

## **QUEM TRAZ NO CORPO ESSA MARCA POSSUI A ESTRANHA MANIA DE TER FÉ NA VIDA: relato de mulheres empreendedoras de Itaperuna-RJ<sup>1</sup>.**

Josélia Rita da Silva<sup>2</sup>  
Maria Alice Gonçalves dos Santos Alves<sup>3</sup>  
Samuel Filipe Faria de Souza<sup>4</sup>  
Rafael Soares Salles<sup>5</sup>

### **RESUMO**

O projeto tem como objetivo analisar relatos de mulheres empreendedoras da cidade de Itaperuna-RJ, compreendendo assim suas características e desafios. Assim, visa contribuir ao estudo do empreendedorismo feminino, no campo organizacional, social e econômico. Justifica-se pela crescente participação das mulheres empreendendo no Brasil (socialmente, empresarialmente ou internamente às organizações) o que torna necessário compreender os desafios, oportunidades e perspectivas na visão de tais mulheres. Para a consecução de tais objetivos, utilizou-se do relato de vida, baseado na trajetória pessoal e empreendedora de tais mulheres. Os resultados apontam características comuns entre mulheres, independentemente do tipo de empreendedorismo realizado por elas. Também aponta para fatores sociais e culturais como dificultadores do empreendedorismo feminino.

---

<sup>1</sup> Pesquisa realizada com bolsa de Iniciação Científica Junior do CNPq-IFF

<sup>2</sup> Orientadora, Docente do IFF Campus Itaperuna

<sup>3</sup> Bolsista aluna do IFF Campus Itaperuna

<sup>4</sup> Bolsista aluno do IFF Campus Itaperuna

<sup>5</sup> Pesquisador Voluntário, Mestrando UENF – Universidade Estadual do Norte Fluminense

## 1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está presente nas sociedades desde o início dos séculos, pois pode-se considerar que o homem sempre precisou empreender para sobreviver; e também em busca da melhora de sua existência individual e da vida em coletividade.

O estudo do empreendedorismo e de empreendedores recebeu inúmeras contribuições de ciências variadas como a Sociologia, a Psicologia, a Administração e a Economia, o que permitiu uma visão holística e integradora de sua compreensão (DORNELAS, 2008).

De acordo com a pesquisa do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2013) o empreendedorismo vem crescendo no Brasil, o que permitiu ao País se aproximar mais dos principais países empreendedores, passando do 10º lugar para 9º no ranking global. Em 2013, os 15 milhões de empreendedores iniciais equivalem a 12,72% da população adulta de 118 milhões de brasileiros com 18 a 64 anos de idade, de acordo com a mesma pesquisa.

No tocante ao empreendedorismo feminino, cumpre salientar que o papel da mulher vem mudando ao longo dos anos, mas ainda assim a passos lentos. Mais da metade da população brasileira é constituída por mulheres, enquanto o gênero ainda responde apenas por 32% dos negócios no Brasil (IBGE, 2019).

Estudos gerais, buscam de uma maneira mais ampla, analisar o comportamento empreendedor, sem distinguir aspectos de gênero. Reconhecendo que, desde a década de 1970, a entrada das mulheres no mercado de trabalho tem remodelado a configuração social. Torna-se, portanto, relevante pesquisar esse fato em relação ao empreendedorismo, em específico, ao empreendedorismo feminino.

A presente pesquisa propõe investigar o empreendedorismo a partir da visão de mulheres que assumiram correr riscos e, dessa maneira alteraram suas histórias de vida e a de outras pessoas, interagindo na economia local, nas empresas e na sociedade. Nessa esteira, esse trabalho apresenta como objetivo analisar relatos de mulheres empreendedoras da cidade de Itaperuna-RJ, compreendendo suas características e desafios.

Considerando a relevância que as mulheres possuem na sociedade atual, sob os pontos de vista econômico, organizacional e social, bem como pela importância que o empreendedorismo possui na atualidade, devido ao seu potencial de gerar desenvolvimento sustentável e melhorias na qualidade de vida das pessoas, essa pesquisa justifica-se por contribuir para elucidar aspectos do empreendedorismo tomando como base relatos de mulheres da cidade de Itaperuna-RJ.

Em particular, referindo-se à área acadêmica, este trabalho, a partir das narrativas das empreendedoras, preenche uma lacuna existente na literatura sobre o empreender feminino, fornecendo elementos para serem desenvolvidos pelas esferas educacionais e empresariais, a fim de fomentar e formar novas empreendedoras. Tal compreensão pode auxiliar a formulação de políticas públicas para incentivar e apoiar outras mulheres em sua inserção mais ativa em processos empreendedores.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

O empreendedorismo é considerado um elemento impulsionador da economia local, pois a partir da existência de indivíduos que assumem correr riscos, uma sociedade se estrutura, cresce e se consolida, gerando riquezas sobre diversas perspectivas: individuais, econômicas e sociais.

No Brasil o tema central do empreendedorismo deve ser o desenvolvimento social, tendo como prioridade o combate à miséria, oferecendo-se como um meio de geração e distribuição de renda. Mais do que uma preocupação com o indivíduo, o empreendedorismo deve ser relacionado à capacidade de se gerar riquezas acessíveis a todos. Como geralmente a renda concentrada teima em não se distribuir, é importante que ela seja gerada já de forma distribuída. É disto que cuida o empreendedorismo (DOLABELA, 2008, p. 36).

O empreendedorismo pode estar vinculado a uma empresa, um projeto social ou até mesmo como ação de um empregado ou servidor público internamente à sua organização. Partindo de uma abordagem comportamental ele está atrelado a uma necessidade e ou à realização pessoal.

“Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeiro e pessoal” (HISRICHETAL, 2009, p. 30).

Possuem uma inquietação criativa o que faz com que empreender seja quase uma necessidade para esses indivíduos. Para Schumpeter (1989) a principal contribuição dos empreendedores está concentrada na capacidade de criar-destruir-criar, o que permite a ruptura com cenários atuais e a construção de contínuas dinâmicas sociais.

Pode-se definir dois tipos principais de estímulo externo ao empreendedorismo: a necessidade, que se expressa pelo desemprego e recessão econômica e a oportunidade, que consiste na identificação de cenários propícios a investimento, sejam esses empresariais ou sociais.

Um dos fatores mais pesquisado acerca dos empreendedores é a busca por características comuns que possam identifica-los. Longen (1997), define que essas podem ser definidas de acordo com alguns aspectos, a saber:

Necessidade	estado inicial que causa uma insatisfação no indivíduo, levando-o a querer mudar.
Conhecimento	relativos ao autoconhecimento e ao ambiente em que o empreendedor se situa.
Habilidade	de transformar conhecimentos em algo prático e realizável.
Valores	crenças, preferências, aversões e predisposições internas que definem sua visão de mundo.

**Quadro 1:** Aspectos e características dos empreendedores

**Fonte:** Adaptado de (LONGEN, 1997)

Nesta perspectiva, os empreendedores reúnem atitudes e comportamentos que o fazem interagir sobre e com o local onde estão, sempre no objetivo de transformá-lo. Quanto à forma em que ocorre, o empreendedorismo pode ser dividido em três tipos:

1. Empreendedorismo de negócios: quando uma pessoa reconhece uma oportunidade e empreende uma nova ideia empresarial, transformando isso em lucro. Constitui-se um importante instrumento de estímulo econômico, gerando emprego e movimentando receitas.
2. Intraempreendedorismo: envolve empreender dentro de uma organização. Ocorre quando funcionários agem de maneira proativa, com ideias, soluções, projetos e coloca-os em ação.

3. Empreendedorismo social: difere-se do empreendedorismo de negócios, pois o foco aqui não é o lucro, mas sim uma contribuição social que possa melhorar a vida de outras pessoas (FILION *et al.*, 2000).

De acordo com Drucker (2002) ao buscarem oportunidades e agirem, esforçarem-se e colocarem em prática suas ideias e objetivos, os empreendedores são considerados agentes de inovação e criatividade, impactando diretamente a sociedade.

É, portanto, a partir de um comportamento diferenciado e uma percepção abrangente da realidade que torna-se possível afirmar que o conhecimento oferece a capacidade de identificar as oportunidades e o empreendedorismo busca colocá-las em prática [...]. Trata-se, pois, de assumir um comportamento proativo diante de questões que devem ser solucionadas. O ato de empreender desperta no indivíduo a capacidade de aproveitamento de suas potencialidades, na mesma medida em que leva a um processo de aprendizado contínuo, em atitude de abertura para novas experiências (HALICKI, 2012, p. 48).

Nesse estudo, o empreendedorismo é analisado como um fenômeno que envolve antes o estudo de um comportamento proativo, criativo e inovador assumido pelos indivíduos.

Quanto ao empreendedorismo feminino, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2013) o empreendedorismo feminino vem crescendo no Brasil. Representando, no ano de 2013, 52% dos novos empreendimentos iniciados no País. De acordo com a mesma pesquisa, o número de mulheres que desejam empreender já superou o de homens, representando 51,6% do total contra 48,4% do público masculino.

França (2007, p. 02) aponta que “a entrada da mulher no mundo dos negócios deixou de ser uma atividade informal, tímida, realizada, na maioria dos casos, em casa para ajudar nas despesas da família, para ser uma atividade formal, uma profissão, uma realização pessoal”.

O estudo seminal de Schwartz (1976) apontou que empreendedoras possuíam características, motivações e dificuldades muito semelhantes aos empreendedores do gênero masculino. Contudo, destaca-se no mesmo estudo que as mulheres possuíam mais dificuldade de acesso a crédito, o que se tornava um limitador ao empreendedorismo.

Numa sociedade caracterizada por preconceitos, cumpre destacar o papel predominante da abordagem de gênero como construção social (GOMES, *et al.* 2014). Assim, os estudos de empreendedorismo feminino devem ser construídos ampliando a questão para além de características meramente voltadas ao fato em si, mas abarcando a compreensão do contexto sociocultural e histórico no qual as mulheres se inserem e do qual são diretamente influenciadas.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 Abordagem de pesquisa**

Este estudo centrou-se numa abordagem qualitativa (VIEIRA, 2006), pelo entendimento de que esta possibilita condições para uma descrição ampla e fundamentada, permitindo maior compreensão do fenômeno estudado (GODOY, 1995; VIEIRA, 2006). Ao analisar trajetórias de vida de mulheres empreendedoras depara-se com sentimentos, emoções, interações e percepções para os quais a abordagem quantitativa não apresenta nenhuma vantagem.

A técnica adotada no desenvolvimento desta foi a da análise da história de vida, em que o interesse do pesquisador se volta à narrativa dos fatos a partir da ótica do entrevistado. O

agente da pesquisa não é o dono do saber nessa técnica, mas antes, coloca-se como ouvinte, frente ao que o ator principal da pesquisa, o entrevistado, tem a dizer sobre ele e sobre sua vida (SPINDOLA; SANTOS, 2003).

Nas palavras de Nogueira *et al.* (2017):

A pesquisa com histórias de vida é, assim, um processo de construção de conhecimento a partir da relação específica entre dois atores: pesquisador e sujeito pesquisado – pelo pesquisador, como método que pressupõe a existência de vínculo; pelo sujeito, participante da pesquisa que narra sua história, num dado momento de sua vida.

### 3.2 Sujeitos de pesquisa

A partir da realização de reuniões entre a equipe do projeto, ficou definida a realização de divulgação do projeto, como forma de envolver um maior e variado número de indicações de mulheres a serem entrevistadas, visando à seleção dos nove relatos a serem apresentados como resultado do projeto.

A ação consistiu na divulgação por meio de um cartaz afixado em diversos pontos do IFF *Campus* Itaperuna e em setores de grande circulação na cidade de Itaperuna. Também foi divulgado em redes sociais e *e-mail* de contatos da equipe. Por meio de um link de formulário eletrônico (*Google Forms*) a comunidade pôde indicar mulheres com perfil empreendedor para a pesquisa.

Foram indicadas 26 mulheres, às quais foram abordadas para uma análise preliminar, verificando o interesse em participar do projeto. Algumas optaram por não participar, alegando questões pessoais e de falta de tempo.

Após o primeiro contato, chegou-se ao número de 14 mulheres, das quais 09 foram selecionadas, considerando os aspectos estabelecidos de: tempo (mais de 01 ano como empreendedora), morar e atuar na cidade de Itaperuna, ter disponibilidade e interesse em partilhar sua trajetória com o empreendedorismo. Foram 02 (duas) intraempreendedoras, 02 (duas) empreendedoras sociais e 05 (cinco) empreendedoras de negócios.

### 3.3 Técnica de coleta de dados

Inicialmente a pesquisa contou com levantamento documental acerca do empreendedorismo feminino na cidade de Itaperuna-RJ, com base em dados disponíveis na Associação Comercial e Empresarial e SEBRAE, por meio de sua unidade local.

Como técnica de coleta de dados foi empregada a entrevista direta com abordagem e fala livres pelas entrevistadas, alinhadas com o propósito buscado de compreender os construtos e entender as trajetórias e experiências de vida (ROESCH, 2007).

Numa segunda fase a pesquisa contou com a realização de entrevistas, podendo-se citar como vantagens do método de entrevistas diretas o fato de o pesquisador poder interagir com o entrevistado, assegurando mais detalhes e foco naquilo que se quer investigar (CRESWELL, 2007).

As entrevistas foram realizadas por meio de roteiro semiestruturado contendo inicialmente 29 questões abertas divididas em 11 blocos temáticos (Apêndice A) e, permitindo a inserção de outras questões, na medida em que as entrevistas eram desenvolvidas. As

entrevistas foram agendadas e ocorreram de maneira virtual<sup>6</sup>, sendo gravadas em equipamento de som, para posterior, transcrição integral dos áudios e análise (DELLAGNELO; SILVA, 2005) e o tratamento dos dados foi feito a partir da análise de conteúdo, conforme definido por Bardin (1977).

Os relatos foram escritos, com base na história de vida e perspectiva individual das mulheres não buscando verdades absolutas, mas sim a perspectiva das mesmas. Ao final foram organizados textos e fotos, em forma de estudo de caso das mulheres empreendedoras participantes. Foi adotada uma linguagem jornalística na produção dos relatos, considerando que a mesma permite maior facilidade de compreensão por diferentes públicos, uma vez que o projeto contou com a realização de ações de extensão, bem como poderá subsidiar ações de ensino.

Por fim, os relatos subsidiaram a busca por características comuns e divergentes dentre as histórias das empreendedoras estudadas, bem como uma comparação com a literatura especializada da área, permitindo uma compreensão de tais trajetórias.

#### 4. RESULTADOS

Considerando a abordagem teórica que compreende o empreendedorismo, como sendo um comportamento adotado por uma pessoa no decorrer de sua vida (LONGEN, 1997), a pesquisa permitiu, a partir de uma abordagem qualitativa baseada na história de vida, definir algumas características presentes no comportamento das empreendedoras participantes.

No Quadro 1, a seguir, apresenta-se de maneira pontual características convergentes encontradas nas entrevistadas.

<b>Característica</b>	<b>Aspectos envolvidos</b>
Curiosas	Característica presente em algumas entrevistadas desde a infância, a busca aguçada por conhecer o que não se sabe e buscar sempre entender o funcionamento de tudo.
Criativas	Todas as mulheres mostraram valorizar a criatividade como aspecto essencial de sua trajetória, buscando alternativas para tornar viáveis seus projetos. Concedem à criatividade uma importância crucial para o desempenho de suas atividades.
Sonhadoras	Todas as participantes mostraram possuir um sonho inicial para empreender e ainda um esforço para realizar esse sonho. Considera-se também que ao longo de suas trajetórias foram desenvolvendo novos sonhos e, mesmo as que possuem mais idade ainda continuam sonhando com novos projetos.
Persistentes	Foi encontrada essa característica na maioria das mulheres, quando abordadas sobre seus desafios, as mesmas apresentaram grande capacidade de persistir e insistir nos sonhos e projetos, mesmo quando inicialmente eles não lograram sucesso.
Estudiosas	Boa parte das participantes atribuem grande importância aos estudos, ao conhecimento e à informação como fatores determinantes de seu sucesso. Valorizam as oportunidades de estudos para além da escola e continuam buscando aprimorar seus conhecimentos.
Organizadas	As mulheres demonstraram, em boa parte, uma grande capacidade e valorização da organização como forma de agir frente ao trabalho, à vida e os desafios. Dão valor ao planejamento das ações em curto, médio e longo prazo e à função de organizar como essencial.

<sup>6</sup> As entrevistas foram realizadas nos meses de abril, maio e junho, e devido à Pandemia de SARS COVID-19 tiveram que ocorrer remotamente.

Líderes	Na maioria das empreendedoras ficou nítida a capacidade de influenciar, motivar, inspirar e liderar outras pessoas, seja para apoio aos projetos e ou negócios, seja no cotidiano do trabalho.
Dedicadas	A rotina de algumas mulheres chega a 14 horas de dedicação diárias ao negócio e ou projeto. Muitas não tiram férias e ainda trabalham aos fins de semana.

**Quadro 1:** Características das empreendedoras

**Fonte:** Elaborado pelos autores, 2020.

Ao se analisar os dados coletados não se percebeu diferenças quanto ao tipo de empreendedorismo e as características comportamentais (Quadro 1): tanto as empreendedoras sociais, quanto as intraempreendedoras e as empreendedoras de negócios possuem características semelhantes, não apresentando variação.

Em um outro enfoque, observou-se haver diferença quanto ao setor empreendido, sobretudo, considerando as empresárias: aquelas que empreenderam em setores de beleza e alimentos sofreram menos barreiras que as que empreenderam em áreas historicamente mais masculinas como a corretagem de seguros e empresas de cursos.

No tocante à idade, observa-se alguns pontos destoantes: as de mais idade enfrentaram maiores dificuldades para estudar e se desenvolver, ao passo que as de menos idade, esse fator é menos encontrado. Nota-se aqui, um avanço em relação à escolarização e emancipação feminina, embora estudos de gênero ainda demonstrem diferenças. O fator idade também é notado quanto ao apoio familiar para empreender; as mais jovens obtiveram mais apoio e suporte de familiares e amigos, enquanto as de mais idade ou não obtiveram apoio, ou esse foi incipiente. Em alguns casos, as menos jovens relatam até que foram desestimuladas e até prejudicadas pelo núcleo de convivência próximo quanto aos projetos empreendedores.

Nota-se entre as empreendedoras participantes uma realidade similar à apontada por estudos da área quanto ao acúmulo de jornada e tarefas domésticas, além de responsabilidades no tocante aos cuidados dos filhos. Em todos os casos, as que são mães relatam ainda uma certa “culpa” por empreenderem e trabalharem enquanto têm filhos pequenos.

Outro fator de destaque dentre as entrevistadas é a vontade de apoiar outras mulheres; elas demonstram-se colaborativas e cooperativas, compartilhando saberes, experiências e apoios para outras mulheres que querem empreender.

Salienta-se ainda que as mulheres entrevistadas possuem uma tendência a empreenderem em outros tipos e formatos de empreendedorismo.

Por fim, destaca-se que os desafios vivenciados em decorrência do gênero não foram, na ótica das empreendedoras entrevistadas, os mais impactantes entre aqueles enfrentados. Elas destacam preconceitos ou falas excludentes inicialmente, mas logo superadas pelo trabalho, dedicação e competências demonstrados.

Entre os desafios mais significantes foram apontados a grande carga de trabalho, aspectos burocráticos e legais, a grande concorrência e a necessidade de sempre inovar, sendo este último uma pressão constante.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou avaliar, a partir da trajetória de vida de nove mulheres de Itaperuna-RJ, características empreendedoras e aspectos marcantes do empreendedorismo feminino.

Elucidou-se as características mais presentes no comportamento empreendedor dessas mulheres, os quais foram ao encontro da literatura especializada. A exceção entre as características das empreendedoras femininas encontradas no estudo em relação à literatura são

o fato de serem organizadas e estudiosas. Essas, em geral, não são características apontadas como fundamentalmente presentes nos estudos sobre empreendedorismo que não fazem um recorte de gênero.

Como aspectos marcantes do estudo, concluiu-se que as mulheres estudadas enfrentam ainda hoje preconceito e barreiras inerentes ao gênero, sobretudo, no campo de negócios, mas não o consideram como a maior desafio a ser superado, que é encontrado nos fatores mercadológicos (burocracia, carga de trabalho, concorrência).

Cabe acrescentar que esse estudo não se trata de uma abordagem conclusiva, mas antes, lança a luz sobre características de mulheres que empreenderam na cidade de Itaperuna-RJ e que por meio de compartilhamento de suas histórias e trajetórias permite o estudo qualitativo e interpretativo.

Espera-se que o presente estudo lance luz acerca da importância de outras análises voltadas ao empreendedorismo feminino elucidando aspectos que contribuam para o aprimoramento teórico e prático da área.

Sugere-se ainda que novos estudos possam abordar de maneira mais quantitativa tais aspectos, ampliando a compreensão a partir de uma maior amostra, o que em estudos de histórias de vida, não foi possível.

Como parte final, ficou nítido a capacidade de tais mulheres de serem fortes frente às adversidades que enfrenta um empreendedor no Brasil, o que serve de inspiração para outras mulheres e meninas.

## 6. REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições, 1977.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução: Luciana de Oliveira da Rocha. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DELLAGNELO, E. H. L.; SILVA, R. C. DA. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005, p. 97-118. 2006. p. 51-75.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. Ferdinand, **O melhor de Peter Drucker: a administração** São Paulo: Nobel, 2002.

FILION, Louis Jacques *et al.* **Boa ideia! E agora?:** plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa. São Paulo: Cultura, 2000.

FRANÇA, M. de O. Empreendedorismo feminino em pauta. In: **SEBRAE**, 2018.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63 mar./abr.1995b

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR**. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/>. Acesso em Maio 2020

GOMES, A. F. *et al.* Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão e Negócios**, São Paulo, v. 16, n. 51, p. 319-342, abr./jun. 2014

HALICKI, Z. **Empreendedorismo**. INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA - PARANÁ - EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2012.

HISRICH, R. D.; *et al.* **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

**IBGE**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) 2012/2019. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707_informativo.pdf). Acesso em Jun. 2020.

LONGEN, Márcia Terezinha. Um modelo comportamental para o estudo do perfil empreendedor. 1997. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)– Centro Tecnológico, **Universidade Federal de Santa Catarina**, Florianópolis, 1997.

NOGUEIRA, M. L. M. O método de história de vida: a exigência de um encontro em tempos de aceleração. In: **Pesquisas e Práticas Psicossociais** 12 (2), São João del Rei, maio-agosto de 2017.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

SPINDOLA, T.; SANTOS, R. da S. Trabalhando com a história de vida: percalços de uma pesquisa(dora?) **Rev Esc Enferm. USP** 2003; 37(2): 119-26

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Editora Abril Cultural, 1989.

SCHWARTZ, E. B. *Entrepreneurship*: a new female frontier. **Journal of Contemporary Business**, Seattle, v. 5, n. 1, p. 47-76, 1976.

VIEIRA, M. M. F. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa em Administração**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 13-28

## Apêndice A - Roteiro de abordagem da história de vida

**Nome da Entrevistada:**

**Empresa que é proprietária ou trabalha/ Projeto:**

**Idade: (caso não se importe)**

### ORIGEM

1. Se apresente, fale do que você faz hoje?
2. Fale um pouco sobre as suas origens. Existe alguma empreendedora em sua família? Tem alguém como modelo, alguém que te inspirou?
3. Você poderia falar um pouco sobre sua formação? Foi boa aluna? Gostava de estudar? Como você buscou conhecimento ao longo de sua vida?

### CONCEITO DE SI

4. Como você se vê como pessoa? Quais suas características pessoais mais importantes

que ajudam no seu dia a dia?

### **EMPREENDEDORISMO**

5. O que é empreender na sua visão? Qual a importância das mulheres serem empreendedoras?
6. Ser mulher é uma barreira? Você enfrentou alguma dificuldade por ser mulher?
7. Como foi o apoio familiar e de amigos? Se sentiu em algum momento discriminada por ser mulher e querer empreender?
8. Como concilia sua rotina (empresa, projeto, trabalho) com família, filhos, estudos, etc? Em sua visão há uma pressão maior sobre as mulheres?
9. Você se considera uma inspiração para outras mulheres?

### **VISÃO**

10. Como surgiu a ideia de empreender (fazer o projeto, montar a empresa, ou fazer diferente no seu trabalho)?
11. Como sua empresa começou? Você pensou sobre isso por muito tempo antes de realmente começar o negócio? Fez planejamento? Você já havia considerado a possibilidade de abrir um negócio como uma opção de vida? Como foi sua primeira experiência .

### **O TRABALHO COMO EMPREENDEDORA**

12. Como você identifica uma oportunidade para fazer algo novo?
13. Como você aprende hoje? Tem um método próprio? Continua estudando?
14. Tem um sistema para a solução de problemas?
15. Como lida com o fracasso?
16. Você tem uma tarefa específica dentro do seu negócio, trabalho ou projeto? Qual? Você se envolve com a rotina, com as operações do dia-a-dia? Você tem funcionários ou voluntários?
17. Qual foi a característica do seu negócio que mais chamou atenção dos seus clientes no seu ponto de vista? (Se for empresária)  
Qual foi a característica do seu projeto que mais atraiu a colaboração e interesse das pessoas no seu ponto de vista? (Se for empreendedora social)  
Qual foi a característica do seu projeto que mais atraiu a colaboração e interesse de seus colegas e chefes no seu ponto de vista? ( Se for intraempreendedora)

### **ENERGIA**

18. Quantas horas você trabalha por dia? Trabalha aos sábados e domingos? Você tira férias? Você pensa em se aposentar, tem planos?

### **RELAÇÕES**

19. Que importância dá as relações internas e externas na empresa ou projeto? E para você, qual é a importância das relações externas? Quais contatos são mais importantes?

### **LIDERANÇA**

20. Como você influencia as pessoas a realizarem os seus sonhos?
21. Como descreveria a si próprio como líder? O que é diferente na maneira como você lidera do modelo tradicional de chefe? O que lhe dá mais satisfação no seu dia a dia?

### **CRIATIVIDADE**

22. O que lhe dá mais prazer no processo de empreender? Você se considera uma pessoa criativa?

23. O quanto você diria que a imaginação é importante para o sucesso?

**A EMPRESA ou PROJETO**

24. 19. Qual o fator mais importante para o sucesso da sua empresa ou projeto?

25. Quais são as principais potencialidades e fraquezas de sua empresa ou projeto?

26. Você estabelece objetivos e metas para os resultados?

**ENCERRAMENTO**

27. O que diria a uma mulher que está pensando em iniciar um negócio ou um projeto ou ainda fazer um trabalho diferente?

28. Há algo mais que você gostaria de dizer, que não foi abordado?