



Mayo 2018 - ISSN: 1696-8352

O LADO FEMININO DA ADMINISTRAÇÃO: ¡EMPREENDEADORAS SIM!
THE FEMININE SIDE OF ADMINISTRATION: ENTREPRENEURS YES!
EL LADO FEMENINO DE LA ADMINISTRACIÓN: ¡EMPREENDEADORES SIM!

Raquel Duzsinski Borghetti –
raquel.borghetti@fundicaoborghetti.com.br¹

Luciana Scherer –
lucianascherer@yahoo.com.br²

Juliana Jaeschke –
juliana.jaeschke@hotmail.com³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Raquel Duzsinski Borghetti, Luciana Scherer y Juliana Jaeschke (2018): “O lado feminino da administração: ¡empreendedoras sim!”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (mayo 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/lado-feminino-administracao.html>

RESUMO: A escolha desse estudo justifica-se pelo fato do empreendedorismo feminino estar crescendo cada vez mais, gerando certa inquietude quanto às razões e as dificuldades encontradas para a mulher empreender, bem como os principais fatores que contribuem para o crescimento e o perfil empreendedor de mulheres de sucesso. Assim, o recorte desta pesquisa terá como foco mulheres, administradoras de empresas dentro do mercado empreendedor feminino, e que gerenciam o seu próprio negócio. O objetivo principal do presente estudo é analisar o mercado empreendedor feminino com ênfase em mulheres que apresentam formação em Administração relatando as percepções destas mulheres neste cenário. Os objetivos específicos são: realizar um levantamento sobre o empreendedorismo feminino; Analisar as dificuldades e desafios enfrentados pelas mulheres que empreendem; Verificar se a mulher administradora utiliza ferramentas administrativas no seu empreendimento. A metodologia proposta para o presente estudo foi de caráter qualitativo, utilizando a técnica de documentação bibliográfica para o levantamento de dados e de informações relevantes à pesquisa, além da realização de entrevistas narrativas semiestruturadas com as empreendedoras/administradoras/gestoras. Os resultados apontam que a mulher empreendedora, administradora e gestora sente-se capaz e determinada em fazer seu negócio dar certo.

Palavras chaves: Mulheres. Administradoras. Empreendedorismo Feminino.

ABSTRACT: The choice of this study is justified by the fact that female entrepreneurship is growing more and more, generating some concern about the reasons and difficulties

¹ Administradora e Especialista em Marketing Estratégico pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões. Mestra em Desenvolvimento (Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ). Professora dos Cursos de Administração, Ciências Contábeis e Engenharia da Produção na Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI- Cerro Largo).

² Administradora pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Especialista em Gestão Pública pela Universidade Aberta do Brasil - UFSM. Mestra em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e Doutoranda em Desenvolvimento Regional na Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ. Professora dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis na Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI- Cerro Largo).

³ Contadora pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões. Mestra em Desenvolvimento pela Universidade Regional do Noroeste do Rio Grande do Sul. Professora no curso de Ciências Contábeis na Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (URI- Cerro Largo).

encountered for the woman to undertake, as well as the main factors that contribute to the growth and the entrepreneurial profile of women of success. Thus, the focus of this research will focus on women, business managers within the female entrepreneurial market, and who manage their own business. The main objective of the present study is to analyze the female entrepreneurial market with an emphasis on women who present training in Administration, reporting the perceptions of these women in this scenario. The specific objectives are: to carry out a survey on female entrepreneurship; Analyze the difficulties and challenges faced by women who undertake; Check that the woman administrator uses administrative tools in her enterprise. The methodology proposed for the present study was qualitative, using the technique of bibliographical documentation for the collection of data and information relevant to the research, as well as semi-structured narrative interviews with the entrepreneurs / administrators / managers. The results indicate that the entrepreneurial, managerial and managerial woman feels capable and determined to make her business work.

Key words: Women. Administrators. Female Entrepreneurship.

RESUMEN: La elección de este estudio se justifica por el hecho de que el emprendedorismo femenino está creciendo cada vez más, generando cierta inquietud en cuanto a las razones y las dificultades encontradas para la mujer emprender, así como los principales factores que contribuyen al crecimiento y el perfil emprendedor de mujeres de el éxito. Así, el recorte de esta investigación tendrá como foco a mujeres, administradoras de empresas dentro del mercado emprendedor femenino, y que gestionan su propio negocio. El objetivo principal del presente estudio es analizar el mercado emprendedor femenino con énfasis en mujeres que presentan formación en Administración relatando las percepciones de estas mujeres en este escenario. Los objetivos específicos son: realizar un levantamiento sobre el espíritu emprendedor femenino; Analizar las dificultades y desafíos que enfrentan las mujeres que emprenden; Verificar si la mujer administradora utiliza herramientas administrativas en su empresa. La metodología propuesta para el presente estudio fue de carácter cualitativo, utilizando la técnica de documentación bibliográfica para el levantamiento de datos e informaciones relevantes a la investigación, además de la realización de entrevistas narrativas semiestructuradas con las emprendedoras / administradoras / gestoras. Los resultados apuntan que la mujer emprendedora, administradora y gestora se siente capaz y determinada en hacer su negocio funcionar.

Palabras claves: Mujeres. Administradores. Emprendedor femenino.

INTRODUÇÃO

A participação feminina no mercado de trabalho cresceu significativamente nos últimos anos, onde pôde se perceber que o aumento gradativo de mulheres em busca da independência financeira vem ultrapassando barreiras em busca de seus objetivos. Atualmente as mulheres estão sendo alvo de pesquisas das mais variadas formas, porém, com sua inserção crescente no empreendedorismo, faz-se importante e significativa uma pesquisa remetente a tal assunto.

A sensibilidade, a intuição e o cuidado, ao lado do aprendizado de outras competências adquiridas na formação acadêmica e no dia-a-dia das empresas imprimem um estilo feminino de administrar e esta combinação também estimula o espírito empreendedor em muitas mulheres.

O empreendedorismo indica essencialmente trabalhos de pessoas que se propõe a gerar competências e riquezas, seja através de adquirir algo ou por fazer que produtos e serviços sejam formados a partir do conhecimento, ou ainda pelo ato de inovar (CARLAND, HOY E BOULTON, 1984, FILION, 1999 a apud STROBINO, 2014, p. 60). Já os empreendedores são excelentes verificadores de oportunidades, são pessoas que estão sempre atentas a novas informações e que possuem uma curiosidade aguçada a respeito de tudo, define Dornelas (2014).

No final das duas grandes guerras mundiais, o papel da mulher como empreendedora tornou-se mais que necessário, já que seus maridos quando retornavam dos conflitos, encontravam-se, muitas das vezes, mutilados ou sem condições psicológicas de retornar ao mercado de trabalho, exigindo das mulheres que assumissem seus lugares. O negócio próprio era uma das alternativas mais viáveis (BALTAR; LEONE, 2008).

Atualmente, um estudo realizado pelo SEBRAE mostrou que as empresas comandadas por mulheres são as que mais estão se mantendo no mercado. Na última década, subiu de 48% para 54% a taxa de empreendedoras com negócios em atividade há mais de cinco anos, frente à redução da proporção de empresárias que tocam empreendimentos com até dois anos de criação. Para Chiavenato e Sapiro, (2004), o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois ele é dotado de forte sensibilidade para os negócios e capacidade de identificar oportunidades que passam despercebidas para os outros. Transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para o benefício da organização ou da comunidade.

São inúmeros os exemplos de mulheres que vem escrevendo as suas trajetórias de sucesso, e é com este intuito que o presente estudo buscou deter-se em mulheres com formação em Administração e que gerenciam seus próprios negócios. Isto significa que elas têm voz ativa e participam diariamente na liderança e condução de seus empreendimentos.

Assim, este estudo está dividido em três partes, além dessa introdução e das considerações finais. A primeira apresenta os delineamentos teóricos acerca do empreendedorismo e os principais conceitos relacionados a este tema, bem como discussões teórico-epistemológicas sobre o empreendedorismo rosa e o teto de vidro. Na sequência é apresentada a metodologia do estudo, na qual apresenta-se o método de pesquisa adotado para a elaboração deste trabalho, e para finalizar, na seção seguinte apresenta-se a análise dos resultados.

EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo, embora tenha adquirido mais ênfase nas últimas décadas, não é recente. Acredita-se que essa atividade seja tão antiga quanto o intercâmbio e o comércio entre indivíduos. Com o passar dos anos, ele sofreu algumas transformações, por conta, em especial, das mudanças ocorridas na base econômica mundial - o desenvolvimento industrial; a especialização das atividades produtivas; o crescimento dos mercados; o progresso tecnológico e a definição mais clara dos papéis de diferentes agentes como o capitalista e o empresário (MACHADO et al., 2015).

O empreendedorismo tem origem francesa, onde o estudo é voltado ao desenvolvimento e competências de habilidades, a fim de assumir riscos e começar algo novo na busca de resultados positivos.

Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo que tentou estabelecer uma rota comercial para o oriente. Como empreendedor Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativos correndo todos os riscos físicos e emocionais. O termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país. (DORNELAS, 2005, p.29)

É a partir da década de 1990, com a abertura da economia no Brasil, que o empreendedorismo ganhou impulso e se popularizou. Desde então, o cenário vem mudando favoravelmente à atividade empreendedora, com apoio crescente do governo e da iniciativa privada. A atividade empreendedora brasileira vem registrando índices cada vez mais positivos no que diz respeito ao seu crescimento e grau de maturidade. Com todo este movimento, a opção pelo empreendedorismo tem sido bastante valorizada na sociedade brasileira. Há uma percepção altamente positiva das pessoas que decidem por criar seus próprios negócios, conferindo-lhes status e prestígio.

O empreendedor, segundo Chiavenato, (2006) é aquele que faz as coisas acontecerem além de ser capaz de identificar oportunidades de mercado, possui uma aguçada sensibilidade financeira e de negócios para transformar ideias em um fator econômico em seu benefício.

Grande parte dos autores que tratam do conceito de empreendedor, tais como Dornelas (2008), Degen (2009), e Mariano (2011) baseiam suas formulações fundamentalmente na visão de Schumpeter (1942), que defende o empreendedor como agente responsável por colocar em prática o processo de Destruição Criativa, quando por meio da implementação da inovação destrói incessantemente a estrutura antiga e cria uma nova.

É possível identificar diferentes tipos de empreendedores. Dornelas (2007), apresenta 8 tipos de empreendedores, conforme quadro 1:

Quadro 01: Tipos de Empreendedor

Tipos de empreendedor	Principais características
Nato	Pessoas visionárias, confiantes e que sempre estão à frente de seu tempo.
O que “aprende” ou inesperado	Não possuem em sua natureza características empreendedoras e nem gostam de assumir riscos, mas foram encontradas por boas oportunidades de empreendedorismo na vida e aproveitam as mesmas.
Serial	São apaixonados pela criação de novos negócios, mas não se contentam em ficar à frente deles por muito tempo, pois seu prazer está na abertura de novas empresas e não na administração das mesmas.
Corporativo	Sua preocupação está na expansão e inovação de negócios já existentes e não na criação de novas empresas.
Social	Tem como missão melhorar a vida da sociedade e transformar o mundo para melhor através de suas organizações.
Necessidade	Não possuem boas oportunidades de emprego e precisam sustentar a si e a sua família, e por isso resolvem criar seu próprio negócio.
Herdeiro	Recebem o legado de assumir o negócio da família, tendo como principal desafio multiplicar o patrimônio recebido.
Normal ou Planejado	Têm como principal ferramenta o planejamento, buscam minimizar os riscos de seus negócios.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Dornelas (2007).

Dentro do cenário de novos negócios, muitos empreendimentos nascentes têm características de inovação em seus produtos e serviços. É comum que empreendedores por oportunidade sejam mais propensos a criação de negócios inovadores. A economia de uma nação e sua competitividade está relacionada diretamente com teor inovador das empresas de um país (Schumpeter, 1985). Assim, a inovação além de proporcionar a resolução de problemas, possibilita atender necessidades e expectativas de clientes cada vez mais exigentes.

Para Dornelas (2014), a melhor definição que pode-se encontrar para exemplificar o empreendedorismo é que esse se trata do envolvimento de pessoas e processos, que em cooperação, alcançam a transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação dessas oportunidades obtém a criação de organizações de sucesso.

Fatores como o capital humano do empreendedor, capital social e o tipo de prática de gestão adotada são muitas vezes decisivos na sobrevivência do negócio. As empresas menores e mais jovens têm, em geral, maiores riscos de fechamento do que empreendimentos maiores e já estabelecidos no mercado. É necessário que um empreendimento ultrapasse os quatro primeiros anos de existência para que alcance um mínimo de solidez. Com objetivo de melhorar o percentual de empresas que sobrevivam ao longo do tempo, políticas públicas de apoio a novos empreendimentos são de grande importância para o fomento da atividade empreendedora sustentável. Atualmente, o Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior é o órgão governamental responsável pela promoção, suporte e orientação aos empreendedores de todos os portes. Além disso, organizações como o SEBRAE e Endeavor, entre outras empresas, têm atuado como agentes de desenvolvimento provendo treinamento, consultoria, debates e orientações para criação e desenvolvimentos de negócios.

Segundo Castro (2009), desde tempos remotos, as mulheres carregam a responsabilidade de gerir, alimentar, partilhar, administrar, liderar. Somente na virada do século XX, elas conquistaram

maior autonomia profissional, após saírem de suas casas para enfrentar o mercado de trabalho. Assim, elas chegaram ao poder, administrando países em diversos pontos do planeta. Da mesma forma, conquistaram posição de liderança nas empresas e na política, tudo por meio do conhecimento e do aprimoramento de suas habilidades natas.

MULHERES EMPREENDEDORAS

O empreendedorismo feminino teve um grande impulso nos Estados Unidos na década de 1980. Antes desta época, o acesso à educação na área de gestão e o capital de investidores eram bem limitados. Esta primeira geração de empreendedoras era caracterizada por mulheres com uma formação mais liberal proveniente da área artística, contudo sem preparo em áreas como finanças, marketing e operações. Com pouca experiência em negócios e capital restrito, a maioria dos empreendimentos foram de pequeno porte e baixo retorno financeiro.

No final da década de 1980, uma segunda geração de mulheres avançou em áreas que eram de domínio exclusivamente masculino como os setores financeiros, de seguros, de construção e manufatura. Em geral, as mulheres atuavam mais em cargos de gestão de organizações do que a frente de um empreendimento próprio. Mesmo assim, estas mulheres já buscavam desenvolver negócios próprios com maior conhecimento de gestão e experiência de mercado visto que, em média, já possuíam de 10 a 12 anos de experiência no mercado (MOORE; BUTTNER, 1997).

Ao analisarmos a inserção da mulher no mercado de trabalho, suas conquistas e vitórias ao longo de toda caminhada, vale a pena refletir a respeito do perfil da mulher como empreendedora, suas características, qualidades, o que a faz empreender. Assim, percebe-se que atualmente o empreendedorismo virou um assunto muito frequente, discute-se muito o quanto o empreendedorismo pode mudar o mundo e como mulheres empreendedoras podem ser os canais desta grande mudança. De fato, as mulheres estão empreendendo mais, seja para escapar do ambiente árido do mundo corporativo, para buscar flexibilidade ou simplesmente para ter uma causa a defender.

As mulheres, então, passaram a aumentar seu espaço na sociedade economicamente ativa do país e sua crescente participação no mundo dos negócios não se deu apenas dentro das organizações já existentes, mas também na constituição de novos negócios (FRANCO, 2014). Segundo a pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), de 2014, a mulher brasileira é uma das maiores empreendedoras do mundo, pois desde a primeira pesquisa realizada no país, em 2000, elas já se destacavam frente aos países participantes, possuindo a maior equiparação na relação entre homens e mulheres empreendedores a nível mundial. Esses resultados positivos foram se confirmando ao longo dos anos e a pesquisa GEM (2014) apontou que elas já são a maioria dos novos empreendedores do país, representando 52%.

Para compreender o empreendedorismo e a inserção das mulheres brasileiras nesse fenômeno necessita-se compreender também suas relações com a trajetória histórica do país. A tradição cultural a respeito da mulher sofreu mudanças ao longo dos anos, porém, a década de 70 representa um marco na sociedade, pois com o grande aumento das mulheres no mercado de trabalho, o pensamento de que o legado das mesmas eram ser “donas de casa”, passou a mudar. Cada vez mais, a mulher brasileira passou a investir em sua formação, e a ganhar espaço em diversos tipos de cargos dentro das organizações (BRUSCHINI, 2000). Entre os fatores que mais contribuíram para essa maior inserção das mulheres brasileiras no mercado de trabalho foram: expansão da economia, aumento da urbanização e alto ritmo da industrialização (CABRAL, 1999).

Para Osório (2011), na realidade atual a mulher vem se destacando em vários setores da economia, tanto em comércios, indústrias, serviços terceirizados e estão mostrando o talento em empreendedorismo que não é exclusividade masculina. Devido à situação econômica do país, muitos pais de família perderam seus empregos ou não estão satisfeitos com o salário que recebem, por questão de necessidade são obrigados a realizar trabalhos informais, ou seja, para conseguir uma renda extra se dedicam a outros serviços em horários diferenciados para complementar a renda da família. Por questões de melhorias tanto mulheres quanto homens decidem serem donos do próprio negócio, muitas vezes sem orientação, e sem pesquisar se há viabilidade.

Tal crescimento do empreendedorismo feminino tem sido uma ferramenta em que diretos femininos e masculinos tem sido igualados na medida em que buscam posições mais relevantes nos negócios. Segundo pesquisa feita por Osório, (2016) analisa-se que a presença das mulheres em pequenos negócios, aqueles que faturam até R\$ 3,6 milhões por ano, entre os anos de 2001 até 2011, vem conquistando cada vez mais espaço à frente das pequenas empresas e medias do Brasil.

Estudos sugerem que empreendedoras e executivas, respectivamente, atribuem igual importância à realização profissional, à maternidade, ao relacionamento afetivo estável com um par, bem como ao tempo dedicado a si mesmas". A combinação de trabalho e maternagem tem gerado satisfação, sentimento de realização e bem-estar superior ao de mulheres que não trabalham. Em um pensamento feminino, o sucesso em uma dimensão da vida não significa fracassar em outras frentes. Especificamente para as mulheres que optam por ter seu próprio negócio, as dificuldades do empreender favorecem seu crescimento pessoal na medida em que os desafios que enfrentam fazem com que haja uma busca pelo desenvolvimento de competências necessárias para lidar com as novas situações que aparecem (JONATHAN, 2005, p. 374).

Em um estudo comparativo, donas de negócios próprios apresentaram maiores índices de satisfação do que executivas (Korn/Ferry, 2002). Ritmo de trabalho, quantidade mínima de interferência de terceiros e interesses pessoais satisfeitos são as principais fontes de satisfação diferenciada das empreendedoras, que se sentem muito comprometidas com seu trabalho. A maior satisfação das empreendedoras se deve ao ambiente do negócio próprio, que lhes proporciona reconhecimento por realizações e autoridade para fazer decisões de impacto, além de possibilitar o desenvolvimento de novas ideias e competências, e, em última análise, a atualização e realização de seus próprios valores e sonhos. Neste sentido, argumentamos que gostar intensamente daquilo que fazem, autonomia no trabalho e poder de decisão são aliados das empreendedoras no exercício dos múltiplos papéis, proporcionando-lhes um sentimento de auto realização.

Outros fatores de satisfação identificados na atividade empreendedora feminina que podem ser destacados são: autonomia no trabalho, poder de decisão, poder criativo, afirmação dos próprios valores e identificação com a empresa. Ainda para os autores, mais do que é encontrado nas mulheres executivas, o empreendedorismo constitui um terreno favorável ao bem-estar subjetivo das mulheres. Apesar destes fatores favoráveis para as mulheres, a atividade empreendedora também é considerada fonte de conflitos e desgastes como a insegurança econômica e o sentimento de grande responsabilidade para com aqueles que delas dependem. Mesmo assim, é observado que ao superar situações adversas, este movimento acaba sendo fonte de satisfação.

Todavia, diversos obstáculos ao empreendedorismo no Brasil são, reiteradamente, mencionados: Os altos custos e a burocracia para regulamentar e formalizar um empreendimento; as dificuldades para acessar créditos e serviços financeiros; os altos impostos. Para além destes obstáculos, enfatiza-se duas questões apontadas como dificuldades enfrentadas pelas mulheres: as barreiras impostas pela discriminação e os empecilhos associados a dupla / tripla jornada. (SCHLEMM, 2007).

Outra questão de grande relevância é a capacidade que a mulher tem de atuar em diversos papéis simultaneamente, e essa é considerada uma importante característica do universo feminino. Apesar desta característica ser vista como algo positivo, também é considerada fonte de conflitos e desgastes.

Esse fenômeno é chamado de teto de vidro, e diz respeito às barreiras invisíveis enfrentadas por mulheres no mercado de trabalho. E estas dificuldades, existentes na nossa sociedade e cultura não estão restritas apenas ao papel da mulher como empregada de uma organização, mas, também, quando decidem estabelecer seu próprio negócio e criar o seu modelo de equilíbrio família-trabalho.

Segundo Botelho et al. (2008, p.7) "essas barreiras podem ser traduzidas em estereótipos, preconceitos e discriminação que elas sofrem ao decidirem se dedicar as suas empresas, mas podem também ser encontradas na dupla jornada de trabalho, nos conflitos entre seu trabalho e família e na segregação ocupacional por gênero". Evidencia-se, então, que a opção pelo empreendedorismo também tem sido uma escolha profissional com dificuldades adicionais quando desejada por mulheres. Se por um lado há um grande reconhecimento da sociedade pelas pessoas que escolhem empreender, esta atividade ainda é considerada típica do gênero masculino. Dependendo do setor em que o negócio está inserido, o preconceito se faz mais forte, pois as mulheres ainda estão associadas profissionalmente a carreiras como professoras primárias, bibliotecárias, enfermeiras, psicólogas e assistentes sociais.

A partir deste crescimento, novas dificuldades têm aparecido frente aos desafios da profissional feminina. Em pesquisa realizada com empresas brasileiras de alta tecnologia conduzidas por mulheres, Jonathan (2003) apresenta algumas características que as desfavorecem no desenvolvimento dos seus próprios negócios:

- Mulheres empreendedoras têm enfrentado dificuldades na captação de recursos de instituições financeiras e de investidores anjos. Algumas das razões que justificam

este distanciamento dos investidores é o interesse das mulheres por áreas pouco atrativas para ganhos acelerados, como comércio e serviços. Outra razão é dada por um perfil comportamental feminino em valorizar muito os relacionamentos interpessoais e por possuir uma atitude mais conservadora na gestão dos seus negócios;

- Com relação à visão de sucesso de negócio, o crescimento apenas no sentido financeiro é insuficiente na visão que predomina entre mulheres. A auto realização é um dos valores encontrados nas mulheres empreendedoras assim como o equilíbrio entre aspectos pessoais, familiares e profissionais;
- O estilo de gestão feminino possui características singulares como estruturar suas empresas de maneira simples, horizontalizada e com muita descentralização. Além disso, mulheres tendem a exercer uma liderança interativa e cooperativa, valorizando a participação da equipe.
- Mesmo com tantos desafios a superar, percebe-se que cada vez mais as mulheres estão seguindo o sonho de começar o próprio negócio, dados do SEBRAE mostram que mais da metade dos novos empreendedores no Brasil são mulheres. Apesar de estarem tão presentes no mercado, e serem mais de 50% das pessoas com ensino superior, ainda encontram mais dificuldades para crescer no mercado do que os homens: somente uma a cada quatro empreendedoras no Brasil tem uma empresa com receita bruta maior que R\$ 30 mil mensais.

METODOLOGIA, RESULTADOS E ANÁLISE

Segundo Michel (2015), pode-se entender metodologia como um caminho traçado para se atingir um objetivo. A metodologia científica é a busca da verdade num processo de pesquisa ou aquisição de conhecimento, um caminho que utiliza procedimentos científicos, racionais e critérios normalizados e aceitos pela ciência.

Para Vergara (2000), a pesquisa pode ser classificada quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, o autor destaca que a pesquisa pode ser: exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada ou intervencionista; E quanto aos meios de investigação pode ser: Pesquisa de campo, pesquisa de laboratório, pesquisa documental, pesquisa bibliográfica, pesquisa experimental, participante, pesquisa-ação e estudo de caso.

Para a elaboração do presente estudo foi utilizada a pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória por que embora o tema seja bastante relevante, não se percebeu muitos estudos que uma ligação entre a mulher empreendedora, administradora e gestora. Para Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, envolvendo, na maioria dos casos, levantamentos bibliográficos, entrevista com pessoas relacionadas ao tema pesquisado e análises de exemplos para facilitar a compreensão do assunto.

Utilizou-se também pesquisa de campo, pois foram coletados dados primários através de uma entrevista com as empresárias. Para Vergara (2000), a pesquisa de campo pode incluir entrevistas, aplicações de questionários, testes e observação participante ou não, realizada no local onde ocorrerá o estudo.

Para entender o que está por trás do empreendimento feminino, a pesquisa foi realizada com mulheres, cursando ou formadas em administração, empreendedoras e gestoras de seus próprios negócios. Desta forma, foi possível garantir uma amostra intencional constituída por cinco administradoras de ramos diferentes e com empreendimentos próprios.

A coleta de dados da pesquisa ocorreu através de uma entrevista narrativa semiestruturada, realizada no mês de janeiro de 2018, e cada participante respondeu a uma pesquisa composta por 09 questões. A pesquisa de campo objetivou avaliar o grau de relevância de alguns dilemas vivenciados por mulheres empreendedoras buscando repostas para as seguintes perguntas: razões que a fizeram abrir seu empreendimento, percepção para ser uma empreendedora, dificuldades encontradas ao abrir seu próprio negócio, superação dos desafios, ferramentas administrativas, competências do Administrador, características de empreendedoras de sucesso, empreendedorismo rosa, motivações para empreender e o futuro do empreendedorismo feminino.

Com base no discurso das empreendedoras participantes foi realizada uma análise qualitativa de forma que os temas discutidos serão apresentados a seguir. A fim de ilustrar os tópicos que emergiram na análise, algumas opiniões mais significativas e parte do discurso das participantes foram transcritos. Nestes casos, as administradoras são referenciadas anonimamente como “Adm1”, “Adm2”, “Adm3”, “Adm4” e “Adm 5”.

Razões para empreender

O autor Dornelas (2008), defende que o fato de uma ideia ser ou não inédita, não tem importância, o que importa é que o empreendedor saiba transformá-la em um produto ou serviço, fazendo sua empresa crescer. Assim, ao serem questionadas sobre as razões que as fizeram optar pelo empreendedorismo, destaca-se:

A empresária “Adm1” utilizou das seguintes palavras:

“A vontade de ter minha própria empresa começou no ensino médio, eu me deparava com que faculdade fazer. Então essa vontade de ter meu próprio negócio já nasceu lá. E depois na Universidade, esse desejo só aumentou, com o incentivo dos professores à não ser um simples empregado, e também para abrir seu próprio negócio. E outra razão foi que eu vi uma necessidade da cidade onde o empreendimento se encontra atualmente, a cidade não contava com um negócio deste segmento, e a questão do meu desemprego impulsionou a abertura da minha empresa. Durante todo ano fiz um planejamento para que no final do ano eu pudesse abrir a minha loja”.

A empresária “Adm2” afirma que as razões que a fizeram abrir a sua empresa foram a busca por conhecimento prático, e um dos seus principais objetivos sempre foi ser dona do próprio negócio. Já a para Adm3, a empresa foi adquirida para que ela como acadêmica de administração vivenciasse a experiência real da administração de uma empresa.

De acordo com Barbosa et al (2011), no contexto global, é possível traçar um perfil geral de empreendedoras, que é constituído por: faixa etária entre 35 a 50 anos; são casadas e têm filhos; têm alto nível de educação formal; atuam em pequenos negócios; iniciam empresas com baixo capital social (...). Ainda que sejam pontos comuns, não se pode afirmar que as empreendedoras representam um grupo homogêneo (...). Há três possibilidades de identificação das empreendedoras: as por acaso são as que iniciam os negócios sem ter claros os objetivos ou planos, pois provavelmente derivaram de algum hobby que praticavam; as forças, que foram competidas a iniciar negócios por algumas circunstâncias, como, por exemplo, a morte do marido ou dificuldades financeiras; e as criadoras, que criaram as empresas a partir da própria motivação e coragem.

A entrevistada “Adm4” ressalta que:

“As decisões que me fizeram abrir uma empresa partiram de uma decisão indignada de vida, [...] durante o dia eu trabalhava como consultora, e achei que estava muito pesado trabalhar das 08 às 18hs e a noite dar aula tendo um filho de seis meses em casa. Então achei o ritmo muito pesado, e eu tinha uma pressão muito grande para voltar para perto da família, e já voltar com algum negócio montado. Então eu conversei com a minha irmã e daí que surgiu o negócio. Mas a razão em uma única ideia é a mudança de vida, mudar a minha vida, o lugar onde eu vivia, e isso se estabeleceu por meio do empreendedorismo.”

Já, a administradora “Adm5” comenta que sempre teve uma veia que ia de encontro ao empreendedorismo, sempre acreditou que as pessoas precisam se arriscar, e as razões que a fizeram empreender foi justamente a necessidade de ter o seu lugar no mundo, um espaço com a possibilidade de colocar a sua energia, e fazer as coisas da sua forma.

As participantes afirmam que dentre as principais razões para empreender, a vontade de ser dona do próprio negócio, poder colocar os conhecimentos teóricos da Administração em prática, realizar uma mudança de vida, insatisfação com o trabalho que vinham desempenhando e ter a capacidade de fazer as coisas no seu formato destacaram-se como determinantes para essa decisão.

Quando percebeu que poderia ser uma empreendedora

O empreendedor, segundo Chiavenato, (2006) é aquele que faz as coisas acontecerem além de ser capaz de identificar oportunidades de mercado, possui uma aguçada sensibilidade financeira e de negócios para transformar ideias em um fato econômico em seu benefício.

Para a entrevistada “Adm1”, empreender surgiu no momento que ficou desempregada, pois nessa época já era independente, tinha a sua própria casa e era responsável pelas suas despesas, *“então precisei encontrar uma maneira para ganhar dinheiro e continuar sendo independente”*. Foi aí que percebeu que poderia ser empreendedora, e também por gostar desse mundo.

A empresária “Adm2” comenta que: *“Eu percebi que poderia ser uma empreendedora quando fui desafiada pelos meus pais para abrir a minha empresa e também eu via que poderia ter uma qualidade de vida melhor sendo a dona do meu próprio negócio”*. Já a entrevistada “Adm3” relata que sua percepção para o empreendedorismo surgiu após a experiência de administrar uma empresa.

“Eu sempre achei que ser empreendedora era muito difícil, é muito mais difícil tu ser uma empreendedora do que ser uma empregada, contratada, eu sempre tive essa posição. E o meu marido sempre me pressionou muito, sempre achou que eu tinha capacidade para ser uma empreendedora e que eu tinha que viver isso como administradora, que é uma ideia diferente de ser empregada, e foi esse momento, muito ligado com a razão pela qual eu decidi abrir essa empresa, eu precisava ter uma atividade produtiva em um curto prazo [...]”

A gestora “Adm5” ressalta que a vontade de empreender surgiu a partir do momento em que trabalhou em outras empresas como empregada, como foi funcionária sentia que nos outros lugares que trabalhou conseguiu contribuir bastante, então chegou um momento em que olhou para aquelas empresas e percebeu que poderia alçar voo, procurar novos horizontes, e fazer as coisas de uma maneira diferente, do seu jeito. Foi aí que o universo se encaminhou para trabalhar com o que faz hoje, o que sempre foi uma de suas paixões. *“[...] Paixões essas que eu desenvolvi trabalhando como empregada de alguém. Foi aí que eu entrei em contato com essas possibilidades e isso foi se tornando, foi amadurecendo na minha cabeça, e eu fui internalizando e a administração veio de encontro a isso [...]”*

Chiavenato (1982), vem de encontro com o tema abordado e destaca que compreender o comportamento humano é fundamental para o conhecimento da motivação humana. Motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma, isto é, tudo aquilo que dá origem a alguma propensão e a um comportamento específico. Assim, percebeu-se que muitos são os motivos ou razões que fizeram as entrevistadas empreender, dentre eles, destaca-se o desemprego, novos desafios, pressão familiar e fazer literalmente o que se gosta.

Através dos relatos das entrevistadas, percebe-se também que o empreendedorismo surgiu em etapas distintas de suas vidas, para “Adm1” a ideia de ser dona do próprio negócio surgiu no momento que ficou desempregada. Já para “Adm2”, o desafio e a qualidade de vida fizeram nascer uma empreendedora. As entrevistadas “Adm3” e “Adm5” sentiram o pulsar do empreendedorismo próprio ao administrarem outras empresas e “Adm4” foi pressionada pela família e desejava uma mudança de vida.

Dificuldades encontradas ao abrir seu próprio negócio e a Superação dos desafios

Investir no próprio negócio, é, muitas vezes, uma forma de escapar de organizações tradicionais que tem esses preconceitos mais intrínsecos em sua cultura, mas as empreendedoras também encontraram desafios no nascimento de seus empreendimentos.

Assim, tabela 01 destaca as principais dificuldades que as entrevistadas encontraram para abrir o seu próprio negócio.

Quadro 02: Dificuldades e Desafios para empreender

Entrevistadas	Dificuldades/ Desafios
Adm1	<i>“A maior dificuldade foi a inexperiência, eu comecei crua, fazer o planejamento, ir atrás das mercadorias. Mas graças a Deus eu tive contatos muito bons, iniciei com o estoque todo pago. Mas a principal dificuldade é o novo. Conquistar os clientes, suas preferências, nicho de clientes, tudo isso eu fui percebendo com o tempo. Qual a faixa etária de mulheres que gastam mais. Percebendo as necessidades, ir trabalhando em cima dos erros, melhorando.”</i>
Adm2	<i>“A maior dificuldade que eu encontrei para abrir o meu negócio, foi que, por ser um mercado muito amplo, havia bastante concorrentes e os fornecedores estavam localizados bastante distantes. Então eu sempre busquei superar esses desafios, buscando saber como os principais concorrentes trabalhavam.”</i>
Adm3	<i>“A maior dificuldade encontrada no novo negócio foi a de conquistar a confiança do público alvo quanto a nova gerência da empresa. Essa dificuldade foi superada ao longo do tempo, através da convivência com os clientes.”</i>
Adm4	<i>“O que é possível destacar é que eu tinha uma pressa muito grande em abrir, inaugurar e ver o negócio funcionando, e a gente tem as questões burocráticas que são mais demoradas do que a gente gostaria. Exemplo: Liberação do CNPJ. Outra questão é que quando a gente entra em um negócio novo com muita pressa assim como eu entrei, eu cometi alguns erros, ou tomei algumas decisões que não foram as mais econômicas, produtoras [...]. Exemplo: Buscar mercadorias de avião. Então, as dificuldades que se pode elencar é a burocracia e o desconhecimento dos macetes que te fazem economizar, gastar menos dinheiro e quanto menos custo você tiver, mais lucro você vai ter no final [...]. Isso foi bem emblemático, como você tem que observar o mercado para depois tomar as decisões. E como eu entrei com muita pressa, com muita gana fui errando no meio do caminho, e aprendendo e refazendo. E eu tinha um custo maior [...].</i>
Adm5	<i>“As dificuldades que eu encontrei para abrir o meu próprio negócio foi conseguir entrar no mercado. Você entrar no mercado bastante jovem eu acho que te prejudica no sentido da credibilidade, porque as pessoas não te dão credibilidade imediatamente quando você entra no espaço, isso é uma coisa que você tem que conquistar ao longo dos anos. Como eu era extremamente jovem, [...] as pessoas pensavam que eu não daria conta, eu acho que esse foi o maior desafio que eu tive, entrar no mercado, constituir um nome e um nome que fosse lembrado, porque você tem que executar um trabalho, e fazer com que a pessoa lembre-se do trabalho [...] criar esse vínculo, criar essa relação na cabeça das pessoas, entrar no mercado e criar essa relação, de que tal serviço é em tal lugar, esse foi o meu maior desafio. A forma com que eu superei esses desafios, foi eu tendo persistência, eu acredito também, não acredito, eu posso afirmar isso, que após o nascimento do primeiro filho, o fato de eu ser mãe fez com que as pessoas depositassem em mim uma confiança maior, é uma coisa muito engraçada, mas é uma coisa muito nítida dentro da minha profissão, eu observei isso com muito cuidado e estou desmiuçando isso porque eu acho que isso é um fator determinante sim, na vida de nós quanto mulheres, esse quesito maternidade, porque você saber cuidar de alguém, você cuidar de uma criança te dá credibilidade para você cuidar de pessoas, pessoas doentes, pessoas que precisam de cuidados.”</i>

Fonte: Autoras do estudo (2018).

O quadro aponta que dentre os principais desafios e dificuldades que as entrevistadas encontraram para empreender foi a inexperiência, a concorrência acirrada, conquistar a confiança dos clientes e entrar e competir no mercado.

As ferramentas Administrativas

Gerenciar uma empresa é uma tarefa desafiadora. Entretanto, existem algumas ferramentas administrativas que podem auxiliar os empreendedores na execução de suas atividades de forma eficaz e simplificada.

As ferramentas administrativas são técnicas de gestão de empresas que podem auxiliar nas tomadas de decisão e no gerenciamento da instituição, otimizando pensamentos, ideias e mostrando o caminho para iniciar as ações. A utilização dessas ferramentas contribui para a análise dos problemas, resultando em soluções pertinentes no planejamento e no gerenciamento de organizações.

A “Adm1” destaca que utiliza as ferramentas administrativas na gestão do seu empreendimento, conforme relato: *“Eu utilizo sim, as ferramentas aprendidas na Universidade, e no meu negócio as principais ferramentas que eu utilizei são o Planejamento Estratégico para abrir a empresa e também utilizo quando eu vou implantar algo diferente, Análise SWOT, As Cinco Forças de Porter, e o Controle de Estoque e de Produtos, que facilitam para ver quanto produto tem na empresa.”*

Já, a entrevistada “Adm2” sinalizou que utiliza as ferramentas da administração, como o planejamento de estoque, *“sempre faço com que o layout sempre esteja mais adequado para que o cliente possa ver melhor o produto”* e ferramentas de marketing que auxiliam na busca contínua da boa comunicação com os clientes. E a “Adm3” respondeu que utiliza ferramentas administrativas de controle gerencial (controle de entrada e saída dos produtos) e ferramentas de marketing através das redes sociais.

A entrevistada “Adm4” nos salientou a utilização das ferramentas ainda no processo embrionário de seu empreendimento, relatando a experiência desta utilização mesmo antes de abrir seu negócio e já com o empreendimento em andamento:

“Sim eu usei muito as ferramentas da administração, o que aprendia nas disciplinas de Marketing, usei Estudo de Mercado, os 4PS, Gestão de Estoque, Gestão Financeira, criamos uma planilha com tudo que entrava de receita, diário atrelado ao fechamento mensal. Tudo o que se gastava entrava na planilha do controle financeiro [...], mas essa gestão aconteceu durante o negócio, antes de abrir o negócio, [...] fiz uma análise da concorrência, uma observação do mercado bem detalhada, depois a gente discutiu e chegamos à conclusão que o que não havia sido encontrado aqui era uma loja com um perfil mais clássico [...] e aí optou-se por trabalhar o conceito de look completo, preciso de um vestido, e uma bolsa, e um sapato e eu quero sair daqui pronta. Posso destacar como principais ferramentas utilizadas: Gestão financeira, Gestão de Estoque, 5W2H, 4PS, Posicionamento e Estudo de Mercado.”

Já entrevistada e “Adm5” fez uma análise da utilização das ferramentas administrativas no início do seu empreendimento, ainda sem cursar a Universidade, e após, no decorrer da formação acadêmica:

“No começo da minha empresa eu utilizei o fluxo de caixa. Fui desenvolvendo o marketing boca-a-boca que considero o mais seguro, talvez ele não abranja um público muito grande, mas eu acho que essa relação de confiança era a relação que eu queria criar e queria deixar como primordial dentro da minha empresa, essa relação de confiança. E como que você cria essa relação de confiança? É a partir do momento em que você faz com que a pessoa fale da sua empresa a partir de uma vivência particular [...] porque alguém só vai falar para você da empresa do fulano se gostou dessa empresa, foi bem atendido, bem tratado, e se a pessoa solucionou o seu problema, assim, você vai falar bem daquele lugar. Então eu apostei no marketing boca-a-boca, já a parte financeira ainda é extremamente falha, e é uma das coisas que eu ainda estou aprendendo dentro da própria administração, e a parte da produção também, porque você começa a relacionar custos com o teu faturamento, o que você pode fazer para que o teu faturamento aumente reduzindo aquilo, o que você pode comprar melhor, qual é a época para a melhor compra, épocas onde as empresas fazem promoções [...], qual é a época do ano que melhor se compra tal produto, são coisas que eu comecei a observar que até então eu não observava. Essas ferramentas a administração está me trazendo, ainda existe muitas falhas, de fato eu não aplico tudo o que eu aprendo, deveria, mas está em andamento.”

Cabe ressaltar que não basta simplesmente conhecer todas as ferramentas da administração, o essencial é saber discernir onde e quando cada uma deve ser utilizada. Isso nos leva a perceber que embora todas as ferramentas sejam importantes, se não forem utilizadas no momento certo e para o problema exato, não apresentarão os resultados esperados. Assim, percebe-se que no resultado sobre a utilização de ferramentas administrativas nos empreendimentos a resposta sim foi unânime entre as entrevistadas, as empreendedoras não só utilizam as ferramentas no decorrer das atividades diárias, como também, já as utilizaram mesmo antes do nascimento do empreendimento, e dentre as ferramentas mais citadas destaca-se: Planejamento Estratégico, Análise SWOT, As Cinco Forças de Porter, Controle de Estoque e de Produtos, Controle Gerencial, Gestão financeira, 5W2H, Os 4P's do Marketing, Posicionamento e Estudo de Mercado.

Competência mais Relevante para a Mulher Administradora que Deseja Empreender

Para se abordar essa questão junto às 5 Administradoras investigadas, discutiu-se com as mesmas as competências essenciais do administrador (CHIAVENATO, 2008), a partir da figura 1.

Figura 1 – As competências essenciais do Administrador



Fonte: Chiavenato (2008)

O autor Chiavenato (2008), destaca que as competências individuais são as competências que cada pessoa deve contribuir e possuir para atuar na organização ou em suas unidades. Assim, o sucesso do administrador moderno depende mais do que ele consegue fazer, do que daquilo que ele é, assim, o desempenho será resultado das habilidades ou competências que o indivíduo possui, uma vez que, a habilidade é a capacidade de tornar o conhecimento em ação e num desempenho desejado.

As participantes da amostra, “Adm1”, “Adm2” e a “Adm3” foram pontuais em ressaltar que a competência essencial no administrador para empreender é a atitude.

Já a empreendedora “Adm4” destacou:

“Estou com dificuldade de escolher, pois todas competências são importantes para o Administrador, mas analisando para o meu negócio... atitude, porque: eu não tenho dúvida que eu tinha o conhecimento, o saber fazer, eu tinha o saber acontecer, mas em alguns momentos a atitude me travava. Teve um momento no meu negócio que as pessoas me diziam assim: você traz coisas muito chiques, tem que trazer umas camisetas[...] e isso contrariava totalmente o briefing do conceito da minha loja [...]. E eu acho que a escolha da competência atitude entra porque eu teimei algumas vezes, e a minha concepção do negócio não estava totalmente adequada ao público do meu negócio. Eu tinha poucas pessoas que entendiam isso muito bem, e que compravam e que gostavam. Mas no grande público, a imagem que eu passava é que a loja era muito chique, muito cara [...]. Se eu tivesse ouvido o mercado, talvez eu vendesse muito mais, mas eu teimei e não tive a atitude de dizer: eu vou mudar em prol do mercado.”

Os autores Fleury e Fleury (2001), definem competência como um saber agir responsável e reconhecido, que implica mobilizar, integrar, transferir conhecimentos, habilidades, que agreguem

valor econômico à organização e valor social ao indivíduo. Já, competência é o conjunto de conhecimentos, habilidades, atitudes que afetam a maior parte do trabalho de uma pessoa, e que se relacionam com o desempenho no trabalho, esta competência pode ser mensurada, quando comparada com padrões estabelecidos e desenvolvida por meio de treinamentos.

Para a entrevistada “Adm5”, a habilidade e a atitude são as competências para empreender: *“eu não sou uma pessoa que curte ficar na retaguarda planejando a coisa para depois fazer acontecer, eu sou de executar, ação. Atitude, pois meu ponto forte é executar, com ânimo, com motivação naquilo que eu acredito.”*

A competência mais elencada entre as entrevistadas para empreender foi a atitude, e esta representa o comportamento pessoal do administrador frente as situações do dia a dia. A atitude representa o estilo pessoal de fazer as coisas, de lidar com os problemas diários, sua maneira de liderar, de motivar. Essa competência envolve o espírito de inovar, empreender, ser inconformista e não ficar na zona de conforto, esta é a competência que transforma o administrador em um agente de mudanças dentro da organização.

Características de Empreendedoras de Sucesso

Enquanto muitas empreendedoras tendem a enxergar apenas dificuldades e insucessos, as empreendedoras de sucesso são otimistas e buscam alcançar seus objetivos apesar das inúmeras dificuldades que encontram pelo caminho. Não existe uma receita para se tornar uma grande empreendedora e atingir o sucesso almejado, mas, existem algumas características básicas que são importantes para serem trabalhadas.

O autor Dornelas (2003), define que o empreendedor de sucesso possui características extras. Além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que somados a características sociológicas e ambientais permitem a realização da diferenciação e inovações dentro da corporação. Algumas dessas características dos empreendedores de sucesso são: são visionários, tem visão de futuro para o negócio onde está envolvido e tem a habilidade de implementar seus sonhos; sabem tomar decisões, não são inseguros, sabem lidar nos momentos de adversidades; são indivíduos que fazem a diferença, sabem agregar valor aos serviços e produtos que ajudam a colocar no mercado; sabem explorar ao máximo as oportunidades, é um indivíduo curioso e atento a informações; são determinados e dinâmicos, atropelam as adversidades, “faz acontecer”. são otimistas e apaixonados pelo que fazem, adoram seu trabalho, são auto determinadores; são dedicados, se dedicam 24 horas por dia ao que fazem, são trabalhadores exemplares; São independentes e constroem seu próprio destino; são líderes e formadores de equipes, tem um senso de liderança incomum, são adorados pelos subordinados; são bem relacionados (networking), sabem construir uma rede de contatos; são organizados; planejam muito, cada passo de suas atividades são planejadas; possuem conhecimento, são sedentos pelo saber e aprendem continuamente; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade, gera empregos, dinamiza a economia, inova, sempre usando sua criatividade em busca de solução.

A empresária “Adm1” destacou as seguintes palavras:

“Acho que para ser uma empreendedora de sucesso mesmo é preciso ter um pouco de cada característica: conhecimento, habilidade, análise, atitude. E atitude é a minha principal característica, por apostar todas minhas fichas em um empreendimento em uma cidade pequena, no interior, mas com certeza cada dia eu aprendo, e sempre estou atrás de conhecimento para estar afrente do concorrente e agora estou fazendo um planejamento para no futuro ter a minha própria marca de roupas e expandir estado afora.”

Para a entrevistada “Adm2” a principal característica de empreendedoras de sucesso é buscar sempre uma oportunidade e sempre correr o risco, *“não podemos ter medo de correr o risco, mas que seja um risco calculado”*. Já, a entrevistada “Adm3” julga como principais características empreendedoras de sucesso: *“a liderança, atitude, comprometimento, e a visão administrativa, dentre essas acredito possuir as características de atitude e liderança.”*

A entrevistada “Adm 4” diz que uma empreendedora de sucesso precisa ter muita clareza do negócio e muita clareza do mercado, pois as vezes o negócio poder ser fantástico, mas talvez esteja deslocado do mercado

“[...] Eu sempre fazia um chá e convidava as principais clientes, ou borbulhas [...] Eu sempre fiz alguma coisa para que as pessoas se sentissem bem [...] As características então são: conhecer o seu negócio e o seu público, “não adianta como empreendedora você ter uma noção de negócio se não for adequada ao seu público [...] e conseguir adaptar o negócio ao seu público e não o público ao seu

negócio, então eu acho que essa é uma grande lição e a característica que uma grande empreendedora tem que ter.”

E para a “Adm5”, as características empreendedoras que julga serem relevantes é a motivação, a inovação e foco, *“você precisa motivar pessoas, você precisa inovar sempre, que seja inovar com palavras, mas você precisa inovar, e ter foco, eu acho que isso são coisas que eu tenho, são coisas que eu julgo serem importantes e que eu defendo e eu utilizo como fator empreendedor meu, e são as minhas particulares.”*

Constatou-se através das percepções das entrevistadas que, de acordo com as diversas habilidades que as mulheres vêm desempenhando nos dias atuais, características como a liderança, atitude, comprometimento, visão administrativa, motivação, inovação, foco, clareza do negócio e do mercado são habilidades intrínsecas das empreendedoras de sucesso.

Obtendo Sucesso no Empreendedorismo Rosa

Muito mais do que ser dona do próprio negócio e pensar no lucro, o empreendedorismo feminino vai além: empodera e dá mais visibilidade à questão do gênero, promovendo avanços na luta pela igualdade de direitos e salários compatíveis com os dos homens. O empreendedorismo dá força ao universo feminino, que encontra um novo jeito de se sustentar, de ganhar espaço na sociedade e de fazer a diferença não apenas na sua família, mas também na comunidade em que vivem.

Os resultados referentes a obtenção de sucesso no empreendedorismo rosa possibilitaram a confecção de uma tabela-síntese com o intuito de apresentar as características e percepções do empreendedorismo rosa nas narrativas das cinco entrevistadas, conforme:

Quadro 03: Empreendedorismo Rosa

Adm1	<i>“Ser mulher é acreditar, inovar, encantar, fazer acontecer, saber que nem todas somos iguais, mas sentir que o desafio é o combustível para qualquer sucesso, é também inspirar cada vez mais mulheres que desejam empreender e contribuir para uma sociedade e um mundo cada vez melhor, inovador e produtivo.”</i>
Adm2	<i>“Para obter sucesso no empreendedorismo rosa nós não podemos ter medo de arriscar, e buscar por oportunidades, devemos investir no nosso potencial e nós mulheres podemos empreender em qualquer área, não precisa ser especificamente em uma área de saúde ou de beleza.”</i>
Adm3	<i>“Oferecendo aos clientes produtos de qualidade, mantendo-os assim satisfeitos, garantindo assim que os mesmos retornem.”</i>
Adm4	<i>“O meu negócio sempre teve características muito claras do empreendedorismo rosa, porque a minha loja sempre tinha flores, minha loja sempre tinha um cheiro legal para esperar as pessoas, eu sempre tinha um chazinho, um chimarrão, servia um bolo, aquele jeito feminino de receber as pessoas, que se fosse um homem, não teria, inclusive meu marido achava isso o fim, que não tinha a necessidade, mas eu sempre achei que pelo fato de ser uma mulher, a gente sempre poderia tratar e receber as pessoas na sua loja como você recebe na sua casa, e isso eu sempre fazia com muita tranquilidade, o negócio se confundia com um grande círculo de amizades, conversas gostosas, quem vinha comprar [...] tinha que sentir que estava sendo recebida como uma visita na minha casa. E algumas questões que eu sempre trabalhei em relação ao empreendedorismo rosa foi trabalhar a imagem da mulher, o empoderamento da mulher, Outubro Rosa, chamar atenção para essas questões, eu acho que uma mulher empreendedora sempre vai ser diferente de um homem empreendedor, ainda mais num negócio feminino como é roupa feminina [...] vai ter algumas características mais doces, delicadas, alguns detalhes que eu acho que é o que caracteriza o empreendedorismo rosa. Os detalhes, o cuidado, a maneira como você se relaciona com os seus clientes, a maneira como você recebe os seus clientes, eu acho que é importante e que fazem toda a diferença nesse negócio. O que acontece é que algumas pessoas [...] confundem essa relação de ser recebida amistosamente, de forma delicada enfim, com a possibilidade de te passar a perna e não te pagar, e isso eu tinha muito forte. [...] as vezes esse jeito feminino, esse jeito mais delicado de tratar o negócio pode trazer essa questão negativa.”</i>
Adm5	<i>“Primeiro você tem que vender a sua autoimagem. Não adianta eu querer ser uma empreendedora de sucesso vendendo uma imagem de mulher de cobre. Eu não posso vender uma imagem acabada, uma imagem de mulher que não se cuida, os outros precisam se projetar em mim, eu tenho que dar o exemplo [...] Então eu acho que no empreendedorismo feminino além dessa autoimagem, dessa mulher bonita e</i>

	<i>conservada, você precisa ter uma sutilidade, essa é a minha percepção, então se você for uma pessoa sutil, uma pessoa cuidadosa com a sua autoimagem você vai conseguir transmitir com maior segurança aquilo que você quer para você, eu acredito que o empreendedorismo rosa vem conjuntamente com a imagem, com a segurança que você quer passar e com a criatividade, se você for criativo você consegue desenvolver isso e ter sucesso dessa forma.”</i>
--	--

Fonte: Autoras do estudo (2018).

Se antes as mulheres tinham um papel secundário na família e nos negócios, com o empreendedorismo rosa elas têm uma nova perspectiva de vida e de transformação social. Muito além da questão financeira como uma das principais motivações, a satisfação pessoal e a vontade de fazer algo relevante para o mundo são os pontos mais relevantes para as empreendedoras.

Motivação para empreender

O autor Chiavenato (2008), fundamenta que, para compreender o comportamento humano é fundamental o conhecimento da motivação humana. Motivo é tudo aquilo que impulsiona a pessoa a agir de determinada forma, isto é, tudo aquilo que dá origem a alguma propensão a um comportamento específico”. Constata-se que inúmeros são os fatores que podem ser considerados motivacionais para as empresárias, porém destaca-se:

Para a “Adm 1” a minha principal motivação para empreender é a realização de um sonho:

“Eu acho que minha principal motivação principalmente muitas vezes quando fico desanimada é saber que todo meu esforço e minha dedicação é para a minha empresa crescer, você não está trabalhando para ninguém, todas as noites mal dormidas, todo esforço no estudo em buscar novos conhecimentos com certeza no final do dia são recompensados pois você está trabalhando para si e você está em busca dos seus sonhos não de outras pessoas. E essa é a minha principal motivação enquanto a minha empresa.” Esse mesmo sentimento é compartilhado na narrativa da entrevistada “Adm4” ao destacar que: *“A gente tem dois tipos de motivação que para mim como empresária são muito claros, que é a motivação financeira, a ideia de você ser empreendedora vem acompanhada de um sonho, um projeto, uma maneira de se viver mas ela é pautada por uma motivação financeira, é você ter a sua independência financeira a partir de uma ideia de um negócio que você tem a concepção. Isso é uma motivação, claro que a gente tem que conceber esses dois lados, a motivação é financeira, mas o projeto que você tem para o seu empreendimento e o modelo do negócio tem que ser atendido, eu acho que isso é uma característica do empreendimento feminino, onde você não quer buscar só o dinheiro, mas uma realização pessoal por meio do seu negócio.”*

A entrevistada “Adm2” diz que a sua principal motivação foi gostar de desafios, e buscar por uma qualidade de vida melhor. Para a entrevistada “Adm3”, sua principal motivação como empresária é manter as clientes satisfeitas. Já, a empreendedora “Adm5” destaca que:

“A minha principal motivação como empresária é que eu vejo que eu tenho um valor, eu tenho um valor social onde as pessoas me têm como referência em algumas coisas, e você ser referência já é um motivo de sucesso e talvez não em atitudes, mas a forma como você é, você se porta, como trata as pessoas, você ser referência nisso já é um empreendedor de sucesso, ainda mais no ramo que eu estou, o ramo de beleza, de cuidar das pessoas, cuidar do corpo, da mente e do visual.”

Percebeu-se através das narrativas das entrevistadas “Adm1” e “Adm 4” que a principal motivação como empresárias é a realização de um sonho. Dos mais primitivos aos mais elaborados, tais constructos mentais, os sonhos, servem para sustentar nosso cotidiano e dar assim um maior sentido à nossa existência. Assim, identificou-se também que, através do questionamento sobre motivações para empreender, que as motivações que fizeram as entrevistadas abrirem e gerenciarem seus próprios negócios, além da realização de um sonho, foram: a motivação financeira, o superar desafios, a satisfação de clientes e a busca por uma melhor qualidade de vida.

Empreendedorismo feminino no futuro

Inteligência emocional, habilidade em criar conexões emocionais, gestão de tempo, construção de relacionamentos e espírito colaborativo são características essenciais para qualquer empreendedor de sucesso, a grande vantagem é que nas mulheres estas características são estimuladas desde a infância. As mulheres são mães, profissionais, esposas, administram a casa, o trabalho e os negócios, tudo ao mesmo tempo e como se fosse a coisa mais natural possível, e estas habilidades tornam as mulheres candidatas perfeitas para o empreendedorismo.

Ao ser questionada sobre o empreendedorismo feminino no futuro, a “Adm1” destacou:

“Eu acho que cada vez mais teremos mais empreendedoras mulheres pelo fato de que nós mulheres queremos constituir famílias, ter horários mais flexíveis, queremos pagar nossas contas, ter o nosso dinheiro, e tudo isso contribuí. E pesquisas apontam que mulheres são mais organizadas, fieis aos compromissos, e cada mulher que abre seu negócio é uma inspiração para a outra realizar seus sonhos também, então eu acho que as mulheres ainda não dominaram o mundo porque estão na escolha do batom.”

Já, a entrevistada “Adm2” destaca que o empreendedorismo feminino no futuro será muito maior. *“A mulher empreendedora poderá administrar várias áreas, não apenas em uma área de beleza, como hoje a mulher é vista apenas para isso. Todas nós temos um grande potencial, e eu acho que a mulher vai empreender em muitas áreas como agricultura e construção civil.”* A entrevistada e “Adm3” acredita que as mulheres estão ganhando cada vez mais visibilidade no mundo dos negócios, o que acaba permitindo a criação de maiores oportunidades.

Para a “Adm4”: O futuro do empreendedorismo feminino, onde tem a mão da mulher, a concepção de negócio a partir da mulher, terá muito da mulher quer que o empreendimento tenha a sua cara, a cara do seu negócio. E destaca que: *“A gente precisa ter o dinheiro, mas quer ser feliz e realizada por meio da atuação do nosso negócio. Independentemente de o tipo de negócio ser feminino ou masculino, [...] existe o jeito feminino e o jeito masculino de fazer negócios, e quando tem uma mulher afrente do empreendimento, esse jeito feminino geralmente dá a cara o negócio.”*

A entrevistada “Adm 5” finaliza o questionamento sobre o futuro do empreendedorismo salientando que:

“Eu acho que no campo feminino, as mulheres vêm ocupando um espaço um pouco maior dentro de todos os ambientes de maneira geral. Vejo isso como uma coisa muito importante, porém eu acho que a gente ainda precisa lutar muito para obter o nosso espaço, “cravar o pé aqui”, eu acho que isso a gente ainda precisa desenvolver muito, porque além de ter toda essa questão masculina, que sempre haverá, a mulher tem o lado criativo, e nesse sentido a mulher ganha no empreendedorismo porque ela tem a criatividade e a capacidade de se moldar as situações que o homem não tem, os homens normalmente não são tão flexíveis, eles não se moldam de uma maneira tão fácil quanto as mulheres se moldam, porque a gente se adequa diferentemente da possibilidade que se tem você se adequa, você é empreendedora, mãe, dona de casa, estudante, professora, você se molda, [...] as mulheres tem essa facilidade. Então eu acho que no futuro a tendência é a gente enraizar um pouco mais isso, as mulheres tendem a enraizar cada vez mais o empreendedorismo, cada vez mais ocupando o seu lugar [...] embora eu acredite que para nós, enquanto mulheres, a coisa não é tão simples assim, porque embora tenha toda essa questão masculina, os homens sempre vão tentar nos abafar e no futuro a tendência é que isso melhore.”

Conclui-se através das narrativas das cinco entrevistadas que a mulher empreendedora, administradora e gestora é tão capaz e determinada em fazer seu negócio dar certo quanto qualquer outro tipo de empreendedor, e ainda apresenta o diferencial do conhecimento teórico adquirido na academia, junto ao curso de Administração aplicado em seu dia-a-dia na prática. E essa determinação vai muito além da confiança de que seu empreendimento vai dar certo hoje, ela vem associada a confiança e determinação para o futuro do empreendedorismo feminino, essa força interior aliada ao foco e a resiliência da mulher tem apresentado empresas comandadas por empreendedoras femininas com enfoque diferenciado, criativo e com ascensão crescente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste estudo foi analisar o mercado empreendedor feminino com ênfase em mulheres que apresentam formação em Administração, e os resultados foram obtidos através de uma amostra de cinco empresárias que relataram através de uma entrevista narrativa

semiestruturada as suas percepções referentes ao empreendedorismo, razões para empreender, dificuldades e desafios superados, utilização ou não de ferramentas administrativas nos seus empreendimentos, competências do administrador, características de empreendedoras de sucesso, sucesso no empreendedorismo rosa, motivações para empreender e o futuro do empreendedorismo feminino.

Percebeu-se, que são vários os motivos que levam as mulheres a empreender, destaca-se, a vontade de reencontrar-se profissionalmente, o desejo de construir algo relevante para si e para a sociedade, a identificação de uma oportunidade, a necessidade de empreender para colocar o conhecimento teórico em prática e empreender para pagar as contas ao final do mês. São mulheres, mães, filhas, irmãs, que têm se lançado em áreas como vestuário, saúde, serviços, agricultura, biotecnologia, trabalhando com realidade virtual, inteligência artificial, manufatura, moda, cosméticos, alimentação, e comprovam que o empreendedorismo feminino está em todas as partes.

E se as mulheres estão empreendendo cada vez mais, assim como em outras carreiras os desafios enfrentados por elas para se consolidarem e se destacarem em seus mercados de atuação ainda não muitos. E muito disto está diretamente relacionado a uma cultura sexista de parte da sociedade que ainda vê a mulher como sexo frágil.

Este estudo revelou também que as principais razões pelas quais as entrevistadas optaram por empreender foram: a vontade de ser dona do próprio negócio, poder colocar os conhecimentos teóricos da Administração em prática, realizar uma mudança de vida, insatisfação com o trabalho que vinham desempenhando e para ter a capacidade de fazer as coisas no seu formato. Ainda, segundo a amostra, o empreendedorismo surgiu em etapas distintas de suas vidas como o desemprego, momento de encarar desafios e melhorar a qualidade de vida, percepção adquirida ao administrarem outras empresas e ou por pressão familiar.

Os resultados do estudo revelaram também que, as principais dificuldades encontradas pelas administradoras nos seus empreendimentos foram a inexperiência, a concorrência acirrada, a conquista da confiança dos clientes iniciais e competir no mercado.

Todo e qualquer administrador sabe que a utilização de ferramentas administrativas contribui para a análise dos problemas, resultando em soluções pertinentes no planejamento e no gerenciamento de organizações. Assim, respondendo a um dos objetivos específicos do trabalho, este estudo objetivou também, pesquisar se as entrevistadas utilizam das ferramentas administrativas em suas empresas. O resultado foi unânime que sim, as empreendedoras não só utilizam as ferramentas no decorrer das atividades diárias, como também, já fizeram seu uso mesmo antes do nascimento do empreendimento, e dentre as ferramentas mais utilizadas destaca-se: Planejamento Estratégico, Análise SWOT, As Cinco Forças de Porter, Controle de Estoque e de Produtos, Controle Gerencial, Gestão financeira, 5W2H, Os 4P's do Marketing, Posicionamento e Estudo de Mercado.

O estudo possibilitou também, conhecer a percepção das entrevistadas referentes aos elementos que Idalberto Chiavenato referencia como: As quatro principais competências do Administrador e foi constatado que a competência mais elencada para a administradora empreendedora foi a atitude. A atitude representa o estilo pessoal de fazer as coisas, de lidar com os problemas diários, sua maneira de liderar, de motivar. Essa competência envolve o espírito de inovar, empreender, ser inconformista e não ficar na zona de conforto. Esta é também a competência que transforma o administrador em um agente de mudanças dentro da organização. Constatou-se ainda, que, de acordo com as diversas habilidades que as mulheres vêm desempenhando nos dias atuais, características como a liderança, atitude, comprometimento, visão administrativa, motivação, inovação, foco, clareza do negócio e do mercado são habilidades intrínsecas das empreendedoras de sucesso.

Com relação ao empreendedorismo rosa, percebe-se nas narrativas que se antes as mulheres tinham um papel secundário na família e nos negócios, com o empreendedorismo rosa elas têm uma nova perspectiva de vida e de transformação social. Muito além da questão financeira como uma das principais motivações, a satisfação pessoal e a vontade de fazer algo relevante para o mundo são os pontos mais relevantes para as empreendedoras.

A motivação pessoal é a verdadeira mola propulsora, que mantém o olhar do empreendedor além das dificuldades encontradas e o instiga a inovação, a recriação e ao sucesso. Assim, identificou-se através do questionamento sobre motivações para empreender, que as motivações que fizeram as entrevistadas abrirem e gerenciarem seus próprios negócios, destacou-se a motivação financeira, a realização de um sonho, o superar desafios, a satisfação de clientes e a busca por uma melhor qualidade de vida como fortes motivações para fazê-lo.

Por fim, as entrevistadas relataram suas percepções quanto ao futuro do empreendedorismo feminino e se pode perceber através das narrativas que a mulher empreendedora, administradora e gestora é tão capaz e determinada em fazer seu negócio dar certo quanto qualquer outro tipo de

empreendedor, e ainda apresenta o diferencial do conhecimento teórico adquirido na academia, junto ao curso de administração poder ser aplicado em seu dia-a-dia na prática. E essa determinação vai muito além da confiança de que seu empreendimento vai dar certo hoje, ela vem associada a confiança e determinação para o futuro do empreendedorismo feminino, essa força interior aliada ao foco e a resiliência da mulher tem apresentado empresas comandadas por empreendedoras femininas com enfoque diferenciado, criativo e com ascensão crescente. É por isso que promover e criar condições para uma maior participação feminina não é apenas o correto, mas, principalmente, o necessário do ponto de vista econômico.

Entende-se que o principal objetivo deste estudo foi cumprido, pois pode-se fazer uma interligação entre os questionamentos estipulados, a fundamentação teórica utilizada e os resultados obtidos através da pesquisa. Conclui-se que sempre é válido discutir sobre o empreendedorismo feminino e garantir que ele tenha maior visibilidade, pois, além de reafirmar a posição da mulher como essencial para a sociedade em todos os seus âmbitos, ampliar o conhecimento sobre o mundo empreendedor rosa pode ser o primeiro passo para que mais mulheres se dediquem a essa atividade e transformem não só a sua realidade, mas também a de muitas pessoas a seu redor.

REFERÊNCIAS

- BALTAR, P.; LEONE, E. T. **A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro**. Revista brasileira de Estudos Populacionais, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 233-249, jul./dez. 2008.
- BARBOSA, J. D.; SANTOS, R. B. dos. **Ensino de empreendedorismo**: uma alternativa para a formação do administrador (2008) Disponível em: <http://www.angrad.org.br/area_cientifica/artigos/ensino_de_empreendedorismom_uma_alternativa_para_a_formacao_do_administrador/708/>. Acesso: 12/2017.
- BOTELHO, L. et al. **Um olhar através do teto de vidro**: relatos das mulheres empreendedoras de empresas baseadas no conhecimento sobre os primeiros anos de seus negócios. XIX Congresso Latinoamericano Y Del Caribe Sobre El Espirito Empresarial. Florianópolis – SC, 2008.
- BRUSCHINI, C. **Trabalho feminino no Brasil**: novas conquistas ou persistência na discriminação. Disponível em: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/lasa98/Bruschini.pdf>>. Acesso em: 17.01.18.
- CABRAL, M. R. **O mercado de trabalho na década de 90**: um mundo em transformação, 1999. Disponível em: <<http://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/sociologia/analise-historica-mulher-mundo-trabalho.htm>>. Acesso em: 17.01.18.
- CHIAVENATO, I. **Administração de Empresas**. Uma abordagem contingencial. São Paulo: McGraw-Hill, 1982.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Dando asas ao espírito empreendedor**. Editora Saraiva. São Paulo: 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo Corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Transformando ideias e negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 9ª impressão, 2005.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo Corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 5ª impressão.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios / José Carlos Assis Dornelas. - 5. ed. - Rio de Janeiro: Empreende / LTC, 2014.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. **Estratégias empresariais e formação de competências**: um quebra cabeças caleidoscópico da indústria brasileira. Rio de Janeiro: Atlas, 2001.

FRANCO, M. M. S. **Empreendedorismo feminino: características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas**. 2014. Disponível em: <<http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>>. Acesso em: 04.01.18

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 4ª Edição, 2002.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil** – Relatório Executivo (2014). Curitiba: IBQP, 2015.

JONATHAN, Eva G. **Mulheres empreendedoras**: quebrando alguns tabus. Em III Encontro Nacional de Empreendedorismo (ENEMPRES). Anais do Encontro. Florianópolis: USFC (CDROM), 2001.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos – 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 2015.

MOORE, Dorothy P, Buttner, E. Holly. **Women Entrepreneurs** – moving beyond the glass ceiling. Sage Publications. 1997.

SEBRAE. Características do Empreendedor. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/momento/quero-melhorar-minha-empresa/comece-por-voce/empreendedorismo/336-caracteristicas-do-empreendedor/BIA_336>. Acesso em: 16 de Janeiro de 2018.

SEBRAE. Conheça o perfil necessário ao empreendedor. <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Conhe%C3%A7a-o-perfil-necess%C3%A1rio-ao-empreendedor>>. Acesso em: 20 de Janeiro de 2018.

SCHLEMM, M. M. **Empreendedorismo no Brasil**. 2007. Disponível em <http://www.mulheresempreendedoras.net.br/empreendedorismofeminino/acesso> em 28.01.18.

SCHUMPETER, J. A. **O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico**. In: Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e ciclo econômico. 2ª. ed. São Paulo: Nova Cultural, cap. II, p.43-66. 1985.

STROBINO, M. R. C. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família**: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. Marcia Regina de Campos Strobino, Rivanda Meira Teixeira. São Paulo: R. Adm, 2014.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.