



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

**MARIA CLARA GURGEL CORDEIRO**

**O EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOBRE AS**  
**MOTIVAÇÕES, ESTRATÉGIAS E BENEFÍCIOS DE JOVENS**  
**EMPREENDEDORAS EM FORTALEZA-CE**

**FORTALEZA**

**2023**

MARIA CLARA GURGEL CORDEIRO

O EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOBRE AS MOTIVAÇÕES,  
ESTRATÉGIAS E BENEFÍCIOS DE JOVENS EMPREENDEDORAS EM FORTALEZA-  
CE

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

Orientadora: Prof. Dr. Bruno Chaves Correia Lima.

FORTALEZA

2023

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)

---

G1e GURGEL CORDEIRO, MARIA CLARA.  
O EMPREENDEDORISMO FEMININO : UMA ANÁLISE SOBRE AS MOTIVAÇÕES, ESTRATÉGIAS  
E BENEFÍCIOS DE JOVENS EMPREENDEDORAS EM FORTALEZA-CE / MARIA CLARA  
GURGEL CORDEIRO. – 2023.  
50 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,  
Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. Bruno Chaves Correia Lima.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Estratégias. 4. Benefícios. 5. Motivações. I.  
Título.

CDD 658

---

MARIA CLARA GURGEL CORDEIRO

O EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE SOBRE AS MOTIVAÇÕES,  
ESTRATÉGIAS E BENEFÍCIOS DE JOVENS EMPREENDEDORAS EM FORTALEZA-  
CE

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

Orientadora: Prof. Dr. Bruno Chaves Correia Lima.

Aprovada em: 26/06/2023.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Bruno Chaves Correia Lima (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dra. Luma Louise Sousa Lopes (Avaliadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Paulo Henrique Nobre Parente (Avaliador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente e imensuravelmente a Deus, que não cansa de me amar e me proporcionar o melhor.

Em seguida, não posso deixar de ser grata à minha família, principalmente meu pai e minha mãe, que me ensinaram o valor de cada conquista e me mostraram esse amor incondicional que é o de Deus por mim.

Posteriormente, sou grata ao meu namorado, que me apoia e me ajuda em tudo, e aos meus amigos que não me deixam caminhar só.

Sou grata à minha saúde que me permite trabalhar, estudar e correr atrás do que sonho.

Ao Professor Bruno Chaves, que é exemplo de docência. Por todos os ensinamentos, por toda paciência e por ensinar para além da sala de aula.

Agradeço também a todas as mulheres empreendedoras que se disponibilizaram a participar desse estudo e que são incentivos para mim e para outras mulheres.

Por fim, agradeço a todos os professores, coordenação, seguranças, prestadores de serviços gerais, porteiros e colegas da Universidade Federal que tornaram esse processo mais leve e único.

## RESUMO

O presente trabalho teve como propósito principal analisar as percepções de jovens mulheres empreendedoras sobre suas motivações, suas estratégias de enfrentamentos e seus benefícios relacionados ao empreendedorismo. Para realizar o objetivo desse trabalho, foi elaborada uma pesquisa descritiva, com uma abordagem qualitativa, por meio de entrevistas em profundidade. As entrevistas foram realizadas junto a seis mulheres empreendedoras que atuam em diferentes mercados, com idades entre vinte e trinta anos. Os resultados indicaram que as principais motivações para empreender das entrevistadas foram percepções de oportunidades, desejo de independência e anseio por realização pessoal e profissional. Verificou-se também as estratégias utilizadas de forma individual para superar obstáculos da vida empreendedora, além das aspirações das jovens frente ao empreendedorismo. Por fim, foram identificados como benefícios do empreendedorismo na vida pessoal e na gestão de cada jovem o aprimoramento profissional, a divisão e precificação dos serviços, a gestão eficiente do tempo e a definição de processos logísticos. Além disso, o empreendedorismo promoveu transformações pessoais, como desenvolvimento, empoderamento, confiança e resiliência.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. Estratégias. Benefícios. Motivações.

## **ABSTRACT**

The main purpose of this work was to analyze the occurrences of young women entrepreneurs about their motivations, strategies and benefits related to entrepreneurship. To accomplish the objective of this work, a descriptive research was elaborated, with a qualitative approach, through in-depth interviews. The interviews were conducted with six female entrepreneurs who worked in different markets, aged between twenty and thirty. The results indicated that the main motivations for undertaking were registration of opportunities, desire for independence and eagerness for personal and professional fulfillment. It was also verified the strategies used individually to overcome the obstacles of entrepreneurial life, in addition to the aspirations of young people towards entrepreneurship. Finally, the benefits of entrepreneurship in the personal life and management of each young person were identified as professional improvement, the division and pricing of services, efficient time management and the definition of logistical processes. In addition, entrepreneurship promotes personal changes such as development, empowerment, confidence and resilience.

**Keywords:** Entrepreneurship. Female entrepreneurship. Strategies. Benefits. Motivations.

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1 - Felicidade de mulheres empreendedoras .....</b>	<b>23</b>
--	-----------

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1 - Tipos de Empreendedores sob perspectiva de Vésper (1980).....</b>	<b>16</b>
<b>Quadro 2 - Tipos de Empreendedores na perspectiva de Fillion (1999) .....</b>	<b>17</b>
<b>Quadro 3 - Tipos de Empreendedor na perspectiva de Miner (1996) .....</b>	<b>17</b>
<b>Quadro 4 - Perguntas da entrevista .....</b>	<b>28</b>
<b>Quadro 5 - Identificação das entrevistadas .....</b>	<b>29</b>
<b>Quadro 6 - Caracterização das motivações das entrevistadas .....</b>	<b>33</b>
<b>Quadro 7 - Categorização da Motivação frente aos pensamentos de autores .....</b>	<b>34</b>
<b>Quadro 8 - Desafios e estratégias utilizadas pelas entrevistadas .....</b>	<b>39</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Problema da pesquisa.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2 Objetivos do trabalho .....</b>	<b>11</b>
<i>1.2.1 Objetivo Geral .....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.2 Objetivos Específicos .....</i>	<i>11</i>
<b>1.3 Justificativa do trabalho .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4 Estrutura do Projeto .....</b>	<b>12</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Empreendedorismo .....</b>	<b>13</b>
<i>2.1.1 Histórico do empreendedorismo .....</i>	<i>13</i>
<i>2.1.2 Conceito de empreendedorismo .....</i>	<i>14</i>
<i>2.1.3 Classificações do empreendedorismo .....</i>	<i>16</i>
<b>2.2 Empreendedorismo feminino .....</b>	<b>18</b>
<i>2.2.1 Inserção do sexo feminino no mercado de trabalho .....</i>	<i>18</i>
<i>2.2.2 O sexo feminino no empreendedorismo.....</i>	<i>19</i>
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Abordagem da Pesquisa.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Método da Pesquisa .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 Pesquisa de Campo.....</b>	<b>29</b>
<b>3.4 Coleta de Dados .....</b>	<b>29</b>
<b>3.5 Análise de Dados.....</b>	<b>30</b>
<b>4 ANÁLISE DE RESULTADOS.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 As motivações das empreendedoras entrevistadas .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 As estratégias utilizadas pelas empreendedoras para superar obstáculos.....</b>	<b>35</b>
<b>4.3 Aspirações das empreendedoras entrevistadas.....</b>	<b>40</b>
<b>4.4 Benefícios do Empreendedorismo Feminino identificados pelas entrevistadas .....</b>	<b>41</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>46</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde o século XX, são notórias mudanças crescentes no âmbito do trabalho. O efeito da globalização está cada vez mais forte, trazendo grandes impactos na Economia Global, assim como nas áreas sociológicas, administrativas e financeiras de uma sociedade. Esse processo vem sendo caracterizado pelo fenômeno “fim do emprego”, o que vem resultando em uma reestruturação do mercado de trabalho e espaço cada vez mais significativo para novas oportunidades: o Empreendedorismo (PAIVA JR; CORDEIRO, 2002).

Nesse contexto, o autor Reid Hoffman, cofundador do LinkedIn, em seu livro "Blitzscaling: The Lightning-Fast Path to Building Massively Valuable Companies" (2018), complementa essa perspectiva ao abordar o conceito de "blitzscaling". Ele argumenta que, em um mundo em constante mudança e altamente competitivo, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental na criação de empresas de alto impacto e valor significativo. Segundo Hoffman (2018), a importância de agir rapidamente, assumir riscos calculados e estabelecer uma cultura de inovação são estratégias essenciais para o sucesso empreendedor. Essa visão alinha-se ao entendimento de que o empreendedorismo é uma resposta às transformações no mercado de trabalho, permitindo que indivíduos se adaptem, inovem e criem suas próprias oportunidades em um ambiente em constante evolução (HOFFMAN, 2018).

Diante dessa constante transformação global, o empreendedorismo está conquistando cada vez mais lugar no mercado e promovendo o interesse não só dos indivíduos que escolhem empreender por necessidade ou por motivação, mas de todos os setores econômicos, assim como da iniciativa privada, da academia e dos órgãos públicos. A evolução do Empreendedorismo trouxe para a realidade de muitos estudos e autores a definição da atividade. No entanto, alguns estudiosos defendem o discurso de que não cabe uma definição com exatidão sobre o ato de empreender, visto que nenhuma é tão complexa a ponto de abranger o fenômeno que é o Empreendedorismo. Assim, autores como Danjou (2002) aduzem que, diante de tantas definições, a que mais convém é a análise do Empreendedorismo por um olhar multidimensional, dando atenção para o empreendedor, a empresa e o ambiente, não se restringindo a prática da abertura de empresa.

De acordo com Dolabela (2018), sob perspectiva empreendedora, o brasileiro almeja ser o “dono do próprio nariz”. Corroborando com o pensamento do autor acima, dos 50 países analisados pelo relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM) no segundo último levantamento, o Brasil ocupa o quinto lugar no ranking global de empreendedorismo

(VOITTO 2022). Esse embasamento proporciona explorar as motivações e histórias que movem os brasileiros ao empreendedorismo. “No caso do Brasil, pressionado pela crise do emprego, prolifera o empreendedorismo por necessidade, visível no acréscimo continuado do número de micro e pequenas empresas — universo próprio do Sebrae” (DOLABELA, 2018, p.15-16).

Dentro do universo empreendedor, percebeu-se um olhar atencioso ao que é conhecido por “Empreendedorismo Feminino”. Segundo Hirsrich (1996), as mulheres geralmente compreendem mais positivamente o empreendedorismo que o homem. “Os resultados sugerem que as mulheres têm melhor estrutura afetiva para aceitar e apreciar o empreendedorismo. Na prática, tem-se observado um volume crescente de mulheres empregadoras no mundo e no Brasil” (DOLABELA, 2018, p.235). Pensamentos como esse estimula um estudo mais detalhado de casos de empreendedoras brasileiras na cidade de Fortaleza-CE, a fim de conhecer suas motivações, movimentos, histórias de vida, aspirações e trajetórias até o considerado “case de sucesso”.

## **1.1 Problema da pesquisa**

Quais as principais motivações, estratégias, aspirações e benefícios do empreendedorismo feminino segundo a perspectiva de jovens empreendedoras em Fortaleza-CE?

## **1.2 Objetivos do trabalho**

### ***1.2.1 Objetivo Geral***

Analisar as percepções de jovens mulheres empreendedoras sobre suas motivações, estratégias de enfrentamentos, suas aspirações e benefícios relacionados ao empreendedorismo.

### ***1.2.2 Objetivos Específicos***

- a) Identificar as motivações das jovens empreendedoras para adentrar no mundo do empreendedorismo;

- b) Explorar as estratégias utilizadas para superar os obstáculos e dificuldades do empreendedorismo;
- c) Elencar os benefícios de empreender reconhecidos pelas jovens empreendedoras.

### **1.3 Justificativa do trabalho**

O presente estudo busca explorar, analisar e investigar o empreendedorismo feminino e a relação da mulher com essa escolha de vida, entendendo seus motivos, causas, interesses e despertares. Com referências e estudos a conteúdos passados sobre o tema, o trabalho procura identificar as principais motivações, estratégias e benefícios do empreendedorismo feminino sob a perspectiva de jovens empreendedoras.

Ademais, conhecer o processo de empreendedoras da cidade de Fortaleza- CE de diferentes ramos por meio de entrevista permitiu uma compreensão sobre os possíveis caminhos do empreendedorismo e suas relações com o meio e com áreas que impactam a vida de uma mulher, como suas aspirações, a maternidade e a confiança da mulher empoderada.

### **1.4 Estrutura do Projeto**

A pesquisa foi dividida em cinco seções, sendo: a introdução, o referencial teórico, a metodologia, os resultados e discussões e a conclusão da pesquisa.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesta seção será abordado todos os objetos que deram sustento ao estudo apresentado. Ele será dividido por dois blocos principais. No primeiro será abordado conteúdos que concerne ao Empreendedorismo, dissertando sobre seu histórico, suas definições, relevância do tema e suas classificações. Já no segundo bloco será exposto referências de experiências e vivências na área do empreendedorismo feminino, retratando aspirações e discussões do impacto desse fenômeno na sociedade.

### **2.1 Empreendedorismo**

“Na última década, o empreendedorismo tornou-se o melhor meio para gerar novos empregos em sociedades que se encontram submetidas a duros ajustes estruturais” (PREVOST, 2018, p. 8). Em confirmação ao fenômeno “fim do emprego” e a reestruturação do mercado de trabalho que vem em ascensão desde o século XX, Prevost (2018) posiciona o empreendedorismo como a melhor forma de gerar novos empregos e crescer potencialmente uma sociedade, o que proporciona margem para contemplar este em todas as áreas e âmbito. Empreender deve ser considerado além da abertura de um negócio.

#### ***2.1.1 Histórico do empreendedorismo***

Em meados de 1970, estudos indicam as primeiras origens de práticas e atividades com características e definições de empreendedorismo. Este período de recuo pós-guerra proporcionou pensamentos e argumentos referentes à relação econômica baseada no paternalismo estatal, o que deu espaço para iniciativas individuais e de mercado livre. Em uma nova perspectiva, tais iniciativas tenderiam a ser mais eficientes em relação à gestão e à alocação de recursos, surgiria assim, o empreendedorismo (BRAGA, 2003). Concernente ao posicionamento de Braga (2003), o escritor, professor e consultor administrativo brasileiro Idalberto Chiavenato (2007), relatou em uma de suas obras que o empreendedorismo teve origem entre os séculos XVIII e XIX por meio dos argumentos de pensadores econômicos que apoiavam uma economia livre, ou seja, defendiam o liberalismo econômico. Estes intelectuais enxergam o empreendedorismo como um direcionamento de inovação e economia (CHIAVENATO, 2007).

As primeiras práticas de empreendedorismo foram identificadas quando houve uma onda de baixas taxas de crescimento econômico nos países considerados de primeiro mundo, onde sofreram com um alto índice de inflação e descontrole no desemprego. Essa situação ocasionou a busca por novas alternativas que pudessem reestabelecer a economia do país e o índice de crescimento dele. A partir de então, foi muito tratado e discutido posicionamentos neoliberais que perpetuaram durante a década de ontem e se ampliou para o resto do mundo na década de 90. O neoliberalismo tem como um dos seus fundamentos básicos a concepção de mercado livre - o mercado é o melhor alocador de recursos - e a ocupação dos espaços econômicos pela empresa privada, e esta fundamenta-se na ação do empresário, agente fundamental no processo de desenvolvimento (BRAGA, 2003).

### ***2.1.2 Conceito de empreendedorismo***

“Ao se falar de definições, concepções ou conceitos de empreendedor se lhe está relacionando diretamente ao processo e ao contexto no qual o indivíduo atua, considerando ao mesmo tempo a multidimensionalidade de fatores interferem sua ação” (FEUERSCHUTTE; ALPERSTEDT; GODOI, 2011, p.12). Os autores corroboram a ideia de um olhar multidimensional para entender o ato de empreender, não sendo cabível uma definição sucinta e isenta de exceções. Adiante, os autores complementam, “O indivíduo empreendedor é, portanto, o sujeito da ação empreendedora, ação esta que irá ser revelada no contexto que envolve o processo de empreender. É na dinâmica da ação do empreendedor, que enfrenta a imprevisibilidade, a incerteza e o risco inerente ao contexto, que surge o espaço para o desenvolvimento, a mobilização e a expressão da competência humana que dá origem ao fenômeno do empreendedorismo” (FEUERSCHUTTE; ALPERSTEDT; GODOI, 2011, p.12). Isso permite a compreensão dos fatores envolvidos na análise global do empreendedorismo, visto que é necessário entender o indivíduo, o espaço em que está inserido e a organização.

Os termos “empreendedorismo” e “empreendedor” foram discursados por diferentes autores com diversos posicionamentos e, devido a isso, trata-se de definições transportadas por suas vivências e aspectos concernentes a cada indivíduo. No entanto, ainda que com conceitos diferentes, todas trilham basicamente a mesma linha de pensamento. Uma das definições absorve as características comportamentais, envolvendo criatividade, intuição, pro atividade e postura do indivíduo (DOLABELA, 1999). Indo ao encontro do posicionamento acima afim de compartilhar e complementar, o escritor também aponta a

definição que localiza o empreendedor como o indivíduo que tem como objetivo a geração de riqueza, não sendo essa apenas material, mas abrangendo também conversão de conhecimentos em produtos ou serviços em prol da formação de novos conhecimentos ou à inovação no que se refere à produção, organização ou marketing já existente (DOLABELA,1999).

Na mesma linha de pensamento do autor acima, porém trazendo novos pontos, Souza (2016) defende que o empreendedorismo não está conectado obrigatoriamente à formalização de uma atividade, ainda que exista a procura pela mesma, visto que muitos indivíduos tendem a ficar à margem de benefícios, como previdência (SOUZA et al., 2016). Outros conceitos de empreender focam no elemento imaginativo, salientando o indivíduo atento a oportunidade, proativo, visionário e tomador de decisões a favor da inovação (FILION, 1991).

Sob uma ótica mais teórica, o empreendedor pode ser conhecido como o indivíduo que começa e(ou) maneja um negócio com o intuito de produzir uma nova ideia ou projeto, assumindo todas as responsabilidades e o riscos envolvidos no processo constante de inovação. Esse conceito abrange vários setores, podendo ser considerado a energia da economia, é caracterizado por quem agarra as oportunidades antes da concorrência e quem impulsiona talentos (CHIAVENTO, 2007).

Em consonância com Chiavenato (2007), Souza (2016) e Lopes Júnior (2010) defendem que empreender se entende muito além da tomada de decisão da criação de um novo negócio formal, como é denominado popularmente, empreender pode abranger a sustentabilidade de um negócio já existente, a manutenção de um empreendimento informal, o enriquecimento de um mercado local ou regional, como também a ampliação do alcance e das oportunidades de uma cadeia produtiva (SOUZA; LOPES JÚNIOR, 2010).

De uma forma mais simplificada, é possível analisar dois indivíduos: o administrador e o empreendedor. É suposto que, enquanto o primeiro busca adaptar-se à realidade existente dentro de uma organização e trabalhar de forma eficaz e, se possível, eficiente, o segundo objetiva a materialização de novas oportunidades, sejam elas um novo processo afim de gerar maiores resultados para a organização, uma ação inovadora ou a criação de um novo negócio (BRAGA, 2003).

### 2.1.3 Classificações do empreendedorismo

De acordo com Zampier e Takahashi (2011), não se pode enquadrar os empreendedores em um padrão, porém é possível definir algumas classificações. Levando em consideração os estudos referentes à diversidade nas características comportamentais, se fez notório determinados comportamentos similares no que tange suas atuações dentro do empreendedorismo, o que propiciou um aglomerado de características e definições de diferentes tipologias de empreendedores.

Visto que o tema é abordado por diferentes autores com perspectivas e análises diferentes, será apresentado o posicionamento de três autores que abordam as características comportamentais. A primeira análise feita por Vésper (1980), apresenta onze tipos de empreendedores com foco em suas abordagens de atuação.

Quadro 1 - Tipos de Empreendedores sob perspectiva de Vésper (1980)

TIPOS DE EMPREENDEDOR	ASPECTOS COMPORTAMENTAIS
AUTÔNOMO	Executam seus serviços pessoalmente, baseando-se em habilidade técnica.
INOVADOR INDEPENDENTE	Criadores de novos produtos e de novas empresas para desenvolvê-los.
AGREGADOR DE CAPITAL	Captam recursos de diversas fontes para bancar a operação de bancos.
AQUISIDOR	Escolhem comprar negócios que já estão em processo de operação.
ESPECIALISTA DE COMPRA E VENDA	Adquirem empresas em dificuldades, as recuperam e depois as vendem por um preço menor.
FORMADOR DE EQUIPES	Contratam outras pessoas e delegam tarefas, formando equipes, percebendo uma possível vantagem na expansão do negócio.
MULTIPLICADOR DE PADRÕES	Reconhecem um negócio, passível de ser multiplicado visando a obter lucro.
EXPLORADOR DE ECONOMIA DE ESCALA	Criam negócios com base em preços menores obtidos referentes à economia de escala, localização em áreas mais baratas e/ou com impostos menores.
FORMADOR DE CONGLOMERADOS	Trabalham para obter controle acionário de um empresa para assim conseguir o controle da empresa.
MANIPULADOR DE VALOR APARENTE	Compram bens ou negócios baratos, investindo em sua aparência ou índices financeiros para revendê-los com o preço elevado.
ESPECULADOR	Dedicam-se a compra e venda de commodities, como na áreas imobiliária.

Fonte: Adaptado de Vésper (1980).

A segunda tipologia tem como foco principal os proprietários-gerentes de pequenas empresas. Filion (1999) apresenta a identificação de seis tipos diferentes de empreendedores descritos no quadro 2.

Quadro 2 - Tipos de Empreendedores na perspectiva de Filion (1999)

TIPOS DE EMPREENDEDOR	ASPECTOS COMPORTAMENTAIS
LENHADOR	Caracteriza-se por gostar de fazer as coisas, sente-se como se estivesse perdendo tempo quando têm de falar com pessoas, enquanto o empregador prefere as pessoas que trabalham durante muitas horas como ele mesmo, sendo que a cultura organizacional do seu empreendimento está voltada para a produção.
JOGADOR	Percebe o esporte e o lazer como elemento vital em sua vida. Considera a empresa um suporte financeiro, um meio de ganhar o suficiente para fazer o que realmente quer. Opta por campos de atuação sazonais. Não está de maneira absoluta comprometido emocionalmente com o negócio.
CONVERTIDO	Procura alguma coisa com que se realize, quando encontra o que buscava, sua vida gira em torno dessa descoberta. Prefere ver a si mesmo como uma pessoa particularmente superior, ao invés de ver os resultados, gostam de estar no controle por isso têm dificuldade de delegar até que a outra pessoa prove que merece confiança.
MISSIONÁRIO	Conhece muito bem tudo do produto e do mercado. Este leva em consideração a evolução e o aprendizado dos indivíduos, compreende o negócio como um sistema social, acredita que os resultados dependem do trabalho em equipe. Delega ao máximo, participa de atividades em força tarefa, onde possam escutar discutir e trocar experiências.
HOBBYSTA	Dedica toda a sua energia e seu tempo livre aos negócios. Frequentemente possui outro emprego que é considerado o oficial, mas só mantém como apoio financeiro ao negócio. O negócio é que é de fato seu hobby, é nele que encontra a possibilidade de autorrealização, assim investe todos os recursos para desenvolvê-lo.
SEDUTOR	Caracterizado por se entregar completamente e emocionalmente aos negócios, porém seu entusiasmo é passageiro. Este cria negócios e logo em seguida os vende, é apaixonado pelo que acontece rapidamente. É atento ao lucro com menor esforço possível.

Fonte: Adaptado de Filion (1999).

Por fim, a terceira tipologia foi desenvolvida por Miner (1996), a partir de uma pesquisa com cem empreendedores aplicando testes psicológicos e questionários. Tal pesquisa resultou em quatro tipos de empreendedores abaixo.

Quadro 3 - Tipos de Empreendedor na perspectiva de Miner (1996)

TIPOS DE EMPREENDEDOR	ASPECTOS COMPORTAMENTAIS
VERDADEIRO GESTOR	É quem procura se adaptar para gerir um cargo de alta chefia, tem ambição pelo poder, se relaciona de maneira satisfatória com as autoridades, sempre em busca da competição empresarial com uma boa capacidade decisória.
EMPÁTICO SUPERVENDEDOR	Acredita que a melhor via para o sucesso empresarial é a força das vendas, este leva em consideração os processos sociais e o bom relacionamento com os indivíduos, procura empreendê-los.
ESPECIALISTA GERADOR DE IDEIA	Sempre em busca da inovação, procura atingir as estratégias da empresa por meio de novos produtos, novos nichos e novos processos. Possui um bom grau de inteligência, desejo por ideias
EMPREENDEDOR PESSOAL	Procura ser bom em tudo que faz, possui iniciativa e comprometimento com a organização, procura trabalhar baseado no planejamento de objetivos pessoais.

Fonte: Adaptado de Miner (1996).

Analisando os estudos dos autores acima, é possível compreender que as tipologias acima proporcionam uma base para o entendimento do pensamento e do comportamento do empreendedor. No entanto, é necessário salientar que nenhuma tipologia é completamente suficiente para definir e enquadrar os modelos de empreendedores, visto que cada caso pode ser considerado único.

## **2.2 Empreendedorismo feminino**

### ***2.2.1 Inserção do sexo feminino no mercado de trabalho***

A trajetória do sexo feminino inserido no mercado de trabalho, juntamente a obtenção de direitos políticos e sociais foi e ainda é fruto de uma conquista histórica e contínua, oriunda de uma luta diária desde os séculos passados. Isto se deve ao fato de que, antes da Revolução Industrial e da sociedade moderna/pós-moderna, o corpo social era composto de valores integralmente patriarcais e machistas. Diante disso, muitas gerações carregaram tais valores como “coerentes” e “verdadeiros”, sendo rotulados como responsabilidade da mulher os cuidados com o lar, a criação e a educação dos filhos, as quais, de acordo com Mary Del Priore (1994), viviam suas vidas enclausuradas seguindo o padrão destinado a elas, o que lhes garantia a sobrevivência.

Com as grandes mudanças e buscas que vieram junto a Revolução Industrial, foi dado o primeiro passo para a conquista do gênero feminino: A inserção das mulheres no mercado de trabalho. No entanto, Amorim e Batista (2012) salientaram que, apesar do ingresso das mulheres no mercado de trabalho, ainda existia desigualdade referente à jornada e as remunerações em relação aos homens. Após a Segunda Guerra Mundial e com a escassez de trabalho masculino devido ao grande volume de mortos no combate, as mulheres tiveram mais oportunidades. “Nesse período nascem os primeiros movimentos feministas. As mulheres começaram uma luta mais organizada por seus direitos e pela igualdade de oportunidades no trabalho” (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 03).

Essa luta não foi e não é uma luta fácil, a qual ainda exige muito esforço e união do sexo feminino para suas conquistas. Entretanto, a cada vitória as mulheres vêm mostrando sua força e sua garra e ganhando cada vez mais espaço em todos os âmbitos econômicos e sociais. Conforme Silva (2005), desde o referido ano já tinha entrado no mercado de trabalho brasileiro mais de doze milhões de mulheres e mais de trinta milhões de mulheres já

trabalham fora de casa. Hoje a mulher assume papéis de gestão dentro de uma empresa, assume uma família a partir de sua renda, é mãe, é mulher, é profissional, é considerada como um ser frágil e ao mesmo tempo forte, capaz das maiores peripécias para conquistar seu espaço (PROBST, 2003).

De acordo com Rezende e Pereira (2010), em sua inserção no mercado de trabalho, a mulher continuou a assumir os papéis antes já adquiridos, como esposa, mãe e dona de casa, e acrescentou o papel de profissional. Ainda no ambiente familiar, Tavares (2010, p. 122) explana que:

[...] no casamento moderno, a mulher, para ser respeitada, vê-se impelida a perseguir um crescimento do “eu” e da realização profissional, mesmo que não tenha um projeto pessoal ou desejo de exercer atividades domésticas. O marido, por sua vez, incentiva a sua esposa a estudar ou trabalhar, desde que não interfira nos serviços domésticos, cuidados com a família e filhos, que permanecem uma responsabilidade feminina.

Administrar a casa, cuidar da família e ter atividades fora do lar são características típicas da mulher contemporânea (JONATHAN, 2011). Dessa forma, é possível compreender que a inserção da mulher no ambiente profissional, traz mudanças não só para o mercado, mas para o ambiente familiar e compreende a capacidade da mulher de exercer várias funções.

### ***2.2.2 O sexo feminino no empreendedorismo***

Partindo do pressuposto da evolução da mulher na sociedade, várias questões têm sido levantadas para investigação, entre elas, a inserção da mulher no processo empreendedor (VALE et al, 2011). As mulheres estão conquistando cada vez mais espaços na área empreendedora. De acordo com a Rede de Mulheres Empreendedoras (REM, 2019), as mulheres têm mais tendência a empreender.

Segundo a pesquisa realizada em 2015 pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2015), as mulheres já representavam 49% (quarenta e nove por cento) dos empreendedores iniciais. A partir da atividade empreendedora as mulheres têm alcançado a consolidação de suas carreiras profissionais, virando as protagonistas de suas próprias histórias de sucesso. Esse conceito está vinculado ao pensamento do “pós-mulher”, discutido por Lipovetsky (2000) e Touraine (2011), no qual define as mulheres contemporâneas como atrizes de suas próprias histórias, livres e desvinculadas de imposições externas.

No que concerne às razões que fazem a mulher criar o próprio negócio, estão presentes a vocação ou percepção de oportunidades (BOCHNIARZ, 2000), o anseio do alcance da estabilidade financeira, a realização pessoal, a paixão pelo que faz, a independência (SARFARAZ et al., 2014). Outras literaturas também apontam as situações negativas que fazem a mulher empreender, como desemprego, renda insuficiente, insatisfação na vida profissional, crise econômica (NASER et al., 2012; SARFARAZ et al., 2014), bem como a dificuldade de ascensão de cargos dentro de empresas (MACHADO et al., 2003).

Com a crescente presença das mulheres no mercado de trabalho, a mulher no empreendedorismo e o seu potencial empreendedor têm ganhado grande espaço em estudos e pesquisas. Conforme Silva e Vieira (2018), a motivação feminina para empreender pode ser influenciada por inúmeros fatores, estes como a identificação de oportunidades de negócios, a ânsia por equidade de gênero no mundo profissional, a realização pessoal e profissional e a procura por flexibilidade e autonomia.

Diante do que diz respeito a motivação da mulher para empreender, Lin et al. (2018) alegam que, além de sonhos, interesses, habilidades e conhecimentos específicos, é uma característica de muitas mulheres o desejo de solucionar problemas da vida ou ajudar grupos favorecidos na sociedade.

Segundo a pesquisa do Sebrae (2021), grande parte das brasileiras empreendedoras têm motivações relacionadas à necessidade de sobrevivência, buscando uma forma de obter sua renda e ser o sustento de sua família. Ainda na mesma pesquisa, também é possível identificar a parcela de mulheres que escolhem empreender por oportunidade (SEBRAE, 2021).

Considerado antes como um setor dominado por homens (RAMADANI, 2015), hoje, reconhece-se que as mulheres exercem um papel essencial no processo de crescimento de um país e que a sua participação pode fortalecer a diversidade dos agentes econômicos em relação à motivação e reconhecimento de oportunidade que são importantes para a aceleração econômica (MICOZZI; LUCARELLI, 2016).

Desse modo, as mulheres empreendedoras vêm modificando um espaço consolidado pelo sexo masculino historicamente, transformando estruturas no campo de mercado de trabalho com comportamentos, ocasionando um verdadeiro desafio às relações patriarcais impostas, expandido suas liberdades sobre suas profissões e demais esferas de sua vida (MAGESTE et al., 2008).

Ademais, segundo um estudo realizado pelo Mckinsey Global Institute (2019), a promoção de igualdade de gênero referente às condições de trabalho proporcionaria um

crescimento aproximadamente de 30% do produto interno bruto (PIB), o que provoca uma correlação positiva entre maior produtividade econômica da mulher, principalmente empreendedoras, e o crescimento econômico do país. As mulheres geram cada vez mais emprego e oportunidades para outras mulheres, fomentando uma rede de crescimento e aprendizado, não só dentro do gênero feminino, mas na sociedade como um todo.

Por conseguinte, o Brasil é o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras (SEBRAE, 2019) totalizando mais de 24 milhões de brasileiras que tocam negócios próprios, movimentando a economia (GEM,2018). A pesquisa organizada pela GEM (2018), também mostrou que as mulheres empreendedoras estudam 16% a mais do que os homens e, ainda assim, elas ganham menos. Se tratando do ramo empresarial, as mulheres ganham 22% menos que os homens.

Corroborando com os dados estatísticos apresentados acima, Nassif et al. (2011) trazem que o constante crescimento de mulheres no mercado de trabalho, enfatizando a área de empreendedorismo e liderança, deve-se a possivelmente pela sua maior habilidade de encarar os obstáculos. Os autores alegam que estudos comprovam a percepção da mulher diante de suas limitações, potencialidades, anseios e desejos no âmbito de competências cognitivas e afetivas, o que é indispensável na prática (NASSIF et al., 2011).

A liderança feminina traz características indispensáveis para o mercado, como a flexibilidade da negociação, o poder de facilitar e dividir a informação. Estudiosos conseguem perceber essa liderança como um aumento na produtividade e nos lucros (VENDRAMINI, 2000).

Carreira et al (2015), em um estudo para verificar o perfil empreendedor de mulheres, perceberam características comuns como: persistência, busca de oportunidades, iniciativa, comprometimento, persuasão e autoconfiança. Acrescentando os dados da pesquisa do perfil do empreendedorismo feminino de 78 mulheres, foi percebido que essas mulheres estão atuando principalmente com empresas de pequeno e médio porte ou microempresas na indústria de serviços pessoais (LIN et al., 2018).

De acordo com Silva e Vieira (2018), o difícil acesso a financiamento e capital é um dos obstáculos enfrentados por mulheres empreendedoras, visto que a discriminação de gênero ainda é muito presente na sociedade ou têm mais dificuldade para liberação de crédito em relação aos homens. Outra dificuldade também apresentada é a falta de oportunidades de networking e mentoria, o que pode limitar o desenvolvimento de mulheres empreendedoras, uma vez que determinados tipos de conexões fazem diferença na obtenção de recursos, conhecimentos e oportunidades de negócios.

Seguindo a linha de que a desigualdade de gênero ainda é um fator que afeta o empreendedorismo feminino, a maioria das empreendedoras brasileiras empreende por necessidade, isso pode advir dos obstáculos referentes a empregos bem remunerados com projeção de carreira e com valorização da mulher (SEBRAE, 2021). Ademais, a conciliação entre a vida profissional e a vida pessoal e a sobrecarga que pode causar a mulher pode vir a afetar a produtividade e o sucesso das empreendedoras, já que em muitas situações essas mulheres assumem a responsabilidade pela gestão de negócios e tarefas destinadas à casa e à família.

Em consonância com a pesquisa do Sebrae, um estudo feito por Doem e Williams (2020) também apontam para obstáculos relacionados à dificuldade de equilibrar as demandas entre família e trabalho. Durante a pesquisa, foi comprovado que muitas empreendedoras se deparam com a necessidade de gerenciar seu tempo e a qualidade do mesmo, além da dificuldade de equilibrar as demandas do negócio com as demandas de casa. As participantes trouxeram relatos de interrupções constantes, falta de suporte e sobrecarga de trabalho como os principais desafios presentes em conciliar as duas esferas de suas vidas (DOEM; WILLIAMS, 2020).

Segundo a pesquisa feita por Marlow e McAdam (2015), foi percebido que muitas mulheres têm dificuldade de conciliar a vontade de empreender com as expectativas sociais relacionadas ao papel de gênero implantado pela sociedade. No mesmo âmbito, muitas mulheres enxergam o empreendedorismo como um campo predominantemente masculino, o que pode ocasionar insegurança na mulher, além dos preconceitos que podem ocorrer por parte de fornecedores, clientes ou investidores.

Em um estudo concluído por Carvalho (2017), levando em consideração os pontos positivos e negativos da atividade empreendedora, foi identificado que muitas mulheres atribuem os benefícios de empreender às mudanças produzidas nos olhares e opiniões sobre si mesmas.

De acordo com Kelley et al (2016), o empreendedorismo feminino pode contribuir para o desenvolvimento econômico e social do país, visto que este é responsável por gerar empregos e promover a diversificação econômica. Além disso, existem pesquisas que comprovam que mulheres empreendedoras tendem a desenvolver habilidades de tomada de decisão, gestão de negócios e liderança (GARCÍA; RODRIGUEZ et al., 2018).

Ainda relacionado aos benefícios que o empreendedorismo pode acarretar para a vida de uma mulher, Brush e Cooper (2012) realizaram um estudo que mostrou que muitas empreendedoras valorizam a autonomia e a flexibilidade advindas do empreendedorismo,

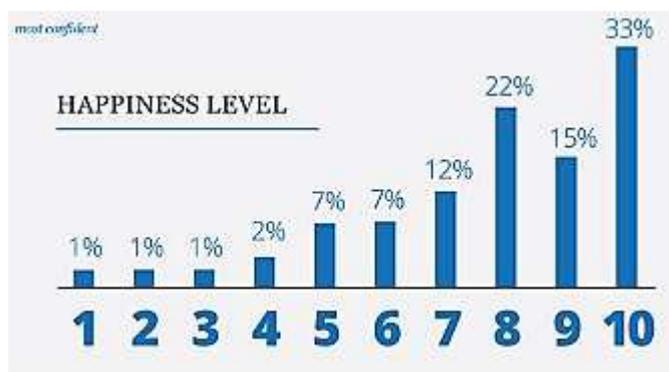
possibilitando, de uma forma mais eficaz, a busca do equilíbrio entre suas responsabilidades profissionais e familiares. Outrossim, o empreendedorismo pode proporcionar a oportunidade de gerar soluções inovadoras para problemas sociais, contribuindo de uma forma positiva para a sociedade (AHL et al., 2019).

Corroborando com o estudo de Brush e Cooper (2012), uma pesquisa feita por Santos e outros (2018), apontaram resultados que mostram a satisfação e a sensação de realização da mulher ao verem suas ideias se transformarem em negócios bem-sucedidos.

No que concerne à renda, Carree e Verheul (2012) realizaram uma pesquisa na qual trouxe dados que comprovam que as mulheres empreendedoras mostram ser mais satisfeitas do que os homens em relação à sua renda mensal, apesar de apresentarem uma rotatividade média mensal menor. Os autores apontaram que as variáveis que mais influenciam na felicidade estão voltadas para o maior domínio das atividades e planejamento adequado, ainda destacam que aquelas que administram negócios em ambientes complexos e não têm experiência relevante são propensas à insatisfação (CARRE; VERHEUL, 2012).

Conforme é apresentado no Gráfico 1, a Guidant Financial realizou uma pesquisa em 2019 com o público feminino empreendedor para analisar o grau de felicidade em uma escala de 0 a 10.

Gráfico 1 - Felicidade de mulheres empreendedoras



Fonte: Guidant Financial (2019).

De acordo com o resultado da pesquisa apresentado no gráfico 1, é possível concluir que o maior número de mulheres se encontra na escala de 8 a 10 de felicidade, o que é reforçado pelos autores Solesvik, Iakovleva e Trifilova (2019), os quais afirmam que mulheres com negócios estabelecidos classificam sua felicidade quase três vezes mais do que mulheres que não são empreendedoras ou donas de negócios estabelecidos.

Ademais, empresárias apresentam um aumento considerável no bem-estar na mesma proporção que seus negócios crescem, validando o retorno pessoal do investimento que vem com o empreendedorismo (KELLEY, 2017). Conforme o posicionamento de Burnside (2021), a razão para as mulheres terem um nível de felicidade maior empreendendo pode estar associado à confiança de gênero, sendo assim, convergindo com o pensamento de Kelley (2019), à medida que os negócios femininos amadurecem, os níveis de felicidade aumentam (BURNSIDE, 2020).

Existem pesquisas que buscam aspectos que afetam o empreendedorismo feminino (CABRERA; MAURICIO, 2017), foi encontrado como obstáculos o preconceito com o gênero (GEM, 2017), a discriminação (FERNANDES; MOTA-RIBEIRO, 2017), a dificuldade de acesso a recursos financeiros (WU, 2012), a falta de reconhecimento de seus atributos individuais como empreendedoras (HUMBERT; BRINDLEY, 2015), o lucro baixo, o conflito entre trabalho e família, a dificuldade em encontrar trabalho qualificado (HASAB; ALMUBARAK, 2016), a pouca qualificação pessoal em consonância com a pouca experiência no seguimento de atuação (DOLINSKY; CAPUTO, 2003; ROOMI et al., 2009) e a crise financeira que pode trazer consequências como o aumento de demissões, falta de crédito concedido e diminuição na confiança do empreendedor (BULLOUGH; RENKO, 2013).

Outro aspecto também analisado não só no empreendedorismo feminino, mas de uma forma geral, é a resiliência. Esta habilidade vem sendo motivo de várias pesquisas e estudos e vem sendo requisitada por profissionais, pesquisadores, organizações e percussores políticos (MCNAUGHTON; GRAY, 2017). Tal crescente se dá principalmente porque o estresse elevado, a diversidade de contratempos e a imprecisão dos resultados pode estar muitas vezes associada diretamente à busca pela geração de valor da atividade empreendedora (MANZANO-GARCÍA; CALVO, 2013).

Em uma pesquisa realizada por Cruz e Moraes (2013), a resiliência ganhou o pódio de tributo essencial para a superação de obstáculos e para o sucesso de um empreendedor. Ela também proporcionou um aprendizado diante dos erros ou deslizes de gestão, melhorando o processo profissional (CRUZ; MORAES, 2013).

Corroborando com a pesquisa acima, Bullough e Renko (2013), alegam que, sem a resiliência, os empreendedores teriam mais dificuldade de desenvolver comportamentos indispensáveis para começar a empreender ou buscar novos ramos profissionais. Além de não terem facilidade de agir e perpetuar reações pensadas e precavidas diante das adversidades enfrentadas.

Apesar da pesquisa citada acima, entre outras especulações e apuramentos referente ao feito da resiliência no meio empreendedor, o que se tem de estudo ainda é escasso. Alguns autores alegam que a razão disso está vinculado à descrença de que há uma efetiva relação entre resiliência e empreendedorismo (CRUZ; MORAES,2013; GROTBORG, 2005).

### **3 METODOLOGIA**

Durante essa seção é ressaltado o método utilizado para a construção e estruturação da pesquisa, assim como a sua estrutura, dividida em algumas subseções: a abordagem da pesquisa, o método escolhido, o campo de pesquisa, a coleta dos dados e a análise de dados da pesquisa.

#### **3.1 Abordagem da Pesquisa**

A abordagem metodológica escolhida para a realização da pesquisa foi qualitativa. A abordagem qualitativa é uma abordagem de pesquisa que busca compreender e interpretar o significado dos fenômenos sociais a partir da perspectiva dos próprios participantes.

De acordo com Creswell (2013), a pesquisa qualitativa é uma abordagem de investigação que busca descrever, interpretar e compreender as experiências e perspectivas dos indivíduos envolvidos no estudo. Segundo Denzin e Lincoln (2018), a pesquisa qualitativa é um processo reflexivo e interpretativo que envolve a coleta de dados através de métodos como entrevistas, observação participante e análise de documentos. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas e análise dos resultados obtidos com a pesquisa.

De acordo com Gil (2002), referente à abordagem da pesquisa baseada nos procedimentos técnicos utilizados, a pesquisa é definida por um estudo de caso, visto que é um estudo detalhado e aprofundado de um ou poucos objetos com o fito de obter conhecimento amplo e completo sobre o assunto.

Quanto aos fins, essa pesquisa é classificada como descritiva. Ainda sobre o pensamento de Gil (2008), uma pesquisa descritiva busca caracterizar fenômenos de uma determinada população, analisando as informações resgatadas por meio de um instrumento de pesquisa, o que permite instituir uma relação entre as variáveis.

#### **3.2 Método da Pesquisa**

Quanto à técnica de coleta, foi utilizado um Roteiro de entrevista semiestruturado que permite a flexibilidade de adaptação ao contexto. A técnica de coleta em questão foi abordada visando uma perspectiva que valoriza a subjetividade, a construção social da realidade e a compreensão das perspectivas das entrevistadas.

De acordo com Minayo (2010), a entrevista é uma técnica primordial para a pesquisa com abordagem qualitativa, já que esta permite explorar em profundidade as experiências, percepções e opiniões dos entrevistados, a partir de um diálogo entre entrevistador e entrevistado.

A entrevista utilizada como técnica de pesquisa foi formada por um roteiro semiestruturado de treze perguntas com elaboração própria, de caráter qualitativo, que buscam explorar os objetivos específicos do trabalho em questão. Este roteiro permitiu o resgate de informações primárias, com questões apenas abertas, o que possibilitou explorar com profundidade e proporcionar um ambiente confortável para as entrevistadas.

Os critérios de seleção, além da acessibilidade, foram os seguintes: mulheres, com faixa etária de 20 a 30 anos, que atuam no empreendedorismo como autoras e gestoras de seu próprio negócio.

Quadro 4 - Perguntas da entrevista

<b>Entrevista semiestruturada aplicado as Jovens Empreendedoras de Fortaleza - CE</b>	
<b>Objetivo I- Elementar as motivações das jovens empreendedoras para adentrar no mundo do empreendedorismo</b>	<b>AUTORES</b>
Pode falar um pouco do início da sua vida como empreendedora? Quais motivações para abrir um negócio? Como foi esse início?	VENDRAMINI, 2000; MACHADO et al., 2003; NASER et al., 2012; SARFARAZ et al., 2014; BOCHNIARZ, 2000
2. Após esse início, me fala sobre a trajetória do negócio e sua vida enquanto empreendedora até os dias atuais?	VENDRAMINI, 2000; MACHADO et al., 2003; NASER et al., 2012; SARFARAZ et al., 2014; BOCHNIARZ, 2000
<b>Objetivo II- Explorar a relação empreendedora com as estratégias utilizadas para superar os obstáculos e dificuldades do empreendedorismo</b>	<b>AUTORES</b>
3. É possível identificar episódios marcantes nessa trajetória que se tornaram “divisores de água”, ou seja, que geraram grandes mudanças em você e/ou no empreendimento? Pode me falar os dois (ou três) episódios que considera que foram marcantes na trajetória?	BULLOUGH; RENKO, 2013; DOLINSKY; CAPUTO, 2003; ROOMI et al., 2009; HASAB; ALMUBARAK, 2016; GEM, 2017; CABRERA; MAURICIO, 2017.
4. Quanto ao primeiro episódio marcante, quais estratégias você utilizou para vivenciá-lo?	
5. Quanto ao primeiro episódio marcante, ter vivido essa experiência gerou benefícios para a gestão do empreendimento?	
6. Quanto ao segundo episódio marcante, quais estratégias você utilizou para vivenciá-lo?	CAPUTO, 2003; ROOMI et al., 2009; HASAB; ALMUBARAK, 2016; GEM, 2017; CABRERA; MAURICIO, 2017.
<b>Objetivo III- Identificar quais são os benefícios de empreender reconhecidos pelas jovens empreendedoras.</b>	<b>AUTORES</b>
Quanto ao segundo episódio marcante, ter vivido essa experiência gerou benefícios para você enquanto mulher e empreendedora?	KELLEY, 2017; BURNSIDE, 2020; SOLESVIK; IAKOVLEVA; TRIFILOVA 2019
Quanto ao segundo episódio marcante, ter vivido essa experiência gerou benefícios para a gestão do empreendimento?	KELLEY, 2017; BURNSIDE, 2020; SOLESVIK; IAKOVLEVA; TRIFILOVA 2019
Como você enxerga seu negócio para os próximos anos?	-
Você, sendo mulher e jovem, como se sente sendo proprietária de um empreendimento diante da sociedade (fornecedores, concorrentes, clientes, funcionários...)?	VALE et al, 2011; LIPOVETSKY, 2000; TOURAINE, 2011
Você percebe que o empreendedorismo te transforma e transforma o meio em sua volta? Como?	KELLEY, 2017; BURNSIDE, 2020; SOLESVIK; IAKOVLEVA; TRIFILOVA 2019
Há algo mais que você considere importante falar que ainda não foi falado?	-

Fonte: Elaborada pela autora (2023).

### 4.3 Pesquisa de Campo

Para a pesquisa de campo, foram escolhidas seis mulheres jovens empreendedoras de Fortaleza - CE, com idade entre 20 a 30 anos e com tempo de empreendimento entre 1 a 5 anos. As entrevistadas atuam em ramos diferentes. O Quadro 5 busca apresentar as características de cada uma.

Quadro 5 - Identificação das entrevistadas

ENT.	IDADE	EMPRESA	TEMPO DE EMPREENDIMENTO
E1	24 anos	Decoração e organização de festa	1 ano
E2	28 anos	Loja de produtos de maquiagem e de cabelo	5 anos
E3	26 anos	Loja de doceria e bolos confeitados	3 anos
E4	23 anos	Loja de produtos de maquiagem e de cabelo	5 anos
E5	27 anos	Loja de vestuário feminino	5 anos
E6	23 anos	Marca de calçados femininos	1 ano

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

### 3.4 Coleta de Dados

A coleta de dados ocorreu entre os dias 18/04/2023 e 25/04/2023, por meio de entrevistas online e presenciais, todas de maneira individual, utilizando o roteiro semiestruturado, apresentado no tópico 3.3 do trabalho, como guia do diálogo entre o entrevistador e as entrevistadas. As entrevistas duraram de 15 a 40 minutos.

A entrevista buscava identificar e compreender a história do empreendedorismo na vida dessas jovens brasileiras, quais as motivações que as levaram a empreender, como começou a trajetória de cada uma no mundo do empreendedorismo e como elas estão posicionadas hoje no mercado.

Ademais, a entrevista também buscou proporcionar o entendimento das estratégias utilizadas para contornar os obstáculos apresentados durante o empreendedorismo.

Por fim, o diálogo também teve o fito de elementar os benefícios identificados por mulheres empreendedoras no empreendimento e na vida pessoal, além de explorar como elas conciliam as outras demandas depositadas sobre o sexo feminino com o empreendedorismo.

Após as gravações, ocorreu a transcrição dos dados em formato de tabelas para facilitar e auxiliar no entendimento e na divisão do conteúdo.

### **3.5 Procedimento de Análise de Dados**

Esta subseção visa apresentar os pontos que foram abordados por cada entrevistada relacionando os assuntos retratados no capítulo 2. Estes temas foram: Classificações do empreendedorismo, a inserção da mulher no mercado de trabalho e o sexo feminino no empreendedorismo.

Após a realização das entrevistas, houve a transcrição de cada pergunta com sua respectiva resposta e a divisão das mesmas por blocos de categoria de análises relacionadas a: (1) As motivações das jovens para empreender; (2) As estratégias utilizadas para superar obstáculos proporcionados pelo empreendedorismo e (3) Os benefícios identificados na vida das jovens que foram gerados pelo empreendedorismo. Essa divisão de categoria permitiu a integração com os objetivos específicos do trabalho, os referenciais teóricos propostos e as apresentações das empreendedoras estudadas em questão.

Com isso, será apresentado, analisado e discutido a possível relação existentes entre as empreendedoras, assim como possíveis padrões ou características já estudadas por autores passados.

## 4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Nesta seção é apresentada a análise dos resultados das entrevistas com as seis empreendedoras de Fortaleza-CE identificadas na seção 3.3. Serão abordadas as questões que motivaram essas mulheres a empreender, as estratégias utilizadas por elas para superar obstáculos recorrentes do espaço do empreendedorismo e quais benefícios causados pelo empreendedorismo no ponto de vista e realidade de cada entrevistada.

A entrevista se iniciou com uma breve apresentação, contendo nome das participantes, idade, tempo de empresa, nome e ramo do empreendedorismo. Logo em seguida, as perguntas foram categorizadas de acordo com as abordagens já citadas.

### 4.1 As motivações das empreendedoras entrevistadas

A primeira pergunta foi destinada a este tópico. As experiências vividas ao longo da vida das entrevistadas ajudam a explicar como essas jovens chegaram a empreender e quais são suas intenções com o empreendedorismo. Nesta etapa da entrevista, foi possível perceber que a maioria das jovens tinham como motivação a realização pessoal e a independência financeira como afirma a E6 em sua fala “sempre quis ser independente em todos os âmbitos da minha vida, financeiramente também”.

Ademais, foi possível identificar que o empreendedorismo por oportunidade foi presente em algumas delas. O que confirma isso é a fala da E5 quando a mesma expressa “a moda ficou um pouco mais acessível, foi o tempo das ‘influencers’, a moda ficou mais vista”. Também é possível identificar a visualização da oportunidade pela experiência da E6 “estudando o mercado, eu vi que calçado tinha bem menos frentes um mercado que tinha mais espaço pra ser explorado”.

No que se refere à vocação, duas das entrevistadas puderam identificar um talento seu que pudesse ser transformado em negócio. A E6 expõe “sempre foi um gosto espontâneo para a moda, sempre me identifiquei e foi muito natural minha relação com a moda” e “as pessoas julgam que eu tenho um olhar legal e eu também acho isso”, o que possibilita a identificação de uma aptidão como possível meio de vida.

Corroborando com a ideia de transformar aptidão em negócio, a E1 apresentou o posicionamento “Uma das coisas que eu mais amo fazer sempre foi fazer meu aniversário”, logo em seguida trouxe “minhas amigas sempre me pediam pra eu fazer o aniversário delas e elas me questionaram porque eu não fazia isso como negócio”, enfatizando que suas amigas

tiveram muita participação em sua decisão empreendedora. Por esse mesmo viés, ocorreu nas entrevistas casos repetidos da influência de terceiros, principalmente familiares, nas decisões de seus empreendimentos. Vários posicionamentos comprovam o quão o empreendedorismo por influência foi presente na vida das jovens empreendedoras, como expõe a E4 “o empreendedorismo veio muito de casa, sempre foi o sonho da minha mãe, ela já tinha um comércio e eu já trabalhei lá desde muito cedo. O amor pelo comércio, o amor pelo varejo veio daí” e a E2 “eu tive o senso de empreendedorismo através da minha mãe, ela que teve esse sonho”. Ainda analisando a influência externa na relação com as motivações das mulheres entrevistadas, a E5 trouxe “meu irmão é empreendedor e sempre fomos muito próximos, então ele sempre me incentivou”.

Em congruência com o apresentado acima, uma das entrevistadas apresentou que o empreendedorismo começou mais como uma brincadeira e por vontade de sua mãe. A E3 explanou “Tudo começou com uma grande brincadeira minha mãe sempre gostou de cozinhar, ela fez vários cursos como hobby mesmo, um dia qualquer ela disse, se eu pudesse viver disso eu seria muito feliz, eu nem pensei e falei, mãe, se você quiser faz que eu vendo”.

Abaixo, segue quadro identificando e caracterizando as motivações das entrevistadas.

Quadro 6 - Caracterização das motivações das entrevistadas

ENTREVISTADA	MOTIVAÇÃO	DESCRIÇÃO
E1	Aptidão com o trabalho e incentivo das amigas.	Inspirada em influenciadoras do YouTube começou a maquiagem para amigas que a incentivaram para empreender nesse mercado. Ao lidar com o crescimento dos trabalhos, se aperfeiçoou e tomou gosto pelo negócio. Entretanto, percebeu que não obtinha retornos suficientes com as maquiagens e buscou outro empreendimento que tivesse mais vocação. Após notar o gosto por seu aniversário e o empenho para realizá-lo, decidiu entrar no mercado de execução e decoração de festas.
E2	Familiar (mãe)	Influenciada por sua mãe, que sempre sonhou com o projeto da marca e já empreendia, a entrevistada juntou forças com sua mãe e sua irmã criando uma sociedade para desenvolver a marca.
E3	Familiar (mãe) e incentivo para realizar um sonho	Ao perceber a satisfação da mãe em fazer ótimas comidas e após ouvir que ela queria viver do "hobby" de cozinhar, tomou a decisão de ajudá-la a realizar esse sonho e começou vendendo doces em uma das praças de Fortaleza-CE até que o empreendimento tomou a proporção de uma marca.
E4	Familiar (mãe)	Influenciada, desde muito nova, a empreender, já que auxiliava sua mãe no comércio. O convívio gerou interesse pelo varejo, o que a levou a fazer sociedade com sua mãe e sua irmã para empreender.
E5	Familiar (irmão) e identificação com a moda	Devido à influência do irmão, que já era empreendedor, tinha a intenção de empreender, mas não sabia em qual mercado. Ao ingressar na faculdade teve a percepção de que um produto ("cropped") que gostava bastante não era muito conhecido por outras pessoas e com o acesso facilitado ao tema moda, que estava em alta na época, decidiu empreender nesse setor.
E6	Independência financeira e vocação	Desde jovem, buscou independência financeira e considerou o empreendedorismo a melhor maneira de conquistá-la. Decidiu, naturalmente, empreender no setor de calçados, por que sempre teve vocação para trabalhar com moda e esse ramo foi considerado, por ela e pelo seu sócio, o de mais oportunidades.

Fonte: Elaborada pela autora (2023).

Para uma melhor análise, foi criado o Quadro 6 no qual categorizou as entrevistadas de acordo com pensamentos de autores citados na seção 2.2.2 deste trabalho no que se refere às possíveis motivações para empreender das jovens brasileiras do presente estudo. Com a análise, foi possível identificar que 100% das entrevistadas possuíam mais de uma motivação segundo os autores, o que proporcionou uma investigação mais ampla do processo de impulsionamento de uma empreendedora até a concretização do empreendimento.

Quadro 7 - Categorização da Motivação frente aos pensamentos de autores.

AUTOR	PENSAMENTO	E1	E2	E3	E4	E5	E6
BOCHNIARZ, 2000	Vocação	X					X
BOCHNIARZ, 2000 e SILVA E VIEIRA, 2018	Percepções de oportunidades	X	X	X	X	X	X
SARFARAZ et al., 2014	Anseio do alcance da estabilidade financeira		X		X	X	X
	independência	X	X		X	X	X
	Paixão pelo que faz	X	X		X	X	X
SARFARAZ et al., 2014 e SILVA E VIEIRA, 2018	Realização pessoal e profissional		X		X	X	X
NASER et al., 2012	Desemprego						
	Renda insuficiente						
	Crise econômica						
	Insatisfação na vida profissional			X			X
LIN et al, 2018	Desejo de solucionar problemas			X		X	X
SILVA E VIEIRA, 2018	Ânsia por equidade de gênero no mundo profissional						
	Procura por flexibilidade e autonomia	X	X	X	X	X	X
MACHADO et al., 2003	Dificuldade de ascensão de cargos dentro de empresas				X	X	

Fonte: Elaborada pela autora (2023).

Com a fala da E1 referente à aptidão dela por maquiagem, ela identificou que tinha talento para maquiar e poderia gerar receita com sua vocação, visto que pessoas ao seu redor já despertavam o interesse de pagar pelo serviço prestado pela entrevistada. Neste parâmetro foram identificadas duas motivações para empreender, a vocação e a percepção de oportunidades, segundo Bochniarz (2000). Na mesma linha de pensamento, a empreendedora também citou que existia paixão pelo que fazia, o que aponta mais uma motivação para empreender (SARFARAZ, 2014). Outra identificação citada pela E1 foi sua busca por flexibilidade e autonomia (SILVA; VIEIRA, 2018) e o anseio por sua independência (SARFARAZ, 2014), o que foi possível compreender o conjunto de motivações que a levaram a empreender.

De acordo com a entrevista da E2, a qual despertou o interesse em empreender por influência familiar, já que sua mãe atuava no comércio de cosméticos, e pelo grande desejo de alcançar a estabilidade financeira e sua independência (SARFARAZ, 2014), a jovem identificou oportunidade de adquirir renda com esse mercado (BOCHNIARZ, 2000; SILVA; VIEIRA, 2018). A empreendedora também citou que sempre sonhou em trabalhar com o que gostasse e com o que se identificasse, pois assim estaria realizada pessoal e profissionalmente (SARFARAZ et al., 2014; SILVA; VIEIRA, 2018).

É perceptível a semelhança entre as motivações das entrevistadas E2, E4 e E5, após coincidir suas respostas em alguns os aspectos, já que as três encontraram no ambiente familiar o incentivo necessário para empreender e almejavam com o empreendedorismo alcançar independência, estabilidade financeira e sentimento de realização profissional e pessoal.

No caso da entrevistada E3, que também teve influência familiar, a jovem informou que identificou uma oportunidade pelo sonho da mãe (BOCHNIARZ, 2000; SILVA; VIEIRA, 2018) e foi motivada por solucionar o problema da insatisfação familiar (LIN et al., 2018). Em contrapartida, a E3 percebeu que empreender também poderia solucionar suas questões como Dificuldade de ascensão de cargos dentro de empresas (MACHADO et al., 2003) e insatisfação na vida profissional (NASER et al., 2012) e proporcionar flexibilidade e autonomia (SILVA; VIEIRA, 2018).

No que tange às motivações da entrevistada E6, a mesma abrange a linha de pensamento da maioria dos autores, visto que, em sua fala, apresentou vocação (BOCHNIARZ, 2000), Percepções de oportunidades (BOCHNIARZ, 2000; SILVA; VIEIRA, 2018), Anseio do alcance da estabilidade financeira, independência e paixão pelo que faz (SARFARAZ et al., 2014), Realização pessoal e profissional (SARFARAZ et al., 2014; SILVA; VIEIRA, 2018), insatisfação (NASER et al., 2012), desejo de solucionar problemas (LIN et al., 2018) e Procura por flexibilidade e autonomia (SILVA; VIEIRA, 2018).

#### **4.2 As estratégias utilizadas pelas empreendedoras para superar obstáculos**

No que tange às estratégias, as perguntas 3,4 e 7 foram orientadas para entender os processos utilizados por cada empreendedora com sua particularidade. Foi sugerido que cada empreendedora citasse duas a três experiências que elas consideraram possíveis “divisores de marca” para suas empresas e quais foram as estratégias utilizadas para vivenciá-las. O

resultado foi curioso, uma vez que as entrevistadas, em sua grande maioria, trouxeram apenas pontos positivos.

A Entrevistada E1 trouxe dois eventos interessantes. O primeiro deles foi o seu primeiro evento remunerado. Como o seu trabalho de montagem e decoração de festas exige muito de sua mão de obra, é necessário que sua hora seja precificada e que seja dada uma estimativa de horas utilizadas para aquele evento, mas pela primeira experiência, a empreendedora apontou: “eu tinha feito orçamento, mas eu não tinha noção do quanto eu ia gastar do meu tempo lá e acabei me doando mais do que tinha escrito no papel. Eu fiz a decoração e ainda passei o evento todo lá, ajudando, recebendo convidados e tudo que foi necessário”

Essa experiência proporcionou o primeiro contato de fato com cliente e com fornecedor. A E1 alega que não utilizou estratégia pronta, trazendo a fala: “a estratégia basicamente utilizada foi: você só sai daqui quando tiver tudo perfeito, então na hora que você vê que entregou um trabalho maravilhoso você pode ir embora. Foi exatamente assim, eu cheguei 14 horas e fui embora às 23 horas, entreguei muito mais do que deveria”.

A entrega deste primeiro trabalho despertou a atenção da E1 para as necessidades de precificação de mão de obra, gestão de tempo, controle de orçamento e maneiras mais assertivas de lidar com fornecedores.

A E1 também apresentou que um ponto que a faz crescer e aprender muito como empreendedora e lhe desafia a buscar novas estratégias para superar situações de maneira mais eficiente é trabalhar com o ser humano. Durante a entrevista, a E1 cita:

você lidar com o ser humano, ao mesmo tempo que é prazeroso, é algo bem complexo. Você precisa entender que cada ser humano é único, que cada um tem um jeito e que as vezes a maneira que ele reage não corresponde a maneira que você acha que ele reagiria. Então, algumas vezes o cliente passa do ponto.

A fala da E1 corrobora com o pensamento dos autores Cruz e Moraes (2013), que apresentam a resiliência como tributo essencial para a superação de obstáculos e para o sucesso em um empreendedor, além de proporcionar um aprendizado diante dos erros ou deslizes de gestão, melhorando o processo profissional.

A entrevistada E2 trouxe como seu divisor de água no empreendimento, a mudança de endereço. Ela tinha uma loja de rua e, depois de um ano de empresa, transferiu seu ponto físico para uma loja no shopping. A estratégia utilizada que resultou na primeira mudança de localização, foi uma análise de perfil de seus consumidores, na qual a

empreendedora pontuou a importância de um comerciante conhecer seu público e estar sempre antenado às mudanças de mercado, e cita “a gente fez uma análise do perfil do consumidor. Com essa análise nós notamos que onde estávamos localizados, não era onde estava nosso público-alvo, por isso decidimos migrar”.

Em seguida, a E2 salientou outro obstáculo que solicitou mudança de atitude por parte dela. Essa experiência resultou na mudança de outra loja de shopping para um quiosque, no mesmo centro comercial:

já da loja para o quiosque, tivemos o insight da mudança quando vimos que nosso custo fixo estava muito maior do que esperamos. Essa mudança fez o nosso custo fixo reduzir em 10x menos, mantendo o faturamento anterior. Fizemos uma análise de viabilidade do negócio em cima do nosso ponto de equilíbrio e resultou nessa mudança.

A estratégia utilizada pela E2 foi um estudo de viabilidade do negócio com o acompanhamento de seu ponto de equilíbrio, o que gerou em redução dos custos fixos sem atingir o faturamento planejado. Com sua trajetória, a E2 apresentou o quão é imprescindível que, para o crescimento do negócio, seja feito os estudos necessários e que eles sejam sempre atualizados e reajustados de acordo com a realidade do mercado no momento.

A E3 apresentou como divisor de águas em sua loja quando elas decidiram sair de casa para um lugar próprio, onde precisaram lidar com mais despesas, contrataram funcionários e perceberam que o negócio estava crescendo e precisava de um cuidado e uma atenção maior. Em sua fala, “foi um divisor de águas de responsabilidades. A gente se deparou com “Eita, parece que o negócio está indo”, a E3 pontua que elas não tinham muito conhecimento de qual estratégia seria necessária para superar os obstáculos de forma crescente e lucrativa, mas a experiência proporcionou tentativas de erros e acertos para o crescimento do negócio, a qual a E3 completa “Acho que empreender é isso, não ter medo de errar e tentar até acertar.”

O posicionamento da E3 vai de encontro com a pesquisa dos autores Bullough e Renko (2013), a qual mostra que, sem resiliência no empreendedorismo, os empreendedores teriam mais dificuldade de agir e perpetuar reações pensadas e precavidas diante das adversidades enfrentadas.

A E4 apontou como uma grande mudança em seu empreendimento a implantação de novos serviços,

a gente começou o negócio com dois serviços, que foi a maquiagem express e o curso de automaquiagem, então eu acho que a gente teve aí uma grande virada de chave quando a gente começou a trabalhar com o meio corporativo e também no quesito consultoria capilar, porque foi uma forma de a gente agregar valor nos produtos de cabelo, porque antigamente a gente só conseguia agregar valor aos produtos de maquiagem.

Com a introdução de novos negócios, a E4 expôs que é de extrema importância que empreendedores estejam atentos às tendências de mercado e as possíveis implantações para agregar valor ao produto/serviço ofertado. A E4 ainda traz que isso é uma estratégia basilar para o sucesso de um negócio e que isso pode fornecer destaque entre seus concorrentes.

A entrevistada E5 trouxe duas experiências que já lhe serviram como estratégia para o crescimento de seu negócio. A E5 pontuou: “um episódio que nos marcou muito foi em 2020, onde surfamos muito a onda da pandemia, a gente cresceu muito sem estruturas e sem processo. Então, no final das contas, 2020 foi o ano que menos crescemos”.

Com o ocorrido, a jovem empreendedora reforça a relevância de processos bem definidos e de estruturação dentro de uma empresa, visto que ela presenciou um falso crescimento, olhando apenas para faturamento, mas no final percebeu que causou mais prejuízo para a empresa devido à falta de estruturas e processos bem definidos.

Outro episódio que foi um divisor de águas para o empreendimento da E5 foi a decisão de fazer um rebranding completo em sua empresa, “Em 2022, eu decidi mudar tudo da empresa, mudei a logomarca, mudei a forma de comunicação, mudei estilista, mudei tecidos, mudei qualidade, praticamente quase de um dia para a noite”.

A E5 trouxe que a decisão já foi sua alternativa de estratégia para preencher os buracos causados na empresa pelo falso crescimento ocorrido em 2020. Para finalizar, ela pontua que “Empreender é não ter medo de falhar e, se tiver medo, é necessário ir com medo mesmo. Do contrário seu negócio possivelmente já está fadado ao fracasso”.

Por fim, a entrevistada E6 citou que a participação da Feira nacional de calçados proporcionou um olhar para novos horizontes de empreendimento. Esse marco fez tê-la noção de processos antes não conhecidos, desde a fabricação do solado até o desenvolvimento do design e produção final de um calçado. Isso possibilitou que a empreendedora planejasse novos rumos futuros para a empresa e condicionasse seus próximos passos com o fito de chegar aonde a jovem almeja. Ademais, também apresentou como estratégia para superar obstáculos os próprios acontecimentos do dia a dia,

essa semana eu estava muito reflexiva sobre isso. Quando eu comecei eu tinha medo, mas eu tinha mais coragem do que medo, porque eu não conseguia enxergar tantos problemas assim. À medida que você vai caminhando começam a surgir desafios que você não imaginava. Por isso que eu acho que o empreendedorismo está muito ligado com o autoconhecimento, porque é uma lição de vida.

O posicionamento da E6 vai de encontro com a habilidade analisada pelos autores McNaughton e Gray (2017), a resiliência, a qual vem sendo requisitada por vários profissionais, incluindo empreendedores. Além disso, a fala da E6 onde ela apresenta a ideia de que: “Se eu tivesse parado em alguma adversidade, eu não estaria onde estou hoje. A magia do empreendimento está exatamente nisso, em você olhar para o problema, passar por ele e não deixar ele lhe paralisar”.

Corroborando com os posicionamentos das entrevistadas E1, E3 e E5, onde citam a resiliência como arma imprescindível no empreendimento e trazem definições para empreender muito similares.

Abaixo, é apresentado um quadro no qual define o desafio e a estratégia utilizada por cada jovem em sua estratégia empreendedora:

Quadro 8 - Desafios e estratégias utilizadas pelas entrevistadas

ENTREVISTADA	DESAFIO	ESTRATÉGIA
E1	Primeiro evento remunerado e maneiras de lidar com seres humanos	Precificação de mão de obra, gestão de tempo, controle de orçamento e formas assertivas de melhor lidar com clientes e fornecedores.
E2	Mudança de endereço de loja e mudança de loja para quiosque	Análise do perfil do consumidor, estudo de viabilidade do negócio e do ponto de equilíbrio
E3	Primeiro local físico da loja	A própria experiência
E4	Implantação de novos serviços	Estudo de tendências de mercado
E5	Rebranding	Definição de processos e estratégias
E6	Primeira feira de calçados e desafios do dia a dia	Não permitir que o medo a paralise

Fonte: Elaborada pela autora (2023).

### 4.3 Aspirações das empreendedoras entrevistadas

Logo em seguida das perguntas destinadas às estratégias utilizadas pelas empreendedoras para superar obstáculos, a pergunta 10 foi destinada a identificar e compreender as aspirações das jovens empreendedoras frente ao seu empreendimento para os próximos anos, analisando seu momento de vida atual, a congruência das outras áreas da vida com o empreendedorismo e as perspectivas de crescimento. O resultado foi promissor, uma vez que 100% das entrevistadas buscam crescer em seus empreendimentos e expandir suas habilidades e competências dentro do empreendedorismo feminino.

A E1 apresentou sua perspectiva de futuro com o surgimento de seu negócio em lojas físicas, deixando de atender somente pequenas festas e também aspira que o propósito da sua empresa cresça e se destaque, reforçando na fala “Eu não quero que ela seja apenas uma empresa de festas, mas principalmente de criar momentos”.

A E2 já trouxe um posicionamento mais estruturado, com expansão de lojas principalmente para o interior nos próximos dois anos e um trabalho mais forte no e-commerce, visto que a E2 e sua sócia acreditam e buscam o sistema híbrido cada vez mais fortalecido.

No que tange à aspiração da E3, ela afirmou: “Eu queria muito ter um espaço mais comercial, para receber melhor as pessoas. Eu vejo isso no prazo de um ano, dois anos. Agora se botar dez anos eu vejo a minha empresa igual farmácia, uma em cada esquina”. O que corrobora com o pensamento da E4, que enxerga sua loja em mais cidades e com várias lojas dentro de Fortaleza-CE.

Já a E5, que só trabalha com e-commerce, comentou que pretende ter uma loja física, mas seu principal desejo para o curto prazo é ter distribuição de compras online no estado de São Paulo, visto que seu maior público se encontra nessa região. A jovem ainda acrescentou que pretende estabilizar a empresa para que esta consiga “caminhar com as próprias pernas” e, assim, ela desenvolva o projeto de um segundo empreendimento, loja de moda fitness feminina. Por fim, a E6, em consonância com as demais entrevistadas, deseja ter sua marca com várias lojas físicas e ela também planeja desenvolver a versão infantil de sua marca.

#### 4.4 Benefícios do Empreendedorismo Feminino identificados pelas entrevistadas

Para compreender, de maneira mais clara, os benefícios gerados pelo empreendedorismo na vida das entrevistadas, tanto no que tange à área profissional quanto à pessoal, selecionamos quatro perguntas, as identificadas 5,6,7 e 8, para destinar aos feitos positivos acarretados pelo empreendedorismo.

Os episódios “divisores de água” já acarretaram vários benefícios identificados pela própria E1, como divisão e precificação dos serviços prestados pela sua empresa, gestão de tempo e processos de logísticas bem definidos que fizeram total diferença nos próximos passos do empreendimento. A E1 afirmou: “São incontáveis os benefícios que esses episódios trouxeram para o empreendimento, a empresa não estaria onde está com o planejamento futuro que temos se não tivéssemos passado por isso, acredito que tudo é aprendizado”.

Já no que abrange os benefícios do empreendedorismo identificados pela jovem que refletem em sua vida pessoal, a E1 completa

eu não digo que o empreendedorismo me trouxe benefícios, na verdade ele me transformou, sou outra mulher. O empreendedorismo mudou minha forma de pensar, de falar, de enxergar o mundo, de me portar e de lutar pelo que eu quero. Antes eu duvidava do que eu era capaz, hoje eu sei que não há nada que me pare.

Com o posicionamento da E1, é notória a importância do empreendedorismo em seu meio, visto que traz mudanças positivas não somente para a empreendedora de forma individual, mas também para quem está ao seu redor.

Para os benefícios gerados pelos episódios marcantes identificados pela E2, foram apresentados a maior fidelização do cliente, o crescimento da autoridade da marca e a redução dos custos fixos sem atrapalhar no faturamento. Já em relação aos benefícios do empreendedorismo identificados em seu papel na sociedade como mulher concerne com o posicionamento da E1, o qual é apresentado pela E2 em sua fala,

O empreendedorismo me modifica diariamente. Consigo perceber a presença dele de forma positiva na minha maneira de lidar com o ser humano, na construção dos meus sonhos e planos e na maneira de enxergar o mundo. Ele me ensina que as minhas limitações sou eu mesma quem controlo.

No que se refere à entrevistada 3, foi apresentado muitos benefícios acarretados com o empreendedorismo para sua vida pessoal e sua trajetória, a E3 apresenta: “[...] me fez mudar muito como pessoa, me fez mudar a minha cabeça, eu deixei de ser uma pessoa tímida,

eu comecei a falar mais, eu comecei a me comunicar melhor, então, para mim isso foi um divisor de águas na minha vida”.

Em sua entrevista, a E3 contextualizou como o empreendedorismo vem mudando não só sua vida, mas a de sua família. O empreendedorismo trouxe para dentro de sua casa organização, foco e determinação. Além de lhe causar sentimento de empoderamento, capacitação e resiliência.

A E4 apresentou os benefícios causados dentro do seu empreendimento referente aos episódios “divisores de água” como a agregação de valor ao seu produto e consequentemente à sua marca. A E3 detalha:

eu acho que a gente teve uma virada de chave muito grande quando a gente começou a trabalhar com meio cooperativo, porque é outro mundo e também no quesito consultoria capilar, porque foi uma forma de a gente agregar valor nos produtos de cabelo, porque antigamente a gente só estava conseguindo agregar valores nos produtos de maquiagem.

Outro ponto que a empreendedora fez questão de destacar foi que o empreendedorismo pode e deve ter várias “portas”, o qual afirma que um negócio não precisa ter apenas uma fonte de renda. A jovem completa:

o empreendedorismo mostrou na prática o quanto é possível ter mais de um negócio dentro de um. Dentro de um negócio dá para explorar e trabalhar mais de um produto e serviço e ter mais de uma forma de gerar receita dentro da empresa, o que é mais importante, porque quando uma dessas formas de gerar receita estiver ruim, a outra pode estar bem e então está suprindo tudo e forma um equilíbrio para a empresa ficar sempre num linear de faturamento.

Já no que tange aos benefícios gerados para a entrevistada como mulher, foi ressaltado a maturidade, a resiliência, a persistência e a comunicação. A empreendedora citou que desde muito nova sente os feitos do empreendedorismo em sua vida e que quando pensa em seus planos, não se vê realizada em nenhuma outra profissão a não ser empreendendo.

O posicionamento da entrevistada cinco converge muito com os benefícios citados das quatro entrevistadas acima. A E5 apresentou que os seus episódios “divisores de água” proporcionaram uma maior efetivação de precificação e uma autoridade de marca, assim como a E2. No que se refere aos benefícios frente à vida pessoal, a E5 citou a forma de enxergar o mundo, a forma de falar e se posicionar, o que concerne com a fala da E3. Por fim, a E5 falou que o empreendedorismo lhe ensina e lhe torna uma pessoa cada vez mais resiliente, tal qual afirma a E4.

Já no que concerne ao pensamento da E6, a empreendedora citou que o empreendedorismo busca na vida de uma mulher a versão “Leoa”, que luta, busca e alcança. A jovem completou: “O empreendedorismo te ensina que todo para todo problema, existe uma solução. Você pode até querer chorar pelo que está difícil, mas seu objetivo lá na frente é tão maior que você realiza com choro mesmo. Parece uma mágica, o empreendedorismo faz isso na minha vida”.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo viabilizou que as motivações das empreendedoras entrevistadas, assim como as estratégias utilizadas pelas jovens para superar os obstáculos propiciados pelo empreendedorismo, além dos benefícios gerados fossem identificados, satisfazendo aos objetivos geral e específicos propostos inicialmente.

Ao analisar os resultados da pesquisa sobre motivação para empreender, fica evidente que as entrevistadas apresentaram uma variedade de motivações que as impulsionaram a iniciar seus empreendimentos. A realização pessoal e a independência financeira foram os principais fatores motivadores mencionados pela maioria das jovens empreendedoras. A busca por autonomia e flexibilidade também se mostrou presente, assim como a percepção de oportunidades no mercado. Além disso, algumas entrevistadas identificaram uma vocação ou talento específico que puderam transformar em negócio, enquanto outras foram influenciadas por membros da família, especialmente suas mães, que já empreendiam ou tinham o sonho de empreender. A influência de terceiros, principalmente familiares, foi um aspecto relevante nas decisões empreendedoras das mulheres entrevistadas. Essa diversidade de motivações destaca a importância de considerar múltiplos fatores ao analisar o processo de empreendedorismo e como diferentes experiências de vida podem moldar as motivações individuais.

Ao analisar os resultados das estratégias adotadas pelas empreendedoras entrevistadas, observamos que cada uma delas enfrentou desafios específicos em seus empreendimentos. No entanto, todas compartilharam a necessidade de adaptar suas estratégias às circunstâncias e aprender com suas experiências. A precificação adequada, o conhecimento do público-alvo, a análise de viabilidade do negócio, a introdução de novos serviços e a busca por processos estruturados foram alguns dos aspectos destacados. Além disso, a resiliência e a coragem de enfrentar adversidades foram habilidades essenciais para o crescimento e sucesso dos negócios. Essas conclusões reforçam a importância do planejamento estratégico personalizado e da capacidade de adaptação para alcançar resultados positivos no empreendedorismo.

Ao examinar os benefícios do empreendedorismo na vida das entrevistadas, tanto no âmbito profissional quanto pessoal, podemos observar transformações significativas. Os momentos de ruptura foram fundamentais para o crescimento dos empreendimentos, levando a uma melhor precificação, gestão de tempo, logística eficiente e crescimento da autoridade da marca. Além disso, o empreendedorismo proporcionou mudanças profundas nas

entrevistadas, elevando sua autoconfiança, resiliência, comunicação e capacidade de enfrentar desafios. Esses resultados refletem não apenas em suas vidas individuais, mas também na forma como impactam suas famílias e na sociedade como um todo. O empreendedorismo se revela como uma fonte de empoderamento e realização pessoal, mostrando que é possível ter múltiplas fontes de renda e encontrar equilíbrio mesmo diante de adversidades. Essa jornada empreendedora despertou uma nova mentalidade, transformando-as em mulheres fortes, determinadas e capazes de alcançar seus objetivos.

Por fim, este estudo ressalta a importância de apoiar e incentivar o empreendedorismo feminino, reconhecendo seu potencial transformador. Através do fortalecimento das habilidades empreendedoras das mulheres e da criação de um ambiente favorável, podemos promover a equidade de gênero, impulsionar a inovação e construir uma sociedade mais inclusiva e próspera.

Entretanto, a pesquisa possui algumas limitações, por exemplo a quantidade limitada de jovens entrevistadas mediante tamanho da região metropolitana de Fortaleza - CE. O estudo de caso, por mais que tenha possibilitado a análise de realidade das empreendedoras, não abrange e tampouco permite generalização.

Espera-se que os resultados e insights deste trabalho inspirem futuras pesquisas e ações voltadas para a promoção do empreendedorismo feminino, contribuindo para o avanço da igualdade de gênero e o desenvolvimento sustentável.

## REFERÊNCIAS

- AMORIM, C. L.; BATISTA, E. A. A mulher e o mercado de trabalho: reflexões sobre a inserção feminina no mercado de trabalho contemporâneo. **In: Congresso Nacional de Educação - EDUCERE**, 8., 2012, Curitiba. Anais eletrônicos... Curitiba: PUCPR, 2012. Disponível em: <[http://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2012/9706\\_6071.pdf](http://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2012/9706_6071.pdf)>. Acesso em: 08 abr. 2023.
- BOCHNIARZ, Z. **The Role of Female Entrepreneurship in Economic Development**. Warsaw: Konrad Adenauer Stiftung, 2000.
- BRAGA, A. **Empreendedorismo: o empreendedorismo e o empreendedor na sociedade contemporânea**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.
- BULLOUGH, A.; RENKO, M. Entrepreneurial Resilience During Challenging Times. **Business Horizons**, v. 56, n. 3, p. 343-350, 2013.
- BURNSIDE, R. **How Gender Confidence Gap Affects Women Entrepreneurs**. Forbes, 2020. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/ryanburns/2020/03/06/how-gender-confidence-gap-affects-women-entrepreneurs/?sh=2336be5f6dd5>>. Acesso em: 8 abr. 2023.
- CABRERA, R. V.; MAURICIO, I. P. Fatores que Afetam o Empreendedorismo Feminino: uma Revisão Sistemática. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 16, n. 3, p. 106-126, 2017.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- CRUZ, R. M. P.; MORAES, L. F. R. Resiliência e Empreendedorismo: A Possibilidade da Construção de um Perfil de Empreendedor Resiliente. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 13., 2013, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2013.
- DEL PRIORE, Mary. **Histórias e conversas de mulher**. São Paulo: Planeta, 1994.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Bookman, 2018.
- DOERN, R.; WILLIAMS, N. Female Entrepreneurship: Time and Money Challenges in Work-Life Balance. **International Small Business Journal**, v. 38, n. 1, p. 3-28, 2020.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e plano de negócios**. São Paulo: Cultura, 1999.
- DOLINSKY, A. L.; CAPUTO, R. K. **Gender and Work: A Comparative Analysis of Industrialized Countries**. New York: State University of New York Press, 2003.

FERNANDES, A. M. A.; MOTA-RIBEIRO, S. R. A. Preconceito e Discriminação de Gênero no Empreendedorismo Feminino. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, v. 9, n. 2, p. 61-82, 2017.

FEUERSCHUTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D.; GODOI, C. K. **Empreendedorismo: múltiplos olhares e abordagens**. São Paulo: Atlas, 2011.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 31, n. 3, p. 57-63, 1991.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. São Paulo: Saraiva, 1999.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2015**. Curitiba: IBQP, 2015.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Global Report 2017**. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/report>>. Acesso em: 8 abr. 2023.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório executivo GEM 2018**. Disponível em: <<https://gemconsortium.org/report/executive-summary/56928>>. Acesso em: 8 abr. 2023.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GROTBERG, E. H. **The International Resilience Project**. Washington: The George Washington University, 2005.

HASAB, M. A.; ALMUBARAK, A. M. Challenges Facing Women Entrepreneurs in Saudi Arabia: An Exploratory Study. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 19, p. 1-13, 2016.

HUMBERT, A. L.; BRINDLEY, C. The Social and Gender Characteristics of Entrepreneurship: A Study of Family Businesses in Canada. **Journal of Small Business Management**, v. 53, n. 3, p. 627-640, 2015.

KELLEY, D. J. Entrepreneurs are Happier than Employees, but Only if They're Successful. **Forbes**, 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/danafeldman/2017/03/20/entrepreneurs-are-happier-than-employees-but-only-if-theyre-successful/?sh=5d24a8c2aee6>>. Acesso em: 8 abr. 2023.

LIN, J.; YANG, M. M.; ZHANG, Q.; SUN, L. A comparative study of female and male entrepreneurs' motivations and financing patterns in China. **Journal of Small Business Management**, Hoboken, v. 56, n. 2, p. 308-328, 2018.

LIPOVETSKY, G. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Lisboa: Relógio D'Água, 2000.

MAGESTE, M. L. S. et al. Empreendedorismo feminino: transformando espaços históricos de domínio masculino. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 11., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA-USP, 2008. p. 1-16.

MARLOW, S.; MCADAM, M. Gender and Entrepreneurship: Advancing Debate and Challenging Myths; Exploring the Mystery of the Under-Performing Female Entrepreneur. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 21, n. 2, p. 145-160, 2015.

MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE. **The power of parity: advancing women's equality in Brazil**. São Paulo: McKinsey & Company, 2019.

MICOZZI, A.; LUCARELLI, A. Women entrepreneurship and local development: a successful binomial? The case of Italy.- **European Planning Studies**, Londres, v. 24, n. 9, p. 1665-1686, 2016.

MINER, J. B. **The four lenses of innovation: a power tool for creative thinking**. San Francisco: Berrett-Koehler, 1996.

PREVOST, A. **Empreendedorismo em ação**. 3. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

PROBST, J. L. L. A mulher e o mercado de trabalho. **Revista de Administração de Empresas**, v. 43, n. 3, p. 7-11, 2003.

RAMADANI, V. Women entrepreneurs' networks: an exploratory study of their success. **Journal of Enterprising Culture**, Londres, v. 23, n. 1, p. 1-23, 2015.

REDE DE MULHERES EMPREENDEDORAS. **Quem somos**. Disponível em: <<https://rededemulheresempreendedoras.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 8 abr. 2023.

REZENDE, D. C.; PEREIRA, D. O. A mulher no mercado de trabalho: a luta pela igualdade de oportunidades. In: Congresso Nacional de Administração, 7., 2010, Fortaleza. **Anais eletrônicos...** Fortaleza: UFC, 2010. Disponível em: <<http://www.adm.ufba.br/7cna/artigos/GT2-0586.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2023.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino no Brasil**. Brasília: Sebrae, 2021.

SEBRAE. **Mulheres Empreendedoras 2021**. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Mulheres\\_Empreendedoras\\_2021.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Mulheres_Empreendedoras_2021.pdf)>. Acesso em: 07 abr. 2023.

SILVA, C. H. L.; VIEIRA, L. M. Empreendedorismo Feminino: Uma Revisão Bibliográfica. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 7, n. 1, p. 1-22, 2018.

SILVA, M. J. P.; VIEIRA, K. M. Motivações empreendedoras femininas: uma revisão da literatura. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 1-26, 2018.

SILVA, T. T. **Trabalho docente e (re)produção cultural**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

SOUZA, A. C.; et al. Empreendedorismo: características e perfil dos empreendedores. **Revista Científica de Administração**, v. 18, n. 2, p. 107-123, 2016.

SOUZA, A. C.; LOPES JÚNIOR, L. C. Empreendedorismo: uma revisão teórica. **Caderno de Pesquisas em Administração**, v. 1, n. 16, p. 1-19, 2010.

TAVARES, M. C. C. **Mulheres no mercado de trabalho: um estudo sobre a atuação feminina em uma empresa do ramo alimentício**. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

TOURAINÉ, A. **A sociedade fragmentada**. Petrópolis: Vozes, 2011.

VALE, K.; GONÇALVES, C. M.; CAVALCANTI, M.; MENEZES, C. M. A inserção da mulher no processo empreendedor. **Revista Economia & Gestão, Belo Horizonte**, v. 11, n. 25, p. 100-117, 2011.

VÉSPER, J. **The entrepreneurial personality: a person at the crossroads**. Homewood: Dow Jones-Irwin, 1980.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. Empreendedorismo: conceitos e classificações. **Revista Eletrônica Gestão & Negócios**, v. 2, n. 2, p. 131-143, 2011.