em nossa sociedade vêm se interessando pelo empreendedorismo, criando suas próprias perspectivas e abordagens acerca do assunto, buscando entendê-lo e aperfeiçoá-lo. Dessa forma, torna-se perceptível como os atos empreendedores vêm se destacando no cenário brasileiro.

Um dos campos que tem recebido atenção é o empreendedorismo feminino. Em um artigo publicado por Silva et al. (2019), o qual aborda a resiliência no empreendedorismo feminino, nota-se a essencialidade das mulheres no universo empreendedor. Neste estudo, foi evidenciada a sua participação e colaboração para o crescimento econômico, cultural e social do país.

Levando em consideração o apontamento relatado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2017, nota-se que a maior parte dos empreendedores opta em iniciar um novo negócio devido à oportunidade e não a necessidade. O público feminino destaca-se entre os empreendedores de negócios iniciais originando-se pelo anseio de realização pessoal, como também pelo desejo de independência, pela busca por estabilidade financeira e ainda pela equidade de gênero (SEBRAE, 2017).

Mesmo diante das dificuldades sociais, culturais e econômicas enfrentadas pelo público feminino, pode-se notar, comparando os relatórios do GEM dos últimos anos, que as mulheres empreendedoras vêm ganhando espaço, desenvolvendo suas habilidades e iniciando cada vez mais novos empreendimentos. Acredita-se que o indivíduo tenha o discernimento de que empreender remete-se a inovar, em criar algo melhor ou aprimorar aquilo que já existe.

No que tange à inovação, pode-se notar a proliferação dos espaços de coworking. Estes são ambientes de trabalho compartilhados, os quais oferecem condições diferentes dos espaços de

trabalho habituais. Por meio destes, os empreendedores têm a possibilidade de manter contato com outros profissionais de diferentes áreas de atuação, permitindo a socialização e interação mútua.

Diante do exposto, o objetivo deste artigo consiste em analisar a trajetória de mulheres empreendedoras na atuação em espaços de coworking na cidade de Cascavel-PR. Com vistas à compreensão e reflexão acerca do empreendedorismo praticado por elas, este estudo aborda os elementos que envolvem o processo de decisão e a ascensão ao iniciar um novo empreendimento, apontando as dificuldades e vantagens existentes.

Com isto, evidencia-se a importância do empreendedorismo feminino e do empoderamento das mulheres, para que tenham ciência quanto ao direito à equidade de gênero em todas as atividades sociais pertencentes ao seu meio, contribuindo, assim, para o desenvolvimento e realização pessoal daquelas que demonstrarem interesse em iniciar um novo negócio e adentrar ao universo empreendedor, sejam elas cascavelenses ou de outros lugares.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

Considera-se empreendedorismo o processo no qual há o envolvimento de pessoas, ideias e oportunidades. A partir da combinação destes componentes, podem-se obter resultados significativamente positivos de mercado, o que destaca sua importância no surgimento e desenvolvimento de novos negócios e, conseqüentemente, gera o desenvolvimento das regiões onde é praticado (HISRICH, 2014).

O processo de criação de algo novo que tenha agregado a si valor, tempo e os esforços necessários, assim como o reconhecimento dos riscos decorrentes e o almejo das recompensas pela realização, também podem ser considerados empreendedorismo (HISRICH, 2009). O envolvimento dos indivíduos em situações oportunas ocasiona ideias que impactam no âmbito dos negócios, transformando não só a realidade individual, mas também a social que, por consequência, acarreta o progresso de um todo (HISRICH, 2009)

Pode-se salientar que o surgimento de ideias e possibilidades de novas atividades realça a ambição de exploração do novo, de adentrar a novas áreas de negócio, assim ocasionam o aparecimento de empreendedores na sociedade (DRUCKER, 1986).

O empreendedorismo, atualmente, é também considerado como um fenômeno cultural resultante de práticas, costumes e crenças adquiridas ao longo da aplicabilidade do conhecimento, obtidos dentre as numerosas abordagens existentes, contribuindo para que o indivíduo se torne empreendedor (DRUCKER, 1986).

O empreendedorismo não é um fenômeno recente, apesar de seu enfoque atual, e analisar seus enfoques iniciais pode proporcionar melhor compreensão de sua evolução histórica. Dornelas (2005) faz um breve relato histórico sobre o empreendedorismo trazendo como exemplo Marco Pólo, quando tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente como um aventureiro, podemos considerá-lo como empreendedor: assumiu riscos, aproveitou as oportunidades e seguiu em busca de algo novo.

De acordo com Dornelas (2005), o empreendedorismo começa a ganhar significados mais concretos a partir do século XVII, pois começa a ser estudado e associado à pessoas inovadoras que, diferentemente de seus antepassados, assumem riscos em seus negócios visando a maximização do lucro. O empreendedorismo, atualmente, é cada vez mais marcado pela inovação, seja por transformar algo existente ou criar o inexistente. Ao fazer isso, o empreendedor assume os riscos necessários para colocar em prática seu empreendimento, visando seu crescimento.

Entender o conceito de empreendedorismo é tão importante quanto compreender a definição de empreendedor. Joseph Schumpeter (1997) definiu que empreendedor é aquele que modifica a ordem econômica existente por meio de novos produtos e serviços, criando novas formas de organizar e explorar os recursos e materiais disponíveis na sociedade. Isto é, a capacidade de inovar exercida pelo empreendedor e sua propensão de modificar o seu entorno social.

Voltando-se à esfera brasileira, Dornelas (2005) relata que o empreendedorismo somente teve ênfase, em seus âmbitos teórico e prático, a partir da década de 1990 com a criação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) cujo propósito volta-se ao incentivo de projetos de desenvolvimento, visando a propagação do empreendedorismo.

Dornelas (2005) ressalta ainda que a disseminação do empreendedorismo no Brasil eclodiu após o acelerado surgimento de empresas virtuais, consequência da implantação da internet, que refletiu no encorajamento da criação de pequenas empresas entre jovens empreendedores, bem como na evolução da legislação brasileira em prol das micro e pequenas empresas e no incentivo ao empreendedorismo. O avanço tecnológico, as novas invenções e a globalização também foram cruciais para a disseminação de empreendedores.

Algumas características fazem parte do perfil empreendedor e, segundo Dornelas (2005), estas vão além das habilidades dos administradores. Um empreendedor deve apresentar traços visionários, além de ter o espírito inovador, deve saber explorar ao máximo as oportunidades, manter a dedicação e determinação em seus objetivos, colocando-os em prática de forma dinâmica, liderando equipes, transmitindo seus conhecimentos e fazendo o uso de tais características para melhorar o planejamento e a organização de seus negócios. Todos esses fatores possibilitam uma melhor tomada de decisão, o que os faz assumir riscos calculados e, por fim, agregar valor social e cultural. A somatória de todos esses elementos proporciona o surgimento de novos negócios.

Ainda sobre as características de um empreendedor, Drucker (1986) afirma que o empreendedorismo não é um traço de personalidade e, sim, um comportamento. Para o referido autor, este fenômeno está diretamente ligado à tomada de decisão, sendo assim, qualquer pessoa que tenha a capacidade de tomá-la pode tornar-se um empreendedor e agir de tal forma. Entretanto, isso se torna possível desde que o indivíduo consiga lidar com a incerteza que rodeia a tomada de decisão e apresente as demais aptidões para o êxito empresarial.

Nesta ótica, ser empreendedor tem suas particularidades, basta então compreendê-las e praticá-las para que o empreendedorismo se torne cada vez mais intenso e agregue ao ramo empresarial brasileiro.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Nas últimas décadas, o estudo sobre o empreendedorismo vem tendo um grande foco e seu campo de pesquisa está se ampliando por toda a sociedade, no entanto, percebe-se que estes estudos abrangentes podem não detalhar questões particulares, tais como identidades e características (MACHADO, 2002).

Machado (2002) defende que compreender o comportamento por meio da identidade possibilita entender a formação do indivíduo justificando suas origens comportamentais pessoais e profissionais. Para ele, é de extrema importância ter uma identidade consolidada, pois os desafios do empreendedorismo demandam em sua trajetória. Os desafios tornam-se muito maiores quando relacionados às mulheres empreendedoras, isso porque culturalmente e socialmente as mulheres estão em posição de desvantagem.

Segundo pesquisas feitas por Machado (2002), o empreendedorismo feminino tem aumentando em grande escala devido à ampliação do número de empresas criadas e/ou gerenciadas

por mulheres. Isso se deve ao fato do excelente desempenho apresentado, quantitativa e qualitativamente, o que faz com que o empreendedorismo feminino fortaleça a identidade feminina e seja um gerador de possibilidades não só para as mulheres, mas para a sociedade como um todo.

Quando tratamos de empreendedorismo feminino, é imprescindível a compreensão de gênero, seja na compreensão entre os gêneros existentes, assim como a equidade que deve existir entre eles, como também a importância que exercem empresarialmente. Culturalmente, se estabelecem dois gêneros: o masculino representado pelos homens e o feminino pelas mulheres, cada qual com suas distinções e características particulares. Nesse sentido, Pereira (2016) argumenta que homens e mulheres apresentem estímulos distintos quando se trata de empreender e isso se reflete também em seus comportamentos como empreendedores, devido aos traços de personalidades de cada gênero.

Contemporaneamente, as mulheres empreendedoras têm provocado uma “revolução” no segmento empreendedor, assim como os movimentos feministas causaram uma revolução feminina em prol das mulheres que não tinham acesso aos seus direitos nas décadas passadas (DANDOLINI *apud* GOLDENBERG; TOSCANO, 1992).

O empreendedorismo feminino diz respeito aos negócios e empresas criados e geridos por mulheres empreendedoras, entretanto, não se resume somente a uma definição teórica. Bavon (2018) enfatiza, em um artigo publicado no *website* Feminaria, que o empreendedorismo feminino vai além de uma simples definição, que este enaltece a liderança feminina, expandindo o espaço e a visibilidade das mulheres em sociedade, o que conseqüentemente contribui para a quebra das barreiras socioculturais existentes desde os primórdios das civilizações. Ressalta, também, que o empreendedorismo feminino vem como forma de enfrentamento ao tradicionalismo empresarial, principalmente no que se trata do segmento empreendedor.

O destaque feminino no ramo empresarial pode parecer relativamente recente, contudo, os primeiros relatos datam desde a Revolução Industrial, quando as mulheres adentraram ao mercado de trabalho devido à demanda de mão-de-obra. Desde então, essa participação vem aumentando cada vez mais e, no Brasil, não seria diferente, as mulheres começaram a ter ainda mais destaque a partir da década de 1990, após a promulgação da Constituição de 1988, que prevê a garantia de direitos às mulheres (FRANÇA, 2019).

Com base em dados do SEBRAE analisados por França (2019), a tendência é que nos próximos anos haja mudanças progressivas, tendo em vista que no apontamento as mulheres são

mais escolarizadas, mais jovens e buscam empreender mais. Apresentando, entre 2015 a 2018, um crescimento demográfico de 30% por parte do empreendedorismo feminino.

Novamente, utilizando dados da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2017, as mulheres se mantêm em maioria entre os novos empreendedores, representando 51% deles. Mesmo que fatores externos influenciem para que elas fiquem em desvantagem, se comparadas com os já estabelecidos, apresentando um percentual de 46% de empreendedoras que prosperam em seus empreendimentos, temos, em contrapartida, o favorável crescimento de 2% em relação ao ano de 2016, o que indica a tendência de aumento do empreendedorismo feminino devido ao alto interesse das mulheres no acesso ao conhecimento, fator que possibilita ao empreendedor, conseqüentemente, criar empresas mais solidificadas e lucrativas.

2.3 ESPAÇOS DE COWORKING

Em meio às inúmeras inovações conseqüentes da era tecnológica vivenciada, encontra-se a propagação dos espaços de *coworking*. Nitidamente, nota-se a evolução da sociedade em todos os aspectos e não poderia ser diferente no ramo empresarial, assim, o espaço de *coworking* vem como proposta de renovação dos ambientes de trabalho.

Para elucidar o conceito de *coworking*, o website *Coworking Brasil* (2019) ressalta que a definição pode não ser tão simples quanto parece, entretanto, faz-se necessário assimilar que o compartilhamento e a colaboração vão além do espaço físico somente, pois ao adentrar em espaços de *coworking*, inicia-se o compartilhamento de conhecimentos, experiências e aprendizados. O *coworking* possibilita o envolvimento de pessoas e empresas que, juntas, têm a oportunidade de criarem, trabalharem e crescerem.

O *coworking*, além de proporcionar o envolvimento e junção de pessoas, também possibilita a redução de gastos, incentiva à colaboração mútua, assim como estimula a criatividade e o compartilhamento de experiências (COWORKING, 2019).

Segundo Avancine (*apud* SOARES; SOLTRATO, 2015), o termo *coworking* teve seu surgimento apenas em 1999, a partir do desenvolvimento de uma plataforma de computadores criada por Bernie DeKoven, que objetivava clarificar as pautas mais importantes de algumas reuniões para todos seus participantes. Essa expressão surgiu de uma ideia de colaboração entre colegas de trabalho.

Os espaços de *coworking* contam com vários benefícios a seus clientes, segundo Avancine (apud MERKEL, 2015), pois as utilizações desses espaços compartilhados apresentam um custo muito menor se comparados com o valor de manutenção de um escritório próprio. O custo elevado muitas vezes impossibilita o empreendedor de iniciar seu empreendimento, então a iniciativa de trabalhar em um *coworking* torna mais viável a possibilidade de iniciar um novo negócio.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração é o fato de um *coworking* reunir todos os serviços necessários que precisariam ter em um escritório autônomo, como cozinha, recepção, sala de reuniões privativa, dispensando a compra de móveis, equipamentos e contratação de funcionários. Desta maneira, os espaços de *coworking* facilitam e possibilitam que empreendedores que desejam ter um ambiente de trabalho flexível e com um menor custo tenham acesso a essa realidade (AVANCINE, 2018).

Além de esses espaços proporcionarem um ambiente de trabalho desejado e com menor custo, também são uma válvula de escape do método empresarial tradicional, representando uma opção diferenciada onde há compartilhamento e contato com outros profissionais de diversas áreas, tornando-se um meio de interação e socialização.

Entretanto, como toda via de mão dupla, os espaços de *coworking* também têm suas desvantagens, entre elas Fameli (2018) citou que a fixação de horários, a pouca privacidade, o aumento das distrações e o espaço reduzido podem ser pontos negativos na utilização do espaço de *coworking*. Sendo assim, é necessária uma análise das vantagens e desvantagens para a decisão definitiva, pois cada pessoa e empresa têm suas particularidades. Contudo, Avancine (2018) acredita que estes espaços possuem compartilhamento de valores que colaboram para a construção social e cultural de comunidades. Por fim, vale salientar que o *coworking* faz-se um intermediador de relações e conector de indivíduos, o que mostra que vai muito além de apenas compartilhar o mesmo espaço e, sim, conhecimento, colaboração, empatia e experiências que agregam a todos os envolvidos.

3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Nesta seção apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento do presente estudo, o qual tem como objetivo estabelecido analisar a trajetória de mulheres empreendedoras na atuação em espaços de *coworking* na cidade de Cascavel-PR.

Para cumprir tal finalidade, foi desenvolvido um estudo qualitativo quanto à abordagem, para, assim, permitir o aprofundamento sobre o assunto investigado. Para Raupp e Beuren (2006), na pesquisa qualitativa estabelecem-se análises mais aprofundadas em relação ao caso em estudo, destacando características não abordadas em uma análise quantitativa, tendo em vista que esta é mais superficial e a qualitativa mais específica.

Quanto aos objetivos, este estudo possui natureza descritiva, objetivando relacionar o meio prático com o teórico do assunto abordado, isso para que se tenha a compreensão da realidade enfrentada por mulheres empreendedoras ao empreender criando espaços de *coworking*.

Conforme Gil (2008), o estudo descritivo consiste na descrição das características de determinada população ou fenômeno objetivando o estabelecimento de relações entre variáveis. Pode-se ressaltar que dentre suas características a mais significativa encontra-se na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Tratando-se dos procedimentos técnicos adotados, refere-se a uma pesquisa bibliográfica, pois objetiva dar suporte as comprovações empíricas futuras, isto por meio do referencial teórico. Segundo Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é realizada por intermédio de material já elaborado, essencialmente livros e artigos científicos. Estes auxiliam, posteriormente, na abordagem da problemática em questão.

Portanto, esta pesquisa caracteriza-se também como um estudo de caso, tendo definidos os sujeitos da pesquisa qualitativa como sendo três empreendedoras que atuam em *coworkings* cascavelenses. O estudo de caso prioriza analisar aprofundadamente uma unidade, por isso constitui-se numa modalidade de pesquisa indicada para compreender fenômenos sociais complexos, porque permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos acontecimentos da vida real (YIN, 2005). Ainda, segundo Yin (2005, p. 27), a investigação empírica pelo método do estudo de caso “*investiga um fenômeno contemporâneo com seus contextos de vida real, quando as fronteiras entre o fenômeno e contexto não são claramente evidentes, e nos quais múltiplas fontes de evidência são usadas*”. Nesta pesquisa foram realizadas entrevistas como instrumentos de coleta de dados com as respectivas empreendedoras envolvidas, buscando coletar dados para posterior análise e comparação, visando compreender suas trajetórias no ramo empresarial, as dificuldades encontradas e o caminho ao sucesso.

Para analisar os dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo temática (BARDIN, 2010) com a utilização do software Atlas.ti v.7 para sistematização das informações, mediante um

roteiro semiestruturado composto por perguntas abertas, elaborado a partir da literatura, disponibilizado por meio online.

As categorias de análise empregadas foram: motivos que levam a empreender; como é ser mulher empreendedora; quais as vantagens e desvantagens; como conciliar a vida pessoal e profissional; qual influência do empoderamento feminino e influência do empreendedorismo na decisão de empreender; por fim, o posicionamento sobre espaços de *coworking*. Estas análises foram apresentadas por meio de figuras extraídas com apoio do software. Cabe destacar que a análise de conteúdo busca extrair detalhes e particularidades obtidas durante as mensagens repassadas pelas participantes desta pesquisa.

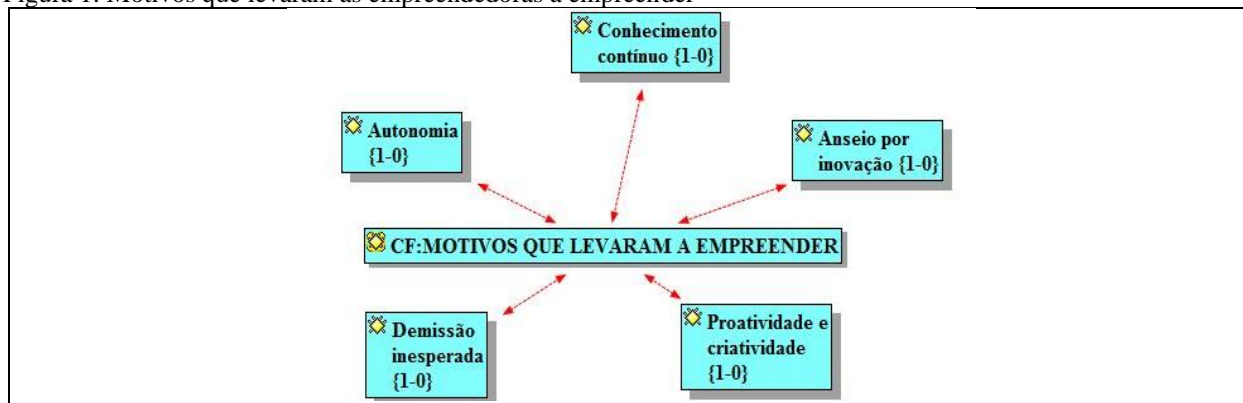
Os casos analisados são os *coworking* Cais, Banzai e Viva, os quais foram fundados por mulheres. Em relação à história destes *coworkings*, o Cais, fundado em 2012 por uma administradora, inicialmente com o nome de *Nex Coworking*, e que em 2016 assumiu o nome atual, passando por diversas modificações. O Cais surgiu de forma revolucionária no cenário, pois foi o pioneiro no que se trata de espaço de trabalho compartilhado em Cascavel-PR, ele tem a missão de fazer com que as embarcações lá “ancoradas” se sintam seguras, protegidas e propensas ao eterno crescimento (CAIS, 2019). O Banzai *coworking* surgiu em 2015 com a participação de duas empreendedoras, com o objetivo de conectar pessoas e promover experiências únicas (BANZAI, 2019). Por fim, o Viva *coworking*, que teve seu início em 2017, também foi fundado por uma empreendedora. O Viva procura oferecer um ambiente de trabalho agradável e confortável, que propicie a criatividade, *networking*, produtividade individual e o bem-estar da comunidade (VIVA, 2019).

4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

No presente trabalho, disponibilizou-se um questionário *online* com dez questões relacionadas à realidade das empreendedoras que atuam nos três espaços de *coworking*, Cais, Banzai e Viva, localizados na cidade de Cascavel-PR. As perguntas do roteiro relacionavam atributos, eventos e situações da vida empreendedora, como também as circunstâncias envolvidas nessa realidade. Apresenta-se a análise dos resultados a partir da sistematização e qualificação das respostas obtidas após suas comparações, seguindo a ordenação dos principais pontos identificados.

Inicialmente, foram ressaltados os motivos que levaram essas mulheres a empreender. Referem-se a aspectos que envolvem realização pessoal e até mesmo mudanças inesperadas, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1: Motivos que levaram as empreendedoras a empreender

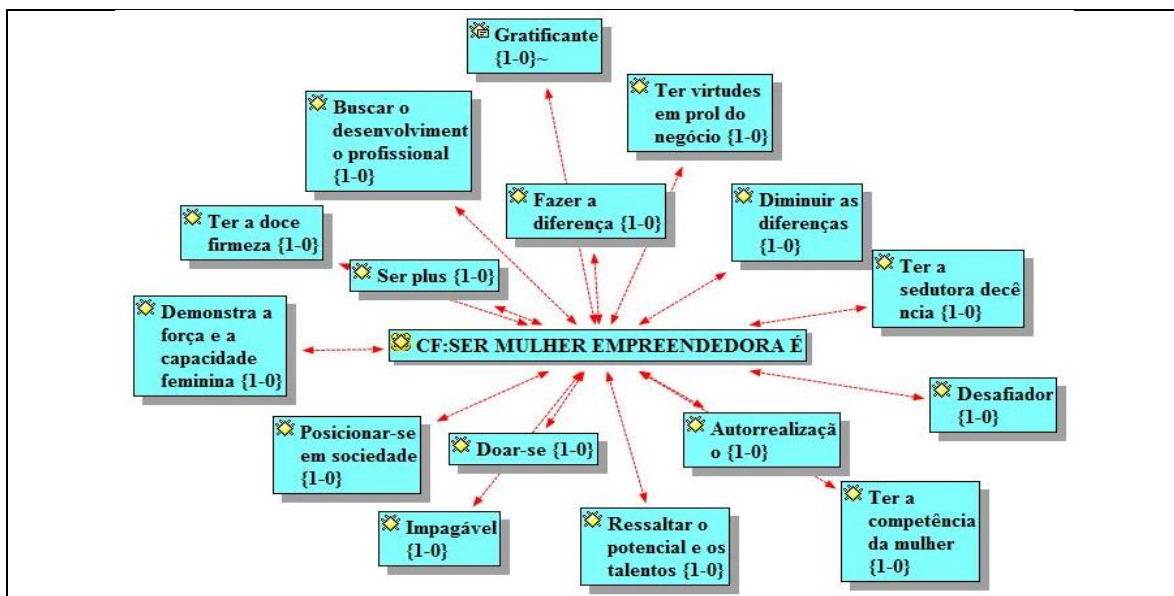


Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

É possível observar na Figura 1, que a motivação para a atividade empreendedora se refere a cinco aspectos principais: ter autonomia no seu próprio negócio; a busca pelo conhecimento contínuo; o desejo de inovar e ser diferente no mercado; as características de proatividade e criatividade, representadas pelo próprio comportamento; além de um evento inesperado, uma demissão. Essas situações indicam que embora os motivos sejam diferentes, seja pela oportunidade visualizada ou por uma necessidade de ingressar em um novo negócio, percebe-se que todos são aspectos da realidade da mulher empreendedora. Estes evidenciam a presença da mulher em meio aos negócios, por serem proativas, buscarem conhecimento, inovação e serem independentes.

A Figura 2 apresenta os resultados da categoria analítica que avaliou o que é ser uma mulher empreendedora, conforme a visão das entrevistadas.

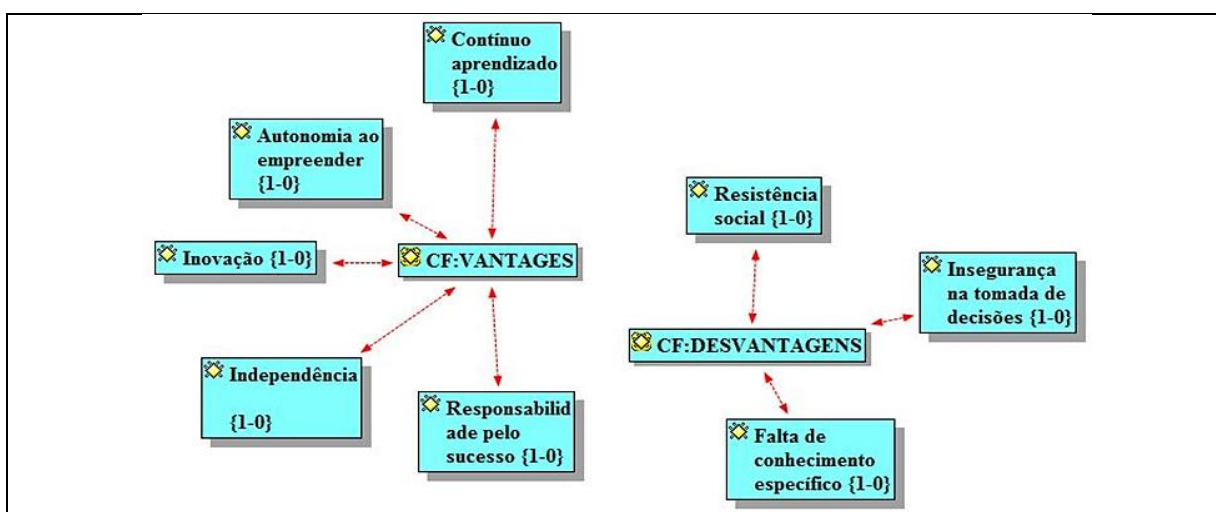
Figura 2: Aspectos de ser uma mulher empreendedora



Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Conforme a Figura 2, a visão de ser mulher empreendedora está associada a uma série de aspectos, como: demonstrar a capacidade feminina; poder posicionar-se em sociedade; ressaltar a competência da mulher, seus potenciais e talentos; buscar o desenvolvimento profissional; fazer a diferença socialmente; ter virtudes em prol do negócio; ter a doce firmeza e sedutora decência da mulher; “ser plus”; doar-se ao empreendimento; alcançar a autorrealização; ser desafiador e gratificante; tudo isso contribuindo para a diminuição das diferenças. A Figura 3 apresenta a categoria que avaliou as vantagens e as desvantagens de empreender, na visão das empreendedoras.

Figura 3: Vantagens e desvantagens ao empreender



Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

A Figura 3 apresenta os resultados das vantagens e desvantagens encontradas ao empreender. Entre as desvantagens, destacam-se: o desconhecimento do cenário (leigas), o que traz a necessidade de aprimoramento pessoal e também a insegurança na tomada de decisões, a falta de conhecimento específico sobre gestão de negócios e até mesmo a resistência da sociedade na questão da mulher ser independente e responsável por gerenciar o seu negócio.

No que concerne às vantagens, evidenciam-se: a autonomia, a inovação, a independência da mulher e a sua autorrealização, as quais são responsáveis pelo sucesso. Nesse sentido, se percebe que o conjunto de vantagens tende a assegurar que as mulheres sejam mais bem-sucedidas, se sintam empoderadas nos negócios, acrescentando maior confiança e autoestima no desenvolvimento destes.

A Figura 4 destaca os resultados da categoria analítica que avaliou como conciliar a vida pessoal e profissional da mulher empreendedora.

Figura 4: Como conciliar a vida pessoal e profissional



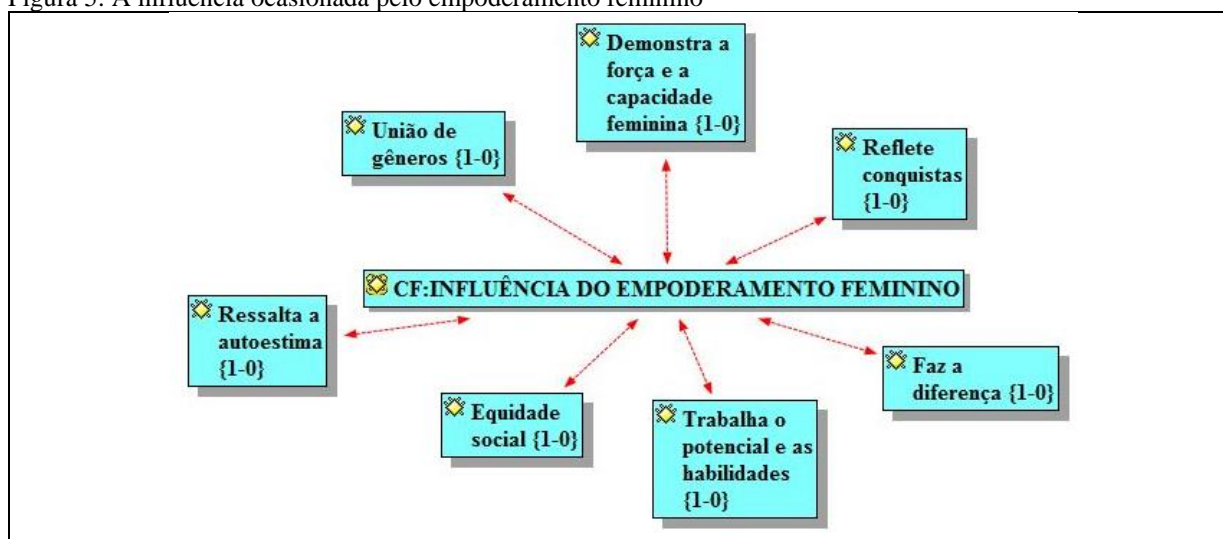
Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Na Figura 4, a conciliação entre a vida profissional e pessoal está relacionada ao desenvolvimento e continuidade da vida empreendedora, pois trata de duas faces extremamente importantes da vida da mulher, as quais devem ser bem desenvolvidas para que uma não atrapalhe a outra. Nesta categoria de análise, várias características emergiram das respostas das empreendedoras, ficando evidente a necessidade da flexibilidade de horários, pois as atividades da mulher muitas vezes estão relacionadas ao cuidado com os filhos e com a casa, além do negócio.

Outra característica evidente foi a utilização da autonomia de forma responsável, realizando um planejamento estruturado e priorizado para viabilizar o equilíbrio pessoal e profissional e, para que a partir disto, haja um alinhamento do cronograma profissional e pessoal. Tudo isso se faz possível devido ao engajamento à rede de apoio que as mulheres necessitam, pois a realização das atividades individualmente gera sobrecarga, mas em conjunto tornam-se menos exaustivas.

A Figura 5 destaca a influência ocasionada pelo empoderamento feminino na vida das empreendedoras.

Figura 5: A influência ocasionada pelo empoderamento feminino

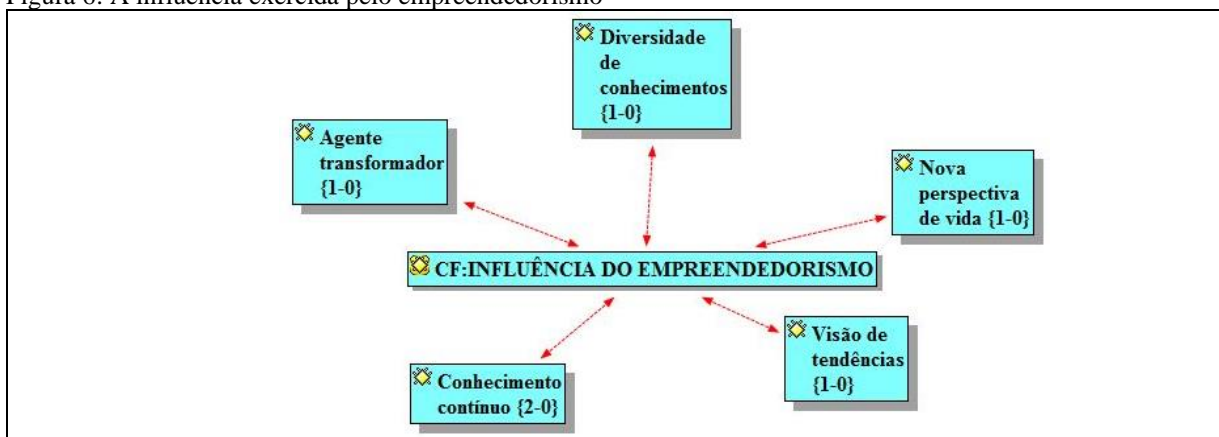


Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

A influência ocasionada pelo empoderamento feminino, apresentada na Figura 5, é um fator muito abordado nos dias atuais e que exerce influência sobre o desempenho e a vivência social, destacando e defendendo a força da mulher em sociedade. Na sequência, apresentam-se alguns aspectos mencionados acerca da influência do empoderamento feminino na vida dessas empreendedoras, dentre eles: o surgimento de uma maior equidade social e, conseqüentemente, a união dos gêneros; a autoestima feminina, em relação à demonstração de força e capacidade; o potencial e as habilidades demonstradas, refletindo em suas conquistas e nas transformações promovidas na sociedade.

A Figura 6 destaca a influência exercida pelo empreendedorismo na vida das empreendedoras.

Figura 6: A influência exercida pelo empreendedorismo

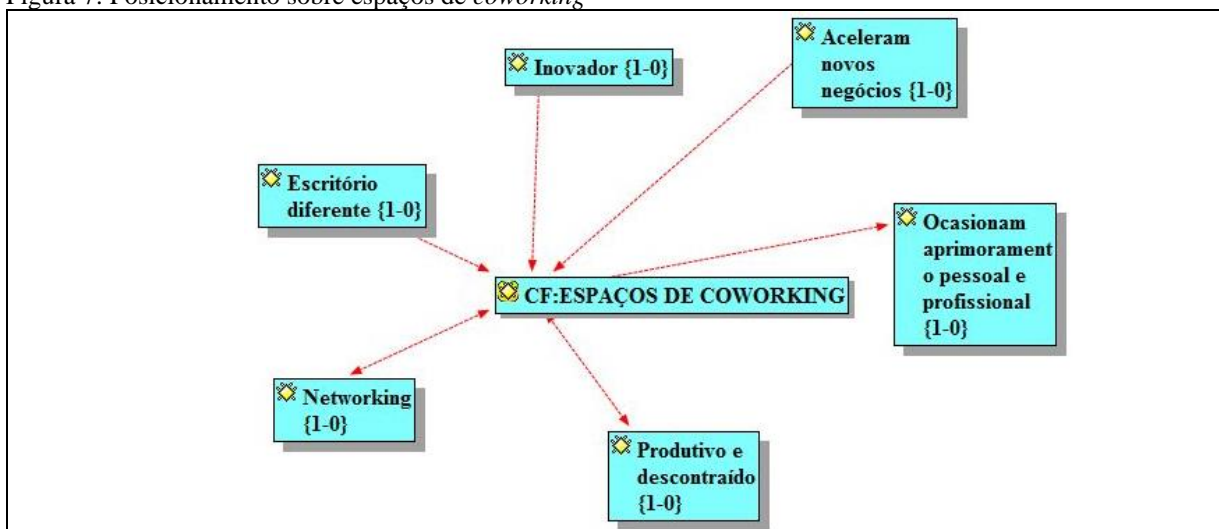


Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

A influência do empreendedorismo, apresentada na Figura 6, identifica os aspectos que influenciam tanto pessoal como profissionalmente, dentre eles: a diversidade de conhecimentos proporcionada; novas perspectivas de vida: a estimulação pela busca do conhecimento contínuo; a previsão de novas tendências; e, como agente transformador, busca influenciar na vivência dos envolvidos.

A Figura 7 destaca o posicionamento das empreendedoras em relação aos espaços de *coworking*.

Figura 7: Posicionamento sobre espaços de *coworking*



Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Conforme observado na Figura 7, o posicionamento quanto aos espaços de *coworking*, atualmente vistos como inovadores no ramo empresarial, possibilita a aceleração de novos

negócios, bem como o aprimoramento entre o pessoal e o profissional, principalmente pela troca de experiências e *networking*, possibilitados pelo mesmo espaço físico, tornando-se também um ambiente produtivo e descontraído, uma forma diferente e eficiente da concepção das empresas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo tem como objetivo analisar a trajetória de mulheres empreendedoras na atuação em espaços de *coworking* na cidade de Cascavel-PR. Por meio deste estudo, desenvolvido a partir das informações coletadas, aliado ao conhecimento científico, pôde-se dimensionar a magnitude e a relevância do empreendedorismo, principalmente o praticado por mulheres, bem como todos os fatores que o envolvem, a partir do estudo de caso realizado em três espaços de *coworking*: Cais, Banzai e Viva.

Estabeleceu-se como empreendedorismo a situação que envolve pessoas, ideias e oportunidades e, por sua consequência, a criação do novo, resultando em inovação. Vale salientar que o empreendedorismo feminino possibilita que as mulheres possam reger e conduzir seus empreendimentos da forma que desejam, caracterizando-se como um diferencial em seus negócios.

Enfocando a esfera regional, volta-se ao empreendedorismo feminino em espaços de *coworking* em Cascavel-PR, espaços esses que se instituíram devido à inovação e aos anseios das empreendedoras.

Os resultados revelam que as empreendedoras enfrentam algumas dificuldades ao empreender, no entanto, isso não as impossibilita de dar continuidade a seus negócios, muito pelo contrário, as motivam a buscar sempre mais e irem ao encontro de suas perspectivas e à realização de seus objetivos. Isso amplia a dimensão do empoderamento feminino, pois reflete a realidade vivenciada por muitas mulheres brasileiras, as quais batalham diariamente em busca da realização dos seus sonhos e pela imersão das mulheres na sociedade.

Este estudo pode contribuir para todo o público, principalmente o feminino que pretende empreender e/ou atuar em espaços de *coworking*, proporcionando uma melhor e ampla visão sobre os aspectos que envolvem este contexto, objetivando estimular e desenvolver o empreendedorismo feminino, o empoderamento e a utilização de espaços de *coworking*.

Ao desenvolver o estudo, foram identificados assuntos correlatos que podem servir para futuras pesquisas, como também para estimular o desenvolvimento empreendedor em outras localidades, principalmente no que se refere à exploração do potencial empreendedor feminino.

Posteriormente, também podem ser feitas análises sobre os custos de se manter um espaço de *coworking*, bem como o levantamento de viabilidade e implantação, considerando como opção alternativa para substituição do modelo tradicional de negócios, em suma, uma análise dos principais aspectos que envolvem a rotina empreendedora.

Outro aspecto que poderá ser investigado em maior profundidade são as dificuldades pessoais apresentadas pelas mulheres neste estudo e já caracterizadas em diversos estudos, entre eles Versiani *et al.* (2021), o qual afirma que entre as maiores dificuldades para as mulheres empreendedoras está a relação complexa entre a dedicação ao negócio e aos afazeres familiares. O que corroboram, neste sentido, Xavier *et al.* (2011), ao destacarem que entre as maiores dificuldades para as empreendedoras está a sobrecarga de responsabilidades entre a família e os negócios. Na perspectiva familiar, os aspectos relacionados ao cuidado com os filhos e com a casa, o que confirma a necessidade de se desenvolver uma rede de apoio para reduzir a sobrecarga sentida por essas mulheres.

REFERÊNCIAS

AVANCINE, D. L. **Espaços de coworking como intermediadores sociais**. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/20701>> Acesso em 18 maio. 2019.

BANZAI, coworking. **Sobre o coworking**. Disponível em: <<http://www.banzaicoworking.com.br/blog/categorias/coworking/>>. Acesso em: 02 novembro. 2019.

BAVON, Ana. **Entenda a importância do empreendedorismo feminino**. 30 novembro 2018. Disponível em: <<http://feminaria.com.br/entenda-a-importancia-do-empreendedorismo-feminino/>> Acesso em: 16 maio. 2019.

BRASIL, coworking. **O que é coworking**. Disponível em: <<https://coworkingbrasil.org/o-que-e-coworking/>> Acesso em: 17 maio. 2019.

CAIS, coworking. **Sobre o cais coworking**. Disponível em: <<https://site.caiscoworking.com.br/sobre/>>. Acesso em: 02 novembro. 2019.

DANDOLINI, A. de O. V. **Empreendedorismo feminino, gênero e liberdade: histórias de mulheres empreendedoras na cidade de foz do Iguaçu/PR**. 2018. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Cultura e Fronteiras). Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Foz do Iguaçu. Disponível em: <<http://tede.unioeste.br/handle/tede/3711>> Acesso em: 16 maio. 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2005. 293 p.

DORNELAS, J. C. de A. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor** - prática e princípios. Pioneira, 1986. 378 p.

EXAME, Revista. **Mulheres dão a força ao empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/mulheres-dao-a-forca-ao-empreendedorismo-no-brasil/>>. Acesso em: 11 abril. 2019.

FRANÇA, Ivanir de. **Empreendedorismo feminino: as mulheres no franchising**. 8 janeiro 2019. <<https://saasholic.com/empreendedorismo-feminino-as-mulheres-no-franchising-b974b0be3647>> Acesso em: 17 maio. 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 199p.

HAMMOUD, Ricardo et al. **Empreendedorismo**. Augusto Guzzo Revista Acadêmica, São Paulo, v. 1, n. 19, p. 235-244, julho 2017. Disponível em: <http://www.fics.edu.br/index.php/augusto_guzzo/article/view/461>. Acesso em: 10 maio. 19.

HASHIMOTO, Marcos. **O espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do Intraempreendedorismo**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014. 456 p.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 592 p.

MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. Tese (doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2002. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/84447/183290.pdf?sequence=1&isAllowEd=y>> Acesso em 15 maio. 2019

MULHERES, Onu. **Princípios de empoderamento das mulheres**. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres/>> Acesso em: 13 abril. 2019.

PEREIRA, J. N. **Empreendedorismo feminino no Ensino Superior: Análise do Instituto Politécnico do Porto**. Tese (mestrado). Instituto Politécnico do Porto, 2016. Disponível em: <<http://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/8431/1/TESE%20FINAL%20junho.pdf>> Acesso em 15 maio. 2019.

RAUPP, F.M.; BEUREN, I.M. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais**. In: BEUREN, I.M. (Org.). Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SCHUMPETER, Joseph Alois. Schumpeter: **Teoria do desenvolvimento econômico** - uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997. 239 p.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo 2017. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 10 abril. 2019.

SILVA, P.; EL-AOUAR, W.; DA SILVA, A.; DE CASTRO, A. B. C.; DE SOUSA, J. **A resiliência no empreendedorismo feminino**. Gestão e Sociedade. 1 dez. 2018. Disponível em: <<https://www.gestoesociedade.org/gestoesociedade/article/view/2346>>. Acesso em: 11 abril. 2019.

VIVA, coworking. **O viva coworking**. Disponível em: <<http://www.vivacoworking.com.br/sobre>>. Acesso em: 03 novembro. 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3.ed. Porto Alegre, Bookman, 2005.

VERSIANI, F.; CARVALHO NETO, A. C.; CAEIRO, M. L.; MARTINS, M.; MOTA-SANTOS C. Consequências (não) premeditadas do empreendedorismo para a mulher. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 20, n. 2, abr./jun. 2021.

XAVIER, S. R; AHMAD, S. Z.; PERUMAL, S.; MOHAN, J. C. The transition from corporate Careers to business ownership: The case for women entrepreneurs in Malaysia. **International Journal of Business Administration**, v. 2, n. 3, p. 148-159, 2011.