

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ**

**MARIA THEREZA MINOSSO**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NA CIDADE DE PATO BRANCO - PR**

**PATO BRANCO**

**2021**

**MARIA THEREZA MINOSSO**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NA CIDADE DE PATO BRANCO - PR**

**Female entrepreneurship in the city of Pato Branco - PR**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentada como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).  
Orientador(a): Liliane Canopf.

**PATO BRANCO**

**2021**



Esta licença permite remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos. Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

**MARIA THEREZA MINOSSO**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NA CIDADE DE PATO BRANCO - PR**

Trabalho de conclusão de curso de graduação  
apresentada como requisito para obtenção do título  
de Bacharel em Administração da Universidade  
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Orientador(a): Elizandra Machado Follmann

Data de aprovação: 09 de novembro de 2021

---

Liliane Canopf  
Doutora em Administração  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

---

Elizandra Machado Follmann  
Doutora em Engenharia de Produção  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

---

Norma Brambilla  
Doutor em Administração  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

**PATO BRANCO**

**2021**

## RESUMO

As mulheres vêm lutando há anos por igualdade social e por mais espaço no mercado de trabalho e da mesma maneira no campo do empreendedorismo. Mas, apesar dos avanços e conquistas, ainda existem muitos desafios a serem enfrentados. Esse estudo tem como objetivo analisar o empreendedorismo feminino na cidade de Pato Branco, Paraná, especificadamente na região urbana, identificando e mapeando as mulheres que ali empreendem e quais são seus negócios, os motivos que as levaram a empreender, e compreender quais são os principais desafios por elas encontrados nessa jornada, especialmente no que tange à conciliação entre a vida profissional e pessoal. Para elaborar este estudo foi efetuada pesquisa de caráter qualitativo, através de entrevistas semiestruturadas com 8 mulheres empreendedoras da cidade. Soma-se a estes dados empiricamente levantados a bibliografia pertinente ao tema, de modo a fornecer meios teóricos para a análise. Dessa forma, foi constatado que as mulheres pato-branquenses pesquisadas buscam espaço para sua criatividade e liberdade com a criação de um empreendimento. Quantidade considerável delas trabalha com venda de roupas femininas e que, independentemente da maturidade do seu negócio, elas abordam a instabilidade como algo a se temer. Além disso, boa parte das empreendedoras conta com o apoio familiar para conciliar a vida pessoal e profissional, apenas uma delas trouxe como desafio a multiplicidade de papéis.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Empreendedora; Pato Branco.

## **ABSTRACT**

Women have been fighting for years for social equality and for more space in the labour market and in the field of entrepreneurship. But despite the great advances and achievements accomplished, there are still many challenges to be faced. This study aims to analyze the female entrepreneurship in the city of Pato Branco, Paraná, specifically in the urban region, identifying and mapping the women who undertake there and what are their business, the reasons that led them to undertake, and to understand what are the main challenges they face in this task, especially with regard to reconciling professional and personal life. To elaborate this study, a qualitative research was carried out through semi-structured interviews with 8 women entrepreneurs of the city. It's added to these empirically collected data the bibliography pertinent to the subject, in order to provide theoretical means for the analysis. In this way, it was found that women from Pato Branco seek space for their creativity and freedom with the creation of an enterprise. A considerable amount of them work in selling women's clothing and that, regardless of the maturity of their business, they point instability as something to be feared. In addition, most entrepreneurs rely on family support to reconcile their personal and professional lives and only one of them has posed the challenge of multiplicity of roles.

Keywords: Entrepreneurship;. Female entrepreneurship; Entrepreneur; Pato Branco.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1. Justificativa</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2 Objetivos</b> .....	<b>9</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Empreendedorismo: Garimpando Conceitos</b> .....	<b>11</b>
2.1.1. Empreendedorismo Em Uma Análise Histórica.....	13
2.1.2. Características Dos Empreendedores.....	14
<b>2.2 O Empreendedorismo Feminino</b> .....	<b>16</b>
2.2.1 Dificuldades E Motivações Que Levam Ao Empreendedorismo Feminino .....	20
2.2.2 Os Desafios Da Mulher Empreendedora.....	21
2.2.3 Importância Do Empreendedorismo Feminino .....	21
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	<b>24</b>
<b>4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	<b>27</b>
<b>4.1. Perfil Das Empreendedoras E Seus Empreendimentos</b> .....	<b>27</b>
<b>4.2. Motivos Para Empreender</b> .....	<b>30</b>
<b>4.3. Desafios Das Empreendedoras</b> .....	<b>32</b>
<b>4.4 Conciliação Da Vida Pessoal E Profissional</b> .....	<b>33</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>36</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>38</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	Erro! Indicador não definido.

## 1. INTRODUÇÃO

Cada vez mais as mulheres conquistam espaço no mercado de trabalho. Conseqüentemente, essa evolução também se dá no campo do empreendedorismo. Porém, nem sempre foi assim. Por muito tempo, as mulheres se limitavam aos afazeres domésticos: limpar a casa, cozinhar, cuidar dos filhos e do marido. De acordo com Rago (1985, apud COSTA, 2018, p.2):

Desde o início da história da civilização, a dominação masculina era predominante, tanto dentro quanto fora do lar, relegando-se à mulher o lugar de submissa e dominada. A principal característica desse regime patriarcal é que ao homem cabia o domínio público, as relações sociais diversas, a política e os negócios; à mulher, por sua vez, era reservado o domínio privado, ou seja, a casa e o círculo familiar.

Essa realidade passou a se transformar, no Brasil, de acordo com levantamento promovido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2019), as mulheres somam 34% dos 27,4 milhões de donos de negócio<sup>1</sup>.

Esse número, pode ter várias explicações. De forma mais evidente, pode-se depreender que as mulheres têm buscado o empreendedorismo como meio para driblar não apenas o desemprego, mas também a insatisfação criada pelos salários desiguais no mercado de trabalho (FERREIRA; LIMA, 2019).

Ainda, é uma forma encontrada por estas mulheres para lidar com as necessidades de ficarem mais tempo em casa, muito em função da cultura da divisão sexual do trabalho. De acordo com a socióloga Lourdes Maria Bandeira, da Universidade de Brasília (UnB), esta cultura ainda é muito presente, na qual cabe às mulheres - mesmo àquelas que trabalham fora de casa - a responsabilidade quase que exclusiva de acompanhar os filhos e os afazeres domésticos (AGÊNCIA BRASIL, 2017).

Em Pato Branco estima-se que a população seja de 84.779 destas 43,3%, estão trabalhando (IBGE, 2019). De acordo com os dados disponibilizados pelo SEBRAE (2021), o número total de empreendedores na referida cidade é de 16.924 no qual 10.411 são homens e 6.513 são mulheres, destas 90 são do setor

---

<sup>1</sup> Segundo o relatório especial Empreendedorismo Feminino no Brasil, elaborado pelo SEBRAE (2019), caracterizam-se como “donos de negócios” os indivíduos que estão à frente de um negócio, sejam de maneira formal ou informal, como Empregador ou Conta Própria. Já os “Empreendedores” são os indivíduos que têm um negócio, formal ou informal, ou que realizaram alguma ação, nos últimos 12 meses, visando ter o próprio negócio.

agropecuário, 2.461 do setor comercial, 295 do setor de construção, 836 do setor industrial e 3.109 do setor de serviços. No entanto, não há dados disponíveis que evidenciem os motivos que levaram essas mulheres a empreenderem, quais são os desafios enfrentados por elas e se existe essa responsabilidade exclusiva nos afazeres domésticos.

Dadas tais condições, pergunta-se: como é ser uma mulher empreendedora na cidade de Pato Branco/PR?

Esse trabalho teve como objetivo analisar como é ser uma mulher empreendedora na cidade de Pato Branco, Paraná. O objetivo geral se divide em nos seguintes objetivos específicos: (i) mapear as mulheres que ali empreendem e quais são seus negócios; (ii) identificar os motivos que as levaram a esse caminho; e (iii) compreender quais são os principais desafios por elas encontrados nessa tarefa, especialmente no que tange à conciliação entre vida profissional e pessoal.

Para elaborar este estudo foi efetuada pesquisa de caráter qualitativo, através de entrevistas semiestruturadas com mulheres empreendedoras da cidade.

Soma-se a estes dados empiricamente levantados a bibliografia pertinente ao tema, de modo a fornecer meios teóricos para a análise.

### **1.1. Justificativa**

Apesar de ainda enfrentar resistências, o público feminino tomou consciência de que há um vasto universo de possibilidades no mercado de trabalho. E este grupo não tem poupado esforços para explorá-lo. Entre os anos de 2017 a 2019, o percentual de empreendedoras que passaram a fazer o papel de “chefe” em casa (provedoras do lar) subiu de 38% para 45%, segundo relatório do Sebrae publicado em 2019 (SEBRAE, 2019).

Além de comandarem seus negócios, grande parte dessas mulheres precisa tomar conta de todos os afazeres domésticos, acarretando, assim, em dupla jornada de trabalho, na qual a mulher divide-se entre trabalho doméstico e trabalho remunerado (VERDÉLIO, 2017).

Conforme relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT), publicado em 07 de março de 2019, mantido o atual ritmo de diminuição da distância entre mulheres e homens na realização de trabalhos e de cuidados domésticos, os gêneros só alcançarão igualdade em 2228, ou seja, daqui 207 anos (BRASIL



ECONÔMICO, 2019). De acordo com o relatório, isso se deve ao fato que, nos últimos 20 anos, o tempo dedicado pelas mulheres nos afazeres domésticos quase não se alterou, enquanto o dos homens aumentou em somente 8 minutos por dia.

Esse pode ser um dos desafios presentes na realidade da cidade de Pato Branco, e que a pesquisa pretende investigar, buscando compreender se as empreendedoras também desempenham essa multiplicidade de papéis.

Por meio de uma pesquisa realizada na base Scielo.com, ao procurar pelo termo empreendedorismo, nos últimos dez anos, foram encontrados 385 resultados de estudos relacionados. Por outro lado, quando pesquisado por empreendedorismo feminino no mesmo período, os resultados caíram para 21 trabalhos que abordem empreendedorismo, gênero e seus desdobramentos.

De acordo com a pesquisa citada, pode se observar que existem poucos trabalhos catalogados que busquem associar: os motivos que levaram as mulheres ao empreendedorismo, as dificuldades das empreendedoras e a conciliação do trabalho com a vida pessoal em diferentes atuações.

Portanto, esta pesquisa buscou contribuir com a literatura relacionada à esta temática e trouxe um estudo com exploração, análise e decorrências a respeito das mulheres empreendedoras no cenário escolhido.

## **1.2 Objetivos**

O presente trabalho tem como objetivo geral:

Analisar como é ser uma mulher empreendedora na cidade de Pato Branco, Paraná.

Para realizar a referida análise é necessário entender alguns pontos dessa temática. Para tanto, foram estipulados os seguintes objetivos específicos:

- Identificar mulheres que empreendem na cidade de Pato Branco;
- Mapear quais são os seus empreendimentos;
- Verificar o motivo para as mulheres pesquisadas empreenderem;
- Identificar quais são os principais desafios enfrentados pelas empreendedoras;
- Examinar como as empreendedoras conciliam vida pessoal e profissional.

A fim de atingir esses objetivos, esse estudo estrutura-se em 4 capítulos, sendo eles: referencial teórico, metodologia, apresentação dos dados e considerações finais.

O capítulo de referencial teórico aborda assuntos como o conceito de empreendedorismo e sua análise histórica, as características dos empreendedores, o empreendedorismo feminino, o motivo que leva as mulheres empreenderem, os desafios que essas mulheres enfrentam ao empreender e a importância do empreendedorismo feminino.

A metodologia apresenta como foi classificado o estudo, como se deu o levantamento dos dados e os critérios de seleção da amostra.

O capítulo de apresentação dos dados, traz os recortes das falas das entrevistadas e as análises decorrentes desses recortes.

Por fim, nas considerações finais é retomado alguns pontos importantes apresentados no referencial teórico, realizando comparações e análises de acordo com o material oriundo do presente estudo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo foram abordados assuntos que rodeiam os temas sobre empreendedorismo e empreendedorismo feminino, apresentando um embasamento da literatura já publicada sobre o mesmo tema. Possibilitando assim, fundamentar e dar consistência teórica para o presente estudo.

### 2.1 Empreendedorismo: Garimpando Conceitos

Primeiramente, faz-se pertinente abordar assuntos gerais que trarão embasamento teórico para realização da pesquisa. Dentre eles, destacam-se o próprio conceito de empreendedorismo, sua análise histórica e as características de um empreendedor.

Segundo Dornelas (2008), empreendedor é a tradução da expressão inglesa *entrepreneur*, derivada do francês, se referindo aos indivíduos que assumem riscos e criam algo novo.

Leite (2008, p. 61) vai além, trazendo uma definição distinta à referida expressão:

Outra definição de Entrepreneur pode ser obtida dividindo a palavra em três partes: entre, pre e neur. Resgatando-as de suas origens latinas entre, significa entrar, pre quer dizer antes, e neur pode ser entendida por centro nervoso. Assim um empreendedor é um indivíduo que entra em um negócio – não importa de que tipo - em determinada época para mudar radicalmente, substancialmente, seu centro nervoso.

E como podemos definir o empreendedorismo? Segundo Leite (2008) o empreendedorismo está ligado com a capacidade de inovação, seja no campo pessoal ou organizacional, a fim de melhorar processos ou estruturas, buscando resolver problemas que já estão presentes ou que ainda podem ser criados, transfigurando o problema em uma oportunidade. Habitualmente, o empreendedorismo é ligado à criação de empresas, porém, como se pode depreender dos apontamentos destes autores, ele vai muito além disso.

Schumpeter (1942), por sua vez, conectava o referido conceito diretamente ao modelo socioeconômico vigente. Para o autor, o empreendedorismo é uma mutação industrial, chamada de “Destruição Criativa”. Esse conceito se oriunda da constante atualização dos processos de produção e pode ser entendido como o impulso que aciona e mantém o motor do capitalismo.

Retornando às definições elaboradas por autores mais próximos à área de análise desta pesquisa, Dornelas (2008, p. 22) apresenta a sua colaboração. Para o autor, “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Tendo em vista que o empreendedorismo não está, obrigatoriamente, vinculado à constituição de empresas, o *Global Entrepreneurship Monitor*<sup>2</sup> (GEM, 2019, p. 8) o define como “qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

Indo além do retorno individual, Dolabela (2008) vincula o empreendedor não somente à transformação de seus próprios sonhos em realidade. Ele não pode apenas promover exclusivamente ganhos pessoais, mas sim beneficiar toda a comunidade, através da transformação do conhecimento.

De acordo com Leite (2008, p. 07) ser empreendedor é:

Ter capacidade de iniciativa, imaginação fértil para conceber as ideias, flexibilidade para adaptá-las, criatividade para transformá-las em oportunidade de negócio, motivação para pensar conceitualmente e capacidade para perceber a mudança como oportunidade.

Por fim, Barreto (1998), conecta o conceito de empreendedorismo à capacidade de ser inovador com recursos quase escassos. Baggio e Baggio (2014, p. 3), por sua vez, defendem que “ser empreendedor significa possuir, acima de tudo, o impulso de materializar coisas novas, concretizar ideias e sonhos próprios e vivenciar características de personalidade e comportamento não muito comuns nas pessoas”.

De todo o exposto, valendo-se das contribuições dos autores trazidos à discussão, podemos identificar dois componentes comuns nos conceitos de empreendedorismo analisados, quais sejam: a transformação e a capacidade de inovação.

Isto parece derivar do fato de que em todos os processos para empreender ocorrem transformações, que na maioria das vezes possuem caráter inovador, sejam de sonhos a negócios, de matérias primas em produtos e até mesmo

---

<sup>2</sup> O programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é o maior estudo contínuo dedicado à avaliação das dinâmicas empreendedoras a níveis nacionais (IBQP, 2020).

transformações causadas no campo do conhecimento pessoal do indivíduo que empreende.

### 2.1.1. Empreendedorismo Em Uma Análise Histórica

Apesar de que os estudos sobre empreendedorismo sejam relativamente atuais, os primeiros pensamentos acerca do tema não são. De acordo com os autores, Landström, Harirchi, Aström (2012), o empreendedorismo ocorria com o modelo de intercambio de mercadorias, porém o conceito não era discutido.

Dornelas (2008) nos traz uma análise histórica do surgimento do empreendedorismo. Em sua visão, o primeiro empreendedor foi o mercador Marco Polo, o qual, ao assinar um contrato com um homem de grande capital, assumiu todos os riscos comerciais e pessoais nas suas navegações e, ao final delas, com este dividiria parte dos lucros do empreendimento.

Seguindo nessa linha histórica um dos primeiros autores a indicar o que é empreendedorismo foi Richard Cantillon (aprox. 1680-1734). Ele descreve que ser empreendedor estava se referindo a indivíduos que praticavam trocas de mercadorias direcionadas ao lucro e decisões empresariais tomadas em face das incertezas Landström e Benner (2010).

Apenas com a idade média, em que ocorreu as mudanças no mercado econômico o empreendedorismo progrediu com o crescimento das cidades e nas classes dos comerciantes (LANDSTRÖM E BENNER, 2010). Neste período, o empreendedor não assumia grandes riscos, apenas coordenava os grandes projetos de produção (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

No século XVII o termo foi usado para se referir aos indivíduos que “incentivavam brigas”, enquanto que no século XVIII o empreendedorismo era atrelado à pessoa que se responsabilizava pela coordenação das operações militares (VÉRIN, 1999, apud FILLION, 1999, p. 18). Foi aqui, então, que o termo foi diferenciado do capitalismo, atrelando ao empreendedor o indivíduo que assumia riscos e ao capitalista aquele que fornecia o capital, segundo Dornelas (2008).<sup>3</sup>

Notasse que o conceito do que é o empreendedorismo foi evoluindo frente as visões que induziam o período histórico. Na atualidade, o ser empreendedor se

---

<sup>3</sup> Esse termo se difere do conceito moderno *Uberização*, o qual é derivado de um fenômeno social da precarização do trabalho (ANTUNES, 2020).

confunde com o ser administrador de negócios. Contudo, o empreendedor traz atributos que os diferem (DOLABELA, 2008). Para entender tais diferenças, iremos, a partir deste momento, discorrer sobre as características dos empreendedores.

### 2.1.2. Características Dos Empreendedores

Qualquer pessoa possui características e habilidades naturais que podem ser potencializadas. Isso não seria diferente para os empreendedores.

O Sebrae (2019) destaca dez características essenciais a um empreendedor, sendo elas: iniciativa e busca de oportunidades, persistência, cálculo de riscos, preocupação com qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos. Tais características podem estar predispostas nos empreendedores ou serem desenvolvidas ao longo do tempo.

Dolabela (2018, p.14) também compartilha do pensamento de que o “empreendedorismo está potencialmente presente em todo ser humano. Como tantos outros potenciais, precisa ser estimulado para se manifestar”. O autor ainda diverge da ideia de empreendedores serem vistos como seres especiais, reafirmando que qualquer pessoa pode desenvolver as características e se tornar um grande empreendedor.

De acordo com Dornelas (2008), os empreendedores não são apenas administradores de negócios. Para evidenciar esta distinção, o autor traz as seguintes características para os administradores: determinação, capacidade visionária, saber planejar e tomar boas decisões, explorar as oportunidades, assumir riscos calculados, ser organizado, dedicado, independente, otimista, líder e ainda criar valor para a sociedade.

Mas existem características comuns entre os empreendedores? Souza (2006) apresenta um compilado de características citadas por diversos autores sobre empreendedorismo. No Quadro 1 é possível analisar que, embora não concordem com a presença de todas as atribuições, a característica “inovação” é unânime:

Quadro 01: Características Empreendedoras

CARACTERÍSTICAS	AUTORES														TOTAL		
	J.Schumpeter	D.McClelland	M.Weber	L.J.Filion	R.E.McDonald	R.Degen	P.Drucker	R.L.alkala	I.Dutra	Barros e Prates	H.Mintzberg	E.Angelo	Logenecker et al.	E.Leite		Carland et al.	Frese et. Al.
Buscar oportunidades	X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X			11
Conhecimento do mercado						X	X	X				X		X			5
Conhecimento do produto						X	X	X				X		X			5
Correr riscos	X	X		X	X	X	X				X	X		X	X		10
Criatividade		X		X		X		X	X	X		X		X	X		9
Iniciativa	X	X		X					X					X		X	6
Inovação	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
Liderança	X	X	X	X	X		X				X						7
Necessidade de realização	X	X									X				X	X	5
Proatividade	X	X		X											X	X	5
Visionariedade				X					X		X			X		X	5

Fonte: Souza (2006, p. 17)

Dos 16 autores analisados, foi unânime a menção à característica “inovação”, deste modo passaremos a considerá-la como uma competência intrínseca dos empreendedores.

As características “buscar oportunidades” e “correr riscos” se revelam, também citadas de forma recorrente entre os autores do Quadro 1, apresentando, em números, apenas uma citação de diferença. Essa paridade pode se dar pela relação dessas características, pois uma vez que os empreendedores desenvolvem a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios, logo precisam estar dispostos a assumir esses desafios e responder a eles, correndo, assim, riscos.

Ainda, a partir do Quadro 1, podemos identificar que as características citadas não precisam ser inatas ao indivíduo e, por isso, podem ser desenvolvidas (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011).

Evidenciado o conceito de empreendedorismo, suas atribuições, a análise histórica e as características dos empreendedores, podemos agora discorrer a respeito de mais uma temática proposta por este estudo: a do empreendedorismo feminino.

## 2.2 O Empreendedorismo Feminino

Para realizar uma revisão dos conceitos relacionados ao empreendedorismo feminino, foi feita uma busca na base de dados Scielo.com, utilizando o termo “empreendedorismo feminino”. Dessa busca foram obtidos 21 artigos, destes 7 artigos não abordavam especificamente sobre mulheres empreendedoras, e sim assuntos como: Empreendedorismo e suporte familiar, empreendedorismo e desenvolvimento humano, entre outros que sim, abordavam sobre empreendedorismo, mas não sobre a temática feminina. Resultando assim em 14 estudos realmente alinhados com o objeto da pesquisa.

O Quadro 2 sintetiza as características dessas publicações.

Quadro 02 – Estudos sobre empreendedorismo feminino

<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Objetivo do estudo</b>
A mulher de negócios no discurso do trabalho feminino	Souza (2020)	Este texto discute sobre a mulher de negócios corporificada no desenvolvimento de suas práticas e premiações advindas do empreendedorismo feminino segundo a discursividade do SEBRAE.
Gênero e Empreendedorismo: um estudo comparativo entre as abordagens <i>Causation</i> e <i>Effectuation</i>	Melo, Silva e Almeida (2019)	Verifica se há associação entre gênero e o modo de empreender à luz das abordagens <i>Causation</i> - baseada na causalidade - e <i>Effectuation</i> - baseada em contingências.
Portal Rede Mulheres Empreendedoras: empreendedorismo, cultura e imagens de si	Santos e Haubrich (2018)	Analisar a representação do empreendedorismo feminino e identificar os aspectos culturais que se manifestam nas cenas enunciativas e no ethos discursivo em materialidades discursivas divulgadas no Portal Rede Mulheres Empreendedoras
Sobrevivência de Empresas Nascentes: Influência do Capital Humano, Social, Práticas Gerenciais e Gênero	Bertolami, Artes, Golçalves, Hashimoto e Lazzarini (2018)	Analisa-se a influência do capital humano do empreendedor, o seu capital social e a adoção de práticas gerenciais na sobrevivência de empresas em seus primeiros anos de atividade.
Uso das redes sociais empreendedoras por mulheres no processo de criação de agências de viagens	Teixeira, Andreassi e Bomfim (2018)	O objetivo deste estudo é analisar como as redes sociais são utilizadas pelas empreendedoras no processo de criação de novos negócios. Especificamente empreendimentos de agencias de viagens
Um olhar sobre a transição da mulher do trabalho formal para o autônomo a partir de estímulos endógenos	Ferreira, Bastos e D'angelo (2018)	Este estudo analisa os estímulos que levam mulheres a deixarem empregos formais a buscarem o auto emprego.
Além do “Empoderamento Light”: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global	Cornwall (2018)	Neste estudo a autora situa algumas das contradições da atual conjuntura e explora o papel da análise crítica na desestabilização dos mitos e confluções de gênero que caracterizam o que ela chama de empoderamento light.



Um estudo internacional sobre os fatores que explicam a expectativa de alto crescimento em novos empreendimentos: uma perspectiva de gênero	Arroyo, Fuentes e Jiménez (2016)	Neste estudo os autores propõem um modelo para explicar a expectativa de alto crescimento de um empreendedor com base em variáveis estratégicas relevantes
Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens	Teixeira e Bomfim (2016)	O objetivo desta pesquisa é analisar os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras de agências de viagens para conciliar os conflitos entre o trabalho e a família.
Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa	Gomes, Santana, Araujo e Martins (2014)	O objetivo deste trabalho é estudar a produção sobre o “empreendedorismo feminino”, escrutinando e depurando o discurso científico sobre a mulher empreendedora, ao mesmo tempo que investiga o grau de consolidação teórica alcançado na área.
Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba	Strobinol e Teixeira (2014)	Neste artigo, por meio de estudo de casos múltiplos, aborda-se o conflito trabalho-família enfrentado por uma empreendedora curitibana do setor de comércio de material de construção.
Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino	Ferreira e Nogueira (2013)	O objetivo deste artigo é identificar os elementos que permitem conhecer a subjetividade de mulheres empreendedoras segundo a teoria proposta por González Rey (2009).
Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?	Valei, Serafimll e Teodósio (2011)	Este estudo, de cunho teórico-empírico, avança no campo da imersão em redes sociais, ao analisar, no contexto de uma metodologia quantitativa, o processo de criação de empresas de mulheres, comparando-o com o dos homens.
Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder	Jonathan (2011)	Este trabalho traz uma reflexão sobre a relação das mulheres com o poder. Isto é feito embasado em uma síntese de observações realizadas em diferentes estudos sobre o empreendedorismo feminino.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Esses artigos auxiliaram a autora no entendimento dos principais conceitos da área de pesquisa, melhorando o domínio do assunto.

De acordo com os estudos presentes no Quadro 2, o conceito básico de empreendedorismo feminino, se refere às iniciativas empreendedoras realizadas por mulheres. Porém, na prática, ele vai além dessa definição.

É importante entender o empreendedorismo feminino como um poderoso instrumento de transformação social. Ele é necessário na medida em que vai além do tradicional e se traduz como um movimento importante para dar força e visibilidade a outras questões relacionadas ao universo feminino.

Para entender esse movimento, se faz necessário conhecer como se deu a evolução das mulheres no campo do trabalho remunerado.

Existem registros do ingresso de mulheres no mercado de trabalho vinculado às grandes guerras, mais precisamente da I e II Guerra Mundial (1914 – 1918 e 1939 – 1945). O motivo para esse ingresso foi diretamente vinculado à realidade vivida à época: os homens foram convocados para as batalhas e as mulheres precisaram assumir a posição dos maridos nas fábricas (LESKINEN, 2004). Apesar dos registros, sabe-se que as mulheres também foram escravizadas como os homens e, assim, contribuíam com sua força de trabalho, no qual a “remuneração” consistia em ter um lugar para dormir e alimentação, isto é, mulheres participavam com sua mão de obra, antes das grandes guerras (LUNA, 2014).

No Brasil, segundo Rago (2001), a inserção das mulheres no mercado de trabalho se deu entre meados do século XIX e as primeiras décadas do século XX, quando houve um crescimento exponencial da expansão industrial e a urbanização do país. Nesse período, a maioria dos trabalhadores eram mulheres e crianças imigrantes, por representarem um grande percentual da força de trabalho disponível e de baixo custo.

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua (IBGE, 2020), em 2019 o Brasil possuía 94,6 milhões de pessoas ocupando postos de trabalho. Deste número, 56,33% eram homens e 43,67% eram mulheres. Trata-se, portanto, de uma diferença de 14,66%.

Mas por que ainda existe essa diferença em pleno século XXI? Em uma entrevista à ONU News, em 2019, o diretor do Escritório da Organização Internacional do Trabalho em Nova Iorque, Vinícius Pinheiro, apontou o principal fato que pode acarretar essa discrepância:

Uma coisa que aparece muito claramente é que a educação não é uma das causas. Porque as vezes se pensa que o nível de educação das mulheres é inferior à dos homens e por isso elas têm menos oportunidade no mercado de trabalho. Isso não é verdade. Na verdade, em muitos países as mulheres têm mais anos de estudo do que os homens, então, não é a educação que explica. Agora, um fator que é determinante, é justamente o tempo de trabalho que é dedicado à atividade não remunerada no domicílio. É o trabalho doméstico não remunerado, que é trabalho de cuidado das crianças, ou mesmo aos pais. Atualmente, 21.7% das mulheres se dedicam à economia de cuidado. Enquanto para os homens esse percentual é de 1.5%. De acordo com o relatório, se essas tendências forem mantidas, vai demorar 200 anos para que haja um nivelamento entre a participação dos homens e mulheres das atividades domésticas de uma forma mais equitativa (ONU NEWS, 2019, p.1).

Buscando ainda entender os motivos que levam à existência de mais mulheres do que homens desempregados, chegamos ao estudo da revista digital

Crescer (GLOBO, 2019), feito pelo Departamento de Pesquisa da Editora Globo com 2.887 mulheres. Nele, foi possível verificar que, entre homens, mulheres e mulheres com filhos, a distância entre igualdade de oportunidades é ainda maior. A autora Oshima (2019) nos apresenta os seguintes dados:

Ao todo, 94% das mulheres que responderam à pesquisa relatam ter dificuldade para conciliar a carreira com a maternidade. Preconceito do mercado de trabalho com a mulher que se torna mãe (o que aumenta a pressão para que ela se prove continuamente e, conseqüentemente, aumente o estresse). As políticas trabalhistas não foram pensadas para as mães e a falta de flexibilidade no esquema de trabalho estão entre os agravantes mais citados no cotidiano dessas profissionais. Entre as respondentes, 64% disseram ter tido a carreira prejudicada pela maternidade – seja porque elas próprias tiveram de recusar projetos mais ambiciosos ou promoções para terem tempo para o filho, seja porque deixaram de ser promovidas por serem mães.

E seriam esses os motivos do acesso das mulheres ao empreendedorismo feminino? De acordo com os relatórios da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2015; GEM, 2016; GEM, 2017; GEM, 2018; GEM, 2019), foi possível constatar que, em média, houve um aumento gradativo de novas empreendedoras brasileiras nos anos de 2015 a 2019.

Quadro 3: Empreendedorismo Feminino Inicial no Brasil

Ano	2015	2016	2017	2018	2019
Números aproximados	5,35 milhões	5,21 milhões	14,2 milhões	11,9 milhões	16,1 Milhões

Fonte: Adaptado de relatórios GEM (2015, 2016, 2017, 2018, 2019).

No ano de 2019, de acordo com o respectivo relatório, o total de empreendedores iniciais no Brasil foi de 32,1 milhões destes 50% foram mulheres, ou seja, mais de 16 milhões de mulheres começaram a atuar no mercado empreendedor.

Esse número tem uma possível explicação: as mulheres têm buscado o empreendedorismo como modo de driblar não apenas o desemprego, mas também de cruzar a insatisfação com os salários desproporcionais com a necessidade de mais tempo em casa.

Para compreender melhor esses dados, passamos a analisar, neste momento, algumas das dificuldades e das motivações das mulheres que optaram por empreender.

### 2.2.1 Dificuldades E Motivações Que Levam Ao Empreendedorismo Feminino

De acordo com o relatório GEM (2019), é possível afirmar que a motivação principal para a entrada dessas mulheres no empreendedorismo é, de fato, a necessidade pessoal. Cerca de 14 milhões de mulheres empreendedoras relataram que a motivação para iniciar um novo negócio se deu “para ganhar a vida porque os empregos são escassos” (GEM, 2019, p. 12).

Para entender tal motivação é apresentado um quadro com os números de desempregados no Brasil.

Quadro 04: Número de brasileiros desempregados

Ano	2015	2016	2017	2018	2019
Números aproximados	10 milhões	11,72 milhões	13,23 milhões	12,3 milhões	12,6 milhões

Fonte: Baseado na PNAD-C (2015, 2016, 2017, 2018, 2019).

É possível verificar um aumento no número de brasileiros desempregados entre os anos de 2015 a 2017, e uma pequena queda nos anos seguintes. Traçando uma sucinta comparação com o Quadro 03, o empreendedorismo feminino inicial no Brasil no ano de 2017 também apresentou um número significativo. Isso pode ser um indicativo de que, quando os índices de desemprego são elevados, o índice de novos empreendedores também sofre crescimento.

Além do fator empregabilidade, muitos outros impactam na hora da escolha de se tornar empreendedora, tais como: horários mais flexíveis e a necessidade de conciliar trabalho e família (DAVIES-NETZLEY, 2000; STILL; TIMMS, 2000).

Outra justificativa apontada por mulheres que levam à abertura de seus próprios empreendimentos liga-se ao modo pelo qual, na visão delas, os homens coordenam os negócios. Estas mulheres apresentam grande insatisfação, acreditando que elas – as empreendedoras - poderiam gerenciá-los melhor e de forma mais coerente (MOORE; BUTTNER, 1997; ALLEN; TRUMAN, 1993).

Foram ainda identificados fatores positivos como o desejo de desenvolver a capacidade pessoal (FERNANDEZ *et al.*, 2014; MORRIS *et al.*, 2006), a independência financeira e a percepção e materialização de uma oportunidade de negócio (VALE *et al.*, 2014).

### 2.2.2 Os Desafios Da Mulher Empreendedora

Apesar do empreendedorismo feminino estar cada vez mais presente, existem alguns obstáculos que podem acarretar no fechamento dos negócios. De acordo com o Sebrae (2018) um dos pontos é o sexismo.

Sexismo é o preconceito que se tem contra alguém simplesmente por conta de seu gênero, ou seja, tratar as mulheres de maneira preconceituosa simplesmente por serem mulheres. É o caso de expressões como “ela foi muito macho”, “tinha que ser mulher” quando há algo de errado, ou até “deve estar saindo com o chefe” se referindo provavelmente a uma promoção de cargo, a pessoa que falou isso está sendo sexista.

O sexismo também se expressa em generalizações como dizer que as mulheres são seres sensíveis, dóceis e fracos, ocasionando assim um pensamento errôneo de que mulheres não são aptas a comandarem seus próprios negócios (GRAY; FINLEY-HERVEY, 2005; WELTER; SMALLBONE, 2008).

Outro ponto que pode afetar o empreendedorismo feminino é o investimento desigual. De acordo com Howe (2015):

Apenas 2% das empresas pertencentes a mulheres nos Estados Unidos geram mais de US \$ 1 milhão em receita anual. E há uma razão para isso: o Babson College relatou recentemente que, embora as mulheres possuam cerca de 40% dos negócios nos EUA, apenas cerca de 5% de todos os investimentos de capital de risco e apenas 3% do financiamento de capital de risco neste país vão para empresas chefiadas por mulheres.

Além das dificuldades de conseguirem investimentos mais expressivos, as mulheres também encontram outros obstáculos pelo caminho da ascensão dentro do mundo empresarial. A falta de apoio familiar e a dificuldade na multiplicidade de papéis, no que diz respeito ao trabalho e à família, são também fatores determinantes (ZANAKIS, *et al.*, 2012).

### 2.2.3 Importância Do Empreendedorismo Feminino

Em relatório divulgado pelo Sebrae (2019), nos anos de 2017 e 2018 a proporção de mulheres empreendedoras que são “chefes de domicílio” passou de 38% para 45% ou seja, houve um aumento de 7% de mulheres empreendedoras que sustentam as suas famílias.

A atividade empreendedora passou a conferir às empreendedoras posição de protagonismo quanto à renda da casa. O percentual de mulheres na condição de cônjuge em que a principal renda familiar provém do marido caiu de 49% para 41% neste período (SEBRAE, 2019).

No Brasil, as mulheres representam 48% dos microempreendedores individuais (MEI) e, em média, são mais escolarizadas que os homens na mesma situação, embora ainda faturem menos que eles (SEBRAE, 2019). O principal papel do empreendedorismo feminino, neste ponto, é dar visibilidade para cada vez mais mulheres, visando extinguir esta desigualdade salarial e de rendimentos entre gêneros.

Além disso, as mulheres têm a capacidade de gerir de maneira mais orgânica todas as suas atividades, operando com superioridade várias atividades simultaneamente (VILLAS BOAS, 2010). O autor identifica uma série de diferenças entre o empreender masculino e feminino, de modo a que “elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa” (VILLAS BOAS, 2010, p. 51).

Tais características podem ser consideradas um diferencial entre homens empreendedores e mulheres empreendedoras. A respeito, Grzybovski et al. (2002) tece alguns comentários:

A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão.

Essa capacidade feminina se mostra importante no que diz respeito à gestão dos seus negócios. A partir dela, progressivamente, pode ocorrer uma diversificação do ambiente de trabalho, através do acréscimo na pluralidade de opiniões e, conseqüentemente, do fomento ao rompimento de barreiras sociais estabelecidas na sociedade.

A revisão bibliográfica apresentada nos trouxe reflexões a respeito do empreendedorismo e, em particular, do empreendedorismo feminino. Buscou-se destacar os fatores determinantes que levam as mulheres a empreenderem, bem como os principais desafios enfrentados e a importância desse movimento para as mulheres e para a sociedade como um todo.

Todavia, mostraram-se ainda escassos estudos no Brasil sobre o tema empreendedorismo específico de mulheres, especialmente na perspectiva regional. Dessa forma, a pesquisa aqui proposta mostra-se não só pertinente como útil à formação de um retrato mais fidedigno da realidade apresentada no local de estudo.

### 3. METODOLOGIA

Esse estudo pode ser classificado como qualitativo exploratório, pois busca compreender, com base em dados qualificáveis, a realidade de determinados fenômenos, a partir da percepção dos diversos atores sociais (GIL, 1999; CERVO; BERVIAN, 2002). A metodologia qualitativa “atravessa disciplinas, campos e temas” e envolve o uso e coleta de uma variedade de materiais empíricos (DENSYN; LINCOLN, 2006, p. 16). Assim, a pesquisa qualitativa caracteriza-se por ser “interpretativa, baseada em experiências, situacional e humanística”, sendo consistente com suas prioridades de singularidade e contexto (STAKE, 2011, p. 41). Possui caráter exploratório, dado que a temática empreendedorismo feminino é ainda recente e não foram identificados estudos realizados em Pato Branco, Paraná.

Para o levantamento de dados, foi adotada a metodologia denominada história oral, a fim de conhecer a história dessas mulheres de acordo com suas experiências dentro da temática do empreendedorismo feminino. Segundo Delgado (2007, p.15), “a história oral é um procedimento metodológico que busca, pela construção de fontes e documentos, registrar, através de narrativas induzidas e estimuladas, testemunhos, versões e interpretações sobre a História”. Para Queiroz (1988) a história oral abrange uma ampla quantidade de fatos, os quais não são encontrados em outros tipos de registros. Esses relatos podem ser colhidos por meio de entrevistas de diferentes formas.

Para obter as informações pertinentes ao estudo, foi utilizada a técnica de entrevistas semiestruturadas, contendo perguntas-chaves que nortearam as conversas, somadas a perguntas que emergiram no momento da entrevista, e, para garantir a genuinidade das respostas, as entrevistas foram gravadas. Esse formato de entrevista pode ser caracterizado como depoimentos de história de vida que, de acordo com Delgado (2007), constitui-se por depoimentos mais aprofundados e prolongados. As entrevistas foram realizadas no período de maio de 2021 a julho de 2021.

A amostra da pesquisa foi dada por conveniência, que segundo Ochoa (2015, p.1) “é uma técnica muito comum e consiste em selecionar uma amostra da população que seja acessível”. Ou seja, os indivíduos que fazem parte da pesquisa são selecionados pois estão disponíveis e dispostos a contribuir com o estudo. Para



o presente estudo, a amostra foi com mulheres empreendedoras na cidade de Pato Branco, Paraná.

Para que a pesquisa trouxesse análises diversificadas, foram estabelecidos os seguintes critérios para nortear a seleção das participantes: mulheres empreendedoras com mais de 3 anos de atuação; mulheres empreendedoras iniciantes; mulheres empreendedoras casadas e solteiras; mulheres empreendedoras com e sem filhos. Ainda, buscou-se empreendimentos de ramos variados. O Quadro 5 apresenta o recorte de amostra de pesquisa.

Quadro 05: Critérios de seleção da amostra

Grupo	Critério	Quantidade
Empreendedoras de Pato Branco - PR	Empreendedora casada, sem filhos, com mais de 3 anos de atuação.	1
	Empreendedora casada, sem filhos, iniciante (menos de 3 anos).	1
	Empreendedora casada com filhos, com mais de 3 anos de atuação.	1
	Empreendedora casada com filhos, iniciante (menos de 3 anos).	1
	Empreendedora solteira, sem filhos, com mais de 3 anos de atuação.	1
	Empreendedora solteira, sem filhos, iniciante (menos de 3 anos).	1
	Empreendedora solteira com filhos, com mais de 3 anos de atuação.	1
	Empreendedora solteira com filhos, iniciante (menos de 3 anos).	1
	Total	8

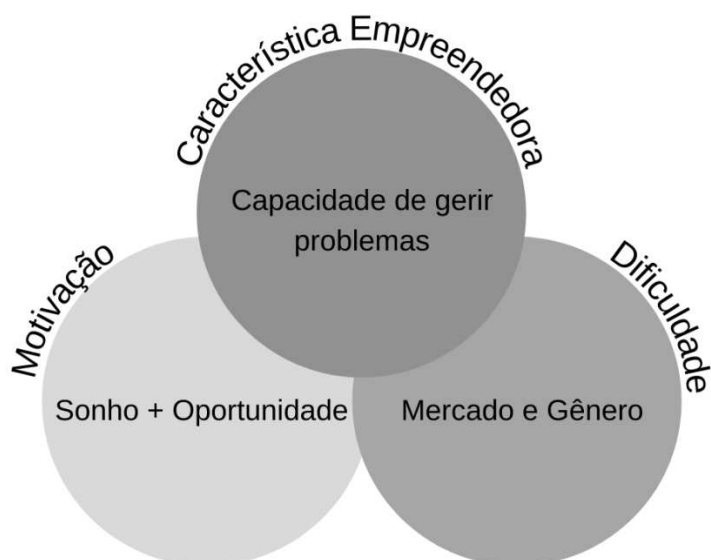
Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Por fim, para a análise dos resultados, foi realizada a transcrição das entrevistas e, após isso, utilizado o método de núcleo de significação, que permite o aprofundamento mais efetivo na captação dos sentidos e sentimentos permeados nas falas dos sujeitos (AGUIAR; OZELLA, 2013).

A elaboração dos núcleos é dada por etapas. A primeira é o levantamento de pré-indicadores, que são as expressões e palavras que se mostram mais frequentes nos depoimentos das empreendedoras. Após isso, foi realizada a sistematização de indicadores, consistente na união dos pré-indicadores por meio da semelhança, da complementaridade e da contraposição (AGUIAR; OZELLA, 2013). Finalmente, com a formação dos indicadores, foram definidos os núcleos de significação de acordo com cada entrevista realizada.

Os núcleos de significação são realizados após a transcrição de cada entrevista, tornando possível fazer as devidas análises e elaborar as conclusões a fim de responder aos objetivos deste estudo. Ao decorrer das análises os núcleos serão apresentados de maneira mais expressiva, entretanto podemos reuni-los em 3 núcleos centrais conforme a figura abaixo.

Figura 01: Núcleos centrais da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Os núcleos estão divididos em: Característica Empreendedora, destacando a capacidade de gerir problemas; Motivação que resulta de sonhos aliado a oportunidade; e Dificuldades com maior relevância no mercado e Gênero. Com a apresentação dos dados e das análises é possível compreender melhor tais núcleos.

## **4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Inicialmente são organizados os dados que compõem o perfil das empreendedoras e do seu empreendimento. Em seguida, são apresentados os dados obtidos na análise das entrevistas de acordo com os objetivos específicos desta pesquisa. O primeiro destes objetivos diz respeito aos motivos que levaram essas mulheres a empreenderem. O segundo aborda sobre os desafios enfrentados pelas empreendedoras e, por fim, um eixo que trata da conciliação entre vida pessoal e profissional das entrevistadas.

### **4.1. Perfil Das Empreendedoras E Seus Empreendimentos**

Os perfis das empreendedoras que participaram deste estudo são de mulheres adultas com variação de 27 a 53 anos, e com nível superior completo. No que diz respeito aos seus empreendimentos, existe uma presença maior no setor de comércio de vestuário e secundariamente de serviços. Em geral, essas mulheres empreendem sozinhas, sendo que poucas delas contam com sócios, e empregam poucos ou nenhum funcionário.

Para conhecer melhor quem são as mulheres deste estudo, apresenta-se o Quadro 6 com os critérios que nortearam a pesquisa e também características pessoais e do empreendimento de cada entrevistada.

Quadro 06: Perfil da Amostra da Pesquisa

<b>Empreendedora</b>	<b>Idade</b>	<b>Idade do Empreendimento</b>	<b>N° de Sócios</b>	<b>N° de Funcionários</b>	<b>Empreende no Mercado de:</b>	<b>Estado Civil</b>	<b>Filhos</b>
A	27	4 anos	1	2	Escritório Compartilhado / Assessoria de Negócios (Serviço)	Casada	Não
B	29	2 anos	1	3	Cuidados Corporais e Faciais (Serviço)	Casada	Não
C	35	5 anos	0	1	Moda Feminina (Comercio)	Casada	Sim
D	34	8 meses	0	2	Moda Fitness (Comercio)	Casada	Sim
E	30	3,6 anos	1	0	Assessoria Contábil e Financeira (Serviço)	Solteira	Não
F	27	6 meses	0	0	Terapeuta Holística (Serviço)	Solteira	Não
G	36	5 anos	0	0	Moda Indiana (Comercio)	Solteira	Sim
H	53	2 anos	0	0	Costureira (Serviço)	Solteira	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Esses dados se assemelham com o estudo realizado pelo Sebrae (2020), o qual revela a idade em que as mulheres ingressaram no mundo empreendedor, sendo que 27,6% têm entre 31 e 40 anos (a maior porcentagem), seguidas pelas de 41 a 50 anos (25,67%) e, por fim, 18% têm entre 51 e 60 anos. Outro dado que é apresentado no estudo do SEBRAE, mas que divergiu neste estudo, é que a minoria das mulheres investiram em negócios focados em comércio de produtos, representando 37,5% dos empreendimentos.

Com objetivo de entender as características empreendedoras de cada mulher, a pergunta “Você acredita que para empreender é necessário ter algumas características empreendedoras? Se sim, quais?” foi aplicada.

Nesse momento, as características apontadas por Souza (2006), apresentadas no Quadro 1, também foram citadas pelas empreendedoras de Pato Branco.

As características presentes em ambos os estudos foram: liderança, inovação, conhecimento de mercado e criatividade. Além destas, novas características foram manifestadas pelas entrevistadas.

**Quadro 07: Características Empreendedoras Femininas**

<b>Empreendedora</b>	<b>Características</b>
A	Autogestão; Inteligência Emocional; Coragem.
B	Impositiva; Criativa; Inconformada; Inovadora; Não ter medo da instabilidade.
C	Ter disponibilidade; Força de vontade; Coragem; Boa organização financeira.
D	Liderança; Resiliência; Otimismo.
E	Proativa; Resiliente; Ter fome de conhecimento; Ter visão de futuro.
F	Ter conhecimento do mercado, administrativo e publicitário.
G	Ter foco, Persistência; Boa administração financeira.
H	Coragem; Ser persistente; Ser organizada.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Apesar de algumas respostas se apresentarem de maneira diferente, existe a homogeneidade de ideias entre as empreendedoras, referente às características levantadas como: não ter medo da instabilidade, resiliência, persistência e coragem. Essas características revelam a mesma ideia de atribuição com a capacidade de gerir seus próprios problemas, de sobreviver e superar a instabilidade do mercado e não ceder à pressão diante de situações adversas, desta forma podemos agrupa-las essas respostas em um núcleo de significação.

A semelhança das respostas é compreendida com base nos comentários trazidos por essas mulheres em cada característica:

*“[...] empreender é algo muito desgastante, a gente tem que ser resiliente pois tem muitos altos e baixos”* (Respondente D).

*“[...] a maior característica é não ter medo da instabilidade, porque o empreendedorismo é uma montanha russa, um dia você está lá em cima e no outro está lá embaixo”* (Respondente B).

*“[...] persistência também, pois o mercado anda muito bagunçado, e a concorrência é grande, tem muitos altos e baixos no meu ramo”* (Respondente G).

*“[...] resiliência, para gente aprender com a dificuldade e não desistir no primeiro dia ruim”* (Respondente E).

Com esses recortes, fica provado a característica levantada por Villas Boas (2010) em que declara que as mulheres possuem a capacidade de gerir organicamente seus empreendimentos, onde se tem uma estrutura organizacional mais flexível e adaptável.

Seguindo com as análises, em três dos quatro comentários citados, tratam-se de empreendedoras do setor de comércio varejista de roupas. Dessa forma, buscando entender tal comportamento, faz-se pertinente apresentar alguns indicadores de vendas no comércio varejista brasileiro, para o setor de vendas de tecidos, vestuários e calçados de maio de 2021:

Quadro 8: Indicadores do Volume de Vendas no Brasil do Comercio Varejista – Tecidos, Vestuários e Calçados

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1) Base: mês imediatamente anterior - série com ajuste sazonal			Mensal (2) Base: igual mês do ano anterior			Acumulado no ano (3) Base: igual período do ano anterior			Últimos 12 meses (4) Base: últimos 12 meses anteriores		
	MAR	ABR	MAI	MAR	ABR	MAI	JAN-MAR	JAN-ABR	JAN-MAI	Até MAR	Até ABR	Até MAI
Tecidos, vestuário e calçados	-7,8	6,2	16,8	-14,6	301,3	165,2	-18,8	3,6	26,2	-23,9	-15,0	-3,9

Fonte: Adaptado de IBGE (2021).

A partir do Quadro 8, compreendem-se os “altos e baixos” que são citados nas entrevistas pelas empreendedoras. Comparado os anos de 2021 e 2020, nos meses de março, abril e maio, a variação em porcentagem de vendas do comércio varejista para esse setor, foi respectivamente de: -14,6%, 301,3% e 165,2%. Ou seja, a instabilidade para o setor é sim uma realidade.

#### 4.2. Motivos Para Empreender

A partir das entrevistas realizadas com as empreendedoras, nota-se certa proximidade nas respostas no que diz respeito à motivação desta forma, outro núcleo de significação pode ser verificado. Para as mulheres do estudo, o empreendedorismo resulta de sonhos, da vontade de ser bem-sucedida financeiramente e profissionalmente e da autonomia profissional. Nos recortes para esta seção, as falas a seguir ilustram a motivação.

*“[...] qualquer pessoa que pense em empreender, ela tem que ter em mente que está realizando o sonho dela [...] eu sempre gostei de roupas, fazia roupas para as minhas bonecas quando era criança e também sempre gostei muito de treinar, juntei isso e comecei a fazer as peças”* (Respondente D).

*“[...] a minha motivação é o meu sonho de ser bem-sucedida! Ter liberdade financeira e o também sucesso profissional”* (Respondente B).

*“[...] meu maior motivo em empreender foi a necessidade de ter meu próprio tempo, fazer por mim mesma”* (Respondente G)

Outro motivo relevante levantado nesta pesquisa foi a percepção da oportunidade de mercado:

*“[...] Eu percebi uma necessidade do mercado, onde eu poderia me encaixar”* (Respondente E)

*“[...] No meu primeiro empreendimento, foi uma oportunidade da qual eu estava preparada para trabalhar”* (Respondente A)

*“[...] Nas viagens que eu fazia com a minha atual sócia, a gente via vários espaços que não tinham aqui em Pato Branco e foi assim que percebemos a oportunidade de mercado”* (Respondente B).

Outras motivações como a liberdade criativa e a necessidade de um ambiente com o perfil das empreendedoras também foram levantadas neste estudo assim como no estudo de Jonathan (2011).

*“[...] eu sou uma pessoa que gosta de fazer as coisas do meu jeito, e adoro criar coisas, sou muito criativa, eu preciso desse espaço para criar coisas”* (Respondente A)

*“[...] ter liberdade profissional para tomar as decisões que acho corretas, além de organizar meu tempo”* (Respondente F)

*“[...] aliada à infelicidade do local onde eu trabalhava antes, eu queria meu espaço, que as coisas fossem do meu jeito”* (Respondente H)

Um ponto distinto do apresentado na revisão teórica é o de que nenhuma das mulheres do estudo trouxe o desemprego como incentivador do empreendedorismo, divergindo dos dados do relatório do GEM em que 14 milhões de mulheres apontaram o desemprego como motivação (GEM, 2019).

### 4.3. Desafios Das Empreendedoras

Com base nas respostas das empreendedoras, foi possível apurar vias que se dividem em desafios do mercado e desafios de gênero. No que tange à via do mercado, mais uma vez a instabilidade foi apontada, além de outras dificuldades como:

*“[...] enfrento dificuldades financeiras, barreiras quanto à aceitação de um novo modelo de negócios como o meu”* (Respondente E)

*“[...] posso falar também da falta de dimensionamento do início, ter noção do mercado, ter dificuldade com sócio, e não tem como não falar do financeiro”* (Respondente A)

*“[...] divulgação através das mídias sociais, às vezes a insegurança de não se sentir preparada, ou mesmo comparada a outros profissionais”* (Respondente F).

Ainda na via do mercado, a pandemia causada pelo novo coronavírus também foi motivo de preocupação para as empreendedoras.

*“[...] além da pandemia [...] quanto à pandemia está fora do meu controle né, então rezo e aceito esse momento”* (Respondente F).

*“[...] hoje o maior desafio que eu enfrento é a questão da pandemia, as pessoas não saem de casa então elas não compram mais roupas”* (Respondente C).

As respostas mostram que as empreendedoras têm pouca vivência de barreiras devido ao gênero, as quais em grande parte vivenciadas no início da carreira empreendedora. No entanto, quando há tal vivência, a discriminação emerge com sentimento de apreensão. É o que se depreende das falas abaixo:

*“[...] se eu fosse homem com certeza teria sido mais fácil no começo, mesmo eu achando que eu seja muito privilegiada. Mas eu percebo que por ser mulher a gente precisa cuidar muito mais da aparência, da forma como a gente fala, a gente precisa sempre estar pisando em ovos para ser respeitada”* (Respondente A)

*“[...] Minha maior dificuldade é ser mulher [...] nada se compara ao fato de ter que lidar com falta de aceitação de que uma mulher pode ser dona de uma empresa e tomar decisões sem ser validada por um homem”* (Respondente E)

*“[...] Eu sofri um pouquinho com isso no início, na questão da obra antes de abrir o negócio, pois era uma mulher dizendo o que os pedreiros brutos deveriam fazer, e às vezes eu chegava aqui e não estava como eu queria e eu me mantinha*



*firme, falava o que tinha para fazer e pronto, muitas vezes saía chorando”* (Respondente B)

Por fim, uma das falas de uma das empreendedoras se direciona ao que será exposto no próximo eixo deste estudo, o qual diz respeito ao trabalho remunerado e o não remunerado.

*“[...] um dos meus maiores desafios é trabalhar em casa, por conta da pandemia estou dando uma mão para o meu filho, e fico com a minha netinha, aí eu não consigo trabalhar com as costuras quando ela está aqui, eu preciso dar 100% da atenção para ela”* (Respondente H).

#### **4.4 Conciliação Da Vida Pessoal E Profissional**

Este último eixo apresenta a percepção das empreendedoras na conciliação do trabalho em casa e o trabalho remunerado. Neste contexto, podemos dividir as entrevistadas em dois grupos, sendo um que percebe os desgastes e não conta com suporte familiar para tais demandas, e outro que conta com suporte e considera ter uma boa conciliação, mas que mesmo assim apresenta algumas demonstrações de desequilíbrio.

Nas falas do primeiro grupo de mulheres fez-se os seguintes recortes:

*“[...] Eu consigo me planejar, até porque a gente trabalha com agendas, então fica mais fácil, e eu apesar de não desligar 100% confio nas pessoas que estão trabalhando comigo, eu sei que eles estão dando melhor, então eu consigo ter uma certa liberdade [...] sobre o serviço de casa, eu não ligo muito para organização, mas meu marido não me ajuda com absolutamente nada, ele não tira nem o prato da mesa, então sobra tudo pra mim”* (Respondente B).

*“[...] Como eu trabalho em casa não existe muito bem essa divisão, aqui em casa eu faço tudo, minha filha que mora comigo trabalha fora e quase não me ajuda com as tarefas domésticas, sobra tudo pra (sic) mim, mas tento seguir uma rotina e nos finais de semana apenas descanso e não me preocupo com o trabalho”* (Respondente H).

Partindo para o segundo grupo, mesmo que exista o desequilíbrio, a ênfase maior é dada aos benefícios, destacando o orgulho das realizações pessoais e da conquista dos sonhos. Além disso, essas mulheres dispõem do sentimento de

gratidão por terem uma rede de apoio. Os depoimentos abaixo ilustram tais questões:

*“[...] Tenho três meninas, nessa fase de abertura de empresa eu sei que é uma fase que demanda muito de mim, então é um período que eu tenho sofrido bastante, mas de cansaço mesmo sabe? Mas eu estou conseguindo equilibrar bem a minha vida profissional e pessoal. O que me faz ficar mais feliz é que eu estou sendo um bom exemplo para minhas filhas, não que eu faça falta, pois eu sou bem presente, mas elas sentem falta elas vão compreender, pois elas tiveram uma mãe guerreira e que lutou pelos seus sonhos, e é isso que eu quero pra elas [...]”* (Respondente D).

*“[...] Estou tentando conciliar da melhor forma, muitas vezes a gente peca em algo que acho super normal, pois somos humanos e erramos. Graças a Deus tenho meus pais que me dão o auxílio ficando com meu filho, para que possa fazer as coisas. Tem dias que se torna muito cansativo e exaustivo, mas vamos tentando levar da melhor forma, pois somos mulheres versáteis e não podemos desistir, mas sim tenho uma base boa ao meu lado que me dá todo o suporte [...]”* (Respondente C)

Por fim, neste estudo também se manifestaram as mulheres empreendedoras que preferem dar mais atenção às atividades correlacionadas à empresa:

*“[...] Eu moro sozinha e não tenho filhos. Meu namorado mora em SP e seu trabalho pode ser totalmente remoto, então quando ele está na minha casa faz as tarefas de casa, nas outras ocasiões eu faço sozinha, não tenho empregada, mas priorizo as atividades da empresa e quando tenho tempo faço as atividades de casa, geralmente após às 18h ou nos finais de semana [...]”* (Respondente E)

*“[...] Eu sou bem desencanada com os serviços domésticos, eu e meu marido sempre dividimos tudo, mas a gente sempre dá preferência nas atividades que envolvam trabalho [...]”* (Respondente A).

Neste contexto, pode-se afirmar que a narrativa externada por Zanakis, *et al.*, (2012) em que relata a falta de apoio familiar, não é vivenciado pelas empreendedoras deste estudo.

Em um apanhado geral o conjunto de fatores que motivam as mulheres a serem empreendedoras foi diversificado, mas é possível agrupá-los em 3

dimensões: a busca por realizações pessoais, as oportunidades de mercado e a liberdade de escolha (poder ser elas mesmas com espaço para a criatividade).

Com relação aos desafios enfrentados pelas empreendedoras estudadas, destacam-se as relações com o mercado, como a instabilidade e falta de dimensionamento e, apesar de poucos relatos, existe a vivência de discriminação devido ao gênero.

Por fim, no que tange à conciliação de vida profissional e pessoal, podemos afirmar que grande parte das entrevistadas buscam dividir as tarefas com os familiares e assim tendem a ter um equilíbrio entre as atividades. Já as mulheres que não contam com o suporte da família apresentam insatisfação e cansaço diante das atividades.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na presente pesquisa, buscou-se compreender, a partir de estudo qualitativo exploratório, as características das empreendedoras na cidade de Pato Branco, Paraná, identificando aspectos como: o que levou essas mulheres a empreenderem, quais foram os principais desafios e como se dá a conciliação de suas vidas pessoais e profissionais.

À luz dos dados obtidos, verifica-se que sobre o perfil das empreendedoras analisadas, em geral empreendem desde muito novas, sendo que apenas uma delas não possui nível superior completo, bem como em geral essas mulheres empreendem sozinhas, contando com poucos ou nenhum funcionário.

No que diz respeito aos seus empreendimentos, houve divisão entre dois setores, sendo 37,5% de empreendimentos no varejo (100% deles no setor de vestuário/moda). Os outros 62,5% são de empreendimentos no setor de serviços, sendo estes diversos, contando com atividades como: locação de espaços para trabalho (*coworking*); terapia holística; assessoria empresarial; cuidados corporais (estética) e costura.

O que se constatou com esse estudo é que as mulheres pato-branquenses entrevistadas buscam espaço para sua criatividade e liberdade com a criação de um empreendimento. Boa parte delas trabalham com venda de roupas femininas e que, independentemente da maturidade de seus negócios, elas abordam a instabilidade como algo a se temer.

Ademais, parcela considerável das empreendedoras conta com o apoio familiar para conciliar a vida pessoal e profissional, divergindo do estudo de (ZANAKIS, *et al.*, 2012), e apenas uma delas trouxe como desafio está conciliação. Todavia, vale ressaltar que esta questão não foi abordada de forma profunda e detalhada neste estudo, especialmente no que tange ao modo como se dão tais divisões e as questões psicológicas daí decorrentes, visto que limitações como entrevistas não presenciais (proveniente da Covid\_19) e a seleção da amostra por conveniência, o que dificultou a percepção de valor da pesquisa, trouxeram restrições as análises.

Diante destas limitações e como esta pesquisa não esgota o tema, ficam como sugestões os assuntos relacionados a seguir, os quais podem ser tratados em pesquisas futuras e colaborar com uma maior compreensão sobre a problemática como:

Realizar pesquisa com o mesmo tema em outros setores costumeiramente caracterizados como masculinos, como mecânicas e construção civil.

Realizar pesquisa com a mesma amostra com o objetivo de aprofundar a análise das relações entre a instabilidade financeira e o medo de empreender.

Analisar a associação entre a divisão de tarefas dos membros da família e os pesos psicológicos que isso tem na conciliação de vida das mulheres empreendedoras.

Por fim, fica como aprendizado que independente de qual o setor, idade, se dispõe de ensino superior completo ou não, os obstáculos no mundo do empreendedorismo vão existir, cabe a nós sermos resiliêntes e persistentes (características apontadas pelas empreendedoras deste estudo) para saber gerir de maneira orgânica e efetiva atravessando as tempestades e chegando assim, cada vez mais longe.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **De casa para o trabalho**: como a dupla jornada afeta a vida das mães, 2017. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-05/de-casa-para-o-trabalho-como-dupla-jornada-afeta-vida-das-maes>>. Acesso em: 15 de set. 2020.

AGUIAR, W.M.J.; OZELLA, S. Apreensão dos sentidos: aprimorando a proposta dos núcleos de significação. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, v. 94, n. 236, p.299-322, jan./abr. 2013.

ALLEN, S.; TRUMAN, C. (Ed.). **Women in business - perspectives on women entrepreneurs**. London: Routledge, 1993.

ANTUNES, R. **Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0**. Brasil: Boitempo Editorial, 2020.

BAGGIO, Adelar; BAGGIO, Daniel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 2014.

BARRETO, L. P. Educação para o empreendedorismo. **Educação Brasileira**, 20(41), pp. 189-197, 1998.

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

CROZET, Marcel. Diferença entre homens e mulheres no mercado de trabalho teve pequena baixa em 20 anos. **ONU NEWS**, 2019. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2019/03/1663231>>. Acesso em: 28, set. de 2020.

DAVIES-NETZLEY, S. **Gendered capital entrepreneurial women in american society**. New York: Garland Publishing, 2000.

DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. **História Oral: memória, tempo, identidades**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

DENSYN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **O Planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. São Paulo: Artmed, 2006.

Desigualdade de gênero no trabalho doméstico só deve acabar em 2228, aponta OIT, **BRASIL ECONÔMICO**, 2019. Disponível em: <<https://economia.ig.com.br/2019-03-08/desigualdade-genero-trabalho.html>>. Acesso em: 15 de set. 2020.

DOLABELA, Fernando. Entrevista à Diocsianne Moura. **Revista Atividades e Experiências**, 2008. Disponível em: <[http://www.educacional.com.br/revista/0408/pdf/06\\_Entrevista\\_FernandoDolabela.pdf](http://www.educacional.com.br/revista/0408/pdf/06_Entrevista_FernandoDolabela.pdf)>. Acesso em: 23 de set de 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FERNANDEZ *et. al.* Entreprenre en France? Les motivations des femmes. **Working Paper Series**, IPAG Business School, Paris, France. Retrieved February 8, 2014.

FERREIRA, B.; LIMA, A.L. Mulheres trocam salários inferiores e preconceitos pelo desafio do empreendedorismo. **G1 Campinas e Região**, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2019/03/08/mulheres-trocam-salarios-inferiores-e-preconceitos-pelo-desafio-do-empreendedorismo.ghtml>>. Acesso em: 21 de set de 2020.

GEM. **Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 20 de set 2020.

GEM. **Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil**, 2018. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20-%20Brasil%202018%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 20 de set 2020

GEM. **Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil**, 2017. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Emreendedorismo%20no%20BRASIL%202017.pdf>>. Acesso em: 20 de set 2020

GEM. **Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil**, 2017. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AF-GEM-Nacional-BAIXA.pdf>>. Acesso em: 20 de set 2020

GEM. **Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil**, 2015. Disponível em: <[https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/GEM\\_2015-Relat%C3%B3rio-Executivo-Empreendedorismo-no-Brasil.pdf.pdf](https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/GEM_2015-Relat%C3%B3rio-Executivo-Empreendedorismo-no-Brasil.pdf.pdf)>. Acesso em: 20 de set 2020

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GRAY, K. R.; FINLEY-HERVEY, J. Women and entrepreneurship in Morocco: debunking stereotypes and discerning strategies. **International Entrepreneurship and Management Journal**, n. 1, p. 203-217, 2005.

GRZYBOVSKI, Denize. **Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas**. Revista de Administração Contemporânea, v. 6, n. 2, mai/ago, 2002.

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

HOWE, Steve. #BigIdeas2016: why we need more women entrepreneurs. **LinkedIn**, 2015. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/bigidea2016-why-we-need-more-women-entrepreneurs-steve-howe>>. Acesso em: 28 de set. 2020

IBGE. **Rendimento de todas as fontes: 2019**, 2020. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101709>>. Acesso em: 18 de ago. 2020

IBGE. **Panorama Pato Branco, 2021**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/pato-branco/panorama>>. Acesso em: 15 de set. 2020.

IBQP. **Global Entrepreneurship Monitor**, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/gem/>>. Acesso em: 20 de out. 2020

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base. **Research Policy**, v. 41, n. 7. p. 1154-1181, set. 2012.

LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. **Historical foundations of entrepreneurship research**. Great Britain: Edward Elgar Publishing, 2010.

LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo** - 1ª edição. Editora Saraiva, 2008. 9788502144477. Disponível em:



<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502144477/>. Acesso em: 10 out. 2020.

LESKINEN, M.: Educação uma chave hacia la igualdad, **Revista Observatório Social**, n. 5, 2004.

LUNA, Sophia Alencar Araripe. **Invisibilização do trabalho doméstico assalariado enquanto categoria profissional sujeita de direitos**. Recife: 18 Redor, 2014

MOORE, D.; BUTTNER, H. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of Small Business Management**, p. 34-47, jan.1997.

MORRIS *et. al.* The dilemma of growth: understanding venture size choices of women entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, 44(2), 221-244, 2006.

NEVES, D.L.D. A. **História oral - Memória, tempo, identidades**. [São Paulo]: Grupo Autêntica, 2007. 9788582179208. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582179208/>>. Acesso em: 02 Nov 2020.

OCHOA, Carlos. **Amostragem não probabilística: Amostra por conveniência**. Netquest, 2015. Disponível em: <<https://www.netquest.com/blog/br/blog/br/amostra-conveniencia#:~:text=Esta%20t%C3%A9cnica%20%C3%A9%20muito%20comum,m%20de%20um%20crit%C3%A9rio%20estat%C3%ADstico>>. Acesso em: 31, set. de 2020.

O que é a Covid-19?, **Gov.br**, 08 de abr. de 2021, Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>>. Acesso em: 15, ago. de 2021.

Os desafios da mulher empreendedora. **SEBRAE**, 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulher-empreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 26 de set. 2020.

OSHIMA, Flavia Yuri. REVISTA CRESCER. **94% das mulheres sentem dificuldade para conciliar maternidade e carreira**, 2019. Disponível em: <<https://revistacrescer.globo.com/Familia/Maes-e-Trabalho/noticia/2019/12/94-das-mulheres-sentem-dificuldades-para-conciliar-maternidade-e-carreira.html>>. Acesso em: 13 de set. 2020.

QUEIROZ, M. I. P. Relatos orais: do “indizível” ao “dizível”. In: Von Simon, Olga de Moraes (org.). **Experimentos com histórias de vida (Itália-Brasil)**. São Paulo: Vértice, 1988, p. 14-43.

RAGO, Luiza Margareth. **Trabalho Feminino e Sexualidade**. História das Mulheres no Brasil. São Paulo: Contexto, 2001.

RAGO, Luzia Margareth. **Do Cabaré ao lar: a utopia da cidade disciplinar**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

Relatório especial empreendedorismo feminino no Brasil. **SEBRAE**, 2020.

Disponível em:

<[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019\\_v5.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf)>.

Acesso em: 15 de set 2020.

SEBRAE. Smart Pessoas. Disponível em:

<https://app2.pr.sebrae.com.br/crm/consultarcliente>. Acesso em: 10 Out 2021

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Nova Iorque: Harper and Brothers, 1942.

SOUZA, E. C. L. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: SOUZA, Eda C. Lucas; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006.

STAKE, R. E. **Pesquisa qualitativa**: estudando como as coisas funcionam. Porto Alegre: Penso, 2011.

STILL, L.; TIMMS, W. Women's business: the flexible alternative workstyle for women. **Women in Management Review**, v.15, n. 5/6, p.272-283, 2000.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 311-327, 2014.

VERDÉLIO, Andreia. Mulheres trabalham 7,5 horas a mais que homens devido à dupla jornada. **Agência Brasil**, 2017. Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-03/mulheres-trabalham-75-horas-mais-que-homens-devido-dupla-jornada>. Acesso em: 19 de Set. de 2020.

VÉRIN *apud* FILLION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedorismo e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr./jun. 1999.

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você** – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

WELTER, F.; SMALLBONE, D. Women's entrepreneurship from an institutional perspective: the case of Uzbekistan. **International Entrepreneurship Management Journal**, n. 4, p. 505-520, 2008.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. Ed. Especial, art. 6, p. 564-585, 2011.

ZANAKIS *et. al.* Nascent entrepreneurs and the transition to entrepreneurship: Why do people start new businesses?. **Journal of Developmental Entrepreneurship**, 2012.

10 características de um empreendedor e como adquiri-las. **SEBRAE**, 2019. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/caracteristicas-de-um-empreendedor/>>. Acesso em: 23 de set. 2020.

## Apêndice A



Ministério da Educação  
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
Campus Pato Branco



---

### Roteiro Perguntas - Empreendedoras

- 1 – Qual foi o motivo que te levou a empreender? E qual é o motivo que te leva a continuar empreendendo?
- 2 - Quando optou por empreender, alguém te deu apoio e te ajudou?
- 3 – Por que optou a empreender nesse ramo? (de acordo com cada tipo de negócio)
- 4 - Quais são os maiores desafios que enfrenta no seu negócio?
- 5 – Você como mulher, já teve o sentimento de que se fosse homem seria mais fácil lidar com as questões empreendedoras e do mercado?
- 6 - Como se dá a relação de do trabalho doméstico (família, casa) e o trabalho fora de casa? Consegue conciliar?
- 7 - Você acredita que para empreender é necessário ter algumas características empreendedoras? Se sim, quais?
- 8 – Acredita que mais mulheres poderiam empreender? Se sim, o que acha que falta para que essas mulheres tenham seus próprios negócios?