



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E**  
**CONTABILIDADE**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**TAYNARA LUCIA BARROS GARCIA**

**ESTUDO OBSERVACIONAL DAS BARREIRAS DO EMPREENDEDORISMO**  
**FEMININO DE JOY MANGANO NO FILME “JOY: O NOME DO SUCESSO”**

**FORTALEZA**

**2022**

TAYNARA LUCIA BARROS GARCIA

ESTUDO OBSERVACIONAL DAS BARREIRAS DO EMPREENDEDORISMO  
FEMININO DE JOY MANGANO NO FILME “JOY: O NOME DO SUCESSO”

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

G211e Garcia, Taynara Lucia Barros.  
Estudo observacional das barreiras do empreendedorismo feminino de Joy Mangano no filme “Joy: O Nome do Sucesso” / Taynara Lucia Barros Garcia. – 2022.  
43 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado.

1. Empreendedorismo feminino. 2. Características empreendedoras. 3. Análise fílmica. I. Título.

CDD 658

---

TAYNARA LUCIA BARROS GARCIA

ESTUDO OBSERVACIONAL DAS BARREIRAS DO EMPREENDEDORISMO  
FEMININO DE JOY MANGANO NO FILME —Joy: O Nome do Sucesso”

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em: 12/12/2022

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Diego de Queiroz Machado (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Cláudio Bezerra Leopoldino  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Ms. Sonia Regina Amorim Soares de Alcântara  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

À minha família, ao meu marido e a todos que, de alguma forma, me apoiaram nesta caminhada.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu Pai Celestial, pelo dom da vida.

A minha mãe Carmem Lucia, que sempre me incentivou a ser sempre um ser humano melhor e que sempre esteve ao meu lado. Ao meu pai, que fez o que pode para chegar aonde eu cheguei.

Ao professor Dr. Diego de Queiroz Machado, que muitas vezes durante o curso se mostrou solícito em ajudar, orientando-me com paciência e incentivo e preparando um meio para que eu pudesse concluir meu curso.

## RESUMO

A presente pesquisa tem como tema o empreendedorismo feminino. Seu objetivo principal é identificar as barreiras e estratégias de enfrentamento de Joy Mangano presentes no filme “Joy: O Nome do Sucesso”. Para isto, estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos: a) apresentar as características do contexto de atuação do empreendedorismo feminino no filme “Joy: O Nome do Sucesso”; b) identificar as principais barreiras encontradas pelas empreendedoras no filme supracitado; c) identificar as estratégias de enfrentamento e superação das barreiras utilizadas pelas empreendedoras na obra cinematográfica. Esta pesquisa classifica-se como qualitativa quanto à natureza, descritiva e exploratória quanto aos fins e bibliográfica quanto aos meios. A técnica de análise de dados utilizada foi a observação indireta e não participante, sendo o instrumento a análise fílmica. A análise seguiu a narrativa do filme, observando o comportamento da personagem, identificando as características do empreendedorismo feminino e as barreiras relacionadas ao mesmo encontradas ao longo do referencial teórico e detectando as estratégias de enfrentamento adotadas pela personagem. Diante do estudo, a personagem analisada apresentou todas as características empreendedoras propostas: competência de aperfeiçoar a partir do erro; tomar iniciativa, organizando mecanismos com objetivo de transformar recursos e situações aceitando o risco; lutar contra padrões impostos e tem forte capacidade de envolvimento e foco; capacidade de transformar o ambiente em que se encontra usando sua criatividade; criatividade de “pensar fora da caixa”; assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar; capacidade de estar em alerta e detectar oportunidades lucrativas. Demonstrou também estratégias de enfrentamento para cada barreira existente relacionada ao seu gênero durante sua jornada no empreendedorismo: cultura fortemente internalizada do altruísmo feminino e da eterna doação de si para os outros; carência pelo apoio afetivo e social da família; as dificuldades de conciliar as funções mãe e profissional para o mundo; dupla jornada, alcançando assim o sucesso desejado e demonstrando que apesar do empreendedorismo feminino ser repleto de obstáculos, isso não será o motivo principal para que o sucesso não seja alcançado nesse âmbito.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Características empreendedoras. Análise fílmica.

## ABSTRACT

The topic of this research is female entrepreneurship. Its main objective is to identify the barriers and coping strategies of Joy Mangano present in the film "Joy: The Name of Success". To this end, the following specific objectives were established: a) to present the characteristics of the context of female entrepreneurship in the film "Joy: The Name of Success"; b) to identify the main barriers encountered by female entrepreneurs in the aforementioned film; c) to identify the strategies used by female entrepreneurs in the film. This research is classified as qualitative as to its nature, descriptive and exploratory as to its ends and bibliographical as to its means. The data analysis technique used was indirect, non-participant observation, and the instrument was film analysis. The analysis followed the narrative of the film, observing the behavior of the character, identifying the characteristics of female entrepreneurship and the barriers related to it found throughout the theoretical reference and detecting the coping strategies adopted by the character. In face of the study, the analyzed character presented all the proposed entrepreneurial characteristics: competence to improve from the mistake; to take initiative, organizing mechanisms with the objective of transforming resources and situations, accepting the risk; to fight against imposed patterns and has a strong capacity of involvement and focus; capacity to transform the environment in which she finds herself using her creativity; creativity to "think outside the box"; to assume calculated risks and the possibility of failure; capacity to be on alert and to detect profitable opportunities. She also demonstrated coping strategies for each existing barrier related to her gender during her journey in entrepreneurship: the strongly internalized culture of female altruism and the eternal gift of self to others; the lack of affective and social support from the family; the difficulties of reconciling the mother and professional roles to the world; double work day, thus achieving the desired success and demonstrating that although female entrepreneurship is full of obstacles, this will not be the main reason for not achieving success in this field.

**Keywords:** Female Entrepreneurship. Entrepreneurial Characteristics. Filmic Analysis.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Fatores que influenciam no processo empreendedor.....	19
--	----

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Características empreendedoras por autor .....	27
Quadro 2 Cenas selecionadas para a análise das características .....	28
Quadro 3 Relação das cenas com as características.....	32
Quadro 4 Barreiras encontradas por mulheres no âmbito empreendedor..	33
Quadro 5 Cenas selecionadas para a análise das barreiras .....	34
Quadro 6 Relações entre as barreiras e as estratégias de enfrentamento.....	36

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 Empreendedorismo e o processo empreendedor .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Empreendedorismo: evolução do conceito .....</b>	<b>424</b>
<b>2.1.1 Características do empreendedor .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 Processo Empreendedor.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 Empreendedorismo Feminino .....</b>	<b>429</b>
<b>2.3.1 Barreiras e estratégias no empreendedorismo feminino.....</b>	<b>21</b>
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>24</b>
<b>4 ANÁLISES DE DADOS.....</b>	<b>26</b>
<b>4.1 Resumo do Filme .....</b>	<b>27</b>
<b>4.2 Análise das Características Empreendedoras .....</b>	<b>27</b>
<b>4.3 Análise das Barreiras ao Empreendedorismo .....</b>	<b>33</b>
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>38</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>40</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009), o empreendedorismo tem como característica uma capacidade de detectar oportunidades e desenvolver algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos então implicados. Persistência e visão de futuro abrangem o processo de empreender, que tem como produto uma nova forma de realizar um trabalho – um novo produto, serviço ou atividade – criando assim um novo empreendimento.

Segundo Amorim e Batista (2012), o empreendedor é o proprietário da habilidade de recriar os meios com o objetivo de entregar para as crescentes necessidades da sociedade a solução adequada, junto a isso vem a anos proporcionando grandes transformações econômicas, sociais e também ambientais.

Empreender é uma ação realizada tanto por homens quanto por mulheres, inerente a qual a profissão ou classe social daquele indivíduo. A motivação parte do desejo de cada um, usando sempre sua criatividade, sua inovação e disposição para assumir riscos (AMORIM; BATISTA, 2012). Apesar de que ainda é possível observar uma notória desigualdade entre os dois gêneros, a mulher vem alcançando seu lugar no mercado de forma inteligente. É verídico afirmar que as mulheres em geral possuem características que contribuem para as mesmas se tornarem empreendedoras de sucesso na área de serviço, como por exemplo: maior empatia, maior sensibilidade, comprometimento e vontade de ajudar, permitindo um desenvolvimento inovador e diferenciado (AMORIM; BATISTA, 2012).

De fato, nas últimas décadas do século XX, cresceu a participação das mulheres no mercado de trabalho mundial, inclusive no Brasil. Este aumento da participação ocorreu junto com outras transformações da sociedade, mas não foi suficiente para que as mulheres tivessem igualdade dentro desse ambiente (CAPPELLE et al., 2013). Entretanto, apesar de crescente, a participação feminina no mercado de trabalho é ainda pequena, se comparada com a dos homens. Segundo o jornal Exame (2020) “A desigualdade brasileira continua a ocupar os primeiros lugares no ranking mundial, utilizando dados do Banco Mundial o IBGE mostra que o nosso país é o nono no ranking de países mais desiguais”. Ou seja, por mais que as mulheres estejam conquistando uma parcela do mercado, as dificuldades por conta do sexo são maiores.

Mcgowana et al. (2012) constataram em sua pesquisa que, para muitas mulheres, o prazer experimentado no gerenciamento de sua própria empresa resultante da

maior liberdade e flexibilidade é temperado por descontentamento, em função das demandas de tempo entre as necessidades de equilibrar as exigências do negócio e os interesses dos filhos e outros dependentes.

Por conta de uma cultura forte e que foi disseminada no mundo, as mulheres são colocadas no lugar de doadoras, nutridoras. Quando se enfatiza seu altruísmo como sendo uma qualidade feminina forte, as mulheres adotam comportamentos que reproduzem cada vez mais esses papéis, onde as mesmas doam seu tempo e disposição para cuidar de maridos e filhos, e esquecendo de investir em si mesmas e em suas carreiras, criando assim barreiras no mundo do trabalho (MCGOWANA et al., 2012). Por outro lado, também é possível observar que existem mulheres que vêm ganhando o direito de serem reconhecidas não somente pelo trabalho realizado dentro de casa, e sim, pela contribuição dada ao mercado mundial diariamente.

Por séculos as mulheres admitiram uma condição submissa em virtude dos aspectos socioeconômicos e culturais impostos pela sociedade (MIRANDA et al., 2008). Foram controles e contenções na forma de agir, pensar, ser, interagir, e de poder, entre vários fatores, que tornaram a mulher menos favorecidas em relação ao gênero masculino (MIRANDA et al., 2008). A divisão sexual do trabalho também influencia diretamente nas oportunidades de ascensão profissional, e é possível constatar barreiras diárias que as mulheres enfrentam dentro e fora de casa. Recae sobre elas as tarefas domésticas e o cuidado de familiares, ao mesmo tempo que entram no mercado de trabalho, a dupla jornada e a sobrecarga de trabalho ainda continuam impedindo muitas mulheres de entrar nesse mercado. (BARAJAS et al., 2016).

Outro impasse em relação ao processo empreendedor feminino remete à desvantagem encontrada a respeito das fontes dos recursos necessários para a realização desse processo. Muitas empreendedoras, na ausência de recursos próprios para montar seu próprio negócio, acabam se vendo na dependência de suporte financeiro dos maridos, o que pode vir associado à cobranças ou até mesmo ao medo de fracassar. Nessa lógica, a retenção de recursos no mercado é vista como um processo com diversas barreiras: acesso a recursos financeiros, humanos e de capital social. Lockyer e George (2012) destacam em seu estudo sobre as barreiras ao empreendedorismo feminino na Inglaterra, que o risco financeiro foi um dos principais entraves.

Alguns casos de estudo usam uma metodologia específica para explorar personalidades de sucesso nesse âmbito – denominada observação fílmica – que consiste em observar uma figura de sucesso mediante a sua história contada em filme.

Dentro do universo de empreendedoras que superaram os obstáculos e se destacaram no ambiente de negócios está o nome de Joy Mangano. Sua história é contada no filme “Joy: O Nome do Sucesso” e foi o objeto de estudo deste trabalho.

Joy Mangano é um dos nomes mais mencionados na história de empreendedoras de sucesso dos últimos anos. Fundadora da empresa Ingenious Designs, empresa essa que foi responsável pela colocação de várias ideias em prática, alcançando assim número de vendas em grande escala para cada produto lançado, como exemplo temos o famoso Magic Mop, produto que alavancou a carreira de Joy e a fez uma grande empreendedora com recordes de vendas em pouco tempo. Após o sucesso desse produto Joy abriu sua primeira empresa que em 10 anos vendeu mais de R\$ 200 milhões em esfregões mágicos.

O Filme “Joy: O Nome do Sucesso” conta a história de Joy Magnano desde a sua infância, do momento da criação do produto Magic Mop até a sua ascensão. Durante todo o enredo é possível observar obstáculos enfrentados pela personagem para que sua criação seja aceita e vendida, em muitos casos, obstáculos esses decorrentes do gênero. Por esta razão, para o presente estudo foi escolhido o filme “Joy: O Nome do Sucesso” como fonte de informações na observação de seu personagem principal.

Assim, segue-se a busca por responder a seguinte questão da pesquisa: Quais as principais barreiras e estratégias de enfrentamento de Joy Mangano no cenário do empreendedorismo feminino presentes no filme — “*Joy: O Nome do Sucesso*”?

O objetivo geral do trabalho, uma vez elencadas as prerrogativas acima, é identificar as barreiras e estratégias de enfrentamento de Joy Mangano presentes no filme “*Joy: O Nome do Sucesso*”.

Como objetivos específicos o trabalho pretende:

- a) Apresentar as características do contexto de atuação do empreendedorismo feminino no filme — “*Joy: O Nome do Sucesso*”;
- b) Identificar as principais barreiras encontradas pelas empreendedoras no filme — “*Joy: O Nome do Sucesso*”;
- c) Identificar as estratégias de enfrentamento e superação das barreiras utilizadas pelas empreendedoras no filme — “*Joy: O Nome do Sucesso*”.

O documento está dividido em 5 seções. Na Introdução apresenta-se o trabalho de investigação, expondo-se uma breve contextualização e apresentando a problemática vislumbrada, assim como os objetivos geral e específicos. Na seção 2, é realizada uma revisão sobre a área do empreendedorismo, dividido em três tópicos, no

primeiro explora-se seus conceitos, características, e o seu processo, no segundo abrangendo um maior detalhamento sobre o empreendedorismo feminino e no terceiro explorando as barreiras encontradas nesse contexto. A terceira seção demonstra a metodologia usada no trabalho. A quarta seção apresenta e discute os resultados obtidos assim como a análise considerando a proposição do trabalho. Esta seção divide-se em duas partes, sendo: (a) uma análise sobre os resultados obtidos pelas empreendedoras; e (b) uma discussão sobre as barreiras e estratégias de enfrentamento. Por fim, a quinta seção contém as considerações finais, estando seguida dos elementos pós-textuais.

## 2 EMPREENDEDORISMO E O PROCESSO EMPREENDEDOR

Nessa seção se apresenta uma descrição sobre os conceitos de empreendedorismo junto a suas características, citando também o funcionamento e as etapas do processo empreendedor.

### 2.1 Empreendedorismo: evolução do conceito

O vocábulo é derivado da palavra *imprehendere*, do latim, tendo o seu correspondente, “empreender”, surgido na língua portuguesa no século XV (Barreto, 1998, pp. 189-190). A expressão “empreendedor”, segundo o Dicionário Etimológico Nova Fronteira, teria surgido na língua portuguesa no século XVI. Todavia, a expressão “empreendedorismo” foi originada da tradução da expressão *entrepreneurship* da língua inglesa que, por sua vez, é composta da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*. O sufixo *ship* indica posição, grau, relação, estado ou qualidade, tal como, em *friendship* (amizade ou qualidade de ter amigo). O sufixo pode ainda significar uma habilidade ou perícia ou, ainda, uma combinação de todos esses significados como em *leadership* (liderança=perícia ou habilidade de liderar) O termo era usado durante a Idade Média e batizava pessoas que eram encarregadas de plantas de larga escala. (Barreto, 1998, pp. 189-190)

Para Julien (2010), é possível distinguir quatro tipos de empreendedorismo; o que enxerga e cria um mercado novo; o que desenvolve uma empresa nova; o que recupera uma empresa que já existe; e o que trabalha em cima de um mercado atual. De acordo com Julien a criação de uma nova empresa é o arquétipo do empreendedorismo.

Complementando, Rodrigues (2016) informa que o empreendedorismo é classificado como a habilidade de desenfrear atitudes determinadas, dinâmicas e voluntárias inseridas em um ambiente onde o principal objetivo é a mudança, onde o termo inovação possui associação direta ao ato de empreender.

O empreendedorismo pode ser entendido como a arte de fazer acontecer com motivação e criatividade. Reside no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto organizacional ou pessoal, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É ter a pro atividade de resolver as questões que surgem. O empreendedorismo é o estímulo para o indivíduo aproveitar integralmente suas potencialidades intuitivas e

racionais. É a procura pelo autoconhecimento em processo de aprendizado contínuo aceitando novas experiências e novos parâmetros (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Saraiva (2015) afirma que o empreendedorismo corresponde a um conjunto estruturado de aspectos culturais, atitudes, metodologias, mecanismos de estímulo e ambientes que proporcionam a realização de ciclos de sonho, concepção, implementação e aceleração de novas realidades organizacionais, geradoras de valor acrescentado.

Existem diversas definições que o empreendedorismo carrega, embora sua natureza pode ser concentrada em um conjunto de conceitos culturais, ações, metodologias, mecanismos de estímulos e ambientes estruturados em busca de tornar possível a realização de ciclos de sonho, introdução e aceleração de novas práticas organizacionais capazes de gerar valor incorporado (RODRIGUES, 2016).

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o empreendedorismo requer um tipo de ação chamada ação empreendedora, seu início se dá no momento em que um indivíduo empreendedor encontra uma oportunidade lucrativa. A ação empreendedora pode ser decorrente da criação de novos produtos/ processos ou da entrada em novos mercados.

De acordo com Saraiva (2015), o empreendedorismo pauta-se das seguintes características: ousadia sustentável e saudável, com discernimento para lidar com riscos calculados; aguçado sentido de responsabilidade individual e social, seguido de uma capacidade boa na tomada de decisões, mesmo em meio às incertezas; proatividade, misturando competências de planejamento com as de improviso criativo, combinadas com determinação e forte persistência; saber viver em ambientes com constantes mudanças, em tempos de turbulência, passando por imprevisto e mantendo a calma; espírito sonhador e simultaneamente realizador; capacidade de mobilizar pessoas certas em torno de um projeto em comum.

O termo empreendedorismo está relacionado a práticas do indivíduo que proporciona ações ou contempla táticas diferentes com o intuito de progredir e promover serviços, produtos ou quaisquer atividades da organização. Empreender é um ato de determinação, uma escolha pessoal. Empreendedorismo é uma crença e um modo de vida que pode ser aprendido (SOSNOWSKI, 2019).

Barros (2018) enfatiza que em meio a várias definições de empreendedorismo, sempre haverá dois princípios explorados: inovação e criatividade, possuindo variáveis de ambientes, motivação e resultado. Concluindo então que o empreendedorismo é composto de indivíduos que buscam fazer a diferença saindo de sua

zona de conforto e incorporando inovações e mudanças em diversos setores organizacionais.

### ***2.1.1 Características do empreendedor***

Conforme a concepção de Dornelas (2010), o empreendedor possui as seguintes características: capacidade de transformar o ambiente em que se encontra usando sua criatividade, identificação e entusiasmo pelo desenvolvimento do seu negócio, e possui também visão futura para minimização dos riscos e sensibilidade para localizar oportunidades.

Para Faia, Rosa e Machado (2014), a tomada de iniciativa do indivíduo empreendedor é realizada de uma maneira original ou na tentativa de remodelar os recursos encontrados com o objetivo de utilizá-los em uma organização sem vínculos, onde o sucesso não é uma garantia.

A principal característica do empreendedor é sua capacidade de estar em alerta o que o leva a ser o primeiro a detectar oportunidades lucrativas, aproveitando preços, locais e momentos oportunos. Conclui-se também que como resultado de seus vínculos com as redes sociais os empreendedores retêm possibilidades de boas negociações, conseguem identificar oportunidades de parcerias; enxergar novos clientes e mercados; encontrar recursos valiosos e etc. (VALE, 2014).

Segundo Bio (2019), o empreendedor é o indivíduo que é capaz de convencer pessoas, enxergar a capacidade de apreender executando como um atributo a si, possuindo assim competências fundamentais como aperfeiçoar a partir do erro, habilidades com negociação, criatividade e resiliência.

Colaborando com essa caracterização, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) afirmam que o comportamento empreendedor inclui tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos com intuito de transformar recursos e situações e aceitar riscos, incluindo o risco de fracasso. Dentro de uma visão economista, os autores complementam afirmando que o empreendedor é visto como aquele que mescla recursos, trabalho, materiais, inovação e outros ativos, tendo no final uma soma maior do que cada um separado. Já para a visão psicológica, o empreendedor é uma pessoa que é estimulada pela necessidade de conseguir algo, experimentar, realizar etc. (HISRIC; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Dornelas (2008) afirma que o empreendedor é alguém que encontra uma oportunidade e montar um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo com isso riscos

calculados. As seguintes referências às características dos empreendedores são sempre encontradas em qualquer definição de empreendedorismo: paixão e iniciativa para desenvolver um novo negócio; manuseio dos recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico em que se encontra; e alguém que aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Segundo Miranda et al. (2019), é notório que no decorrer da criação do retrato do sujeito empreendedor surja a imensa importância do apoio ao desenvolvimento de competências relacionadas à criatividade, ao “pensar fora da caixa”, a resolução de problemas dentre outras que auxiliam no avanço das atividades empreendedoras.

Para Dornelas (2008), o empreendedor é um excelente identificador de oportunidades pelo motivo de ser um indivíduo curioso e atento a informações, e extrai boas ideias daquilo que todas as pessoas conseguem ver, mas não conseguem identificar uma forma prática de transformá-las em oportunidade. Já os estudos de Rocha e Freitas (2014) revelam que o perfil empreendedor está balizado nas dimensões auto realização, planejador, inovador, assume riscos, líder e sociável.

Ruiz (2019) cita algumas características do empreendedor sendo elas: buscam informações e oportunidade; têm visão e estabelecem metas e são orientados para o resultado; planejam e monitoram sistematicamente; atraem e motivam as pessoas; são bons negociadores e têm bom relacionamento interpessoal; lutam contra padrões impostos, se diferenciado e buscando inovação. São orientados para o futuro; possuem uma grande rede de contato; têm ‘modelos’ que o influenciam; o fracasso é visto como um resultado; apreendem a aprender e têm seus próprios métodos de aprendizagem; têm forte capacidade de envolvimento e foco; têm lado racional bem desenvolvido, sendo bastante calculistas.

Por fim, O empreendedorismo possui um papel essencial no surgimento e crescimento dos negócios, assim como no crescimento no progresso de nações e regiões. Esses resultados em altas proporções podem ter um começo despretensioso, pois as ações empreendedoras se iniciam no momento em que uma chance lucrativa encontra um indivíduo empreendedor (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

## **2.2 Processo Empreendedor**

Segundo Dornelas (2008), o processo empreendedor é norteado por os aspectos, já mencionados, como a iniciativa, a transformação e os riscos assumidos, ou

seja, as premissas do empreendedor, do início ao fim. Para Hisrich (2014), o processo empreendedor nada mais é que um método de busca, onde o objetivo central é descobrir um novo empreendimento utilizando a sede de mercados existentes para lançar produtos novos, redescobrir novos mercados para aproveitar produtos existentes, e/ou a criação de uma nova logística.

De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2014), a estratégia empreendedora retrata a geração e exploração de uma nova entrada baseada na união de ações, reações e decisões, com o intuito de alcançar uma minimização dos custos e maximização dos benefícios dessa inovação. Esta estratégia, por sua vez, se divide em três estágios principais:

a) Geração de uma nova oportunidade de entrada: efeito ampliado da soma entre conhecimento e um pacote de recursos considerados como valioso, raro e de difícil imitação;

b) Exploração de uma nova oportunidade de entrada: resultado inter-relação entre vantagem de custo, rivalidade competitiva reduzida, priorização de canais importantes, posição diferenciada para os clientes e participação gerando conhecimento do produto;

c) Realimentação de informações sobre a geração e a exploração de uma nova entrada: durante a vida útil do produto o empreendedor é capaz de produzir e estudar novas entradas.

Diante disto, pode-se considerar que fatores externos estão profundamente acoplados ao surgimento de novas combinações resultando em exploração de oportunidades, ou seja, a influência de inovações externas estimula tal processo (FERNANDES; SANTOS 2008)

Nota-se então que o processo empreendedor é o resultado de uma sucessão de passos onde o início se dá com o surgimento de uma oportunidade onde há o encontro simultâneo entre indivíduo, ambiente e organização para o entendimento de quão complexo pode ser esse fenômeno (SILVA, 2012).

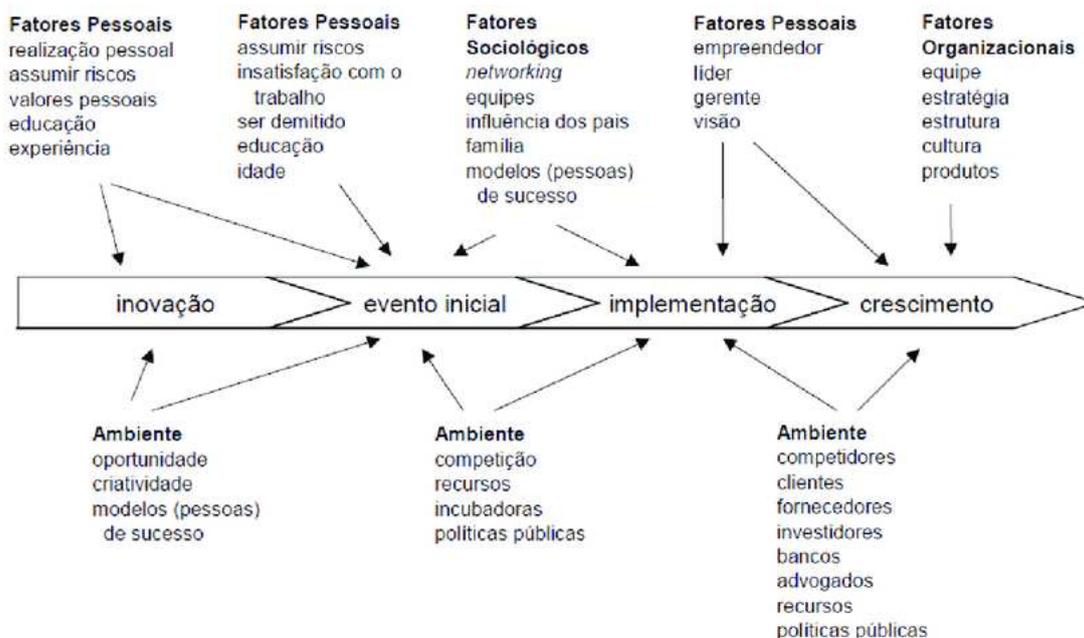
Baron e Shane (2007), afirmam que o processo empreendedor também sofre a influência de diversas variáveis: sociais (economia, políticas governamentais, posições do mercado, etc.), intrapessoais (relacionamento entre empreendedores e outros indivíduos) e individuais (habilidades, objetivos, e processo cognitivo).

Segundo Baron e Shane (2007), é preciso entender o empreendedorismo como um processo que avança ao longo do tempo e se movimenta através de fases

distintas, mas profundamente relacionadas, por meio de uma concordância geral.

O processo empreendedor é definido em quatro fases e cada fase desse processo é caracterizada por desafios diversos (DORNELAS, 2008), conforme Figura 1.

Figura 1-Fatores que influenciam no processo empreendedor



Fonte: Dornelas (2008, p. 25).

A primeira fase é o momento da criação da ideia, identificando como será utilizada, transformando-a em um produto ou serviço. A fase 2 corresponde ao desenvolvimento do plano de negócio, processo importante para determinar o sucesso do empreendimento, já que, as estratégias para o andamento e progresso do futuro negócio serão criadas neste momento, respeitando o contexto e a realidade da obra. A fase 3 consiste em enumerar e obter os recursos necessários, essa fase é consequentemente relacionada a fase anterior, caso o planejamento não seja compreensível e bem arquitetado isso prejudicaria a obtenção de recursos causando a recusa de possíveis investidores. Na fase 4 temos a gerência do negócio, essa fase pode ser considerada como a fase onde os problemas tendem a surgir, pois é nesse estágio que a teoria se torna a prática, algumas vezes o plano desenvolvido dá certo, ou a falta de experiência não permitiu o sucesso das ações planejadas. Dornelas (2008) destaca que, por mais que as fases acima, sejam apresentadas de forma sequencial, não obrigatoriamente as etapas ocorrem nesta ordem.

Como pôde-se observar das ideias depreendidas no decorrer desta seção, o processo empreendedor possui um extenso leque de maneiras de orientar o empreendedor no âmbito de tomada decisões para que essas sejam mais assertivas, seguindo também adequadamente cada etapa para a efetiva implementação de seu negócio

### **2.3 Empreendedorismo Feminino**

O empreendedorismo feminino necessita ser analisado separadamente por duas razões principais. O primeiro motivo é que o empreendedorismo das mulheres recebe, durante a última década, o reconhecimento como uma importante fonte de crescimento econômico ainda não explorado. As mulheres empresárias produzem novos empregos para si e para os outros e, ao serem diversificadas, também fornecem à sociedade soluções diferentes para problemas de gestão, organização e negócios, assim como para a exploração de oportunidades empresariais. No entanto, elas ainda não são a maioria entre os empreendedores (ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT, 2004).

A respeito de gênero no Brasil, as mulheres já correspondem a 51% dos empreendedores iniciais, superando outros países, que apresentam uma supremacia masculina no desenvolvimento de novos empreendimentos. O Brasil e o México, possuem as taxas mais balanceadas de empreendedores entre homens e mulheres responsáveis por novos negócios. Isso mostra que o aumento da participação feminina no mercado de trabalho está refletindo no empreendedorismo. Um ponto positivo para o Brasil, por que as mulheres buscam por mais capacitação e têm mais acesso à informação em comparação com os homens, ajudando assim na construção de empresas mais sólidas e lucrativas (LIMA et al., 2017).

Estudos têm apresentado que existem diversos motivos que levam as mulheres a abrirem empresas: busca por realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional em outras empresas, necessidade de sobrevivência e como maneira de conciliar trabalho e família (MACHADO et al., 2003),

Segundo o Greco et al. (2010), as mulheres investem no empreendedorismo pelo mesmo motivo que os homens, elas almejam o sustento de si mesmas e de suas famílias, aspiram enriquecimento, e independência financeira por conta de suas carreiras bem-sucedidas. A possibilidade de o próprio emprego desperta em muitas mulheres a

expectativa de alcançar objetivos maiores, como o aumento da sua autonomia e independência na tomada de decisões, uma flexibilidade maior de horários e juntamente uma disponibilidade, para gerir de forma mais ágil as responsabilidades profissionais e familiares (GREENE et al., 2007). A justificativa mais aplicada para um indivíduo dar início a criação do seu próprio negócio é a viabilidade de se conciliar trabalho-família, nesse caso, de suma importância e comum aos dois sexos, contudo, no caso das mulheres, torna-se ainda mais necessário, como visto nos tópicos anteriores.

O estímulo do empreendedorismo feminino é essencial, não só para que competitividade possa progredir e melhorar assim também como a inovação mundial, mas também para a contenção e proteção face ao desemprego através do incentivo à criação do próprio emprego/empresa (MARQUES; MOREIRA, 2011).

### ***2.3.1 Barreiras e estratégias no empreendedorismo feminino***

Como já mencionado neste trabalho, com o passar dos anos criou-se uma cultura forte internalizada classificando as mulheres como eternas doadoras e enfatizando o seu altruísmo e o categorizando como uma qualidade exclusivamente feminina, dessa forma muitas mulheres praticam comportamentos que reproduzem essa característica em seus diversos papéis criando assim, segundo o autor, barreiras no ambiente de trabalho. Simião (2003), apresenta algumas atitudes que exemplificam esse comportamento, o ato de vender “fiado” a uma amiga ou fazer retiradas de dinheiro no caixa para ajudar alguém que esteja doente. De acordo com essa cultura essas atitudes são naturais. A mudança desse contexto dependerá de uma transformação na maneira como essas experiências são passadas para o grupo e não somente com treinamento e aplicações técnicas (SIMIÃO, 2003).

Outra barreira apresentada pelo autor se refere a imagem construída de um grupo de mulheres unidas, onde o mesmo esclarece que essa imagem é facilmente substituída por um grupo de mulheres unidas para jogar conversa fora para passar o tempo e com isso acaba por se gerar em algo considerado comercial. O caráter empresarial nas atividades desenvolvidas por essas mulheres é dificilmente reconhecido entre os homens da família, e até mesmo entre as próprias mulheres. Isso está vinculado a estereótipos de que a imagem masculina é responsável pelas tarefas de sustento da casa.

Simião (2003) apresenta uma experiência onde um grupo de mulheres se juntam para montar uma padaria comunitária. Sem a credibilidade de seus maridos, e aquilo que para eles era apenas um passatempo acabou por se tornar um projeto bem-

sucedido. Os maridos tinham a convicção que o espaço feminino não incluía negociações e deveres comerciais, sendo assim o fracasso já era algo certo. Durante a execução do projeto, todos passaram por situações novas, que os fizeram questionar as expectativas em relação ao sucesso do empreendimento e as expectativas geradas sobre cada um. Uma das mulheres foi obrigada a sair do negócio, pois seu marido não aceitava que ela não estivesse em casa no momento de sua volta do trabalho. Após essa situação, criou-se uma reflexão e todo o grupo se colocou contra esse tipo de postura, abrindo espaço para a aceitação dos direitos de cidadã que cada mulher exercia ao realizar suas atividades dentro do projeto, juntamente todos estavam conseguindo ótimos resultados em termos econômicos. Dentro desse estudo algumas mulheres relataram que no início se sentiam incomodadas pelas cantadas que recebiam de alguns fornecedores, as mais novas tinham receio dos comentários que poderia surgir ao entregar pães com o motorista da empresa (SIMIÃO, 2003).

A evidência de que as tarefas domésticas são naturalmente femininas é clara. Mãe e esposa é a figura do cotidiano das mulheres, onde seus maridos acabam por não aceitar participar ou dividir dessas tarefas, que foram fabricadas pela repreensão social do sistema. Surge então a culpa, por parte da sensibilidade de algumas mulheres, por serem ao mesmo tempo mãe e profissional. Essa culpa é gerada por deixarem seus filhos aos cuidados de babás para terem a possibilidade de trabalhar. Porto também escreve que a função mãe e profissional não vêm sem custos, renúncias e esforço, uma grande porcentagem de mulheres teve dificuldades e inúmeras perdas para conciliar os dois lados (PORTO, 2002).

Strobino e Teixeira (2010) ressaltam que o gênero feminino ainda é atrelado ao serviço doméstico, é notável que as mulheres continuem por realizar as tarefas classificadas como particularmente femininas. Seus companheiros ainda se delegam como os responsáveis pelas atividades profissionais e garante por parte da sociedade a concessão para o afastamento total de qualquer tarefa considerada feminina. A dominação por parte dos homens regride o reconhecimento social das mulheres, contribuindo injustamente para a divisão das tarefas tanto no trabalho como nos lares.

Segundo Linehan (2000), outra dificuldade apresentada pelas mulheres empreendedoras se encontra na carência pelo apoio afetivo e social da família, embora o empreendimento esteja atingindo bons resultados a falta ou a deficiência no suporte exigido pelas mesmas pode tornar o ambiente da atividade empreendedora solitário.

A mulher, também, enfrenta dupla jornada de trabalho. Segundo Furlanetto (2001, p. 26):

A mulher que desenvolve atividade fora do lar enfrenta, muitas vezes, dupla ou até tripla jornada de trabalho. Ocupa-se em desempenhar funções profissionais para ajudar o orçamento doméstico e ainda, no seu dia-a-dia, preconceitos de toda ordem: ganhar salário menor que o homem que executa a mesma tarefa, discriminações por ser mulher, a obrigação de estar sempre bonita e pronta para vencer as dificuldades de uma sociedade machista.

Lages (2005) enfatiza que em relação a liberação de microcrédito aplicado a produção, que hoje corrobora para a redução da pobreza, quando colocado para as mulheres o número de obstáculos se torna ainda maior, em consequência as exigências de garantia por parte de algumas empresas financeiras. O modelo econômico qualifica as mulheres como seres em dependência de uma figura masculina e requerem a aceitação de seus companheiros ou familiares do sexo masculino para tal liberação de crédito ocorrer.

Machado (2002) destaca algumas observações referentes a uma análise relacionada a empreendedoras estudadas por ele em um estudo no qual ele enumera algumas dificuldades relacionadas ao alcance do crescimento da empresa: 1) constante busca por equilibrar trabalho e família 2) Sucesso para elas possui uma ligação maior à formação e a presença dos filhos por perto do que o crescimento da empresa 3) A ligação dos projetos pessoais com os da empresa 4) Controle particular frequente de todas as pessoas e atividades da empresa 5) Pouco tempo para si mesma 6) O papel de mãe está sobreposto ao papel de empreendedora 7) Nas fases de crescimento da empresa acabam encontrando dificuldades para obter suporte indispensável 8) Necessidade de agradar as pessoas mais próximas.

No decorrer dessa seção, foi possível captar diversos aspectos acerca dos temas que tratam do empreendedorismo e, de forma particular, da vertente do empreendedorismo feminino. Mencionada vertente, pois, será alvo da pesquisa foco deste trabalho, e suas temáticas serão a base para a análise do filme “Joy: O Nome do Sucesso”, de forma que serão apresentados, na sessão a seguir, os respectivos aspectos metodológicos que conduzirão o alcance dos resultados esperados para esta pesquisa.

### 3 METODOLOGIA

No que diz respeito aos aspectos metodológicos, utilizaram-se métodos qualitativos. Conforme Cooper e Schindler (2016), a pesquisa qualitativa engloba um grupo de técnicas interpretativas onde o foco compreende além da regularidade de determinados fenômenos, também o detalhamento, a explicação, e o estudo do significado. Esse tipo de pesquisa tem como objetivo aprofundar o pesquisador no fato ou evento a ser analisado, com a intenção de agrupar informações que ofereça uma exposição descritiva desses fatos, eventos e até da comunicação entre pessoas, proporcionando clareza e uma descrição maior.

O método de coleta de dados utilizado foi a pesquisa documental, baseada em análise fílmica. Segundo Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa documental pode ocorrer no momento da realização do fato ou posterior a ele, dentro desse método temos uma particularidade de que a fonte de coleta de dados está limitada a documentos, escritos ou não. As fontes secundárias pertencem a categorização da pesquisa documental, nesse caso, a fonte secundária considerada é o filme “*Joy: O Nome do Sucesso*”.

A coleta de dados foi realizada a partir de análises das cenas extraídas do filme, onde será possível observar as características do empreendedorismo, o seu processo e as dificuldades e obstáculos enfrentados pela protagonista na busca da criação e divulgação do seu produto.

A pesquisa se baseou no filme “*Joy: O Nome do Sucesso*”, que tem como personagem principal Joy, mãe solteira que sempre teve tendência a criação de produtos inovadores e descobre em um passeio de barco uma maneira de criar um novo utensílio para limpeza. Seu principal desafio é conseguir recursos para a montagem e venda dos produtos em uma sociedade sem credibilidade com as mulheres. Essa empreitada apresenta vários acontecimentos onde é possível identificar obstáculos que as mulheres enfrentam no âmbito empresarial e familiar na tentativa de inovar.

A análise de filmes, de acordo com Penafria (2009), tem como objetivo:

[...] explicar/esclarecer o funcionamento de um determinado filme e propor-lhe uma interpretação. Trata-se, acima de tudo, de uma atividade que separa, que desune elementos. E após a identificação desses elementos é necessário perceber a articulação entre os mesmos. Trata-se de fazer uma reconstrução para perceber de que modo esses elementos foram associados num determinado filme. Não se trata de construir um outro filme, é necessário voltar ao filme tendo em conta a ligação entre os elementos encontrados. (PENAFRIA, 2009, p. 1-2)

A fim de conduzir o processo de análise do presente trabalho, foi utilizado o guia proposto por Machado *et al.* (2012) bem como as etapas da análise fílmica sustentadas por Penafria (2009): Realizou-se, primeiramente, um estudo geral da narrativa, em seguida a decomposição da mesma, respeitando a trama e ordem lógica do filme. O mesmo foi separado por cenas, descrevendo-as e determinando as características do perfil empreendedor identificadas nos personagens foco com base no que foi apresentado no referencial teórico. Após a análise da narrativa, foi realizada uma discussão dos resultados, estabelecidas relações e interpretações das cenas decompostas, dos personagens e das respectivas ações geradas de acordo com a sequência do filme, o que está contido na próxima seção.

## 4 ANÁLISES DE DADOS

Esta seção apresenta a contextualização do filme “*Joy: O Nome do Sucesso*”, além da análise das cenas onde estão identificados conceitos abordados no referencial teórico a partir de escolhas de categorias de análise.

### 4.1 Resumo do Filme

O filme relata a história de Joy Mangano, uma mãe solteira que vive em Nova York com os dois filhos, a mãe depressiva, a avó e o ex-marido em um lar que ficou partido após a saída do pai. Desde então, Joy trabalha como funcionária de reservas para a Eastern Airlines e toma conta de tudo. Joy possui uma meia-irmã mais velha chamada Peggy que sempre a humilha na frente de seus filhos por seu casamento falido. Sua mãe passa o dia todo deitada na cama assistindo novelas como um meio de escapar de sua vida, deixando Joy para dirigir a casa. Somente a avó de Joy e sua melhor amiga Jackie a encorajam a perseguir suas ambições e se tornar uma mulher forte e bem-sucedida. E quando seu pai retorna com uma nova namorada ela resolve reinvestir em si mesma.

Em um belo dia Trudy, a nova namorada de seu pai, convida a todos para um passeio em seu barco. Durante o passeio, Joy e sua família deixam cair seus copos de vinho tinto, e ela tenta esfregar a bagunça. Ao fazê-lo, Joy corta suas mãos sobre o vidro quebrado enquanto torce o esfregão. Joy retorna para casa e cria planos para um esfregão autolimpante.

Joy então decide criar um protótipo e para isso utiliza a ajuda dos funcionários da loja de seu pai e convence a atual namorada de seu pai a investir na criação de seu produto.

Após o desenvolvimento do produto, Joy passa por várias dificuldades, como o não apoio da família no negócio, o alto valor a ser pago para ter a oportunidade de lançamento, então chega o momento em que conhece o executivo Neil Walker da QVC que lhe dá a oportunidade de apresentar seu produto nos comerciais. No primeiro momento o objetivo não é alcançado, após a segunda tentativa o sucesso chega.

O filme mostra ainda o desenvolvimento de Joy como empresária. É possível destacar que, por ser mulher várias decisões são questionadas e até mesmo desobedecidas causando prejuízos graves a sua empresa. Destaca-se também a facilidade que o universo masculino acredita que as mulheres são fáceis em serem manobradas e fáceis de serem

enganadas. É nesse contexto que Joy, ao final quebra esse paradigma ao arquitetar um plano para que seu produto possa continuar sendo fabricado por ela.

#### 4.2 Análise das Características Empreendedoras

O filme “Joy – O nome do sucesso” apresenta, dentre tantos personagens, a personagem principal, a qual foi foco para a análise presente neste estudo. Conforme explanado anteriormente, o filme foi baseado na trajetória de Joy Mangano, a principal responsável pela concepção e lançamento do produto Magic Mop, que hoje se faz presente em toda a rede de produtos domésticos e revolucionou na época a forma de limpeza das casas, faturando uma significativa receita. É um claro exemplo de empreendedorismo executado de forma bem-sucedida.

O filme, apesar de tratar do sucesso e da criação desse produto em meio a controversas circunstâncias que acarretaram uma série de obstáculos e fracassos na trajetória da personagem, dá importantes e relevantes lições de empreendedorismo. Destacam-se, destarte, a coragem para inovar, o talento de executar uma ideia e transformá-la em realidade, a motivação, o foco e persistência em não desistir de um projeto apesar das dificuldades eventuais, a vontade de crescer e ter uma criação sua bem-sucedida.

A seguir está o Quadro que relaciona as características empreendedoras com estudiosos do tema apresentados no referencial teórico, possibilitando a avaliação das cenas que caracterizam os meios informacionais. As características empreendedoras apresentadas nessa pesquisa e que são identificadas no filme:

**Quadro 1:** Características empreendedoras por autor.

CARACTERÍSTICAS	AUTORES
Competência de aperfeiçoar a partir do erro.	Bio, 2019
Tomar iniciativa, organizando mecanismos com objetivo de transformar recursos e situações aceitando o risco.	Hisrich, Peters e Shepherd, 2009
Lutar contra padrões impostos e tem forte capacidade de envolvimento e foco.	Ruiz, 2019
Capacidade de transformar o ambiente em que se encontra usando sua criatividade.	Dornelas, 2010
Criatividade de “pensar fora da caixa”	Miranda, 2019
Assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.	Dornelas, 2008
Capacidade de estar em alerta e detectar oportunidades lucrativas.	Vale, 2014

Fonte: Elaborado pela autora.

O filme também nos apresenta a história da personagem desde de sua infância, o permiti entender que algumas das características essenciais do

empreendedorismo poderiam ter sido desenvolvidas bem antes do momento em que elas surgiram. Os eventos que decorreram em sua vida apresentados no filme, indicam que essas características foram reprimidas e a personagem por muito tempo optou por seguir outros caminhos, aceitando aquilo que o mundo a ofertava dividir. Já na vida adulta, Joy já se encontra dona de suas decisões e capaz de escolher não mais reprimi-las.

Como forma de sumarizar os dados apresentados e viabilizar a facilidade no entendimento dos resultados alcançados por meio da metodologia do estudo observacional através da análise filmica, o Quadro 2 sintetiza o trecho das cenas referenciadas pelo momento em que foi percebida a ocorrência de cada uma das características de perfil de empreendedor identificadas em Joy Mangano, conforme observa-se:

**Quadro 2:** Cenas selecionadas para a análise das características.

CENA	TEMPO DE CENA
1- A origem da ideia principal	29m:24s até 30m:24s
2- A ideia da criação se tornando real	38m:06s até 42m:41s
3- A venda da ideia	48m:17s até 01:01m:14s
4- O primeiro grande fracasso da ideia	01:08m:37s até 01:14m:28s
5- A reviravolta	01:14m:38s até 01:23m:20s
6- Assumindo os riscos	01:25m:25s até 01:49m:17s
7- A consolidação do sucesso	01:49m:17s até 01:53m:30s

Fonte: Elaborado pela autora.

Na Cena 1, ocorre um passeio em um veleiro onde a família está tomando vinho tinto em taças de vidro, por conta do balanço do barco Joy perde o equilíbrio e derruba as taças no chão as fazendo quebrar e sujar o convés. Truddy, atual namorada de seu pai, já havia informado que vinho poderia manchar o chão, então imediatamente Joy pega um esfregão e começa a limpar utilizando as próprias mãos para o torcer, com isso cacos de vidro as penetram e as fazem sangrar. Ao chegar em casa sua vó tenta ajudar a retirar os cacos e ao olhar para o erro de ter se cortado tentando limpar a sujeira, Joy se levanta e começa a falar consigo mesma, gesticulando e imaginando alguma coisa, sua vó imediatamente afirmar que ela está tendo uma ideia e todos ao redor a aguardam concluir seus pensamentos.

Na manhã seguinte Joy usa os lápis de cera e papéis da sua filha para desenhar sua nova ideia, utilizando também os fios de cabelos das bonecas para fazer um simples protótipo, aplicando assim o conceito de Bio (2019) sobre o empreendedorismo ser a competência de aperfeiçoar algo a parti do erro.

Na cena 2, Joy vai até a oficina de seu pai para uma reunião com Truddy para lhe mostrar a ideia de seu esfregão de uma forma mais nítida, sendo assim. Na ocasião, pede ajuda aos trabalhadores da oficina para construir o cabo e ajuda a sua amiga para enrolar os fios de algodão e apresentar o protótipo real para que Truddy e seu pai pudessem visualizar no que poderia ser transformado o seu esfregão.

Durante a reunião Truddy enfatiza que seu marido passou 50 anos para construir o patrimônio e para qualquer investimento a pessoa precisaria responder 4 perguntas, as três primeiras são basicamente sobre a vida no colegial de Joy e como o a sua vida se transformou em vários casos de fracassos e que esse investimento também poderia ser um fracasso. Imediatamente sua irmã Peggy a interrompe e afirma que esse seria um investimento com um risco financeiro grande e de total negligência. Em nenhum momento Joy se abala e aceita responder a última pergunta. Truddy então relata uma situação e questiona se Joy está preparada para enfrentar os concorrentes do mercado e Joy mais uma vez afirmar que pegaria uma arma se preciso fosse.

Nesse momento pode se observar o que Hisrich, Peters e Shepherd (2009) explanaram sobre determinação empreendedora em seus estudos, Joy estava determinada em começar o investimento, tomou a iniciativa necessária, usou os mecanismos a favor da montagem de seu produto para a apresentação do mesmo e com a certeza que estaria disposta a enfrentar qualquer risco para que obtivesse o sucesso de sua realização.

Na cena 3, os esfregões já estão prontos com as peças compradas por Truddy, Joy agora precisa começar a vendê-los, ela vai em lojas, e mercantis e explica os benefícios que é possível alcançar com os novos esfregões, mas recebe vários não e a conselhos de ir para casa e cuidar da sua família, que isso é só mais uma ideia.

Joy tenta vendê-los em um estacionamento de supermercado, até chama atenção, mas as mulheres se negam a pagar o valor cobrado ou sequer experimentarem algo novo. Os seguranças notam a movimentação e expulsam Joy, sua filha e sua melhor amiga.

Percebe-se a dificuldade para se apresentar algo diferente do habitual, por mais prático que aparentar ser. As próprias donas de casas não querem sair do costume para conhecer e tentar usar o que seria um esfregão com vários benefícios para elas mesmas. Ruiz (2019) apresentou que o empreendedor luta exatamente contra padrões impostos, ou seja, as donas de casa naquele momento estavam sendo limitadas em decorrência do que a sociedade naquela época empunhava sobre a limpeza de suas residências e não estavam dispostas a ir contra o padrão de então.

No final do dia seu ex-marido diz ter uma nova tentativa com um colega que trabalhou e agora é um grande varejista chamado Marv Brickamn, Joy concorda e na manhã seguinte tentam uma reunião, que não acontece com Marv, mas sim com Neil o diretor do canal Kmart, Neil encontra o casal na recepção esperando e Mark explica o objetivo da vinda deles até ali, Neil dá uma chance de Joy explicar qual seu produto, e com a apresentação não saindo como planejado Joy implora uma última chance e convence Neil, e consegue um pedido de 50 mil esfregões feito pelo próprio Neil. A situação descrita se relaciona com o que Ruiz (2019) apresentou: o foco e o envolvimento são essenciais para um empreendedor, e Joy não perde qualquer chance de mudar esses padrões, seu envolvimento e foco no seu objetivo fazem possível essa conquista.

Na Cena 4, a família se reúne para assistir o primeiro comercial do produto de Joy. Todos empolgados com as possíveis vendas prometidas. O comercial se inicia com Todd tentando apresentar o produto, ele acaba se atrapalhando na apresentação e não consegue explicar como funciona o esfregão e nenhum dos seus benefícios, conseqüentemente não há nenhuma ligação e nenhuma venda. Após o comercial Neill liga para Joy e informar que o produto não foi aceito pelos telespectadores. Joy não aceita o resultado imposto por Neill. Usando sua criatividade ela determina que quem deve apresentar o produto é ela e não qualquer outro vendedor. Por fim Neill aceita e a chama aos estúdios.

Ao chegar no estúdio Neill pede para mudarem o cabelo e a vestimenta de Joy, causando uma transformação na imagem da personagem, ao final da produção Joy pede para alterar um pequena coisa e ao sair novamente do quarto ela se encontra com a mesma roupa que chegou e com o cabelo solto. A justificativa dela é que precisa apresentar o produto sendo ela mesma, ou seja, nesse momento Joy alcança o feito de apresentar o seu próprio produto em um canal que jamais havia permitido qualquer pessoa que não fosse vendedora subir ao palco e usando roupas simples e sem glamour. Através de sua criatividade inovadora uma mulher consegue transformar todo um ambiente com o objetivo de vender sua ideia, seguindo assim exatamente o que Dornelas (2010) ensina sobre o empreendedor precisar ter como características a criatividade para realizar as transformações necessárias no ambiente em que se encontra em prol do seu empreendimento.

Na Cena 5, o estúdio está pronto para começar o primeiro comercial apresentando por alguém fora do quadro de vendedores. Ao entrar no Joy fica muito nervosa e não consegue repassar as informações combinadas, é então que Jackie faz uma

ligação ao vivo e pergunta como funciona o esfregão. Joy então começa a dominar a situação em que se encontra e descrever todos os benefícios que seu produto traz. A partir daí os números de vendas começam a subir e a cada novo comercial Joy usa suas experiências passadas para conseguir mais compradores.

Miranda *et al.* (2019) citaram que é de extrema importância durante o desenvolvimento do empreendedor surgir a competência de pensar “fora da caixa” para resolução de problemas. Percebe-se em Joy uma mulher que não se limita a padrões conservadores, e sua constância em pensar “fora da caixa” a cada comercial no canal faz com que ela alcance recorde em vendas, driblando assim o mal desempenho inicial e fazendo dela um verdadeiro sucesso.

Na cena 6, todos estão no velório da vó de Joy a Mimi, quando seu pai a informa que seus fornecedores estão cobrando preços mais altos para a fabricação das peças e que foi enviado um representante para falar com Gerhardt e negociar os aumentos dos valores por unidade. Peggy relata que precisou pagar valores que estavam em atraso para que o aumento fosse um pouco menor do que Gerhardt estava pedindo, valores esses que Joy não permitiu que fossem pagos no início da operação por acreditar serem cobranças erradas de uma produção malfeita. O pai tenta intervir, mas as duas irmãs discutem sobre as decisões tomadas de forma equivocada por Peggy. Joy decide ela mesma ir visitar a fábrica onde Gerhardt está fabricando as peças.

A fábrica fica na Califórnia, Gerhardt explica que seu chefe mora no Texas, o senhor Derek Markham atual dono da Fabric Pac, e que os preços são decididos por ele. Joy insiste em que não será possível pagar mais nada além dos adiantamentos e dos royalties já pagos a Derek. Joy pede para ver os moldes e quando Gerhardt diz não ser possível, ela vai ao banheiro onde encontra uma porta que tem a saída dentro da sala de produção, ao sair pela porta ela encontra os projetos de seu produto sendo a patente da Fabric Pac, Joy tenta levar o projeto e seus moldes, mas a polícia chega e a prende.

A família vai ao encontro de Joy e paga a fiança para sua soltura, Rudy explica que houve muitos gastos, o advogado de Truddy informar que é impossível lutar judicialmente contra a atual patente do esfregão que a Fabric Pac possui, a única solução seria a declaração de falência de seu negócio para amenizar as dívidas. Joy se vê em um momento difícil, sem saída e assina o documento de falência.

No dia seguinte, Joy marca um encontro às escondidas com o suposto Derek Markham em um hotel no Texas e conta que ligou para o suposto homem que havia criado um esfregão igual ao dela, sendo isso um dos motivos dos pagamentos de royalties a

Derek, e descobre que não há semelhanças entre os produtos e que Derek cometeu fraude, com essa jogada ela consegue a devolução dos valores pagos de forma indevida com acréscimo de juros. Podemos observar nessa situação que a personagem demonstra exatamente o que Dornelas (2008) considera como uma aptidão do empreendedor, um indivíduo que esteja disposto a assumir os riscos e aceite a possibilidade do fracasso, Joy estava correndo inúmeros riscos ao confrontar o seu adversário de forma direta sem ao menos saber quem realmente ele era, podendo até mesmo ser presa novamente, o fracasso nesse caso poderia ser algo considerado certo.

Na cena 7, Mimi finaliza a narração da história de Joy contado quão bem-sucedida ela foi, apesar da família ter por inúmeras vezes a forçado investir em ideias fracassadas. Joy se encontra em seu escritório fazendo o que ela mais sabe fazer, descobrindo ideias de sucesso, e as tornando um verdadeiro sucesso de vendas e de extrema lucratividade. Apresentando mais uma vez a peculiaridade que Vale (2014) considerou como essencial para o indivíduo empreendedor, sua capacidade de estar em alerta o que o leva a ser o primeiro a detectar oportunidades lucrativas, aproveitando preços, locais e momentos oportunos.

**Quadro 3:** A relação entre as cenas selecionadas e a características identificadas em cada uma.

CENA	CARACTERÍSTICA IDENTIFICADA
1- A origem da ideia principal	Competência de aperfeiçoar a partir do erro.
2- A ideia da criação se tornando real	Tomar iniciativa, organizando mecanismos com objetivo de transformar recursos e situações aceitando o risco.
3- A venda da ideia	Lutar contra padrões impostos e tem forte capacidade de envolvimento e foco.
4- O primeiro grande fracasso da ideia	Capacidade de transformar o ambiente em que se encontra usando sua criatividade.
5- A reviravolta	Criatividade de “pensar fora da caixa”
6- Assumindo os riscos	Assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.
7- A consolidação do sucesso	Capacidade de estar em alerta e detectar oportunidades lucrativas.

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme observa-se no Quadro 3, ao analisarem-se as características empreendedoras depreendidas do personagem, é notável que Joy Mangano possui um perfil empreendedor expressivo, à medida que demonstrou, em pelo menos um momento do filme, cada uma das características propostas.

### 4.3 Análise das Barreiras ao Empreendedorismo

Na seção anterior, foi possível encontrar várias características que classificam Joy como sendo um empreendedora. Nesta seção, buscou-se analisar as barreiras encontradas por mulheres no âmbito empreendedor que foram apresentadas nessa pesquisa e identificadas no filme:

**Quadro 4:** Barreiras encontradas por mulheres no âmbito empreendedor.

<b>BARREIRA</b>	<b>AUTOR</b>
Cultura fortemente internalizada do altruísmo feminino e da eterna doação de si para os outros.	Simião, 2003
Carência pelo apoio afetivo e social da família.	Linehan, 2000
As dificuldades de conciliar as funções mãe e profissional para o mundo.	Porto, 2002
Dupla Jornada.	Furlanetto, 2001

Fonte: Elaborado pela autora.

As características identificadas na personagem de acordo com o estudo foram apresentadas por Joy, na maioria das vezes, em situações não favoráveis para a mesma, ou seja, em cada cena destacada no filme onde se manifestou as características que foram relevantes na análise, Joy estava em conflito com a família ou com o ex-marido, ou com seus investidores ou até mesmo fornecedores. Até mesmo para a própria personagem se apresentar dentro do seu contexto como empreendedora, foi necessário ela estabelecer estratégias de enfrentamento a partir desse ponto.

O filme aborda várias situações, não só as relacionadas ao desenvolvimento da ideia, mas também como a mente da personagem se encontra no momento em que a criação do produto em destaque acontece, ou seja, assistimos todo o desenvolvimento dela como mulher, mãe e filha, com o intuito de entender o porquê de seus relacionamentos influenciarem no amadurecimento do seu perfil empreendedor. Joy poderia ter se destacado como empreendedora muito antes do ponto inicial de sua criação de sucesso, mas pelos trechos recortados e exibidos no início do filme, compreende-se que não existia lugar para um perfil de empreendedora na vida de Joy até ela mesma tomar a decisão que poderia existir.

Com o intuito de apresentar de forma mais clara as barreiras vivenciadas pela personagem encontradas na análise do filme foi elaborado um quadro especificando as cenas onde Joy enfrentou cada barreira e estabeleceu suas estratégias de enfrentamento, conforme observa-se:

**Quadro 5:** Cenas selecionadas para a análise das barreiras.

<b>NÚMERO DE CENA</b>	<b>TEMPO DE CENA</b>
1 – Joy uma eterna doadora de si	06m:02s até 06m:40s
2 – A conduta altruísta de Joy	33m:42s até 34m:57s
3 – A necessidade do apoio afetivo	38m:54s até 39m:30s
4 – A intromissão da família	44m:13s até 45m:42s
5 – A dificuldade entre ser mãe e empresária	49m:13s até 54m:13s

Fonte: Elaborada pela autora.

Na cena 1 Joy mostra a sua mãe uma coleira que inventou quando era mais nova e que sua mãe nunca deu atenção a suas invenções, e que outra empresa conseguiu o direito sobre a ideia, sua mãe justifica que não sabia como conseguir um advogado e que Joy inventava muitas coisas para ela se lembra de tudo. Simião (2003) trouxe em seus estudos exatamente essa mesma situação sendo recorrente quando a figura feminina confronta a cultura existente de que as mulheres precisam sempre se doar para outros, esquecendo de colocar seus interesses em primeiro lugar, e quando existe a tentativa de algo novo, imediatamente os indivíduos ao seu redor não lhe dão crédito necessário para investir no que até mesmo poderia mudar suas vidas.

Na cena 2 Rudy e Tony estão ao lado de Joy no sofá quando ela acorda e está determinada a tomar algumas decisões e uma delas é pedir uma reunião com Truddy no escritório de seu pai, Rudy automaticamente responde que ainda está conhecendo sua namorada e que não seria viável, Joy o confronta mencionado todas as vezes que escolheu ele e não a si mesma. Joy não foi para faculdade para ajudar os pais no divórcio, fazendo com que ela não construísse uma carreira, seu pai sempre voltava a morar em sua casa e Joy precisava trabalhar dobrado para conseguir sustentar a casa, ou seja, nunca tinha tempo de pensar ou investir nas suas inúmeras invenções. É notável que a vida inteira de Joy foi dedicada aos pais, aos filhos e ao ex-marido a impossibilitando de entrar no mercado como uma empreendedora e não apenas sendo uma funcionária em um emprego qualquer, exemplificando novamente o que Simião (2003) cita que a forte conduta altruísta é categorizada como uma qualidade exclusivamente feminina, sendo assim muitas mulheres praticam comportamentos que reproduzem essa característica em seus diversos papéis criando assim barreiras no seu desenvolvimento dentro do ambiente de trabalho

Na cena 3 uma segunda reunião marcada com Truddy acontece para a primeira apresentação do esfregão e nesse momento quase toda a família está presente.

Linehan (2000) nos traz exatamente a explicação para esse evento, as mulheres possuem a carência do apoio afetivo e social da família, existe uma necessidade em Joy da aprovação de todos, do acolhimento por eles em relação a sua ideia.

Na cena 4 ocorre outra reunião para decidir como iniciar o empreendimento e novamente os membros da família estão presentes, analisando o contexto a decisão deveria ser entre Joy, a inventora, e Truddy, a investidora, mas Tony o ex-marido também opina sobre qual o melhor caminho a se tomar, Peggy a meia-irmã também está presente assistindo toda a reunião e Rudy acompanha toda a negociação, mais uma vez a família como um todo precisa concordar e não apenas as opiniões de Joy são ouvidas, o resultado dessa intromissão família é visto no final do filme quando se descobre que a instrução dada nessa reunião é totalmente errada e prejudica completamente o empreendimento, sendo a única solução visível o pedido de falência. Sendo assim, exemplificando novamente o que Linehan (2000) nos trouxe, a constante necessidade de Joy em ter um apoio afetivo e social de sua família.

Na cena 5 a filha de Joy está junto com a mãe e Jackie na tentativa de vender os esfregões no estacionamento de uma loja, Tony as encontra junto com uma acompanhante ao seu lado, nesse momento a e a polícia chega para expulsá-las e leva suas mercadorias, a filhinha deles começa a chorar vendo toda a situação, até mesmo a mulher que estava com seu ex-marido comenta para Joy que deve ser constrangedor para sua filha ver a mãe passar por uma situação humilhante como aquela e questiona que tipo de mãe ela está sendo. Analisamos nessa cena o que Porto (2002) aborda, o sentimento de culpa, por parte da sensibilidade de algumas mulheres, por serem ao mesmo tempo mãe e profissional.

No final do dia Joy chora e conversar com sua vó quão difícil está sendo ter esperança. Toda essa situação confirma o que Porto (2002) explica, que para muitas mulheres conciliar os dois papéis é uma grande dificuldade, Joy não alcançou um bom desempenho de vendas do seu produto e ao mesmo tempo tenta demonstrar ser uma mãe presente para os dois filhos, tudo isso só a desanima e a faz querer desistir de lutar tanto por aquilo que ela sonhou, talvez fosse mais fácil voltar a ser apenas uma empregada qualquer. E essa é uma discussão que muitas mulheres tem durante seu processo empreendedor, o questionamento para si mesma se vale a pena todo o custo físico e estrutural, se o resultado esperado será tão satisfatório quanto as renúncias, ao tentar conciliar os dois papéis, são causadas nesse intervalo.

Nesse mesmo contexto aplicamos o que Furlanetto (2001) menciona em sua

tese sobre a dupla jornada. Dentro da cena 5 Joy chegando em casa ainda precisa resolver a conta do telefone que está atrasada, os sintomas de uma doença que seus filhos estão começando a apresentar, mesmo tendo passado o dia na tentativa de vender seu produto, ela ainda precisa continuar o trabalho de mãe durante a noite. Essa é uma cena muito presente em lares de mulheres que trabalham fora de casa, a função é diferente ao chegar do serviço, mas o trabalho, a busca pelo desempenho ideal continua, agora como mãe e esposa.

**Quadro 6:** Relações entre as barreiras e as estratégias de enfrentamento.

<b>CENA</b>	<b>BARREIRA</b>	<b>ESTRATÉGIA DE ENFRENTAMENTO</b>
1 – Joy uma eterna doadora de si.	Cultura fortemente internalizada do altruísmo feminino e da eterna doação de si para os outros.	Joy nunca parou de usar seu dom e continuava a inventar.
2 – A conduta altruísta de Joy.	Cultura fortemente internalizada do altruísmo feminino e da eterna doação de si para os outros.	Joy menciona tudo que teve que sacrificar para sempre está ao lado de seu pai, fazendo com que ele aceite então, marcar uma reunião com sua atual namorada.
3 – A necessidade do apoio afetivo.	Carência pelo apoio afetivo e social da família.	Todos parecem não acreditar na ideia de Joy, mas isso não a impede de insistir que o investimento em seu produto aconteça e é essa determinação e firmeza que convence Trudy a emprestar seu dinheiro para o início da produção de sua invenção que será organizada por Joy.
4 – A intromissão da família.	Carência pelo apoio afetivo e social da família.	Joy tenta escutar a todos, mesmo com muitas opiniões diferentes, ela permanece firme na sua decisão e escolhe o que parece ser a melhor opção.
5 – A dificuldade entre ser mãe e empresária.	As dificuldades de conciliar as funções mãe e profissional para o mundo; Dupla Jornada.	Nessas cenas, Joy poderia simplesmente abandonar seu sonho e voltar a ser apenas a mãe que seus filhos precisavam naquele momento, mas ela usa todas essas dificuldades para se tornar mais forte e logo após aquele dia, ela reuni todas as suas forças e mais uma vez ela insistiu que sua criação pode ser única e diferente de tudo aquilo que o mundo conhecia e usando sua habilidade de apresentar seu produto como ninguém, ela consegue a chance da sua vida, e foi daquele momento em diante, que Joy mudou a sua vida e iniciava a caminhada para ser uma das empreendedoras mais bem sucedidas do seu país.

Fonte: Elaborada pela autora.

De forma geral, foi possível perceber que de acordo com o quadro 6, aonde relacionamos em cada cena destacada a vivência da personagem com as barreiras já mencionadas nessa seção, que Joy pode não ter enfrentado todas as barreiras existentes no estudo, mas as que foram possíveis serem notadas impactou de forma significativas no seu desenvolvimento como empreendedora, contribuindo até para uma possível desistência de sua carreira.

## 5 CONCLUSÃO

Este trabalho apresentou as relações existentes entre o empreendedorismo e o sexo feminino de forma prática e vivencial. As características principais de uma empreendedora são contempladas no decorrer do filme *Joy: O Nome do Sucesso*, onde Joy, com poucas oportunidades e poucos recursos, vivendo dentro de um ambiente desfavorável, desempenha a missão de desenvolver sua ideia e fazer dela um sucesso.

Através dos resultados que foram obtidos, acredita-se que o objetivo geral foi alcançado, por que foram cumpridos os objetivos específicos, contribuindo para o enriquecimento do estudo do empreendedorismo.

O primeiro objetivo específico, identificar as principais características empreendedoras presentes na personagem principal do filme “*Joy: O Nome do Sucesso*” foi atingido conforme a personagem de Joy Mangano apresentou as seguintes características do perfil de empreendedor estudadas no decorrer do referencial teórico: ter competência de aperfeiçoar algo a partir do erro (BIO, 2019), ser capaz de tomar iniciativa, organizando mecanismos com objetivo de transformar recursos e situações aceitando o risco (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009), lutar contra padrões impostos e ter forte capacidade de envolvimento e foco (RUIZ, 2019), ter a capacidade de transformar o ambiente em que se encontra usando sua criatividade (DORNELAS, 2010), possuir a criatividade de “pensar fora da caixa” (MIRANDA, 2019), não ter medo de assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar (DORNELAS, 2008), e ter a capacidade de estar em alerta e detectando oportunidades lucrativas (VALE, 2014).

O segundo objetivo específico deste estudo, o de identificar as principais barreiras encontradas pelas empreendedoras no filme, foi alcançado na seção de discussão dos resultados, de modo que se identificou na jornada de Joy situações que acontecem especificamente em um cenário onde o empreendedor é uma mulher. Essas ocasiões geram um grau de dificuldade maior para trilhar o caminho do empreendedorismo como a dupla jornada que Joy foi obrigada a enfrentar pelo fato de não ser possível, em muitos casos, escolher entre ser mãe ou empresária, a necessidade do apoio familiar em decisões específicas, e a difícil tarefa de mostrar ao mundo que a mulher não tem que ser vista como um ser altruísta e renega suas próprias habilidades para que os outros aos seu redor estejam satisfeitos.

O terceiro e último objetivo desta pesquisa, de identificar as estratégias de enfrentamento e superação das barreiras pelas empreendedoras do filme, foi alcançado através das respostas por meio de ações realizadas por Joy a cada dificuldade enfrentada pela mesma. O foco em ser um sucesso levou Joy a não desistir em decorrência de nenhuma adversidade que surgia de surpresa, como nas mudanças do programa que ela realizou para vender seu produto, nas exigências de investimento de sua ideia, na busca de oportunidade de apresentar seu produto as pessoas, na armação de retomar sua patente perdida e ser ressarcida dos juros cobrados de forma indevida da sua empresa.

Diante do exposto, considera-se, portanto, que o questionamento de pesquisa “quais as principais barreiras e estratégias de enfrentamento de Joy Mangano no cenário do empreendedorismo feminino presentes no filme *“Joy: O Nome do Sucesso”*?” foi respondido, e conclui-se que a personagem apresentou estratégias de enfrentamento eficazes que a levaram ao sucesso decorrente de suas ideias inovadoras.

Entende-se que o presente estudo trouxe como contribuição um maior entendimento sobre empreendedorismo feminino, suas principais particularidades e como, de modo geral, pode ser designado o perfil e as atitudes de empreendedores que, dentro do contexto social feminino, resultam em grandes ideias sendo, portanto, uma prática viável e bem-sucedida quando estruturada em concordância com os atributos necessários à sua efetividade. Além disto, o estudo observacional de narrativa fílmica proporcionou a compreensão dos conceitos apresentados no referencial teórico, de maneira que através de exemplos reais o entendimento das práticas se torna mais claro.

Como limitações, pode-se considerar que o tema empreendedorismo feminino não é fortemente mencionado por muitos autores, tornando assim a pesquisa mais sucinta em alguns aspectos. Tendo em vista que a narrativa utilizada se baseou no contexto do gênero feminino, sugere-se que mais análises sejam feitas sob essa perspectiva.

Por fim, para estudos futuros sobre empreendedorismo, sugere-se a análise das características de perfil empreendedor feminino em outros aspectos, com liderança feminina, também baseadas em histórias reais, mas que possam evidenciar o comportamento e as características no contexto brasileiro, além de analisar mais de um filme no mesmo estudo, com a finalidade de ter um campo observacional maior.

Diante da relevância da temática do empreendedorismo, o presente estudo é relevante por poder inspirar outras mulheres a buscar empreender e obter sucesso nos negócios mesmo cientes de que as dificuldades serão inevitáveis.

## REFERÊNCIAS

- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-13, 2012. Disponível em: <<http://www.uniesp.edu.br/sites/biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>>. Acesso em 17 de outubro de 2021.
- BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. 2014. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>>. Acesso em: 28 jan. 2018.
- BARAJAS, LOPEZ MARIA et al. **Uso do tempo e gênero**. UERJ, Rio de Janeiro, 2016.
- BARON Robert A.; SHANE Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2007
- Barreto, L. P. (1998). **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, 20(41), pp. 189-197.
- BARROS, Marcus Marcelo Silva. **Empreendedorismo na formação de professores: uma proposta formativa**. - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, Manaus, Amazonas, 2018.
- BIO, Sergio Rodrigues. **Do Empreendedorismo ao "Empresadorismo": A viagem do empreendimento nascente à empresa de sucesso continuado no século XXI**. São Paulo: Alta Books Editora, 2019
- CAPPELLE, Mônica Carvalho Alves; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; DE SOUZA, Natácia Lamoglia. Mulheres, trabalho e administração. **Revista Interdisciplinar de gestão social**, v. 2, n. 2, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/9875/7147>>. Acesso em 17 de outubro de 2021.
- COOPER, D.R; SCHINDLER, P.S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: AMGH, 2016.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 276 p.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Os dez mandamentos do empreendedorismo**. Entrevista à Revista Carreira & Sucesso, 2010.
- Exame. **Economia: Brasil é o nono país mais desigual**. Disponível em: <https://exame.com/economia/brasil-e-nono-pais-mais-desigual-do-mundo-dizibge/>. Acesso em: 11 de janeiro de 2021
- FAIA, Valter da Silva; ROSA, Marco Aurélio Garcia; MACHADO, Hilka Pelizza Vier. **Alerta Empreendedor e as Abordagens Causation e Effectuation sobre**

- Empreendedorismo.** 2014. Disponível em:  
<[http://www.anpad.org.br/periodicos/arq\\_pdf/a\\_1456.pdf](http://www.anpad.org.br/periodicos/arq_pdf/a_1456.pdf)>. Acesso em: 23 out. 2019
- FERNANDES, D. V. D.H.; SANTOS, C. P. **Orientação empreendedora: um estudo sobre as consequências do empreendedorismo nas organizações.** RAE electron., São Paulo, v. 7, n. 1, 2008 . Disponível em:  
<<https://www.scielo.br/j/raeel/a/NtHGbs3BCYB4yg9dPNk8Fwx/?lang=pt> >. Acesso em: 06 Maio 2022.
- FURLANETTO, M. A. **A mulher e a dupla jornada de trabalho.** Jornal Carreira & Sucesso, 2001.
- GRECO, Simara Maria de Souza Silveira; FRIED-LAENDER, Junior; ROMEU Herbert; DUARTE, Eliane Cordeiro de Vasconcellos Garcia; RISSETE, César Reinaldo; FELIZ, Júlio César; MACEDO, Mariano de Matos; PALADINO, Gina. **Empreendedorismo no Brasil.** Curitiba: IBQP, 2010.
- GREENE, Patricia; BRUSH, Candida; GATEWOOD, Elizabeth. **Perspectives on women entrepreneurs: Past findings and new directions.** M. Minniti (ed.) Entrepreneurship: The Engine of Growth, Vol. 1. – Perspective Series. London: Praeger Publisher – Greenwood Publishing Group, 2007.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** 7<sup>o</sup> ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo.** 9<sup>o</sup> ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.
- JULIEN, P. A. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento.** Saraiva, 2010.
- LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. **Revista Estação Científica, Juiz de Fora,** 2005.
- LIMA, Brendha Rodrigues de; CUNHA, Cleverson Renan da; LIMA, Eduardo Pereira; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; VIEIRA, Filipe Carvalho; OSTEN, Flávio Luiz von der; LAZZARIN, Giovanna Rafaela da Silva; ARAÚJO, Gleycianne Rodrigues; FERREIRA, Jane Mendes; FINOTI, Lucas Lira; GUIMARÃES, Morlan Luigi; GRECO, Simara Maria de Souza Silveira; RAMOS, Simone Cristina; SOUZA, Vinicius Larangeiras de. Global Entrepreneurship Monitor **Empreendedorismo no Brasil :** 2016. Curitiba: [s.n.], 2017.
- LINEHAN, M. **Senior Female International Manager Great Britain Ashgate** 2000.
- LOCKYER, J.; GEORGE, S. **What women want: barriers to female entrepreneurship in the West Midlands.** *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, USA, v. 4, n. 2, p.179-195, 2012.
- MACHADO, Hilka V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná.** Florianópolis, 2002. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2002.

MACHADO, H. P. V., ST-CYR, L., MIONE, A.; ALVES, M. C. M. **O processo de criação de empresas por mulheres.** Revista de Administração de Empresas, RAE Eletrônica, 2(2), 6-20. (2003, julho/dezembro).

MACHADO, D. Q; MATOS, F. R. N.; LEITE, N. R. P; LEITE, F. P. **O estudo observacional e a linguagem fílmica: uma introdução.** In: MACHADO, D. Q.; MATOS, F. R. N. Estudos observacionais em linguagem fílmica. Curitiba: Editora CRV, 2012.

MARCONI, M.A; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES, Ana; MOREIRA, Rita. **Transição para o mercado de trabalho: empreendedorismo numa perspectiva de gênero.** XIV Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho - Emprego e coesão social: da crise de regulação à hegemonia da globalização, 2011.

MCGOWANA, P. et al. **Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles:** Motivations, expectations and realities. Entrepreneurship & Regional Development, USA, v. 24, n. 1-2, p. 53-72, 2012.

MIRANDA, Cristina Maria Schmitt; SILVEIRA Amélia; HOELTGEBAUM, Marianne. **Empreendedorismo Feminino:** Características das Gestoras em uma Instituição de Ensino Superior. In: V Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD. Belo Horizonte. Anais... V En ANPAD, Belo Horizonte 18 a 20 de junho, 2008.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **Women's Entrepreneurship:** Issues and Policies. (OECD, Org.). Istanbul,: OECD Publications, 2004. p. 74.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de filmes: conceitos e metodologias.** In: CONGRESSO SOPCOM, 6., 2009, Lisboa. Artigo. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, 2009. p. 1 - 10.

PORTO, Maria de Fátima Silva. **De batom e salto alto:** experiências de emancipação de mulheres empresárias de Patos de Minas, 1980-1990. São Paulo: ANNABLUME, 2002.

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. **Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor.** *Revista de Administração Contemporânea*, 2014, 18(4), 465-486.

RODRIGUES, D. P. S. **Educação para o Empreendedorismo** - Uma abordagem educativa no 1.º CEB. Mestrado em Educação Pré-Escolar e Ensino do 1.º Ciclo do Ensino Básico. Relatório Final de Prática de Ensino Supervisionada. Instituto Politécnico de Viana de Castelo, 2016.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo.** São Paulo: Senac, 2019.

SARAIVA, Pedro Manuel. **Empreendedorismos:** do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor. 3. ed. Imprensa Universidade de Coimbra, 2015.

SILVA, Patricia Rodrigues da. **INTERNACIONALIZAÇÃO DE FRANQUIAS: Uma exploração de oportunidades para o empreendedor**, 2012.

SIMIÃO, S. D. **As coisas fora do lugar**. Gênero e o potencial de programas de geração de emprego e renda. Disponível em:  
[http://www.academia.edu/3017248/As\\_coisas\\_fora\\_do\\_lugar.\\_G%C3%AAnero\\_eo\\_potencial\\_de\\_programas\\_de\\_gera%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_emprego\\_e\\_renda](http://www.academia.edu/3017248/As_coisas_fora_do_lugar._G%C3%AAnero_eo_potencial_de_programas_de_gera%C3%A7%C3%A3o_de_emprego_e_renda). Acesso em: 11 outubro 2018.

SOSNOWSKI, Alice Salvo. **Empreendedorismo Para Leigos**. São Paulo: Alta Books Editora, 2019.

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

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos. **Empreendedor**: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração. RAC, v. 18, n. 6, 874-891, nov./dez. 2014a.

VALE, G. M. V. **Empreendedorismo, marginalidade e estratificação social**. Revista de Administração de Empresas, v. 54, n. 3, p. 310-321, 2014b.