



Empreendedorismo Feminino na Serra Gaúcha: um Estudo de Múltiplos Casos

Mayara Pires Zanotto, Patrícia Saraiva Seben, Pelayo Munhoz Olea, Eric Henri Dorion

RESUMO

O empreendedorismo configura-se como uma opção de carreira para indivíduos dotados de características específicas e propícias a assumir riscos. Todavia, com o passar do tempo, as mudanças socioeconômicas impulsionaram a inserção da mulher neste contexto, de modo que atualmente o número de mulheres empreendedoras na região Sul do País correspondem a 49,9% em empreendimentos de estágio inicial e 43,3% em estágio estabelecido. Com vistas a isso, este estudo teve por objetivo identificar as características das microempreendedoras, relacionando-as com sua origem, trajetória educacional e experiência profissional. Buscou também identificar os parâmetros que descrevem a visão da mulher empreendedora em suas microempresas. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa, exploratório-descritiva por meio de estudo de casos múltiplos com nove microempreendedoras da Serra Gaúcha. Os resultados obtidos demonstraram que aspectos relacionados a fatores determinantes de sucesso apresentaram a predominância do foco, determinação e persistência. Ao passo que fatores vinculados à área de formação das empreendedoras refletiram na discrepância dos itens percebidos como relevantes. Quanto aos fatores de fracasso, percebeu-se que estes variavam desde questões de nível pessoal até percepção de incapacidade de gestão.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Microempreendedor. Serra Gaúcha.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino constitui uma área de estudos que vêm sendo explorada desde meados da década de 70, procurando delinear as características que definem as mulheres de negócio ao decorrer do mundo (SCHWATZ, 1976).

Este estudo buscou contribuir com o aprofundamento e sistematização sobre o conhecimento do papel da mulher empreendedora, em microempresas, na região da Serra Gaúcha e suas características. Para tanto, partiu-se de dois objetivos: (a) detalhar as características das empreendedoras, fazendo relação com sua origem, sua trajetória educacional, sua vida pessoal e experiência profissional; e (b) identificar os parâmetros que descrevem a visão da mulher empreendedora em suas microempresas.

O método utilizado foi qualitativo, de caráter exploratório e descritivo, adotando como procedimento técnico estudos de casos múltiplos. A coleta de evidências ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas com nove empreendedoras da Serra Gaúcha a fim de identificar as características e os parâmetros de empreendedorismo. Como análise dos dados realizou-se análise de conteúdo, proporcionando a exploração e aprofundamento das variáveis de estudo.

Além da introdução, este estudo é composto pelo referencial teórico onde foram apresentados conceitos de empreendedorismo e empreendedorismo feminino, que servem de embasamento para análise e discussão dos resultados obtidos na pesquisa. Em seguida apresentou-se o método de pesquisa empregado, posteriormente a análise e discussão dos resultados. Por fim, apresentam-se as considerações finais, contendo as limitações do estudo e sugestões para pesquisas futuras.



2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Segundo Schumpeter (1982), o empreendedorismo fundamenta-se no fato de estar intimamente relacionado com novas oportunidades no contexto dos negócios. Say (1983) definiu o empreendedor como sendo o indivíduo responsável por reunir todos os fatores de produção bem como descobrir no valor dos produtos, a reorganização do capital empregado junto com o valor dos salários, o juro, assim como os lucros que lhe pertencem.

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêm valor para algum produto ou serviço pode não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários (RONSTADT, 1984, p. 28).

Para Drucker (1986, p. 27), “o empreendedor é frequentemente definido como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio”. Timmons (1999) salienta que o empreendedorismo será tão importante para o Século XXI como a Revolução Industrial foi para o Século XX, denotando a relevância da inovação para a aquisição do desempenho em empreendedorismo (MINTZBERG et al., 1999). Na perspectiva de Shane e Venkataraman (2000), empreendedorismo trata-se sobre a produção de bens e/ou serviços novos, assim como novos conhecimentos.

De acordo com Dornelas (2001), a questão do empreendedorismo consiste na percepção e no aproveitamento de novas oportunidades no âmbito dos negócios tradicionais ao criar novos produtos, novos métodos de produção e novos mercados, em substituição aos métodos anteriores. Desse modo, de acordo com Adner (2006), os empreendedores configuram-se como os indivíduos que assumem riscos e gerenciam incertezas a fim de promoção e captura de valor. Para Baron e Shane (2007, p. 7), “o empreendedorismo requer a criação ou o reconhecimento de uma aplicação comercial para uma coisa nova”, configurando-se como um agente de mudança (KURATKO, 2009).

Nessa mesma perspectiva, Carpenter (2011) afirma que empreendedor é quem começa novos negócios e conseqüentemente busca o lucro, principalmente quando há risco financeiro. O empreendedor adiciona valor ao identificar uma oportunidade bem como assume o risco de realizar sua visão de possibilidades (CARPENTER, 2011). Os benefícios do empreendedorismo produtivo estão intimamente relacionados com o crescimento da economia e a geração do emprego (SHERIFF; MUFFATTO, 2015). Historicamente o empreendedorismo é de domínio da economia (AHL, 2006).

2.2 Empreendedorismo Feminino

A partir da década de 1970 as mulheres empreendedoras passaram a ser objeto de pesquisa, visto que até então, somente os homens eram foco de estudos no tema (AHL, 2006). Schwartz (1976) foi uma das primeiras autoras a levantar o tema “empreendedorismo feminino”, e em seu trabalho, apresenta tanto os aspectos voltados à motivação, quanto às características de personalidade e as barreiras que as mulheres empreendedoras se deparavam na época. Os motivos que direcionam as mulheres ao empreendedorismo são basicamente os mesmos apontados pelos homens e que uma diferença apresentada na época era referente à dificuldade de obtenção de crédito por parte das empreendedoras (SCHWATZ, 1976).

A entrada da mulher no mercado de trabalho e em especial no empreendedorismo gerou mudanças significativas nas relações profissionais, bem como nas estratégias empresariais, particularmente em pequenas empresas. Através desta afirmativa, infere-se que as formas de perceber os clientes e suas demandas também sofreu interferência (MARTINS et al, 2010).



A identidade feminina sob o olhar do empreendedorismo é uma das questões-chave no que diz respeito às alterações no mercado de trabalho e às consequentes novas configurações das relações de trabalho, que apresenta-se mais complexa e ainda não totalmente adaptada. Uma justificativa seria que o ambiente de negócios, enquanto ambiente competitivo não faz distinção entre homens e mulheres, visto que emerge constantemente a busca intensa por competência (CARTER; ANDERSON; SHAW, 2001; MARTINS et al. 2010).

Para Belle (1993), a construção da identidade feminina como composta por dois elementos centrais: a concepção da feminilidade, exteriorizada pela educação e pelas normas de comportamento que existem no mundo do trabalho. Deste modo, tal processo corresponde a um desafio no qual a mulher se insere no mercado de trabalho de modo a reafirmar as características femininas intrínsecas e realizar a absorção dos elementos até então caracterizados como masculinos. Assim, fica em evidência que esta adaptação que a mulher representa uma situação de ambiguidade e desconforto, no sentido de que ela necessita conciliar percepções e atitudes em um mundo oposto ao seu (BELLE, 1993).

Outra barreira enfrentada pelas mulheres refere ao sentimento de culpa atribuído pelas profissionais e alimentado por suas famílias, que desprende um esforço maior em relação aos demais profissionais, que não desempenham tais papéis sociais como por exemplo o de esposa e mãe (CRAMER; CAPPELLE; SILVA, 2001). Os autores destacam que a empreendedora deve ter um perfil multifacetado, visto que a realidade das mulheres no âmbito organizacional se difere dos demais profissionais em termos de complexidade.

Para algumas mulheres, sair da condição de empregada e ter a possibilidade de se dedicar à uma atividade empresarial é um exercício de medição de benefícios. Os ganhos e perdas tanto com relação à satisfação pessoal quanto com a flexibilidade de horários, que lhes permitia conciliar as atividades domésticas e profissionais são constantes na avaliação das mulheres empreendedoras (LINDO et al., 2007; QUENTAL; WETZEL, 2002).

Embora os estudos relacionados ao empreendedorismo feminino tenham aumentado e ampliado, ainda há muitos aspectos a serem pesquisados, segundo Bruin, Brush e Welter (2007).

2.3 Microempreendedor Individual

Segundo o Portal do Empreendedor, Microempreendedor Individual (MEI) consiste em toda pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Todavia, para ser considerado microempreendedor individual é preciso faturar até R\$ 60.000,00 por ano, assim como não ter participação societária em outra empresa, todavia, pode contar com um funcionário contratado, cuja remuneração mensal corresponda a um salário mínimo ou o piso da categoria (LEI COMPLEMENTAR Nº 128).

A Lei Complementar nº 128, de 19/12/2008, proporcionou condições especiais para que o trabalhador informal possa legalizar suas operações, por meio do MEI. As vantagens disso consistem no registro de Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), possibilitando a emissão de notas fiscais e disponibilidade de empréstimos, enquadrando-se no Simples Nacional e sendo isento de tributos federais.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Lakatos e Marconi (2011) definem, a pesquisa enquanto um procedimento formal que promove o pensamento reflexivo e requer que haja o tratamento científico como caminho para que se possa conhecer a realidade, ou ainda, descobrir verdades parciais. As autoras afirmam ainda que a finalidade é fazer com que o pesquisador tenha contato direto com o material escrito sobre determinados assuntos, afim de auxiliar o investigador na análise e manipulação de suas pesquisas.



A pesquisa qualitativa se guia através de áreas ou temas de pesquisa, e permite que, ao decorrer da pesquisa, sejam desenvolvidas ou incluídas novas perguntas ou hipóteses, antes, durante e depois da coleta de dados, sendo que a sequência nem sempre é a mesma, podendo variar em cada estudo (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). A representatividade numérica não faz parte do contexto da pesquisa qualitativa, e sim a solidez da compreensão de um grupo social ou organização (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

3.1 Caracterização da Pesquisa

A investigação qualitativa, segundo Creswell (2010), consiste no emprego de diferentes conhecimentos, estratégias de investigação e combinação de métodos de coleta e de tratamento de dados. Embora hajam similaridades entre os métodos qualitativos e quantitativos, os procedimentos qualitativos se baseiam em dados de texto e imagem, possuem passos únicos na análise de dados e se utilizam de estratégias diversificadas de investigação (CRESWELL, 2010).

O foco da pesquisa qualitativa consiste na interpretação e na subjetividade (CASSEL; SYMION, 1994). Segundo Sampieri, Collado e Lúcio (2013), a pesquisa qualitativa objetiva compreender e aprofundar os fenômenos explorados a partir da perspectiva dos participantes, através da relação entre seu o ambiente natural e um contexto.

O objetivo da pesquisa caracteriza-se como exploratório e descritivo, pois visa descrever o comportamento dos fenômenos, enquanto que na exploratória o pesquisador vai além da descrição das características, analisando e explicando por que ou como os fatos estão acontecendo (COLLIS; HUSSEY, 2005). Foi adotado como procedimento técnico, o estudo de múltiplos casos, que segundo Yin (2010) consiste em uma investigação empírica que analisa determinado fenômeno contemporâneo em seu contexto de vida real, em especial, quando não estão claros os limites entre o fenômeno e o contexto.

Os ambientes de estudo para o desenvolvimento desta pesquisa foram oito microempresas localizadas na Serra Gaúcha, RS. Buscou-se identificar os perfis e compreensões das empreendedoras acerca dos fatores que as levaram a empreender e suas visões acerca de sucesso e fracasso organizacional.

3.2 Procedimento de Coleta e Análise dos Dados

Os dados foram coletados através de entrevistas semi-estruturadas, realizadas de forma presencial, com microempreendedoras da Serra Gaúcha, através de amostra por conveniência. O roteiro de entrevistas utilizado foi elaborado por Silveira e Gouvêa (2008), que aplicaram o instrumento em empreendedoras catarinenses, e assim, foi possível a replicação do estudo com as empreendedoras da Serra Gaúcha.

Foram realizadas 09 entrevistas nos meses de agosto e setembro de 2015. As entrevistas foram transcritas e analisadas através de análise do conteúdo. A análise e interpretação dos dados baseou-se na técnica de Análise do Conteúdo (BARDIN, 2009; FLICK, 2009). Franco (2005) define análise de conteúdo como um procedimento de pesquisa que se situa a partir de um delineamento mais amplo da teoria da comunicação, tendo como ponto de partida a mensagem, o que permite ao pesquisador fazer inferências sobre os elementos de comunicação.

Segundo Bardin (2009), a análise do conteúdo pode ser considerada um conjunto de técnicas de análises de comunicações, que se utiliza de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. A intenção da análise de conteúdo é realizar a inferência de conhecimentos relativos às condições de sua produção e recepção. Bardin (2009) define que a organização da análise do conteúdo dos dados deve partir de três segmentos cronológicos: 1) pré-análise; 2) exploração do material; e 3) interpretação dos resultados.



Flick (2009) define que nesta abordagem, a interpretação é o ponto de ancoragem de decisão de quais dados devem ser coletados e de que forma a coleta deve ocorrer. O processo de análise de dados consiste na extração de sentido dos dados de texto e imagem, e envolve a preparação de dados para análise, aprofundamento no entendimento do que os dados estão expressando, de modo a tornar possível uma interpretação mais ampla dos dados (CRESWELL, 2007).

As entrevistas duraram em média trinta e cinco minutos, e o contato inicial foi realizado através de ligações e e-mails, e após, foi realizado o agendamento para a entrevista. Antes da entrevista foi realizada uma breve contextualização da pesquisa e solicitação de autorização para gravação da mesma.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Os dados do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) descrevem que dos empreendedores brasileiros, 50,6% são do gênero feminino, enquanto na região Sul, este percentual é 50,3%. Relativo às faixas etárias, não há uma predominância expressiva de diferenças, mantendo-se uma maior concentração na faixa dos 25 aos 44 anos, o que pode ser observado também na região Sul. Segundo o GEM, 56,2% dos empreendedores brasileiros tem entre ensino médio completo e ensino superior incompleto e é casado ou tem união estável. A mesma análise foi feita com as empreendedoras entrevistadas, afim de caracterizar a população estudada, buscou-se avaliar o perfil das entrevistadas. A tabela 1 demonstra os dados encontrados na pesquisa.

Tabela 1 – Perfil das Entrevistadas

(continua)

Descrição	Qtde	%
Ramo de Atividade		
Serviços	6	66,66%
Comércio	3	33,33%
Indústria	1	11,11%
Idade		
18-24 anos	1	11,11%
25-34 anos	4	44,44%
35-44 anos	2	22,22%
45-54 anos	2	22,22%
Filhos		
Não Possui	7	77,77%
2 filhos	1	11,11%
3 filhos	1	11,11%
(conclusão)		
Estado Civil		
Solteira	4	44,44%
Casada/União Estável	4	44,44%
Divorcida	1	11,11%
Escolaridade		
Ensino Fundamental	1	11,11%
Ensino Técnico	1	11,11%
Superior Completo	2	22,22%
Especialização	3	33,33%



Mestrado em Andamento	2	22,22%
Área de Formação		
Administração	3	33,33%
Enfermagem	1	11,11%
Marketing	1	11,11%
Nutrição	1	11,11%
Publicidade e Propaganda	2	11,11%
Tempo de Empresa		
Até 1 ano	1	11,11%
De 1 à 2 anos	5	55,55%
De 2 à 3 anos	1	11,11%
De 3 à 4 anos	1	11,11%
Mais de 4 anos	1	11,11%
Dedicação Diária à empresa		
Até 6 horas	1	11,11%
Até 8 horas	2	22,22%
Até 10 horas	3	33,33%
Superior à 10 horas	3	33,33%
Contribuição no orçamento familiar		
Até 30%	4	44,44%
De 30% à 50%	1	11,11%
Superior à 50%	4	44,44%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2015).

Quanto ao perfil das entrevistadas, nota-se que a maioria (66,66%) atua no ramo de prestação de serviços, possui entre 24 e 47 anos, são solteiras e/ou casadas (44,44% cada) ou tem união estável e não possui filhos. Das empreendedoras entrevistadas, 77,77% possui formação superior (graduação, especialização ou mestrado, apresentando maior incidência na área de Administração de Empresas (33,33%). Percebe-se que a maioria das empresas (66,66%) possui 2 anos ou menos de existência, e a média de dedicação diária para a empresa, por parte das empreendedoras, é de 10 horas ou mais, o que rende uma contribuição de até 30% no orçamento familiar (50%), sendo que para 33,33% das empreendedoras, sua microempresa fornece 100% da renda familiar.

A sequência da entrevista traz a compreensão das características apontadas pelas empreendedoras quanto às razões que as levaram a empreender. Neste quesito, as respostas mais frequentes dizem respeito aos desafios, à liberdade e flexibilidade que se supõe ao ter seu próprio empreendimento, a maior disponibilidade para a estadia com a família e o fato de não ser mais “empregado” por terceiros. As respostas mais significativas traduzem os expostos:

Por ter um grande conhecimento em custos, gestão e pessoas, resolvi investir no antigo sonho de trabalhar com consultoria em gestão empresarial. Inclusive, emergiu o desejo de novos desafios (ENTREVISTADA 1).

Posso dizer que os fatores que me levaram a empreender foram: em primeiro lugar o espírito empreendedor, porque sempre tive essa iniciativa de liderança e responsabilidade sobre os outros; em segundo



lugar o apoio familiar, porque meu pai tem seu empreendimento no mesmo ramo, então ele me ensinou muitas coisas; e também porque surgiram as oportunidades no mercado, primeiramente terceirizando serviços, e depois fabricando meus próprios produtos (ENTREVISTADA 2).

O desejo de ter um negócio próprio, que pudesse ser tocado em casa, fazendo com que eu pudesse estar mais tempo disponível para atender a casa e minha filha, que é pequena ainda, contudo, depois de 2 anos, ainda não consegui deixar meu emprego formal e me dedicar somente à loja. O empreendimento também surgiu da ideia de aplicar um dinheiro proveniente da aposentadoria recebida (ENTREVISTADA 5).

Um ano antes de me formar eu percebi que mesmo com o diploma em mãos eu não iria ascender profissionalmente na região. Outro fator que me motivou foi a vontade de seguir os processos diários de trabalho com a minha maneira de ver o mercado, sempre achei que poderia fazer melhor (ENTREVISTADA 6).

É possível observar ainda que o empreendedorismo não emerge nas entrevistadas de maneira instantânea, e sim, através de uma estruturação prévia, e uma visão ampliada acerca das oportunidades de investimento e de mercado que surgem. Observa-se ainda, que, em convivência com o referencial teórico, a família configura-se como uma variável de valor influência entre as entrevistadas, visto que a possibilidade de conciliar horários e compromissos profissionais à vida pessoal, também é citada pelas entrevistadas.

Dolabela (1999) define as características necessárias em um empreendedor, como um conjunto de atitudes e comportamentos que predispõe ao indivíduo à criatividade e à identificar as oportunidades e a agarrá-las.

Perseverança e foco fazem parte do discurso da maioria das gestoras. As atribuições feitas pelas empreendedoras refletem o quanto ser maleável perante os desafios que se impõem no processo pode ser um fator determinante de sucesso. As afirmativas também remetem ao olhar para o cliente, pois é dele que vem o lucro que se espera com uma empresa. Os empreendedores, segundo as entrevistadas, devem conter as seguintes características:

Foco, disciplina, conhecimento técnico, conhecimento de mercado, network (ENTREVISTADA 1).

Acredito que as características necessárias são: perseverança pra não desistir no primeiro obstáculo; coragem, porque as vezes você investe e pode não ganhar nada em troca; pensar de forma realista nas coisas sem se iludir com planos mirabolantes; (ENTREVISTADA 2).

Criatividade, positivismo e persistência (ENTREVISTADA 3).

Flexibilidade para enfrentar os desafios do dia a dia, coragem, visão de negócio e de futuro, muito conhecimento do mercado de atuação e constante desejo de aprender e de se aperfeiçoar, perseverança e esperança no futuro, liderança, "pulso firme" para a tomada de decisões, motivação para continuar, sabedoria para fazer boas



escolhas, não abdicar da sua realização pessoal para dedicar-se exclusivamente ao negócio se não for isso o que você realmente quer fazer, confiança na equipe de trabalho, comunicação assertiva e ação/atitude (ENTREVISTADA 4).

Eu acho que tem que ter determinação e vontade, pois não é fácil, sobretudo em um momento de crise econômica como estamos, onde a inadimplência é grande (ENTREVISTADA 5).

Decisão para ter segurança nas atitudes diárias e no serviço prestado; Saber extrair o melhor de cada pessoa e trabalho; Determinação para não desistir e cumprir as tarefas (é muito mais difícil quando o seu chefe é você mesmo, a cobrança é da gente com a gente); Ousadia para fazer diferente, se diferenciar e destacar os principais atributos do negócio (ENTREVISTADA 6).

Integridade, honestidade e criatividade (ENTREVISTADA 7).

O foco no cliente para ser uma empreendedora de sucesso se reflete na resposta da entrevistada 8:

Ser agradável... Sincero e dedicação ao cliente (aproximação) (ENTREVISTADA 8).

Existe a preocupação com saber gerenciar o negócio como um todo, para ser um empreendedor de sucesso, capaz de identificar as demandas e possíveis falhas de processo.

Precisa aprender muitas coisas pra ver qual o lucro que se tem, de fato, e no meu caso, que é uma loja de bairro, precisa ter muito jogo de cintura, pois é difícil de concorrer com as lojas do centro, que vendem as roupas pelo valor que a gente paga para o fornecedor (ENTREVISTADA 5).

Curiosidade para aprender coisas o tempo todo, sejam elas da área ou de outros setores como administração e comercial, por exemplo (ENTREVISTADA 6).

Estar à frente de seus subordinados de maneira satisfatória também foi um ponto levantado pelas empreendedoras, no que tange o sucesso do empreendimento.

Mas, sobretudo atitude de liderança, porque quando você tem seu próprio negócio ninguém faz as coisas por você sem que você comande, mantenha ordem e seja um exemplo aos seus subordinados, um exemplo de que você sabe do que está falando e que essas pessoas podem fazer o que você diz que vai dar certo (ENTREVISTADA 2).

Estar atenta ao mercado e às tendências que dele emergem também é citado como fator determinante de sucesso. A entrevistada 9 relata:



Dedicação, força de vontade, persistência, foco, gostar do que faz, ter boas estratégias para captar clientes, estar sempre atualizado e buscando sempre coisas novas (ENTREVISTADA 9).

Questionadas sobre os fatores de fracasso, as empreendedoras destacam que não ter o foco do que se está buscando pode ser um fator determinante para que se perca a direção do empreendimento.

Não saber o que quer. Não analisar o mercado. Não ter foco ou não ter disciplina. Pois qualquer negócio pode dar resultados bons ou ruins. E uma variável determinante é a determinação da empresária (ENTREVISTADA 1).

A falta de experiência em alguma área (administrativa, financeira, jurídica) e a falta de persistência (ENTREVISTADA 3).

Mente e corpo "engessados", desânimo, se "achar um sabichão que já sabe de tudo e não precisa aprender nada mais e com ninguém", ser o "poderoso chefe", indecisão, ansiedade patológica, cobiça, desconfiança de tudo e de todos, comunicação truncada, falta de atitude, perder o foco do negócio dentro do mercado de atuação ou investir erroneamente sem planejamento e análise. Acredito que o empreendedor que fracassa é a antítese do que considero um empreendedor de sucesso (ENTREVISTADA 4).

Eu acho que o fracasso está ligado à falta de sonhos, a falta de empenho em querer fazer dar certo. A gente precisa ir se adaptando, senão não dá certo e fracassa mesmo (ENTREVISTADA 5).

A falta de responsabilidade com tudo o que envolve a empresa, substituir algo ou alguém. Misturar problemas pessoais e muita proximidade e liberdade com funcionários (ENTREVISTA 8)

Não gostar do que faz, não se atualizar, tratar mal os clientes, não buscar coisas novas e parcerias novas, ficar esperando tudo pelos outros, não acreditar no que faz (ENTREVISTA 9).

A entrevistada 2 atribui o fracasso no caso de não conseguir administrar bem as contas do empreendimento, contudo, relata que isso nunca aconteceu até o momento. A entrevistada 7 também atribui a questão financeira ao possível fracasso da organização, destacando a necessidade de um planejamento financeiro bem estruturado, para que as empresas possam seguir suas atividades.

Eu me preocupo de que chegue o dia 05 do mês e eu não tenha condições de realizar o pagamento dos meus funcionários, assim como me preocupo em não trabalhar em um determinado dia da semana por falta de serviço. Isso denota um fracasso pessoal pra mim como administradora, significando que eu não fui competente o suficiente para manter as pessoas trabalhando ou recebendo o pagamento em dia. Nunca aconteceu de não ter como pagar os funcionários, porque



sempre fui muito centrada nas contas da empresa, separando o particular do empresarial, mas com a crise que estamos passando acontece de ter que liberar os funcionários às vezes e isso me trás essa sensação de fracasso. Erros do dia a dia são comuns pra todos e isso é superável, mas nesses dois casos é mais complicado pra mim (ENTREVISTADA 2).

Falta de Planejamento e controle de gastos, falta de visão de seu negocio no mercado (ENTREVISTADA 7).

A entrevistada 6 atribui como risco de fracasso ao empreendedor que não consegue fazer uma distribuição de tarefas, se sobrecarregando e por fim, não conseguindo administrar de forma eficaz seu empreendimento:

Acredito que o empreendedor que centraliza todas as funções nele mesmo e que não sabe delegar corre um sério risco de fracasso (ENTREVISTADA 6).

Assim, com base nas respostas obtidas, nota-se que as percepções das empreendedoras assemelham-se em diversos aspectos, mas que, até mesmo pela formação diferenciada das entrevistadas, pode-se observar distonância quanto aos objetivos em determinadas atribuições.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo configura-se como uma opção de carreira para indivíduos dotados de características específicas e propícias a assumir riscos. Todavia, com o passar do tempo, as mudanças socioeconômicas impulsionaram a inserção da mulher neste contexto, de modo que atualmente o percentual de mulheres empreendedoras correspondem a 49,9% em empreendimentos de estágio inicial e 43,3% em estágio estabelecido na região Sul do País.

Com vistas a isso, este estudo teve por objetivo identificar as características das empreendedoras, relacionando-as com sua origem, sua trajetória educacional, sua vida pessoal e experiência profissional. Além disso, buscou-se identificar os parâmetros que descrevem a visão da mulher empreendedora em suas microempresas.

Os resultados obtidos demonstraram que aspectos relacionados a fatores determinantes de sucesso apresentaram a predominância do foco, determinação e persistência. Ao passo que fatores vinculados à área de formação das empreendedoras refletiram na discrepância dos itens percebidos como relevantes. Quanto aos fatores de fracasso, percebeu-se que estes variavam desde questões de nível pessoal até percepção de incapacidade de gestão.

Reconhecem-se as limitações deste estudo quanto à impossibilidade de generalização, o que se deve a distinção dos segmentos econômicos dos empreendimentos analisados, assim como do número de respondentes. Como sugestões para estudos futuros, recomenda-se a replicação desta pesquisa em empresas de mesmo segmento e porte, assim como a realização de uma pesquisa quantitativa por meio de uma *survey* a fim de identificar as variáveis motivacionais das empreendedoras e sua percepção quanto ao papel que desempenham frente a economia nacional.



REFERÊNCIAS

- ADNER, R. Case sua estratégia de inovação ao ecossistema de inovação. **Harvard Business Review**, 2006.
- AHL, H. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 5, p. 595-621, 2006.
- BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. ed. rev. Atual, Lisboa: Edições, 2009, v. 70.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BELLE, F. Executivas: quais as diferenças na diferença. In: CHANLAT, J.-F. (Coord.). **O indivíduo nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1993. p.195-231.
- BRUIN, A.; BRUSH, C. G.; WELTER, F. Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory & Practice, Malden**, v. 31, n. 3, p. 323-339, 2007.
- CASSEL, C. **Qualitative research in work contexts**. Qualitative methods in organizational research: A practical guide. Cassel & Symon. 1994.
- CARPENTER, D. The power of one entrepreneur: A case study of the effects of entrepreneurship. **Southern Journal of Entrepreneurship**, v. 4, n. 1, p. 19-35, 2011.
- CARTER, S.; ANDERSON, S.; SHAW, E. Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature with a UK Policy Focus. **ARPENT: Annual review of progress in entrepreneurship**, v. 1, p. 66, 2000.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração**. 2005.
- CRAMER, L.; CAPPELLE, M. C. A.; SILVA, Á. L. Inserção da mulher no mundo dos negócios: construindo uma identidade. 2001. Disponível em: <<http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/OGT/ogt1301.htm>>. Acesso em: 01 ago. 2015.
- CRESWELL, J. W. **Research design**: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications, 2010.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Thomson Learning, 1986.
- FRANCO, M. A. S. Pedagogia da Pesquisa-ação. **Educação e Pesquisa**, 2005, v. 31, n. 3, p. 483-502.
- FLICK, U. **Introdução à Pesquisa Qualitativa**. São Paulo: Artmed, 2009.
- GEM – **GLOBAL ENTREPEUNEURSHIP MONITOR**. Disponível em: <<http://www.ibqp.org.br/gem>>. Acesso em: 28 ago. 2015.



GERHART, T. E.; SILVEIRA, D. T. A pesquisa científica. In: SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. (Orgs). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

KURATKO, D.F. **Entrepreneurship: Theory, Process, Practice**, 8. ed. South-Western Cengage Learning, 2009.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 6.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2011.

LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; WETZEL, U. Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Contemporânea (RAC Eletrônica)**, v.11, n.1, 1-15, janeiro/abril, 2007.

MARTINS, C. B.; CRNKOVIC, L. H.; PIZZINATTO, N. K.; MACCARI, E. A. Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração da UFSM**, v. 3, n. 2, p. 288-302, 2010.

MINTZBERG, H. et al. **Safary strategy: a guided tour through the wilds of strategic management**. New York: The Free Press, 1999.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Disponível em: < <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>. Acesso em: 6 ago. 2015.

QUENTAL, C.; WETZEL, U. Equilíbrio trabalho-família e empreendedorismo: a experiência das mulheres brasileiras. **Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, 2002.

RONSTADT, R. C. **Entrepreneurship**. Dover, MA: Lord Publishing Co., 1984.

SAMPIERI, R. H. COLLADO, C. F. LUCIO, M. P. B. Metodologia de pesquisa. 5 ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SAY, J. B. **Tratado de economia política**. São Paulo: Victor Civita, 1983.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre capital, crédito, juro e ciclo econômico**. Trd. Maria Silvia Possas. São Paulo: Abril, 1982.

SCHWARTZ, E. B. Entrepreneurship-New Female Frontier. **Journal of Contemporary Business**, v. 5, n. 1, p. 47-76, 1976.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **The Academy of Management Review**, v. 25, p. 217-226, 2000.

SHERIFF, M.; MUFFATO, M. The present state of entrepreneurship ecosystems in selected countries in Africa. **African Journal of Economic and Management Studies**, v. 6, p. 17-54, 2015.

TIMMONS, J. A. **New venture creation, entrepreneurship for the 21st century**. McGraw-Hill International Editions, 1999.

YIN. R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.