



COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR FEMININO: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO NO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL.

Helena Gass - EA/UFRGS

Aurora Carneiro Zen, Dra. - PPGA/UFRGS

Vanessa Marques Daniel – PPGA/UFRGS

RESUMO

O tema “empreendedorismo” vem ganhando destaque no cenário mundial devido às inúmeras vantagens que ele pode proporcionar a sociedade, como, por exemplo, o aumento do número de empregos, o desenvolvimento local e tecnológico, entre outros fatores. Seguindo esta tendência, pode-se perceber o aumento do número de mulheres empreendedoras a cada ano, visto que hoje elas representam quase a metade do total de empreendedores iniciais no Brasil. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é analisar o comportamento empreendedor feminino no Rio Grande do Sul. Para isso, realizou-se uma pesquisa exploratória, de natureza qualitativa, com nove empreendedoras nascidas e residentes no estado. Para a análise dos dados, as entrevistadas foram separadas, conforme sua faixa etária, em três grupos com três empreendedoras, com a finalidade de averiguar se o fator “idade” influencia na percepção destas mulheres. Por fim, verificou-se que existem semelhanças e, principalmente, diferenças nas motivações, nas aspirações e nos obstáculos percebidos por estas empreendedoras, contudo, os fatores que influenciam na percepção vão além da idade.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Motivações. Aspirações. Obstáculos.

RÉSUMÉ

Le thème de " l'esprit d'entreprise " gagne en importance sur la scène mondiale en raison des nombreux avantages qu'elle peut apporter à la société, par exemple, l'augmentation du nombre d'emplois , l'emplacement et le développement technologique, entre autres facteurs. Suivant cette tendance, il est possible de réaliser un plus grand nombre d'entrepreneurs femmes chaque année, car ils représentent désormais près de la moitié du total des entrepreneurs initiales au Brésil. Par conséquent, le but de cet article est d'analyser le comportement entrepreneurial des femmes dans le Rio Grande do Sul. Pour cela, nous avons effectué une exploration qualitative, avec neuf entrepreneurs nés et vivant dans l'état . Pour l'analyse des données, les répondants ont été répartis en fonction de leur âge en trois groupes avec trois entrepreneurs, afin de déterminer si le facteur «âge» influe sur la perception de ces femmes. Enfin, il a été constaté qu'il existe des similitudes et surtout les différences de motivations, aspirations et perçue par ces entrepreneurs, cependant, les facteurs qui influencent la perception au-delà des barrières d'âge.

Mots-clés: l'esprit d'entreprise; L'entrepreneuriat féminin; Motivations; Aspirations; Obstacles.

Área Temática: Inovação, criatividade e empreendedorismo e suas implicações para o desenvolvimento social e econômico.



1. INTRODUÇÃO

O termo “empreendedor” tem sua origem na França no século XIV e foi sendo construído ao longo dos anos, sofrendo influências de revoluções tecnológicas e sociais. Hoje o termo é utilizado de maneira ampla e, conforme Zen e Fracasso (2008, p. 137), abrange “desde uma ação individual orientada para o lucro econômico até ações coletivas visando à redução da desigualdade social”. O empreendedor pode ser classificado como: empreendedor de negócios, que inicia novos empreendimentos; intraempreendedor, que empreende dentro de uma organização já estabelecida; e empreendedor comunitário ou social, que desempenha ações empreendedoras no terceiro setor.

Entre as grandes transformações presenciadas ao longo da história da sociedade, pode-se citar a inserção da mulher no mercado de trabalho. No início do processo de inclusão a mulher desempenhava, basicamente, atividades ditas do gênero feminino - como ensino, trabalho doméstico, entre outros - hoje ela conquistou, além dos mais altos cargos em grandes empresas, a possibilidade de ser proprietária do seu negócio. Esse evento permitiu diversas mudanças, principalmente no âmbito familiar. A independência feminina consolidou-se de tal forma que a mulher passou a chefiar e sustentar sua família. Com isso, aos poucos, o interesse pelo comportamento feminino no mercado de trabalho, especialmente em atividades empreendedoras, foi sendo despertado.

Hoje as mulheres representam mais do que a simples mão de obra ou o poder de consumo, elas viabilizam também a criação de muitas vagas de emprego. Conforme os dados do relatório *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2012*, no Brasil, quase metade (49,6%) dos empreendedores iniciais são mulheres. Isso mostra que o empreendedorismo torna-se cada vez mais uma opção para elas. Por isso questiona-se: Quais as motivações das mulheres para empreender? Quais são suas aspirações ao abrir um negócio próprio? Quais dificuldades enfrentam durante este processo?

Este trabalho tem como objetivo analisar as motivações, aspirações e dificuldades de empreendedoras brasileiras em diferentes faixas etárias. Para tanto, realizou-se um estudo qualitativo no estado do Rio Grande do Sul abrangendo nove mulheres que tenham iniciado o seu negócio há no máximo cinco anos.

O presente artigo está organizado em quatro partes. Na primeira apresenta-se o referencial teórico sobre empreendedorismo e gênero. Na segunda parte é apresentado o método de pesquisa utilizado. Por fim, as seções três e quatro englobam a análise e discussão dos resultados e as considerações finais, em que são discutidas possibilidades de futuras pesquisas no que tange o empreendedorismo feminino.

2. EMPREENDEDORISMO E GÊNERO

Estima-se que em 2012 havia 126 milhões de empreendedoras iniciais e 98 milhões de empreendedoras estabelecidas no mundo, segundo o relatório *GEM Women's Report 2012*. No Brasil, o número de empreendedoras vem crescendo consideravelmente, elevando o país nas classificações da pesquisa GEM 2012. Com uma taxa de 14,7% de empreendedorismo feminino inicial, o Brasil em 2012 ficou na 15ª posição entre 67 países que participaram da pesquisa. Considerando a relação de gêneros masculino/feminino, o Brasil apresentou uma razão de 1,1, ficando atrás apenas de nove países com este número. No caso dos empreendimentos femininos estabelecidos, a taxa é menor que a dos empreendimentos



iniciais, 13,1% contra 14,7%. Contudo, neste aspecto o Brasil atingiu uma melhor colocação, ocupando a 6ª posição na pesquisa.

Proporcionalmente, entre os empreendedores estabelecidos no país, o percentual de mulheres é significativamente menor que o dos homens, são 44% contra 56%. Contudo, os dados do relatório GEM 2012 mostram que, naquele ano, as mulheres correspondem a 49,6% dos empreendedores iniciais no Brasil, isso representa nove milhões de novas empreendedoras no país. Tais informações evidenciam que o ato de empreender tem sido cada vez mais uma opção de carreira e de renda para as brasileiras.

Como revelam os números do relatório GEM 2012, em comparação com a média dos resultados obtidos no período de 2002 a 2011, a proporção de mulheres empreendedoras aumentou. Naquele período a proporção de empreendedoras iniciais era de 47,2%, tendo um aumento de 2,4% no ano de 2012, somando 49,6%. É possível verificar que o mesmo ocorreu com os empreendedores já estabelecidos, e de forma mais expressiva. As médias observadas de 2002 a 2011 foram de 40,0%, ao passo que em 2012 essa percentual passou para 44%. Ainda assim, os homens são predominantes entre os empreendedores, pois em 2012 a mulher representava 46% do número de empreendedores no Brasil (GEM, 2012).

Estes números estão de acordo com a crescente taxa de participação da mulher na população economicamente ativa. Por razões históricas, como a inserção da mulher no mercado de trabalho e a consequente independência feminina, a mulher busca diferentes formas de sustento, e frente aos desafios enfrentados por elas, a participação empreendedora cresce, porém nem sempre de modo formalizado (GEM, 2012).

A partir da década de 1960 nota-se maior presença da mulher no mercado, tanto de trabalhadoras assalariadas, quanto de mulheres empreendedoras e proprietárias de seu negócio. Para Belle (1993) a mulher, nos últimos anos, está ocupando novos postos de trabalho, os quais não são mais somente cargos de subordinação e sim cargos com responsabilidades, o que sugere uma nova definição de seu papel na sociedade. Contudo, de acordo com Belle (1993) perpetua-se ainda em nossa sociedade uma estrutura patriarcal da dominação masculina, mesmo que de maneira controlada, em que a mulher ainda encontra dificuldades no mercado de trabalho que não são verificadas pelos homens”.

A crescente participação das brasileiras no mercado é uma das mudanças sociais que mais se destacaram na década de 1960. Conforme Souza (2006, p. 93), “padrões e valores relacionados ao papel social da mulher têm passado por mudanças, ou seja, reformulação de conceitos e atribuições tradicionalmente instituídos pela sociedade”. Parte dessas mudanças começa a acontecer no período de transição educacional, em que ocorre a inserção no ensino superior em massa.

A industrialização, a urbanização e as mudanças no regime político instituindo-se a democracia foram responsáveis pelo aumento da procura da mulher por vagas no ensino superior. Segundo Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008, p. 153) “a inserção da mulher no ambiente de trabalho e seu acesso ao ensino superior têm contribuído bastante para a mudança da natureza dos papéis tradicionalmente atribuídos às mulheres”.

De acordo com Cramer *et al.* (2012 p. 55), “partindo do pressuposto de que tradicionalmente a identidade social da mulher esteve ‘ancorada na diferença’, propõe-se que esta identidade esteja em fase de redefinição”. É nessa fase de construção de uma nova identidade que as mulheres buscam desconstruir os estereótipos sociais e culturais estabelecidos há muito tempo, para que seja possível quebrar as barreiras existentes,



principalmente as de ordem psicológicas, que ainda prevalecem e parecem ser as mais difíceis de serem superadas.

No processo de construção de uma nova identidade, a mulher não deve perder suas características femininas, em compensação, ela deve absorver algumas “características tipicamente masculinas que predominam no espaço público de trabalho” (CRAMER *et al.*, 2012 p. 54). Para Belle (1993) a construção da identidade feminina está delimitada pela concepção de feminilidade interiorizada através da educação e também por normas e comportamentos institucionalizadas no ambiente de trabalho. Contudo, de acordo com Cramer *et al.* (2012) às vezes isso pode se tornar um processo complicado para a mulher, pois ela deverá desenvolver habilidades que não são “comuns” a ela.

Ao conceituar a mulher empreendedora, Souza (1998, p. 121 apud SOUZA, 2006, p. 94) define-a como aquela que “tem capacidade de descobrir e avaliar oportunidade nos negócios, de reunir os recursos necessários para aproveitá-los e de trabalhar de forma apropriada para conseguir o êxito.”. Entretanto, para muitas mulheres ainda é difícil enxergarem-se de tal maneira.

Para Machado (2000, p. 28 apud SOUZA, 2006, p. 101) o autoconceito é “um atributo significativamente importante no comportamento empreendedor”. Essa afirmação, conforme Souza (2006, p. 101) “vem ao encontro do pensamento de Dolabela (1999), uma vez que as pessoas só realizam algo quando realmente se julgam capazes de fazê-lo e o fazem”. Durante todos esses anos as mulheres estiveram na condição de dona de casa e esta atitude foi “incorporada” ao gênero feminino, tornando-se uma dificuldade distanciar-se dessa imagem e agir como empreendedoras. É por isso, também, que as mulheres costumam optar por empregos formais no lugar de empreender, tendo em vista a maior facilidade, além de se sentirem mais seguras no desempenho dessa função. Sendo assim, a opção de empreender muitas vezes acaba ficando em segundo plano.

Essa postura “naturalmente” feminina de cuidar das tarefas domésticas é resultado de uma herança cultural, sustentada ao longo do tempo. Segundo Souza (2006, p. 94), “na condição de empreendedora, as mulheres estão procurando conquistar seu espaço profissional num ambiente predominantemente machista, onde são mantidos todos os resquícios de dominação do anterior Código Civil Brasileiro, como afirmam Bastiani e Rocha (2000)”.

A mulher já provou sua capacidade diante de diversas atividades, sendo a profissional é uma delas. Contudo, por muito tempo o sexo feminino sofreu preconceito e isso se tornou uma barreira para a mulher entrar no mercado de trabalho, principalmente para abrir o seu negócio próprio. Atualmente a mulher atua em diversas áreas ditas anteriormente como típicas do gênero masculino, ou seja, ela “vem conseguindo derrubar clichês que apresentam seu gênero como intelectualmente limitado”, demonstrando “capacidades e aptidões para ocupar espaços que lhe eram vedados” (AMMANN, 1997, p.101 apud SOUZA, 2006, p. 94).

Ainda que com certa resistência, a mulher vem conquistando seu espaço no âmbito empresarial. Essa resistência advém tanto do seu ambiente de trabalho, quanto do familiar e deve ser atenuada e extinguida aos poucos, “pois se trata de um processo em constante movimento, que envolve a transformação das representações sociais e de aspectos culturais previamente instituídos (CRAMER *et al.*, 2012, p. 66). Romper com essas resistências é um ato que pode estar relacionado com a necessidade que as mulheres têm de provar e comprovar sua capacidade de gerir o seu negócio, a fim de demarcar o seu espaço como empreendedoras.

Dessa forma, para algumas mulheres os múltiplos papéis que elas assumem são obstáculos para abrir o seu negócio. Segundo Jonathan (2005) algumas mulheres afirmam que



desenvolvem um sentimento de vitória ao perceberem que são capazes de conciliar diversos papéis, enquanto outras tentam equilibrar as distintas demandas existentes em várias dimensões de suas rotinas. Além disso, há o conflito vivenciado por mulheres que se dividem entre família e empreendimento pode impactar negativamente no negócio, tendo em vista que há uma redução do bem-estar da empreendedora, diminuindo o seu desempenho profissional (SHELTON, 2006)

Os primeiros estudos sobre empreendedorismo feminino foram desenvolvidos nos Estados Unidos e Canadá. Eles buscaram apontar o perfil das empreendedoras e tiveram como resultado a busca da mulher pela independência (WINKLER e MEDEIROS, 2011). Além disso, outras motivações levam a mulher a empreender, que podem ser econômicas, sociais e psicológicas, circunstanciais ou determinadas por vontade própria (MACHADO *et al.*, 2003). Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 86), “embora as características de empreendedores e empreendedoras geralmente sejam muito semelhantes, as mulheres diferem em termos de motivação, habilidades empresariais e histórico profissional”.

A inclusão do sexo feminino no mercado de trabalho não tem mais sua motivação somente na função de complementar a renda familiar ou garantir a sua independência, ainda que esses aspectos sejam bem relevantes. Atualmente a motivação para empreender compreende o exercício vocacional, a formação da identidade profissional e a realização pessoal, “trata-se de uma mudança social que envolve transformações nas expectativas de vida pessoal e nas relações familiares” (PEÑALOZA, DIÓGENES e SOUSA, 2008, p. 156).

Para Lombard (2001) os principais motivos que levam a mulher a empreender são: a necessidade de colocar suas ideias em prática; a necessidade de garantir autonomia para trabalhar da maneira que preferir; de ter horários flexíveis a fim de conciliar o lado pessoal com o lado profissional e por último de conquistar a independência financeira. Segundo Possati e Dias (2002) para as mulheres o fato de estar no mercado de trabalho demonstra a possibilidade de ajudar outras pessoas, a oportunidade de aprender algo novo, e de deter o poder de decisão e a realização, motivos pelos quais tornam o trabalho recompensador.

Para os homens, a motivação e o ponto de partida para iniciar um empreendimento estão relacionados também a satisfação que eles obtêm ao estar no comando. O gênero masculino costuma ser motivado pelo impulso de controlar seu próprio destino e também pode estar relacionado a desavenças com seus empregadores ou com a convicção de que podem administrar de maneira mais eficiente. Para as mulheres, a motivação está atrelada, entre outros motivos, à busca da realização e da independência. Elas também costumam ser motivadas pelo desejo de realização proveniente de frustrações originadas em empregos passados (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2009).

Com relação ao “ponto de partida” do empreendimento para os homens, entre os motivos estão: insatisfação com o atual emprego, dispensa ou demissão, oportunidade de adquirir um negócio. Para as empreendedoras, o “ponto de partida” está ligado à frustração no emprego, interesse e reconhecimento na área de oportunidade, entre outros. Percebe-se que os pontos de partidas e a motivação para iniciar um empreendimento são semelhantes entre homens e mulheres. Em geral, ambos costumam ter experiência e forte interesse na área do negócio (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

No quesito histórico profissional, também há muitas diferenças entre os gêneros. Apesar de ambos, geralmente, terem experiência no ramo de seu empreendimento, segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 86) “frequentemente os homens têm mais experiência em produção, finanças ou áreas técnicas. A maioria das mulheres, por sua vez, tem experiência



administrativa limitada ao nível da administração intermediária, quase sempre em áreas de prestação de serviços”.

Os homens têm maior facilidade de iniciar um empreendimento, principalmente quando o novo negócio é resultado do seu emprego atual. Já as mulheres tendem a ter mais dificuldades, visto que costumam iniciar uma empresa ao se decepcionarem com o seu trabalho. Além disso, algumas mulheres, frustradas com o antigo emprego, procuram empreender num ramo muito diferente do que costumavam trabalhar, entrando no negócio com pouca experiência prática (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

Outra dificuldade é a falta de experiência gerencial. De acordo com Carter (2001 apud WINKLER e MEDEIROS, 2011), ter uma experiência anterior é fundamental para o estabelecimento e a viabilidade das empresas. Cramer *et al.* (2012) garante que as experiências anteriores exercem grande influência na escolha do ramo de atuação do novo empreendimento, uma vez que isso requer o mínimo de habilidades e/ou conhecimento na área. Sendo assim, conforme Machado *et al.*, (2010), a falta de experiência gerencial das mulheres é um agravante para as diferenças entre os gêneros no que diz respeito ao empreendedorismo.

Um dos aspectos no qual empreendedores e empreendedoras mais se diferem é com relação à obtenção de fundos. As mulheres, por fatores históricos, têm maior dificuldade do que os homens em conseguir crédito junto a bancos e investidores, por isso, a fonte de recursos para o gênero feminino, geralmente, são seus bens e economias pessoais. Os homens têm sua fonte de recursos distribuída entre financiamentos bancários, investidores, entre outros (HISRICH, PETERS E SHEPHERD, 2009).

Tendo em vista a dificuldade de obter crédito, fator imprescindível para a sobrevivência da empresa, as mulheres iniciam o negócio com pouco capital, tendo dificuldades financeiras logo no início. Isso reflete em uma de suas principais características gerenciais, que é ser conservadora frente aos riscos. Segundo Winkler e Medeiros (2011, p.6), uma “dificuldade é a obtenção de recursos, principalmente financeiros, sobretudo os bancos que privilegiam a concessão de crédito para empresas criadas e dirigidas por homens”.

Um dos aspectos no qual algumas semelhanças entre homens e mulheres surpreendem é as características de personalidade. Nos dois gêneros aparecem predicados como: entusiasmado(a) e enérgico(a) e orientado(a) para metas. Entretanto, ambos diferem com relação à autoconfiança, sendo o sexo masculino mais autoconfiante que o sexo oposto. As mulheres, por sua vez, são flexíveis e tolerantes, ao passo que os homens opinativos e persuasivos. Essas diferenças entre os gêneros resultam em estilos divergentes de administração (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

Em relação às suas características psicológicas e comportamentais, as empreendedoras femininas são ditas “persistentes, com alto desejo de realização e independência, ativas, persuasivas, inovadoras, precisas e adaptáveis às mudanças, e acreditam ainda que seu destino seja fruto de suas ações” (MACHADO, 1999 apud PEÑALOZA, DIÓGENES E SOUSA, 2008, p. 153).

Entre as características que as mulheres possuem estão: expressividade, conectividade, amabilidade e realização, o que resulta em maior facilidade na comunicação (GUPTA *et al.*, 2005). Os homens possuem características bastante diferenciadas, como: agressividade, autonomia, independência e realização, revelando um perfil mais realizador. De acordo com Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008, p.157), “esses estereótipos não se limitam a descrever como são os homens e as mulheres, mas como eles deveriam ser. Influenciadas por



pensamentos estereotipados, as pessoas tendem a fazer associações de gênero específico para determinadas profissões”.

Os gêneros também diferem sobre os tipos de negócio, sobre a natureza do empreendimento. O gênero masculino tem maior predisposição por atuar nas áreas da indústria e da construção. O gênero feminino, por sua vez, possui maior propensão a atuar nas áreas relacionadas à prestação de serviços (educacionais, consultoria ou relações públicas). O impacto disto é importante, pois as empresas de propriedade feminina geralmente são menores e com rendimentos menores (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).

No Brasil, conforme a pesquisa Endeavor Brasil (2013) entre as atividades mais relevantes das empreendedoras iniciais estão: cabeleireiras e outras atividades de tratamento de beleza, representando 12,7%; restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas e serviços ambulantes de alimentação, representando 11,2%; o comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal” com 10,9%; o comércio de artigos de vestuário e acessórios com 10,3%; e serviços domésticos com 7,2%. Entre as empreendedoras estabelecidas no país, as atividades mais relevantes são “cabeleireiras e outras atividades de tratamento de beleza”, que representa 15,3% dos empreendimentos.

Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 87), em relação ao histórico de vida dos empreendedores, os homens costumam iniciar seu empreendimento entre seus 25 e 35 anos, ao passo que, geralmente, as mulheres o fazem com uma idade superior, em torno de 35 a 40 anos. Outro ponto importante no qual eles diferem é que, “os homens frequentemente estudam em áreas técnicas ou relacionadas aos negócios, enquanto as mulheres quase sempre têm educação em artes liberais”. Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009) a expressão artes liberais designa um conjunto de estudos e disciplinas cuja intenção é prover conhecimentos gerais em vez de habilidades ocupacionais, científicas ou artísticas mais especializadas.

No Brasil, entre as empreendedoras estabelecidas, 29,5% das mulheres estão na faixa dos 35 a 44 anos e 28,6% estão na faixa dos 45 aos 55 anos. Contudo, em relação às empreendedoras iniciais, os dados apontados pelos autores não são os mesmos verificados no país atualmente, pois a maioria dessas empreendedoras está na faixa etária dos 25 a 34 anos, representando 33,5% do total. A faixa etária dos 45 aos 54 anos é a segunda mais expressiva, o que representa um percentual de 15,4, conforme o relatório GEM Brasil (2012).

Segundo Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008, p. 153) “quando elas optam por abrir um negócio, sua decisão em tornarem-se empreendedoras geralmente acontece de forma mais tardia em relação aos homens, devido à preocupação com a criação dos filhos”. Sendo assim, os homens acabam sendo mais propensos a empreender mais cedo do que as mulheres.

Sobre a renda feminina *versus* a renda masculina no país, 94,2% das empreendedoras iniciais possuem rendimento de até seis salários mínimos e 47,9% das empreendedoras estabelecidas possuem remuneração entre três e seis salários mínimos. Na faixa de renda de seis a nove salários mínimos estão 4,3% das empreendedoras, sendo superior a mesma faixa de rendimento entre os empreendedores que é de 2,1%. Esses dados revelam que nem sempre os empreendimentos femininos são menos rentáveis que os masculinos.

No que se refere aos grupos de apoio, os homens costumam citar, em primeiro lugar, seus amigos e profissionais conhecidos, ao passo que as mulheres tendem a mencionar primeiramente seu cônjuge e amigos íntimos. As mulheres também contam com outras fontes de apoio e informação, como grupos de profissionais femininos e associações comerciais (HISRICH, PETERS e SHEPHERD, 2009).



Alguns autores afirmam que as mulheres sofrem com a falta de apoio emocional, devido ao conflito existente entre o seu trabalho e o seu papel na família, o que se torna mais difícil quando a mulher tem filhos pequenos, trazendo implicações negativas para as suas relações pessoais e um desestímulo para a abertura de um negócio. De acordo com Cramer *et al.* (2012 p. 54), “as mulheres elaboram um sentimento de culpa alimentado pela família e por elas próprias, em função da necessidade de abrirem mão do tempo destinado à convivência com a família e de suas tarefas de ‘mãe’ e ‘esposa’ para se dedicarem aos negócios”.

Conforme Greatti, Machado e Oliveira (2010), considerando a necessidade de permanecer na empresa para o crescimento dos negócios, de se vincular a redes, como também a necessidade de equilibrar exigências do trabalho e da família, empreendedoras precisam encontrar mecanismos para equacionar essas demandas. O resultado disso é que as mulheres acabam sendo induzidas a optarem por trabalhos com horários flexíveis ou que lhes permitam mais tempo livre. Conforme Lobato e Koller (2003 apud PEÑALOZA, DIÓGENES E SOUSA, 2008), quando não ocorrem incompatibilidades entre a carreira profissional e o lar, as mulheres podem escolher reduzir a carga horária ou acabar desistindo do seu trabalho. Entretanto, geralmente as mulheres agregam mais funções ao seu dia a dia, sem deixar de priorizar a família e o lar.

3. MÉTODO DE PESQUISA

Para a realização deste estudo, foi realizada uma pesquisa qualitativa, que analisou e levantou em profundidade motivações, aspirações e dificuldades das empreendedoras gaúchas. Segundo Bauer e Gaskell (2012), ao passo que a pesquisa quantitativa trabalha com números, utilizando modelos estatísticos para explicar os dados, tendo como seu protótipo mais conhecido a pesquisa de levantamento de opinião, a pesquisa qualitativa evita os números, lidando com interpretações das realidades sociais, tendo como protótipo mais conhecido a entrevista em profundidade.

Neste estudo, o tipo de pesquisa utilizada foi a pesquisa exploratória, tendo em vista a necessidade de se obter mais informações sobre determinados assuntos. De acordo com Marconi e Lakatos (1999, p. 87), a pesquisa exploratória objetiva formular questões ou um problema, com múltiplas finalidades, são elas: “desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisado com o ambiente, fato ou fenômeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos”.

3.1 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A fim de alcançar os objetivos propostos neste estudo, foram entrevistadas, em profundidade, nove mulheres com o seguinte perfil: empreendedoras, nascidas e residentes no estado do Rio Grande do Sul, que tenham iniciado o seu negócio há no máximo cinco anos. As entrevistadas foram agrupadas de acordo com a faixa etária a qual pertenciam no momento em que iniciaram o empreendimento. As faixas de idade foram separadas da seguinte maneira: até 29 anos, de 30 a 44 anos e acima de 45 anos. As entrevistas foram realizadas entre os dias nove e 25 de outubro de 2013, no local de escolha das participantes. As entrevistas foram gravadas e transcritas para posterior análise dos dados. O perfil das entrevistadas encontra-se no Quadro 1:

Quadro 1 – apresentação das entrevistadas



Entrevistada	Idade que tinha quando empreendeu	Ano em que empreendeu	Negócio
1	27 anos	2009	Espaço de beleza
2	49 anos	2008	Loja de roupas feminina
3	28 anos	2013	Pet Shop
4	35 anos	2012	Produções e Eventos
5	32 anos	2011	Comidas congeladas
6	30 anos	2011	Loja de acessórios e roupas femininas
7	46 anos	2008	Cestas para presentes
8	24 anos	2010	Estúdio de Pilates
9	48 anos	2011	Loja de produtos coloniais

De acordo com o Quadro 1 é possível perceber que as entrevistadas são empreendedoras de diferentes segmentos e o perfil delas se encaixa no público-alvo deste estudo. Acredita-se que o número de entrevistas realizadas foi adequado, tendo em vista que a quantidade necessária depende de diversos fatores, como, por exemplo: a natureza do tópico, o número dos diferentes ambientes que forem considerados relevantes e os recursos disponíveis (BAUER e GASKELL, 2012). Contudo, conforme Bauer e Gaskell (2012, p. 70), “um ponto-chave que se deve ter em mente é que, permanecendo todas as coisas iguais, mais entrevistas não melhoram necessariamente a qualidade, ou levam a uma compreensão mais detalhada”.

Neste estudo como técnica de análise de dados foi utilizada a análise de conteúdo. Para Vergara (2006), a análise de conteúdo é uma técnica de tratamento de dados, que busca identificar o que foi dito acerca de um determinado assunto. De acordo com Bardin (2004), esta técnica é dividida em três etapas: (1) pré-análise; (2) exploração do material; (3) interpretação de resultados. A primeira refere-se a organização, em que o pesquisador escolhe os documentos e organiza o material. A segunda etapa envolve o processo de codificação e/ou enumeração das ideias-chave identificadas na pesquisa. Por fim, na terceira etapa ocorre a interpretação dos resultados, em que se pretende entender e responder às ao problema de pesquisa desse estudo.

A análise dos dados teve como base três categorias de análise: motivação, aspirações e obstáculos. Para cada um deles, foram estabelecidas diferentes elementos de análise. Em relação à categoria “motivações”, foram estabelecidas seis elementos: tipos de empreendedor, motivos para empreender, histórico profissional, ponto de partida, grupos de apoio e área de negócio. A categoria “aspirações” possui três elementos de análise: histórico de vida, características pessoais e objetivos. Já a categoria “obstáculos” também foi dividido em três dimensões de análise, são elas: dificuldades, obtenção de recursos e experiência gerencial. O Quadro 2 apresenta as categorias de análise.

Quadro 2 – Categorias e Elementos de Análise

Categorias	Elementos de Análise
Motivações	Tipos de Empreendedor
	Motivos para Empreender
	Histórico Profissional
	Ponto de Partida
	Grupos de apoio
	Área de Negócio
Aspirações	Histórico de vida
	Características pessoais



Categorias	Elementos de Análise
	Objetivos
Obstáculos	Dificuldades
	Obtenção de recursos
	Experiências gerenciais

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a análise dos dados, as nove entrevistadas foram organizadas de acordo com as três faixas etárias estipuladas, cada uma com três entrevistadas: a primeira “até 29 anos”, a segunda “de 30 a 44 anos” e a terceira “acima de 45 anos”. Essa divisão foi feita, tendo em vista a possibilidade de haver diferenças entre as motivações, aspirações e obstáculos enfrentados por mulheres de idades distintas.

Conforme o relatório GEM Brasil (2012), os empreendedores por oportunidade iniciam um empreendimento mesmo quando possuem alternativas de emprego ou quando desejam aumentar sua renda, tornando-se independentes do seu trabalho. Já os empreendedores por necessidade iniciam um negócio por não terem alternativas. A partir dessa definição é possível dizer que todas as entrevistadas deste estudo são empreendedoras por oportunidade, ainda que a entrevistada 2 tenha afirmado que se sentia incapaz de se reinserir no mercado de trabalho depois de tanto tempo sem trabalhar, contudo para ela empreender naquele momento foi uma questão de opção.

Freire (2005) vai além e classifica os empreendedores em três grupos: lutadores, caçadores de ondas e gladiadores. Os lutadores veem o seu empreendimento como única forma de subsistência; os caçadores se aproveitam de uma oportunidade/modismo para abrir o seu negócio; os gladiadores são empreendedores natos e ainda que possuam outras opções de carreira vão atuar como tal. Da mesma forma, todas as entrevistadas podem ser classificadas como “gladiadores”. Mesmo que a entrevistada 7 tenha afirmado que abriu o negócio devido à uma oportunidade que lhe surgiu, ela não pode ser considerada um caçador de ondas, pois esse tem como característica a facilidade de mudar de uma “onda” para outra. Definitivamente esse não é o caso da entrevistada que está há cinco anos atuando no mesmo empreendimento.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), as mulheres costumam iniciar o seu empreendimento com idade em torno de 35 a 40 anos. Estes dados são confirmados pelo relatório GEM Brasil (2012), que revela que 29,5% das empreendedoras estabelecidas no país estão na faixa dos 35 aos 44 anos e 28,6% estão na faixa dos 45 aos 55 anos. De acordo com Hisrich, Peters e Shepherd (2009), as mulheres decidem empreender mais tarde em relação aos homens devido à preocupação com a criação dos filhos. Esta afirmação é verdadeira para as entrevistadas 2, 4 e 7. O Quadro 3 apresenta as motivações, aspirações e obstáculos percebidos pelas entrevistadas no ato de empreender disposto por faixa etária.

Quadro 3 – Motivações, aspirações e obstáculos percebidos pelas entrevistadas

Categorias	Faixa Etária I até 29 anos	Faixa etária II de 30 a 44 anos	Faixa etária III acima de 45 anos
Motivações	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de empreendedor: empreendedoras por oportunidade; - Motivos: insatisfação com o trabalho excessivo e baixo retorno financeiro, preocupação com falta de perspectiva de arrumar um emprego, não 	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de empreendedor: empreendedoras por oportunidade; - Motivos: liberdade, liberdade de horários, liberdade para tomar decisões. - Histórico profissional: as entrevistadas 4 e 6 possuem 	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de empreendedor: empreendedoras por oportunidade; - Motivos: ter uma ocupação - Histórico profissional: nenhuma das entrevistadas possui formação acadêmica na sua área de atuação.



Categorias	Faixa Etária I até 29 anos	Faixa etária II de 30 a 44 anos	Faixa etária III acima de 45 anos
	<p>querer trabalhar para um terceiro; fazer o que gosta; dispor de um dinheiro para investir.</p> <p>- Histórico profissional: as entrevistadas 1 e 3 não possuem formação acadêmica e nem experiência prática na sua área de atuação.</p> <p>- Ponto de partida: insatisfação com a maneira como conduzia o seu antigo trabalho, estar prestes a se formar sem previsão de arrumar um emprego.</p> <p>- Grupos de apoio: família.</p> <p>- Área de negócio: as entrevistadas 1 e 3 empreenderam em áreas diferentes das que trabalharam anteriormente.</p>	<p>formação acadêmica na sua área de atuação.</p> <p>- Ponto de partida: gravidez, ver que o ponto desejado estava à venda, realização de um curso do SEBRAE, chamado Empretec.</p> <p>- Grupos de apoio: família, marido e amigos.</p> <p>- Área de negócio: as entrevistadas 4 e 6 empreenderam em áreas nas quais já tinham experiência. A entrevistada 5 empreendeu em uma área bem diferente da que trabalhou anteriormente.</p>	<p>- Ponto de partida: o surgimento de uma oportunidade, ter um tempo disponível para planejar o negócio, receber como pagamento de uma dívida os produtos que seriam vendidos em sua loja.</p> <p>- Grupos de apoio: família.</p> <p>- Área de negócio: todas empreenderam em áreas diferentes das que trabalharam anteriormente.</p>
Aspirações	<p>- Histórico de vida: todas entrevistadas são casadas e apenas uma delas tem filhos.</p> <p>- Características pessoais: determinação, carisma, dificuldade de delegar tarefas, trabalhadora, ansiosa, insegura, empreendedora, motivada e enoja fácil de tudo.</p> <p>- Objetivos: trabalhar com o que gosta, prestar um bom atendimento, ganhar mais dinheiro, realizar um sonho.</p>	<p>- Histórico de vida: duas entrevistadas são casadas e apenas uma delas tem filhos.</p> <p>- Características pessoais: comunicativa, forte, não ter preguiça, humana, boa capacidade de fazer e de manter relacionamentos, ingênua, hiperativa, inventiva, espírito de coordenação e organização, centralizadora.</p> <p>- Objetivos: necessidade de autorrealização, trabalhar fazendo o que gosta, ser feliz, ter sucesso, liberdade.</p>	<p>- Histórico de vida: todas são casadas e todas têm filhos.</p> <p>- Características pessoais: motivada, desmotivada, facilidade de comunicação, paciente, calma, tranquila, persistente, não desabafa os seus problemas, ansiedade, excesso de preocupação e cansaço. Ativa, boa vendedora, carinhosa, cuidadora.</p> <p>- Objetivos: manter-se ocupada, expandir o negócio no futuro, ver o negócio crescer, dedicar-se mais ao negócio, retorno financeiro, liberdade para fazer o que quiser com o dinheiro.</p>
Obstáculos	<p>- Dificuldades: financeiras, a espera por clientes, funcionários.</p> <p>- Recursos: As entrevistadas 1 e 3 tinham todo o dinheiro para investir, a entrevistada 8 teve que pedir um empréstimo. Nenhuma das entrevistadas teve dificuldades em conseguir os recursos.</p> <p>- Experiências Gerenciais: As entrevistadas 3 e 8 afirmam não ter experiências administrativas suficientes.</p>	<p>- Dificuldades: a produção, encontrar bons costureiros, consolidação da marca, manter a identidade do negócio, não desistir frente às dificuldades, estruturar a empresa, vender seus serviços e viabilizar novos clientes.</p> <p>- Recursos: as entrevistadas 5 e 6 precisaram de empréstimo bancário, a entrevistada 4 investiu um dinheiro que tinha guardado. Nenhuma delas teve dificuldades em conseguir recursos.</p> <p>- Experiências Gerenciais: as entrevistadas 5 e 6 afirmam não ter experiências administrativas suficientes.</p>	<p>- Dificuldades: pouco conhecimento sobre o segmento e seus clientes, diminuição do fluxo de pessoas na loja, fornecedores.</p> <p>- Recursos: todas as entrevistadas investiram dinheiro próprio e a entrevistada 9 também pegou empréstimo com um familiar. Nenhuma delas teve dificuldades em conseguir recursos.</p> <p>- Experiências Gerenciais: nenhuma delas acredita que tinha experiências administrativas suficientes.</p>



Para a entrevistada 4, a decisão de empreender foi iniciada a partir da descoberta de sua segunda gestação. A entrevistada afirmou que “quanto mais cedo começar a empreender, melhor”, enfatizando a importância de ter a iniciativa e a disposição para iniciar o negócio. As entrevistadas 2 e 7, que também são mães, deixaram de trabalhar após o nascimento dos filhos e optaram por empreender depois que eles atingiram uma determinada idade (que elas consideraram adequada) para que elas pudessem se dividir novamente entre o trabalho e a vida pessoal. Todavia, os dados também revelam que as mulheres atualmente estão empreendendo mais cedo: entre as empreendedoras iniciais, a maior parcela (33,5%) pertence à faixa etária dos 25 aos 34 anos (GEM, 2012). Esses dados são importantes, pois podem revelar um novo perfil das empreendedoras brasileiras.

A seguir apresenta-se uma análise comparativa entre as mulheres das diferentes faixas etárias, a fim de entender quais as semelhanças e diferenças referentes às motivações, às aspirações e aos obstáculos percebidas pelas entrevistadas. Para isso, foi construído um quadro-resumo em que são apontados os principais dados coletados na entrevista.

Na categoria “Motivações” formada por seis elementos de análise apresenta quais as motivações que as entrevistadas possuem para empreender. Como é possível observar no Quadro 3, entre os motivos para empreender, essas mulheres citaram os seguintes: insatisfação com trabalho excessivo e baixo retorno financeiro, preocupação com falta de perspectiva em conseguir um emprego, não querer trabalhar para um terceiro, fazer o que gosta, dispor de um dinheiro para investir, liberdade de horários, liberdade para tomar decisões e ter uma ocupação.

De modo geral, os motivos apontados por elas estão de acordo com autores como Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008), Lombard (2001), Hisrich, Peters e Shepherd (2009) e Tavares *et al.* (2008), que trataram de questões como a busca pela independência, as frustrações com empregos anteriores, a necessidade de garantir autonomia para trabalhar como preferir e de ter horários flexíveis para conciliar a vida pessoal com a profissional. Entretanto, esses autores também citam a busca pela realização pessoal, o que nenhuma das entrevistadas apontou diretamente como um dos motivos que as levou a empreender. De fato, as entrevistadas apontam que a busca da realização pessoal como seus objetivos e não suas motivações.

Contudo, esses motivos diferem-se bastante conforme as diferentes faixas de idade. As entrevistadas da primeira faixa etária são as que apontaram como motivos para empreender o retorno financeiro, o fato de trabalhar fazendo o que gosta e uma insatisfação com o trabalho anterior. As entrevistadas das demais faixas de idade não apontam a preocupação com o retorno financeiro, revelando certa estabilidade econômica. As entrevistadas da primeira faixa etária ainda não estavam estabelecidas profissional e economicamente – provavelmente isso se deve à idade - quando resolveram empreender, por isso a questão financeira é tão importante.

Para as entrevistadas da segunda faixa etária, a liberdade é o principal motivo que as levou a empreender. Por já estarem estabelecidas economicamente, é possível que elas não aceitem mais se subordinar a algumas obrigações, e por isso, a liberdade é um aspecto tão relevante. A questão de poder optar pelos horários, pelo modo como seu trabalho vai ser conduzido, passou a ser mais importante para estas entrevistadas do que a preocupação com o aspecto financeiro. Já as entrevistadas da terceira faixa etária demonstram que, mais do que liberdade para trabalhar e do retorno financeiro, a possibilidade de ter uma ocupação foi o



fator mais importante para elas. Essas diferenças entre as faixas etárias revelam mais do que diferenças entre as idades, revelam também momentos de vida distintos.

Outro aspecto em comum entre as entrevistadas é que todas elas podem ser classificadas como “empreendedor por oportunidade”, o que revela o desejo que elas tinham de abrir o negócio. Entretanto, algumas delas possuem formação acadêmica e profissional em áreas bem distintas da sua atual área de negócio, sendo possível concluir que a vontade de empreender na área escolhida é recente para elas.

Além disso, mais um aspecto que as entrevistadas têm em comum é que todas contaram com o apoio da família, algumas delas também citaram marido e amigos íntimos, corroborando com o que Hisrich, Peters e Shepherd (2009) afirmaram. Segundo os autores, as mulheres costumam mencionar em primeiro lugar o marido e os amigos mais próximos como seus grandes apoiadores.

De modo geral, em relação à motivação, a principal diferença entre as faixas de idade está nos motivos que as levaram a empreender. As entrevistadas da primeira faixa etária são motivadas por diversos aspectos, diferentemente das entrevistadas da segunda faixa que buscam liberdade, em diversos sentidos, ao passo que as entrevistadas da terceira faixa etária, querem, basicamente, ter uma ocupação. Essa é a diferença mais marcante em relação a este construto. Nas demais dimensões de análise, apesar de aparecerem algumas diferenças, estas podem estar mais ligadas ao perfil pessoal, a histórico de vida de cada uma do que a sua faixa etária.

Na categoria Aspirações também é possível perceber as diferenças e semelhanças dentro de cada faixa etária e entre as distintas faixas de idade. Nessa categoria foram analisados três elementos: histórico de vida, características pessoais e objetivos. Tendo em vista que cada indivíduo tem sua trajetória de vida, bem como características muito particulares, é evidente que nestes aspectos seriam detectadas mais diferenças do que semelhanças entre as entrevistadas.

Contudo, alguns autores descrevem um perfil da mulher empreendedora, citando características que ela tem ou deveria ter. Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009) a empreendedora é entusiasmada, enérgica, orientada para metas, menos autoconfiante que o sexo masculino, flexível e tolerante. De acordo com Gupta *et al.* (2005) entre as características que elas possuem estão: expressividade, conectividade, amabilidade e realização, o que resulta em maior facilidade na comunicação.

Como é possível perceber no Quadro 3, as entrevistadas mencionam algumas dessas características, mas nenhuma delas se descreve exatamente como os perfis propostos pelos autores. Além disso, também não é possível descrever um perfil característico para cada faixa etária. Como dito anteriormente, cada indivíduo é diferente e suas características são muito particulares para se conseguir traçar um perfil com um pequeno número de entrevistadas.

Já Tavares *et al.* (2008), aponta que os empreendedores, independente do gênero, são pessoas motivadas internamente, possuem autoconfiança e buscam independência e autonomia, têm predisposição para o progresso e maior percepção sobre o futuro e sobre suas próprias condições para enfrentar dificuldades. O perfil apontado pelo autor está mais próximo das características mencionadas pelas entrevistadas, demonstrando que possivelmente sejam poucas as diferenças entre o perfil empreendedor feminino e o masculino.

Sobre o histórico de vida, conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009), as mulheres costumam iniciar o seu empreendimento com em torno de 35 a 40 anos. Peñaloza, Diógenes e



Souza (2008) explicam que isso se deve ao fato de que as mulheres decidem empreender mais tarde devido à preocupação com a criação dos filhos. Praticamente todas as entrevistadas são casadas e todas da terceira faixa são mães. Contudo, a preocupação com os filhos é aparente no depoimento das entrevistadas 2, 4 e 7.

Para as entrevistadas 1 e 9, esse aspecto não parece influenciar na decisão de empreender. As entrevistadas 2 e 7 pararam de trabalhar ao se tornarem mãe e a entrevistada 4 decidiu agilizar o negócio quando soube da sua segunda gravidez. Já as entrevistadas 1 e 9 não alteraram a sua rotina de trabalho com o nascimento dos filhos, por isso, é possível analisar esta situação da seguinte forma: para aquelas que alteraram sua rotina de trabalho em função dos filhos, a influência deles é um aspecto relevante no processo de empreender; para aquelas que seguiram com sua rotina mesmo com a chegada dos filhos, a preocupação com eles tem menor influência no negócio.

A dimensão de análise mais relevante deste construto refere-se aos objetivos das mulheres ao empreender. Como é possível verificar no Quadro 3, as entrevistadas mencionam como objetivos os seguintes fatores: trabalhar com o que gosta, prestar um bom atendimento, ganhar mais dinheiro, realizar um sonho, necessidade de autorrealização, ser feliz, ter sucesso, ter liberdade, manter-se ocupada, expandir o negócio no futuro, ver o negócio crescer, dedicar-se mais ao negócio, obter retorno financeiro, liberdade para fazer o que quiser com o dinheiro.

Nesta dimensão é possível perceber que entre as faixas etárias I e II a semelhança principal está no objetivo de “trabalhar fazendo o que gosta”, o que podemos equiparar com “a busca pela realização pessoal”. Estas entrevistadas concordam com autores como Tavares *et al.* (2008) e Possati e Dias (2002), que apontam a necessidade de autorrealização pessoal como um dos principais objetivos das empreendedoras. As entrevistadas da terceira faixa não compartilham do mesmo objetivo das demais, contrariando estes autores. Para elas, manter-se ocupadas, expandir e dedicar-se cada vez mais ao negócio são objetivos principais. Sendo assim, de modo geral, é possível afirmar que as entrevistadas das diferentes faixas de idade possuem objetivos distintos. É importante considerar que tanto os autores, quanto as entrevistadas, parecem confundir motivações e aspirações, sendo assim, os motivos e objetivos para empreender muitas vezes são semelhantes ou se repetem.

Na categoria obstáculos, também são apresentadas três dimensões de análise, são elas: dificuldades, recursos e experiências gerenciais. De modo geral, em relação aos obstáculos, as entrevistadas apresentaram mais semelhanças do que diferenças em relação às motivações e às aspirações. Contudo, no elemento “dificuldades” aparecem maiores diferenças entre elas. Sobre as dificuldades enfrentadas, há vários fatores que podem exercer influência, inclusive a área e o tipo de negócio.

Estas empreendedoras apontaram como dificuldades as seguintes questões: financeira, esperar por clientes, conseguir bons funcionários, a produção, encontrar bons costureiros, consolidar a marca, manter a identidade do negócio, não desistir frente às dificuldades, estruturar a empresa, vender seus serviços e viabilizar novos clientes, ter pouco conhecimento sobre o segmento e os clientes, diminuição do fluxo de pessoas na loja e fornecedores. Como é possível perceber, são diversas dificuldades apontadas, algumas relacionadas ao tipo de negócio, como por exemplo: “produção, fornecedores, encontrar bons costureiros”.

Não foram todas as entrevistadas que passaram pelas mesmas dificuldades no processo de empreender, contudo, é possível que elas venham a enfrentar as seguintes dificuldades: financeiras, espera por clientes, conseguir bons funcionários, consolidar a marca, estruturar a



empresa, viabilizar novos clientes, ter pouco conhecimento sobre o segmento e sobre os clientes, diminuição do fluxo de pessoas na loja. Essas são dificuldades pelas quais qualquer empreendedor poderá passar um dia.

Para alguns autores como Cramer *et al.* (2012) e Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008), as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres são o preconceito e as barreiras sutis que ainda existem, de forma suficientemente forte para afastá-las da decisão de empreender. É possível perceber que estas dificuldades não foram enfrentadas pelas entrevistadas, nem mesmo para aquelas que compõem a terceira faixa etária. Sabe-se que o preconceito existe por razões históricas e que com o passar dos anos vem diminuindo, influenciando cada vez menos no empreendedorismo feminino, como pode ser percebido nas afirmações das entrevistadas deste estudo.

Outros autores como Machado *et al.* (2010) e Hisrich, Peters e Shepherd (2009) apontam que as principais dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras residem na falta de experiência, tanto gerencial quanto prática. Os autores explicam que isso se deve ao fato de que mulheres costumam empreender em áreas distintas das áreas em que costumavam atuar. De fato, boa parte das entrevistadas empreendeu em ramos distintos daquele que tinham experiência, entretanto, apenas duas delas apontam isso como dificuldade, contrariando esses autores.

Para Shelton (2006) há outra dificuldade que as mulheres costumam enfrentar: dividir-se entre a família e o trabalho. Esse conflito pode impactar negativamente no negócio, tendo em vista uma redução do bem-estar da empreendedora, acarretando redução do seu desempenho profissional. Contudo, nenhuma das entrevistadas apontou ter esse tipo de dificuldade, pois todas afirmam contar com o apoio da família, o que possivelmente atenua esse conflito entre vida pessoal e profissional.

Com relação aos recursos necessários para abrir e manter o negócio, de maneira geral, as entrevistadas contaram com recursos próprios e fizeram baixos investimentos no empreendimento. Essa afirmação está de acordo com o que afirmam Hisrich, Peters e Shepherd (2009), que a fonte de recursos para gênero feminino geralmente são seus bens e economias pessoais. Conforme Winkler e Medeiros (2011), assim revela-se uma característica gerencial feminina, que é a de ser conservadora frente aos riscos. Contudo, estes autores afirmam que essa característica é oriunda da dificuldade que as mulheres têm em conseguir créditos junto a bancos e investidores. Todavia, de encontro a essa afirmação, as entrevistadas que precisaram de empréstimo bancário afirmam que não tiveram dificuldades em conseguir estes recursos. Além disso, a obtenção de recursos financeiros não foi apontada pelas entrevistadas como uma dificuldade. Algumas delas até citam as dificuldades financeiras que tiveram ao abrir o negócio, mas referiam-se ao retorno financeiro e à falta de clientes.

Diversos autores (Dolabela, 1999; Dornelas, 2005; Shane, 2007) afirmam que os indivíduos devem dominar algumas habilidades específicas para empreenderem. Nesse sentido, é necessário que os empreendedores possuam algumas habilidades, como por exemplo: gerenciar fontes de financiamento e parcerias diversas; promover gerenciamento das atividades cotidianas do negócio; ter disciplina e organização pessoal, entre outros. Conforme relatos da maioria das entrevistadas, elas afirmam que não possuíam experiências gerenciais suficientes quando iniciaram o negócio, contudo, ao longo dos anos foram aprendendo a lidar com as situações que se apresentavam diariamente.

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009), de fato, a maioria das mulheres tem experiência administrativa limitada ao nível de administração intermediária. Entretanto,



apenas duas delas apontam isso como dificuldades. É possível que a falta de experiência gerencial não tenha causado grandes impactos na administração do negócio devido ao tamanho dos empreendimentos, pois todos são muito pequenos. Caso essas empresas fossem maior, essa falta de experiência poderia causar problemas para essas empreendedoras.

Ao final desta análise, é possível afirmar que estas empreendedoras têm aspectos em comum e também muitos aspectos nos quais se diferenciam. Dadas as devidas particularidades de cada indivíduo, sua trajetória de vida, bem como o área de negócio na qual empreenderam, todas essas diferenças dentro de cada faixa etária são extremamente aceitáveis. Da mesma maneira, entre as faixas de idade é possível perceber semelhanças e diferenças, pois também se devem respeitar as peculiaridades de cada uma, ainda que tenham empreendido com idades próximas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar o comportamento empreendedor feminino no Rio Grande do Sul, para tanto foi realizado um estudo de caráter qualitativo com nove empreendedoras para entender suas motivações, aspirações e obstáculos. O empreendedorismo é um tema que vem recebendo maior ênfase a cada ano, por suas inúmeras contribuições para a sociedade. Dentro desse tema, o empreendedorismo feminino se destaca, pois no Brasil, quase metade dos empreendedores iniciais são mulheres. Sendo assim, o objeto de estudo deste trabalho se faz importante na medida em que conhecer melhor motivações, aspirações e obstáculos das mulheres pode facilitar o desenvolvimento de políticas destinadas ao aumento de empreendedores no Brasil, sejam homens ou mulheres. Este estudo também é válido para as instituições de apoio como SEBRAE e SESC, que podem encontrar melhores formas de abordagem para este público.

Com base nos resultados pode-se afirmar que há algumas semelhanças pontuais entre os grupos de entrevistadas, contudo, as diferenças são mais evidentes. Sendo assim é possível afirmar que motivações, aspirações e obstáculos diferem conforme a idade das empreendedoras, mas sofrem também interferências de outros fatores, como o tipo de negócio, o momento de vida, suas características pessoais, entre outros.

Para empreendedoras e mulheres que desejam empreender, este trabalho pode ser importante para que conheçam mais sobre o tema empreendedorismo e sobre motivações, aspirações e obstáculos que outras mulheres enfrentaram neste processo. Essa troca de informações é válida para as empreendedoras compararem a sua situação com a das entrevistadas. E para as futuras empreendedoras, este é um meio de descobrirem por quais situações podem vir a passar quando empreenderem.

Este estudo tem como unidade de pesquisa empreendedoras nascidas e residentes no estado do Rio Grande do Sul, de qualquer faixa etária, que tenham empreendido há no máximo cinco anos e que fazem parte, em sua maioria, do círculo de convivência do autor. Sendo assim, este círculo pode ser considerado homogêneo em relação ao universo a ser pesquisado, acarretando alguma diferença da população em geral, o que torna este aspecto uma das limitações deste estudo. O número de entrevistadas também pode ser considerado uma limitação, pois os resultados desta pesquisa podem apresentar diferenças em relação à população empreendedora feminina do estado. Além disso, este estudo tem por objetivo analisar o comportamento empreendedor feminino no Rio Grande do Sul, contudo, todas as



entrevistadas são residentes da cidade de Porto Alegre, o que configura mais uma limitação do estudo.

Por fim, com este estudo surgem sugestões de novas pesquisas. Seguindo no tema empreendedorismo feminino, cabe analisar o comportamento da empreendedora nos demais estados do Brasil. Também seria interessante fazer essa análise conforme outros parâmetros que não a faixa etária, como, por exemplo, a classe social. Além disso, é possível encontrar muitos artigos sobre empreendedorismo de ambos os gêneros ou sobre a diferença entre os gêneros, mas poucos falam sobre o comportamento do empreendedor masculino, por isso, uma sugestão é analisar o comportamento do empreendedor gaúcho.

REFERÊNCIAS

- AMMANN, S. B. Mulher: trabalha mais, ganha menos, tem fatias irrisórias de poder. *Serviço Social e Sociedade*, v. 18, n. 55, p. 84-104, 1997.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BASTIANI, I. C. R.; ROCHA, E. E. R. B. *Mulher empreendedora rural*. Texto mimeografado, 2000.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. 10ª. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.
- BELL, Judith. **Projeto de Pesquisa**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- BELLE, Françoise. Executivas: quais as diferenças na diferença? In: CHANLAT, J. (coord) *O indivíduo na organização*. São Paulo: Atlas, v.3, p.195-231, 1993.
- CARTER, S. *Women's business ownership: a review of the academic, popular and internet literature*. Glasgow: University of Strathclyde, 2001.
- CRAMER, L.; CAPELLE, M. C. A.; ANDRADE, A. L. S.; BRITO, M. J. et al. Representações Femininas da ação empreendedora: Uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE*, v. 1, n. 1, p. 53-71, jan/abril, 2012.
- DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura, 1999ª.
- DORNELAS, J. C. A. *Transformando idéias em negócios*. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- GEM. *Global entrepreneurship Monitor. GEM Brasil 2012 Report*. Curitiba: IBQP, 2012.
- GREATTI, Ligia; MACHADO, Hilka V.; OLIVEIRA, Márcia F. Empreendedoras e a atuação em redes. *Revista de Administração Faces Journal*. Belo Horizonte. v. 10, n. 4, p. 107-127. set./dez., 2010.
- GUPTA, V. K. et al. Entrepreneurship and stereotypes: are entrepreneurs from Mars or from Venus? *Academy of Management Best Conference Paper*, 2005.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P., SHEPHERD, D. A. *Empreendedorismo*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. *Revista Psicologia em Estudo*, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005.
- LOBATO, C. R. P. S.; KOLLER, S. H. Maturidade vocacional e gênero: adaptação e uso do inventário brasileiro de desenvolvimento profissional. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, Porto Alegre, v. 4, n. 1/2, p. 57-69, 2003.



- LOMBARD, K. V. "Female self-employment and demand for flexible, nonstandard work schedules". *Economic Inquiry, Oxford University Press*, v. 39, n. 2, p. 214 -237, abr. 2001.
- MACHADO, H. P. V. Concepções do papel empreendedor por mulheres empresárias: estudo com mulheres paranaenses. *Revista Temática*, nº 18, p. 19-37, 2000.
- MACHADO, H. V. Tendências de comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: XXIII Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação em Administração, 23., 1999, Foz do Iguaçu. Anais... Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999, p. 139-148.
- MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVES, M. C. A. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. *Revista de Administração Eletrônica – RAE*, v. 2, n. 2, jul-dez/2003 , p.1-22.
- MACHADO, Hilka V. et al. Mulheres empreendedoras: Retrospectiva e Perspectivas de Estudos. Encontro Nacional de Pós-graduação em Administração ENANPAD, Rio de Janeiro, 2010.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- PEÑALOZA, V.; DIÓGENES, C. G.; SOUSA, S. J. A. Escolha profissional no curso de administração: Tendências empreendedoras e gênero. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, n. 8, p. 151-167, nov./dez. 2008.
- POSSATI, I. C.; DIAS, M. R. Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, v. 15, n. 2, p. 293-301, 2002.
- SHELTON, L. M. Female entrepreneurs, work-family conflict and venture performance: new insights into the work-family interface. *Journal of Small Business Management*, v. 44, n. 2, p. 285-297, 2006.
- SOUZA, Eda Castro Lucas. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. **Empreendedorismo Além do Plano de Negócios**. São Paulo: Atlas S. A., 2006, p. 4- 20.
- SOUZA, M. C., *Mulher em ação*. Rio de Janeiro: Record, Rosa dos Tempos, 1998.
- SOUZA, Renan R. A motivação dos empreendimentos iniciais no Brasil nos anos 2000. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas), Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- TAVARES. G. O. et al. Perfis e características do empreendedor de negócio e do empreendedor social: um estudo exploratório. *Revista Jovens Pesquisadores*. ano V, n. 9, p. 119 -140. jul./dez. 2008.
- WINKLER, Carolina; MEDEIROS, Juliana. Mulheres empreendedoras uma questão de gênero? II Simpósio Gênero e Políticas Públicas. 18 e 19 de agosto de 2011. (<http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/GT%207%20-%20Carolina.pdf>)
- ZEN, Aurora C.; FRACASSO, Edi M. Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, n. 8, p. 135-150. nov./dez. 2008.