

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Priscila Ribeiro Lopes**

**MULHERES E EMPREENDEDORAS DE STARTUPS TECNOLÓGICAS**

**Porto Alegre**

**2019**

**Priscila Ribeiro Lopes**

**MULHERES E EMPREENDEDORAS DE STARTUPS TECNOLÓGICAS**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof. Dra. Aurora Carneiro Zen

**Porto Alegre**

**2019**

**Priscila Ribeiro Lopes**

**MULHERES E EMPREENDEDORAS DE STARTUPS TECNOLÓGICAS**

Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso, na Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do Título de Bacharel em Administração.

Conceito Final:

Aprovado em: .....

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Aurora Carneiro Zen

Doutora em Administração PPGA/UFRGS

---

Fernanda Maciel Reichert

Professora Adjunta na Escola de Administração da UFRGS

*Dedico este trabalho inteiramente à minha família, por todo amor, carinho e apoio que me deram para a realização deste sonho.*

## AGRADECIMENTOS

Com todo o meu coração agradeço aos meus pais. O meu pai José Oscar (Papi Soberano - In memoriam) e a minha mãe Sônia (Mamy Poderosa), sem o apoio de vocês, a realização deste sonho certamente não seria possível. Agradeço por todo o amor, carinho, apoio, incentivo que sempre me deram. Sempre com muito orgulho falaram aos familiares e amigos “a minha filha estuda na UFRGS”, sem dúvida é um privilégio inenarrável ser a primeira graduada da família. Do mesmo modo, agradeço a Deus pela honra de ser filha de pessoas incríveis que eu amo infinitamente, vocês são o meu tesouro mais precioso. Por fim, o meu diploma é todinho “nosso”.

Agradeço ao meu irmão João Batista, durante toda a graduação nunca mediu esforços para me ajudar. Foram tantos dias, meses, anos de estudos e em toda a trajetória estive ao meu lado, preocupado com a minha segurança. Foram dias de chuva, frio, escuridão, perigo, mas sempre estava ele lá, na parada me esperando, tarde da noite com muito carinho.

Agradeço à Universidade “tia UFRGS” por proporcionar o convívio diário com professores altamente qualificados e admiráveis. Obrigada também por me presentear pelo convívio diário com pessoas maravilhosas. Em especial, o muito obrigado às minhas amigas Gabriela Vargas e Jaqueline Testolin, que são incríveis e como diz a mãe: “as gurias são tuas amigas de verdade”. Estiveram comigo em todos os momentos, principalmente, no mais difícil quando nada mais parecia fazer sentido, me apoiaram com muito carinho e preocupação. Amo vocês e a nossa amizade é para a vida toda.

Agradeço as três mulheres empreendedoras que realizei as entrevistas. Todas foram atenciosas comigo e muito dispostas a me ajudar. Foram fundamentais para a realização deste trabalho e me inspiraram profundamente.

Agradeço à minha orientadora prof. Aurora Carneiro Zen, pela orientação e por toda a ajuda. Não posso deixar de citar, o quanto a admiro como pessoa e profissional. É uma professora com uma energia diferenciada na universidade, além de muito inteligente e inspiradora.

## RESUMO

Com a realização deste trabalho, espera-se entender e analisar o contexto das mulheres empreendedoras, através das entrevistas realizadas com as mulheres, as mesmas atuam na direção de startups tecnológicas. Também será possível conhecer a trajetória das empreendedoras, as motivações em seguirem com os negócios e os obstáculos encontrados. Os reflexos do empreendedorismo na economia do país está em constante debate. É fundamental a discussão em torno deste tema e em especial ao empreendedorismo feminino. Atualmente, as empreendedoras representam uma fatia significativa do mercado dos negócios, representando para a sociedade mais do que uma simples mão-de-obra, pois estão viabilizando também a criação de muitas vagas de emprego. Portanto, este estudo tem como ideia principal, analisar o que motivou as mulheres em empreender em startups tecnológicas e compreender o contexto das mesmas. Será realizada uma pesquisa qualitativa com três empreendedoras que iniciaram os seus negócios nos últimos dez anos, que entregam serviços inovadores para a sociedade, através dos seus negócios e os mesmos estão localizados no estado do Rio Grande do Sul.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Trajetória das Empreendedoras. Motivações. Obstáculos.

## **ABSTRACT**

With this work, we hope to understand and analyze the context of women entrepreneurs, through interviews with women, they act in the direction of technological startups. It will also be possible to know the trajectory of the entrepreneurs, the motivations to continue with the business and the obstacles encountered. The reflexes of entrepreneurship in the economy of the country is in constant debate. It is fundamental the discussion around this theme and especially to female entrepreneurship. Today, women entrepreneurs represent a significant portion of the business market, representing more than just a workforce for society, as they are also creating many job openings. Therefore, this study's main idea is to analyze what motivated women to undertake technology startups and understand their context. A qualitative research will be conducted with three entrepreneurs who started their businesses in the last ten years, who deliver innovative services to society through their businesses and they are located in the state of Rio Grande do Sul.

**Keywords:** Entrepreneurship. Female Entrepreneurship. Entrepreneurs' trajectory. Motivations. Obstacles.

## LISTA DE QUADROS

|   |    |
|---|----|
| <b>Quadro 1:</b> Apresentação das entrevistadas.....                                      | 30 |
| <b>Quadro 2:</b> Trajetórias das empreendedoras, motivações e obstáculos percorridos..... | 48 |
| <b>Quadro 3:</b> Mensagem para empreendedoras.....  | 53 |

## SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b> .....                                 | 11 |
| 1.1 DEFINIÇÃO DO TEMA DE ESTUDO.....                       | 11 |
| 1.2 OBJETIVOS.....   | 12 |
| <b>1.2.1 OBJETIVO GERAL</b> .....                          | 12 |
| <b>1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....                   | 13 |
| 1.3 JUSTIFICATIVA.....                                     | 13 |
| <b>2. REVISÃO TEÓRICA</b> .....                            | 15 |
| 2.1 EMPREENDEDORISMO.....                                  | 15 |
| 2.2 EMPREENDEDOR.....                                      | 18 |
| 2.3 MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER.....                         | 18 |
| 2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO.....                         | 23 |
| <b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....                | 27 |
| 3. 1 TIPO DE PESQUISA.....                                 | 27 |
| 3. 2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....                      | 28 |
| 3. 3 UNIDADE DE ESTUDO.....                                | 30 |
| 3. 4 ANÁLISE DE DADOS.....                                 | 30 |
| <b>4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....      | 27 |
| 4. 1 NEGÓCIO A.....  | 32 |
| <b>4.1.1 TRAJETÓRIA DA EMPREENDEDORA</b> .....             | 13 |
| <b>4.1.2 MOTIVAÇÃO</b> .....                               | 13 |
| <b>4.1.3 OBSTÁCULOS</b> .....                              | 13 |
| 4. 2 NEGÓCIO B.....  | 38 |
| <b>4.2.1 TRAJETÓRIA DA EMPREENDEDORA</b> .....             | 13 |
| <b>4.2.2 MOTIVAÇÃO</b> .....                               | 13 |
| <b>4.2.3 OBSTÁCULOS</b> .....                              | 13 |
| 4. 3 NEGÓCIO C.....  | 42 |
| <b>4.3.1 TRAJETÓRIA DA EMPREENDEDORA</b> .....             | 13 |
| <b>4.3.2 MOTIVAÇÃO</b> .....                               | 13 |
| <b>4.3.3 OBSTÁCULOS</b> .....                              | 46 |
| 4. 4 ANÁLISE COMPARATIVA.....                              | 47 |
| <b>4.4.1 MENSAGEM PARA EMPREENDEDORAS</b> .....            | 52 |
| <b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....                       | 55 |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....                                   | 57 |
| <b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA INDIVIDUAL</b> ..... | 61 |

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 DEFINIÇÃO DO TEMA DE ESTUDO

As atividades empreendedoras são desenvolvidas por indivíduos específicos que identificam oportunidades viáveis com fins lucrativos, assim como potencializam o seu desenvolvimento. Para ser considerado um empreendedor é necessário ter uma ideia, a mesma deve ser praticada através de um novo negócio, mas principalmente este termo é dado às pessoas que desenvolvem a habilidade para administrar a empresa com sucesso após a sua criação (BARON e SHANE, 2007).

Os empreendedores podem ser classificados em quatro perfis: o empreendedor individual, que inicia um novo negócio sozinho ou com o auxílio de um investidor; o intra-empendedor, que busca a geração de lucros para a empresa onde trabalha; o empreendedor coletivo, que se preocupa em atender as demandas sociais e o empreendedor social que visa a redução nos custos e compartilha os possíveis riscos com os demais sócios, segundo Zen e Fracasso (2009).

Para Rodrigues (2016, p. 8) “o empreendedorismo é uma atividade de extrema importância para a sociedade capitalista, visto que gera renda e empregos, proporciona tributos e movimenta a economia”. No país há diversos programas de incentivos aos novos empreendimentos e os principais estudos são realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e pela Endeavor Brasil que é considerada uma das maiores organizações de apoio ao empreendedorismo, atualmente.

Em 2017, a população brasileira foi estimada em 209,3 milhões de pessoas. No mesmo ano, o relatório executivo disponibilizado pelo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) - Empreendedorismo no Brasil, apresentou o resultado da pesquisa em que, a cada 100 brasileiros, 36 possuem algum negócio empreendedor que podem ser iniciais ou já estabelecidos, totalizando uma taxa de (36,4%) da população brasileira que empreendem.

No mesmo relatório mencionado, também foi divulgado o percentual de 24 milhões de mulheres que empreendem no país. Os dados indicam que cada vez mais, as mulheres transformam a sociedade e a economia brasileira. Mas, por muito tempo, o papel da mulher na sociedade foi sinônimo de: ser mãe de família e ser dona de casa, mas felizmente as possibilidades mudaram e tornaram-se infinitas. Após a primeira e segunda guerra mundial, o

papel assumido começou a ser outro. Nesta época as mulheres começaram a trabalhar nas fábricas, muitas vezes porque seus companheiros morreram na guerra ou ficaram impossibilitados do trabalho. Deste modo, as mulheres passaram a chefiar e a sustentar suas famílias. Este foi o início de uma vasta revolução no mercado de trabalho que ocorre tanto em países desenvolvidos, como em desenvolvimento.

Conforme estudos realizados pelo SEBRAE (2016) no estado do Rio Grande do Sul, as mulheres representavam 44% e os homens 56% do empreendimento gaúcho. Em especial neste trabalho, pretende-se conhecer o contexto das mulheres que têm negócios voltados para startups tecnológicas. Caracterizadas por serem definidas como um grupo de pessoas iniciando uma empresa, trabalhando com uma ideia diferente, escalável e em condições de extrema incerteza (RIBEIRO, 2018).

No final da década de 1990, nos Estados Unidos, surgiram as startups, que são empresas normalmente relacionadas à tecnologia, as mesmas constituem uma nova forma de empreender. Com o passar dos anos, esta modalidade de empreendedorismo está se popularizando em nível mundial (RODRIGUES, 2016).

Nogueira e Arruda (2014 apud RIES, 2012), afirmam que startups são instituições estabelecidas para a criação de um novo produto ou serviço, em condições de extrema incerteza, que tem na inovação (tecnológica, de produto, serviço, processo ou modelo de negócio) o centro de suas operações. Normalmente os negócios começam pequenos, mas devido ao grande potencial inovador destas empresas, apresentam probabilidade de crescimento exponencial em pouco tempo (NOGUEIRA e ARRUDA, 2012 apud MEYER, 2012).

Com base nesse contexto, o presente trabalho visa identificar e analisar, de forma exploratória as trajetórias das mulheres empreendedoras, os obstáculos encontrados para abertura e permanência das startups, as estratégias adotadas para sobreviverem. Sendo assim, o foco da problemática desta pesquisa de estudo é: Quais são as motivações das mulheres em empreender em startups tecnológicas? Qual é o contexto dessas mulheres?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar quais são as motivações e o contexto das mulheres que empreendem em startups tecnológicas.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Descrever as trajetórias das empreendedoras;
- Compreender as motivações das empreendedoras em investir em startups tecnológicas;
- Levantar os obstáculos percebidos pelas mulheres no processo empreendedor;

### 1.3 JUSTIFICATIVA

Com a realização deste trabalho, espera-se entender e analisar o contexto das mulheres empreendedoras, através das entrevistas realizadas com as mulheres, as mesmas atuam na direção de startups tecnológicas. Também será possível conhecer a trajetória das empreendedoras, as motivações em seguirem com os negócios e os obstáculos encontrados.

Os reflexos do empreendedorismo na economia do país estão em constante debate. É fundamental a discussão em torno deste tema e em especial ao empreendedorismo feminino. Atualmente, as empreendedoras representam uma fatia significativa do mercado dos negócios, representando para a sociedade mais do que uma simples mão-de-obra, pois estão viabilizando também a criação de muitas vagas de emprego.

Segundo os dados do relatório GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) 2012 - Empreendedorismo no Brasil, no país, quase metade (49,6%) dos empreendedores iniciais são mulheres. Deste modo, é possível identificar que o empreendedorismo feminino está aumentando em escala exponencial e tornando-se cada vez mais uma opção de trabalho e carreira para o público feminino.

Portanto, este estudo tem como ideia principal, analisar o que motivou as mulheres em empreender em startups tecnológicas e compreender qual o contexto das mesmas. Será realizada uma pesquisa qualitativa com três empreendedoras que iniciaram os seus negócios

nos últimos dez anos, que entregam serviços inovadores para a sociedade, através dos seus negócios e os mesmos estão localizados no estado do Rio Grande do Sul.

## 2. REVISÃO TEÓRICA

No capítulo a seguir serão abordadas as principais teorias relacionadas ao empreendedorismo, as mesmas são utilizadas na presente pesquisa, além dos principais autores e conceitos utilizados na literatura, tendo em vista a motivação das mulheres em empreender em startups tecnológicas no estado.

### 2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo está diretamente relacionado às pessoas que identificam e aproveitam oportunidades no mercado. Segundo Ferreira, Santos e Serra (2010), os empreendedores necessitam identificar onde estão as oportunidades, ou seja, estudar o presente para prever com qualidade as tendências no futuro. As indicações ocorrem através do conjunto das propensões e mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais.

Durante períodos do século XX, alguns conceitos administrativos apresentaram maior relevância do que outros. Conforme Dornelas (2014, p. 9) ocorreram em virtude de “contextos sociopolíticos, culturais, de desenvolvimento tecnológico, de desenvolvimento e consolidação do capitalismo, entre outros”. Para o autor os conceitos mais relevantes, são:

- Início do século: Movimento da racionalização do trabalho;
- Década de 1930: Movimento das relações humanas;
- Décadas de 1940 e 1950: Movimento do funcionalismo estrutural;
- Década de 1960: Movimento dos sistemas abertos;
- Anos 1970: Movimento das contingências ambientais;
- Atualmente: Não há um movimento predominante.

De acordo com os conceitos administrativos, atualmente, não tem tema que predomina, porém, o empreendedorismo, cada vez mais, mudará a forma de fazerem negócios no mundo, já que o papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade.

Antes da década de 1990 pouco se falava em empreendedorismo e criação de pequenas empresas no país. Segundo Dornelas (2014, p. 14) “Os ambientes político e

econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora”.

Segundo Dornelas (2014, p. 9),

(...) o avanço tecnológico tem sido de tal ordem, que requer um número muito maior de empreendedores. A economia e os meios de produção e serviços também se sofisticaram, de forma que hoje existe a necessidade de se formalizarem conhecimentos, apenas obtidos empiricamente no passado. Portanto, a ênfase em empreendedorismo surge muito mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez, e não apenas como modismo. A competição na economia também força novos empresários a adotar paradigmas diferentes. Por isso, o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo.

Outros fatores, determinantes para a expansão do empreendedorismo é que “são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade”, segundo Dornelas (2014, p. 9).

Para Baron e Shane (2007), as situações que ocorrem mudanças na tecnologia ou nas condições políticas, sociais e demográficas geram o potencial necessário para a criação de algo novo, como oportunidade empreendedora. Para acontecer a identificação da oportunidade, as mesmas precisam ser exploradas mediante a criação de um novo produto ou serviço ou através da abertura de um novo mercado, também podem ocorrer com o desenvolvimento de uma nova maneira de organização, com o uso de um novo material ou através da introdução de um novo processo produtivo.

Na mesma linha de pensamento de Baron e Shane (2007) e enfatizando a questão de acesso às oportunidades, temos também o comportamento empreendedor que para Souza (2006, p. 18) é influenciado ao longo dos anos pela história e representa:

(...) Capacidade de se adaptar às mudanças em seu meio, despender esforço para conseguir soluções originais, ter sensibilidade para o mundo em sua volta, ir além do óbvio tendo ideias originais. Isso pode se traduzir por criatividade, busca por oportunidade, correr risco e, de uma forma global, inovação. O empreendedor, assim, é um indivíduo especial, principalmente ao considerar essa característica de inovação e as dificuldades que envolvem tratar o fato novo como uma possibilidade real.

No decorrer dos anos, alguns conceitos foram sendo incorporados ao termo, modificando o seu significado. Atualmente, este termo abrange, conforme Zen e Fracasso (2008, p. 137), “desde uma ação individual orientada para o lucro econômico até ações

coletivas visando a redução da desigualdade social”. A formação do termo empreendedor e as modificações do mesmo, ocorreram “à luz das mudanças ocorridas por meio de três paradigmas tecnológicos” que, segundo as autoras, são:

- A revolução industrial britânica, que dominou a economia mundial durante todo o século XIX e foi a base de observação para as primeiras teorias sobre o empreendedor;
- O fordista, que surgiu nos Estados Unidos e difundiu o modelo de organização da produção dominante na maior parte do século XX - período marcado pelo desenvolvimento das primeiras teorias da administração;
- O da tecnologia da informação, centrado nos avanços tecnológicos nas áreas de eletrônica e de informática e no impacto destes nas organizações.

Conforme apresentado, a origem do termo empreendedor, tem como principal exemplo Marco Polo, o mesmo se aventurou no estabelecimento de rotas comerciais para o Extremo Oriente, no século XIII. Também realizou o fechamento de contrato com um senhor de posses para vender as suas mercadorias. Deste modo, Marco Polo, assumiu os riscos físicos e emocionais do negócio, enquanto o dono das mercadorias assumia os riscos de forma passiva.

Vesper (1980, p. 2 apud Hisrich, Peters e Shepherd, 2009, p. 29) dá algumas definições do termo, sob a perspectiva de diversas áreas:

Para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo, geralmente essa pessoa é impulsionada por certas forças – a necessidade de obter ou conseguir algo, de experimentar, de realizar ou talvez de escapar à autoridade de outros. Para alguns homens de negócios, um empreendedor é interpretado como uma ameaça, um concorrente agressivo, enquanto para outros, o mesmo empreendedor pode ser um aliado uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que gera riqueza para outros assim como encontrar melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir o desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir.

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 36), “o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento da produção e de renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”. O empreendedorismo impacta em mudanças que são acompanhadas pelo crescimento

econômico e pela maior produção, deste modo a riqueza gerada divide-se entre os indivíduos que fazem parte do processo.

O processo de permanência dos empreendimentos, ocorre através de parcerias do empreendedor com um grande número de atores e instituições do meio, os mesmos são fundamentais para alcançar o sucesso. Segundo Bessant e Tidd (2009, p. 297), “além de sujeitos empreendedores, um sistema empreendedor de sucesso precisa de grande participação de uma diversidade de atores e instituições empreendedoras, incluindo pequenas e grandes empresas, universidades e fontes de financiamento e de apoio”.

Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 30), todos os conceitos de empreendedorismo, ainda que se diferenciam em alguns aspectos, costumam ter presente noções equivalentes, como novidade, organização, criação, riqueza e risco. Por isso, os autores utilizam a seguinte definição para 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 financeira e pessoal”.

No início do século XXI, inovar é muito mais do que criar algo novo, pois é preciso reinventar, gerar com criatividade. É um outro jeito de ver, pensar, fazer e acontecer. Segundo Polydoro (2015, p. 9) “não é fácil ser inovador dentro desse conceito inovador. Não adianta apenas evoluir, melhorar, aperfeiçoar. É preciso romper paradigmas, revolucionar, fazer diferente, mais inteligente, mais bonito e melhor”.

## 2.2 EMPREENDEDOR

A origem francesa da palavra “empreendedor” (*entrepreneur*) quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. Conforme Souza (2006, p. 91), “quando se aborda o empreendedorismo, é muito difícil não relacioná-lo à figura do empreendedor. O termo em si não cria ou realiza nada: na verdade, o empreendedor é o sujeito do processo de transformação e desenvolvimento social no decorrer da história”.

Segundo Zen e Fracasso (2008, p. 138) “o empreendedor refere-se a um termo dinâmico e multifacetado, influenciado por revoluções tecnológicas e sociais. Desse modo, a ação empreendedora estará fortemente relacionada ao contexto social e tecnológico no qual o empreendedor se insere”.

Minarelli (2001), ressalta que o empreendedor é uma pessoa crítica que vive achando defeitos em produtos e serviços, mas que são considerações positivas, ou seja, aproveitam a oportunidade de melhoria para encontrar soluções e consecutivamente obter retornos financeiros. Também tornam realidade os desejos de mudança que surgem através da sua percepção ou da identificação de queixas.

Dornelas (2014, p. 8) afirma que “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, são apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

Para Nicola (2019, p. 8), “empreender é muito mais do que abrir um negócio. É olhar ao redor e identificar necessidade. É ser capaz de transformar essas necessidades em oportunidades. É traçar um caminho que envolve disciplina, criatividade e muito planejamento”.

Segundo Ferreira, Santos e Serra (2010) ser empreendedor é ser realizador de tarefas complexas, pois são muitos os elementos que se deve conter. No entanto, empreendedorismo e empreendedor estão vinculados a aspectos marcantes. Segundo Ferreira, Santos e Serra (2010, p. 24) “são aspectos em grande medida comportamentais, como novidade, organização, criação, criatividade, riqueza e risco”. Também apontam alguns traços principais sobre quem é empreendedor:

- O empreendedor é o que toma a iniciativa para criar algo novo e de valor para o próprio empreendedor e para os clientes;
- O empreendedor tem de despender o seu tempo e esforço para realizar o empreendimento e garantir o seu sucesso;
- O empreendedor recolhe as recompensas sob a forma financeira, de independência, reconhecimento social e de realização pessoal;
- O empreendedor assume os riscos de insucesso do empreendimento, quer sejam riscos financeiros, sociais ou psicológicos/emocionais.

O empreendedor ao abrir mão de seu emprego formal, para trabalhar por conta própria irá estimular seus desejos e recursos pessoais, tais como: determinação, convicção, vocação e persistência, entre outros Minarelli (2001). O autor também afirma que as qualidades serão

invocadas a cada momento da trajetória e que o sucesso do projeto dependerá da sinergia dos elementos que o movimentam.

Goossen (2009, p. 39), “o processo empreendedor é o método pelo qual uma pessoa com uma mente empreendedora é capaz de avaliar riscos, distinguir entre ideias e oportunidades viáveis e reunir recursos para perseguir esse nicho de mercado”.

Rodrigues (2016 apud SCHUMPETER, 1984), aborda o empreendedorismo de uma maneira diferente, totalmente voltado para a inovação, no qual propõe a capacidade que as novas combinações têm de tirar a economia do estado estacionário. Deste modo, levando-a, assim, a evoluir e onde o empreendedor é o agente responsável por promover e difundir a inovação.

Além disso, Rodrigues (2016, p. 12), afirma que “o agente inovador tem protagonismo no processo e não necessariamente é o dono do capital, mas sim o responsável por introduzir e propagar a inovação no sistema, também é chamado de empreendedor ou empresário”.

Conforme estudo feito pelo ABGI Brasil (2017), abrir um negócio inovador com rentabilidade, com poder de crescimento e que ainda contribua para um impacto positivo na sociedade, pode ser o sonho de muitos. Além disso, é fundamental estabelecer o propósito da empresa que se relaciona basicamente a contribuição que determinado negócio gera para a sociedade e para o mundo.

### 2.3 MOTIVAÇÃO PARA EMPREENDER

Motivação é importante para estimular determinados comportamentos individuais, os mesmos serão mais fortes, consecutivamente melhores para satisfazer as necessidades da empresa. Para Ferreira, Santos e Serra (2010, p. 149) “Necessidades não satisfeitas conduzem a frustração, estresse, agressividade, problemas cardíacos, depressão etc.” para os autores motivação é fundamental.

Gass (2013), afirma que a motivação para empreender pode ser dividida (na economia) em dois aspectos: necessidade e oportunidade. Os empreendedores por necessidade iniciam o negócio por falta de alternativas, ao passo que os empreendedores por oportunidade começam um empreendimento mesmo contando com outras opções de emprego ou de renda.

Para Gass (2013 apud COSTA *et al*, 2008), é comum para alguns autores, como Dolabela, 1999; Dornelas, 2005; Chiavenato, 2006; Baron; Shane, 2007, entender que para empreender, os indivíduos devem dominar algumas habilidades específicas. É preciso além de uma boa ideia concebida, o domínio de algumas habilidades, como por exemplo: gerenciamento de fontes de financiamento e diversas parcerias; promover gerenciamento das atividades cotidianas do empreendimento; ter disciplina e organização pessoal, entre outros.

Conforme Ferreira, Santos e Serra (2010) é importante entender o que motiva as pessoas a assumir riscos com a abertura de um novo negócio. Na percepção dos autores, os empreendedores são motivados principalmente pela necessidade de alcançar algo, de executar, de realizar e obter a independência.

Freire (2005), para alguém decidir se tornar empreendedor existem muitas razões envolvidas. Os empreendedores podem ser classificados em três grupos, os mesmos respondem a três tipos de motivações ou atitudes:

1. **Os lutadores:** são aqueles que veem o empreendimento como a única maneira de subsistência. Eles empreendem porque essa é a única alternativa disponível. Por diferentes motivos, fica impossível trabalhar para outros em algum emprego estável e previsível e, por isso, começam a empreender como podem;
2. **Os caçadores de ondas:** são aqueles que aproveitam uma oportunidade, um modismo para abrir o seu próprio negócio. Eles são um tipo de empreendedores por oportunidade. Uma das características é a facilidade com que mudam de uma “onda” para a outra. É mais comum de se encontrar em países em desenvolvimento.
3. **Os gladiadores:** são aqueles que carregam o dom do empreendedorismo e atuam como tal, independentemente da conjuntura na qual se encontram. Mesmo possuindo outras opções de carreira, optam por empreender. Também são chamados de empreendedores por oportunidade. São comprometidos com o que estão realizando, embora procurem aproveitar ao máximo as oportunidades.

Para entendermos melhor sobre motivação, principalmente quando falamos a respeito do empreendedorismo, Baron e Shane (2007) explicam da seguinte forma:

Nada acontece sem estímulo (energia) e nada é realizado por meio de agitação aleatória; é necessário ter metas específicas; para atingir metas específicas, o comportamento deve ser direcionado; em geral, esse direcionamento precisa ser mantido por um período de tempo. (Baron e Shane, 2007, p.369)

Além disso, os mesmos autores ainda salientam que os empreendedores são persistentes e não desistem na primeira derrota e cita o exemplo abaixo:

Suponha que um empreendedor queira obter financiamento para seu novo negócio. Ele não fica sentado sonhando com seu objetivo; ao contrário, dá passos ativos e energéticos para alcançá-los. Esses passos são direcionados, não são uma atividade aleatória. Seu comportamento persiste com o tempo: ele não desiste depois de uma ou duas derrotas. Seu desejo de obter financiamento é grande, portanto, ele continua a tentar. Seus esforços são direcionados para um objetivo específico: a obtenção de financiamento. (Baron e Shane, 2007, p.369)

Para Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 51):

Apesar da ideia de ser dono de uma empresa ser sedutora, os problemas e armadilhas inerentes ao processo são tão lendários quanto as histórias de sucesso. Permanece o fato de que há mais empreendimentos novos que fracassam do que os que alcançam sucesso. Para ser um dos poucos empreendedores bem-sucedidos, é necessário mais do que apenas muito trabalho e sorte. É preciso raciocinar em um ambiente de alta incerteza, ser flexível e aprender com as falhas de alguém.

O empreendedor tem um papel fundamental na sociedade, seja operando em empresas privadas ou administrando organizações sem fins lucrativos, “o empreendedor passa a atuar por sentimento de satisfação pessoal sendo considerado como uma pessoa motivada, ou seja, de autorrealização pessoal”, segundo Tavares *et al* (2008, p. 122). Deste modo, o autor afirma que a necessidade de autorrealização dos indivíduos pode ser atribuída a administração de um novo negócio.

Conforme pesquisa realizada pelo Endeavor Brasil (2013), o principal motivo para empreender, apontado pelos entrevistados, é a busca por independência pessoal e pela autorrealização. A questão financeira apareceu em segundo lugar. Na maioria dos países desenvolvidos, a independência para escolher local e horário de trabalho, é uma das principais motivações para abertura da própria empresa, já no Brasil esse motivo aparece em quarto lugar.

Além disso, para Tavares *et al* (2008), os empreendedores são pessoas motivadas internamente, os mesmos possuem autoconfiança, também buscam independência e autonomia, mais do que as pessoas que não empreendem. Apresentam predisposição para o progresso e maior percepção sobre o futuro e sobre suas próprias condições para enfrentar dificuldades.

Segundo Filion (1993 apud COSTA *et al*, 2008), ao iniciar o desenvolvimento da visão empreendedora, o suporte familiar é fundamental, pois é ele que adaptará os tipos de visão inicial que o empreendedor poderá ter ao iniciar um negócio. Porém, para a constituição e a consolidação de uma visão mais ampla, as relações novas que o empreendedor estabelece com amigos são elementos básicos do processo de formação da visão.

Para Pereira *et al* (2013, p. 07-08), um dos motivos para empreender é a influência da família, baseado no fato de que muitos empreendedores têm exemplos dentro de seus lares. Para os autores, a convivência com pais empreendedores pode revelar características positivas e negativas de empreender e “ajuda o indivíduo a verificar se ele gosta daquilo e se tem capacidade para lidar com situações cotidianas próprias deste tipo de negócio, tais como: tomar conta de um negócio, assumir riscos, etc.”.

#### 2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Ao longo dos anos, as mulheres já comprovaram as suas capacidades diante de diversas situações, a profissional é uma delas. Contudo, por muito tempo o sexo feminino sofreu preconceito e isso se tornou uma barreira para as mulheres entrarem no mercado de trabalho, principalmente para a abertura de seus próprios negócios (GASS, 2013).

Para Fontes (2019, p. 6), “nunca se falou tanto em empoderamento feminino (que bom). E nunca se falou tanto em empreendedorismo feminino (melhor ainda). De fato, empreender tem se mostrado um caminho eficiente para a ampliação e para o fortalecimento do papel e do espaço da mulher em sociedade”.

Machado (2009) ressalta a importância de realizar mais estudos a respeito do empreendedorismo feminino, já que as mulheres estão empreendendo em determinados setores, mesmo com o aumento na taxa de empreendedorismo. Entretanto, o autor Ammann (1997, p.101 *apud* SOUZA, 2006, p. 94), afirma que hoje em dia, as mulheres atuam em diversas áreas que anteriormente eram estabelecidas pela sociedade como sendo do gênero masculino, ou seja, o gênero feminino “vem conseguindo derrubar clichês que apresentam seu gênero como intelectualmente limitado”, demonstrando “capacidades e aptidões para ocupar espaços que lhe eram vedados”.

Segundo Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008, p. 156),

Uma das tradições mais frequentes repousa na concepção de que mulheres têm necessidade, inclinações e capacidades para cuidar e se ocupar com o lar, ao passo que os homens têm habilidades para atividades fora do lar, assim como a obrigação maior para dar provimento à família. A herança cultural sexista - sustentada na ideia de que o lugar da mulher é em casa, cuidando das tarefas domésticas e da criação dos filhos - exige da mulher a superação de desafios adicionais aos do homem na gestão dos negócios (GOMES; SANTANA; SILVA, 2005).

Além disso, a inclusão das mulheres no mercado de trabalho não apresenta mais como motivação, somente a função de complementar a renda familiar ou garantir a independência, mesmo que esses aspectos sejam importantes. Hoje em dia, a motivação para empreender abrange 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”, segundo Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008, p. 156).

As mulheres deixam seus empregos formais para criar seus próprios negócios devido a três fatores, que estão ordenados pelo seu grau de importância: 1) autodeterminação, autonomia e liberdade; 2) desafios e atrações do empreendedorismo que envolvem aspectos como reconhecimento e oportunidade de estar no controle do seu destino; 3) obstáculos ao desenvolvimento dentro das corporações que envolvem o descompasso com a cultura corporativa, discriminação e barreiras ao desenvolvimento profissional (MOORE e BUTTNER, 1997).

A representatividade feminina na criação de pequenos e médios negócios é importante econômica e socialmente para muitos países. Segundo estudo realizado pelo SEBRAE (2017), cresce a cada dia mais o número de mulheres que empreendem no país, ganham força no mundo corporativo e espaço. Também reconhecem o empoderamento feminino e a importância desta mudança que está revolucionando o mercado trabalhista.

Mesmo com certa resistência, a mulher vem conquistando seu espaço no âmbito empresarial. Essa resistência é consequência tanto do seu ambiente de trabalho, quanto do familiar e deve ser reduzida 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”, segundo Cramer et al (2012, p. 66). O rompimento das resistências é um ato que pode estar relacionado com a necessidade que as mulheres têm de provar e comprovar a sua capacidade de gerir os seus negócios, a fim de garantir o seu espaço como empreendedoras.

Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009), analisando o histórico de vida dos empreendedores, os homens normalmente iniciam seus empreendimentos entre seus 25 e 35 anos, já as mulheres, geralmente iniciam com idade superior, em torno de 35 a 40 anos. Outro ponto importante em que os autores diferem é que, segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 87), “os homens frequentemente estudam em áreas técnicas ou relacionadas aos negócios, enquanto as mulheres quase sempre têm educação em artes liberais”. Neste contexto, artes liberais está relacionado à um conjunto de estudos e disciplinas com intenção de prover conhecimentos gerais em vez de habilidades ocupacionais, científicas ou artísticas com maior especialização, segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2009).

Segundo o SEBRAE (2019), apesar do empreendedorismo feminino ser positivo e crescente, atualmente, ainda existem diversos avanços para serem feitos. Os principais desafios para as mulheres empreendedoras, estão relacionados à:

- **Preconceito:** é a discriminação no ambiente de trabalho e a diferença de oportunidades em relação ao gênero. Contudo, essa questão é algo que já vem sendo discutida ao longo dos anos e pode-se enxergar mudanças consideráveis;
- **Dupla jornada:** as mulheres precisam conciliar todas suas responsabilidades da vida profissional com a vida pessoal. Muitas empreendedoras têm consciência do seu papel econômico na sociedade, mas uma faixa considerável ainda é responsável pela administração da casa e pela educação dos filhos;
- **Autoconfiança:** o fator medo e autoconfiança são um dos grandes desafios, os mesmos podem ser contornados com melhorias nos aspectos tanto comportamentais, quanto técnicos. A busca pela melhoria leva a empreendedora a ter mais segurança em suas tomadas de decisões.

Anderson e Woodcock (1996), afirmam que os motivos das mulheres para empreender são: insatisfação com a liderança masculina, sobrevivência, descoberta de um nicho de mercado, satisfação em fazer as próprias decisões, percepção do desafio que, em combinação com o prazer e o contentamento juntos, constituem o fator principal.

De acordo com Gass (2013), 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, tornando-se mais difícil quando a mulher tem filhos pequenos ocasionando implicações negativas para as relações pessoais e um desestímulo para a abertura de um

negócio próprio. Para 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, p. 110), “considerando assim a exigência de permanecer na empresa para o crescimento dos negócios e a 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”.

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.

Para Nicola (2019, p. 8), “ao empreender, a mulher enfrenta os mesmos desafios que os homens, mas ainda encara muitos outros. Discriminação e a necessidade de se desdobrar para atender às necessidades da família e da empresa são apenas alguns exemplos dos obstáculos que elas enfrentam no dia a dia”.

Eva (2003) diz que as mulheres brasileiras, cada vez mais, têm participado do setor de tecnologia do mercado de trabalho. Algumas dessas mulheres criam seus próprios negócios e, sendo proprietárias e líderes de negócios de alta tecnologia, as mesmas revelam uma rica cultura empreendedora.

Por fim, teoricamente podemos analisar estes principais autores e materiais utilizados na presente pesquisa, como a base para a fundamentação deste estudo. No próximo capítulo, apresenta-se os procedimentos metodológicos utilizados na elaboração deste trabalho.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo será apresentado o tipo de pesquisa realizada, bem como o método utilizado para a realização do estudo. O problema de pesquisa apresentado neste trabalho será examinado através de pesquisa exploratória e qualitativa. Para a coleta de dados foram adotadas as técnicas bibliográfica e a entrevista em profundidade. Realizou-se a ida a campo com entrevistas gravadas para posterior análise dos dados coletados. A presente pesquisa traz como unidade de estudo mulheres empreendedoras, residentes no estado do Rio Grande do Sul que empreendem em startups tecnológicas.

Gil (2008) a pesquisa bibliográfica permite ao investigador que utiliza este tipo de pesquisa atingir cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que as pesquisas realizadas diretamente. Segundo Gil (2008, p. 50) “a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

#### 3.1 TIPO DE PESQUISA

As pesquisas têm como objetivo descobrir respostas para problemas, através do emprego de procedimentos científicos, as mesmas podem ser classificadas em três grandes grupos, com base em seus objetivos gerais: exploratórias, descritivas e explicativas. Segundo Gil (2008) a pesquisa descritiva tem como função central descrever as características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis. As pesquisas explicativas têm como finalidade principal destacar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

O estudo em questão se caracteriza como uma pesquisa exploratória, tendo em vista a necessidade de se obter mais informações sobre determinados assuntos. Conforme Hair *et al* (2005, p. 84), “a pesquisa exploratória é particularmente útil quando o responsável pelas decisões dispõe de muito poucas informações. Dito de outro modo, os planos exploratórios são para o pesquisador que não sabe muito! São orientados para a descoberta”.

De acordo com Gil (2008, p. 27), “as pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”. A principal finalidade deste tipo de pesquisa é desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias. Segundo o autor, entre todos os tipos de pesquisas, essa é a que apresenta menor rigidez no planejamento.

Para Hair *et al* (2005, p. 84), “a pesquisa exploratória pode assumir várias formas. Uma completa revisão da literatura pode ser muito vantajosa para uma melhor compreensão de uma questão”.

### 3. 2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

As pesquisas podem ser classificadas em dois grandes grupos: os que utilizam as “fontes de papel”, que se refere ao grupo da pesquisa bibliográfica e documental e aqueles cujos dados são fornecidos por pessoas, que se refere ao grupo da pesquisa experimental (GIL, 2008). No presente estudo, as técnicas de coleta de dados utilizadas foram: pesquisa bibliográfica e entrevista em profundidade.

Conforme Gil (2008, p. 50), a pesquisa bibliográfica “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas”.

Para Koche (1997, p. 122), “o objetivo da pesquisa bibliográfica, portanto, é o de conhecer e analisar as principais contribuições teóricas existentes sobre um determinado tema ou problema, tornando-se um instrumento indispensável para qualquer tipo de pesquisa”. Neste estudo as fontes bibliográficas mais utilizadas são livros, dissertações e publicações periódicas (revistas).

A técnica de entrevista em profundidade, também utilizada neste estudo, para Hair *et al* (2005, p. 85), “é uma sessão de discussão individual entre um entrevistador treinado e um entrevistado. Os entrevistados em geral são escolhidos com cuidado para terem algum conhecimento especializado”. Conforme o autor, este tipo de pesquisa viabiliza uma investigação muito mais aprofundada do que em outros tipos de pesquisa.

Para Bell (2008, p. 136),

Uma das principais vantagens da entrevista é a sua adaptabilidade. Uma entrevista hábil pode acompanhar ideia, aprofundar respostas e investigar motivos e sentimentos - coisas que o questionário nunca pode fazer. A maneira como uma resposta é dada (o tom de voz, a expressão facial, a hesitação, etc.) pode proporcionar informações que uma resposta escrita talvez dissimulasse. As respostas dos questionários têm de ser tomadas ao pé da letra, mas, nas entrevistas elas podem ser desenvolvidas e esclarecidas.

De acordo com Gil (2010, p. 63) a entrevista “é uma técnica eficiente para obtenção de dados em profundidade acerca dos mais diversos aspectos da vida social”. A aplicação ocorre em praticamente todos os segmentos populacionais. Segundo o autor, quando a entrevista é bem conduzida, até mesmo, os fatores inconscientes que determinam o comportamento humano são esclarecidos.

Gil (2010) acrescenta que, a entrevista apresenta limitações, apesar de suas inúmeras vantagens. A obtenção das respostas está diretamente relacionada com a motivação do entrevistado. Respostas falsas podem ser fornecidas, determinadas por razões conscientes ou inconscientes. Também é levado em consideração a condição social, a aparência e mesmo as opiniões do entrevistador que podem alterar as respostas do entrevistado.

Entre todas as técnicas de coleta de dados, a entrevista é, com garantia, a mais flexível. A classificação dos tipos pode ser realizada através de critérios diversos, sendo que o mais utilizado se refere ao seu grau de estruturação. Segundo este critério, as entrevistas são classificadas em: entrevistas estruturadas, entrevistas com perguntas abertas, entrevistas guiadas, entrevistas por pautas e entrevistas informais (GIL, 2010).

De acordo com o autor, nas entrevistas estruturadas, as perguntas e as alternativas de resposta, são predeterminadas; nas entrevistas abertas, as questões e a sua sequência são predeterminadas, mas os entrevistados podem responder livremente; nas entrevistas guiadas, o pesquisador define a sequência e formulação das questões no decorrer da entrevista, mas as informações esperadas são especificadas no início da sessão; nas entrevistas por pautas, o entrevistador, ao longo de seu curso, vai explorando uma relação de pontos de interesse e por fim, as entrevistas informais, são as menos estruturadas, neste caso, o propósito do investigador é o de coletar dados, deste modo, difere da simples conversação, conforme (GIL, 2010).

Conforme Bauer e Gaskell (2012, p. 73),

Embora o conteúdo mais amplo seja estruturado pelas questões da pesquisa, na medida em que estas constituem o tópico guia, a ideia não é fazer um conjunto de entrevistas padronizadas ou esperar que o entrevistado traduza seus pensamentos em categorias específicas de resposta. As perguntas são quase que um convite ao entrevistado para falar longamente, com suas próprias palavras e com tempo para refletir. Além do mais, (...), o pesquisador pode obter esclarecimentos e acréscimos em pontos importantes com sondagens apropriadas.

Por fim, para a realização desta pesquisa, além da pesquisa bibliográfica, foram feitas três entrevistas em profundidade semi-estruturada.

### 3.3 UNIDADE DE ESTUDO

Para a escolha das participantes, foi primeiro analisado os objetivos. As entrevistas foram feitas em profundidade, três mulheres com o seguinte contexto: empreendedoras, residentes no estado do Rio Grande do Sul, que atuam na direção de startup tecnológica.

As entrevistas foram agrupadas de acordo com o negócio a qual pertencem, a função que exercem e quando iniciaram neste ramo. Os encontros foram realizados entre os dias 13 de novembro e 18 de novembro de 2019, no local de escolha das participantes e foram gravadas e transcritas para uma posterior análise dos dados. No quadro 1, encontra-se a apresentação das entrevistadas:

**Quadro 1 - Apresentação das Entrevistadas**

| <b>Código</b> | <b>Início do Negócio</b> | <b>Negócio</b>               | <b>Função</b> |
|---------------|--------------------------|------------------------------|---------------|
| A             | 2018                     | Controle de pragas agrícolas | CEO           |
| B             | 2018                     | Comunicação digital          | CEO           |
| C             | 2012                     | Educação à distância         | CEO           |

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

De acordo com o quadro 1, é possível identificar que as entrevistadas são empreendedoras de diferentes segmentos, as mesmas apresentam características que se encaixam no público-alvo deste estudo. Acredita-se que as entrevistas realizadas foram um número suficiente, já que a quantidade necessária depende de diversos fatores, como, por exemplo: a natureza do tópico, dos diferentes ambientes que forem considerados relevantes e os recursos disponíveis (BAUER; GASKELL, 2012).

Para 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”.

### 3.4 ANÁLISE DE DADOS

A técnica de análise de dados utilizada foi a análise de conteúdo. Conforme Vergara (2006), a mesma é uma técnica de tratamento de dados, que busca identificar o que foi dito

acerca de um determinado assunto e admite as abordagens, quantitativa, qualitativa ou ambas, contudo, em qualquer um dos casos, implica em categorizações.

No próximo capítulo, será apresentado a análise dos resultados que se baseia nas respostas obtidas das entrevistas em profundidade.

## 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O resultado inicial será apresentado primeiramente a partir da definição dos negócios. As entrevistas foram realizadas com três mulheres, visando identificar a trajetória, motivação em empreender e obstáculos encontrados entre outros. Isso porque diante dos objetivos da pesquisa, as entrevistas foram a melhor metodologia identificada para a análise diante das CEOs de Startups Tecnológicas.

Em seguida, os dados coletados serão apresentados a partir de trechos das entrevistas gravadas, o tempo médio de duração de cada entrevista foi de 25 minutos, as mesmas posteriormente foram transcritas, realizadas a partir do roteiro de entrevista (APÊNDICE A). Devido a questões éticas e profissionais nem as participantes nem as empresas serão identificados nos resultados.

### 4.1 NEGÓCIO A

A empresa foi fundada no segundo semestre de 2018, a mesma iniciou-se através de pesquisas realizadas por jovens estudantes que, após diversos estudos, identificaram a oportunidade de pôr em prática tudo que estudavam dentro do laboratório. Atualmente, a equipe é formada por 4 pessoas e estão incubados no Centro de Empreendimentos de Biotecnologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e no Feevale Teckpark.

Recebemos muito apoio dentro da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, dos professores (principalmente), do parque Zenit, da incubadora, esses apoios foram e são fundamentais, pois sem eles a gente não existiria, essa é a realidade (Fundadora do negócio A).

Após longos períodos de estudos e pesquisas realizados para o mercado, a entrevistada sentiu a necessidade de repassar aos agricultores todo o conhecimento adquirido:

(...) eu vi uma forma de retribuir tudo que investiram em mim, na graduação, no mestrado e doutorado na forma de levar isso para o produtor agrícola, mas na verdade eu não sabia como fazer e descobri que empreendendo seria uma das formas de fazer (Fundadora do negócio A).

Pioneira em unir Biotecnologia e Tecnologia da Informação para um eficiente controle e monitoramento de pragas agrícolas. A empresa de base científico tecnológica preza totalmente pela qualidade em todos os seus processos (Site do negócio A, 2019). O time é

formado por profissionais multidisciplinares com experiências nas áreas agrícola, engenharia da computação e produção industrial.

Há uma preocupação constante em exercitar uma gestão baseada na sustentabilidade, visando o equilíbrio entre os aspectos econômicos, sociais e ambientais. Na economia a empresa identifica que a utilização correta de produtos biológicos para o controle de pragas, reduz custos com produtos, além de apresentar uma alta eficiência de controle; os impactos sociais ocorrem através da proteção da lavoura, a saúde do agricultor e consumidor; O meio ambiente protegido totalmente, pois usam-se tecnologias limpas, naturais e sustentáveis para o controle de pragas agrícolas.

#### **4. 1. 1 TRAJETÓRIA DA EMPREENDEDORA**

Atualmente, a participante é doutoranda em Agronomia na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Até a abertura do negócio A toda a sua trajetória foi envolvida com pesquisas em instituições públicas. Segundo ela, “eu nunca pensei em ser empreendedora na minha vida, eu fui fazer mestrado e doutorado, justamente, porque eu queria seguir a carreira acadêmica, mas no meio do doutorado eu senti uma necessidade muito grande de aplicar o que eu tinha de pesquisa”. Na empresa é a responsável por controlar e monitorar pragas e cultivos agrícolas.

A entrevistada afirma, “eu nunca pensei que eu teria uma empresa na verdade, não foi nada planejado, foi natural, foi acontecendo”. Como dito anteriormente, o empreendedorismo foi uma descoberta na vida da participante. Até a abertura da empresa, toda a sua trajetória estava diretamente relacionada a estudos, pesquisas, trabalhos em laboratórios e sempre em instituições públicas.

Quando questionada sobre a diferença entre os trabalhos assalariado e autônomo, a entrevistada diz que “eu sinto falta, principalmente, pela questão de entender como o negócio funciona, como o meio corporativo funciona, que é totalmente diferente do meio acadêmico”. O aprendizado aconteceu para a empreendedora, mas conforme ela foi na “marra”, já que nunca possuiu experiência em empresa privada.

Sobre a entrevistada ter outros empreendimentos, ela respondeu que nunca foi empreendedora, mas recentemente abriu um negócio em parceria com uma publicitária (sócia), também no ramo do agronegócio. O novo negócio ocorre em paralelo com o negócio

A, porém com o foco em ajudar o produtor rural na compreensão da linguagem acadêmica, conforme relato:

Nós somos uma empresa tradutora de linguagem acadêmica para uma linguagem mais fácil para o produtor, porque a gente quer que todos tenham acesso à ciência, mas não daquela forma de artigo científico. Então, a gente atua, principalmente, com as empresas que fazem algum tipo de mídia, de blog ou de boletim técnico que querem divulgar isso, elas acabam nos contratando para escrever para eles. Enfim, a gente capta, hoje, mestres e doutores que queiram escrever e traduzir essa linguagem para tornar a web mais fácil deles entenderem (Fundadora do negócio A).

Para a entrevistada, a ideia em abrir um novo empreendimento, surgiu das experiências com o negócio A. Identificou-se que o produtor não conhece muito o controle biológico, como consequência não ocorre o monitoramento necessário e isso é fundamental. Então, os negócios têm uma relação, já que se conectam. O interessante dessa relação, segundo ela, “quando a gente abre uma empresa e começa a ver que tem outras oportunidades de outros projetos que tu podes fazer, pois o trabalho te possibilita descobrir, cada vez mais, oportunidades”.

Na sequência, a pergunta era se foi necessário realizar cursos e especializações com a abertura do negócio A, a entrevistada afirma que sim. Para a participante é uma necessidade constante estar atualizada, principalmente na área de gestão, já que não tem formação específica. Segundo ela, “todos da equipe são técnicos e sentimos muito essa falta de ter alguém da gestão e isso é um problema, porque acabei me desvinculando um pouco da área técnica para cuidar mais dessa parte de gestão”. Também realizam capacitações no parque Zenit na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que auxilia o time na compreensão sobre a área administrativa.

#### **4.1.2 MOTIVAÇÃO**

Quando questionada sobre o principal motivo em querer ser empreendedora, a entrevistada afirma que é a liberdade em poder construir algo próprio. A participante relata que mesmo sendo mais trabalhoso e aumentando as responsabilidades prefere empreender, pois não se enquadra em empregos que precise cumprir horários e seguir rotina. Segundo ela, “Eu gosto de ver que o que faço impacta outras pessoas, não que os funcionários de uma empresa não façam isso também, claro que fazem, mas acho que eu não me encaixo muito bem”. Outra motivação citada pela entrevistada foi não precisar seguir a hierarquia das

empresas. Para ela, “não condiz muito com as expectativas de trabalho da geração atual, mesmo já ocorrendo mudanças positivas dentro das organizações”.

Sobre ter recebido apoio da família e amigos ao decidir empreender, a entrevistada afirma que sim. Muito apoio foi através dos familiares que sempre foram liberais em permitir que a entrevistada tivesse autonomia nas próprias decisões e em trilhar o caminho de sua preferência. Conforme ela, “eles não disseram nem que sim, nem que não, olha se tu achas que tu vais ficar feliz com isso e que é o seu planejamento vai e faz”. O suporte por parte dos amigos também ocorreu e uma das melhores amigas da entrevistada é também sua sócia. Afirma que, “ela acabou vindo para se tornar uma das sócias, o que eu já disse para ela que é capaz de brigarmos e acabar com a empresa, mas acontece”.

A principal motivação da entrevistada em seguir com o seu negócio está relacionada à expansão da empresa, até onde podem chegar e quantas pessoas serão impactadas, não só no meio agrícola, mas em geral. Outro ponto que destaca é o fato de ser inspiração para estudantes que almejam tornarem-se empresários. Para ela, a empresa ainda tem uma longa caminhada pela frente até encontrar o sucesso, mas se motiva em: “construir algo que possa deixar para impactar as pessoas, gerar empregos e dar subsídios para também poderem construir algo semelhante”.

Para a entrevistada, descrever as principais características de uma mulher empreendedora foi à pergunta mais difícil do roteiro, mas destacou a coragem e resiliência como os principais pontos. Ainda afirma que são duas palavras que estão na moda e muito presentes no mundo empreendedor, mais ainda para as mulheres, pois às vezes é mais complicado ser mulher e empreendedora. Ela diz:

Eu nunca sofri nenhum tipo de preconceito ou ouvi alguma coisa, mas por exemplo: em alguns ambientes já estive entre 60 homens e eu sendo a única mulher. Em algumas reuniões são 8 homens e eu sendo a única mulher, mas é óbvio que tem muito haver com o mercado que eu trabalho que é a agricultura. Parece que as mulheres ainda não estão na posição de liderança das empresas, apesar de eu achar muitas vezes que as mulheres são mais organizadas e mais resilientes para muitas coisas, não que os homens não sejam, não é isso, mas são características que se vinculam muito às mulheres. Há pesquisas que mostram que nas empresas que as diretoras são mulheres existe uma chance muito maior de darem certo.

A entrevistada diz não saber o que falta para mais mulheres se encorajarem. Para ela, talvez seja mulheres empreendedoras se unirem, como já está acontecendo muito. O debate sobre empreendedorismo feminino também é fundamental. Conforme a entrevistada,

Eu não sei qual é a solução, mas que tem que ter essa entrada mais de mulheres nesse mundo, de não serem só parte da sociedade, mas de serem a líder, de serem a protagonista, a cara da empresa. Isso eu vejo que falta, mas eu também conheço excelentes mulheres que são a cara da empresa. Enfim, é uma questão que está chegando, cada vez mais, porém o ambiente ainda é muito masculino e principalmente nos cargos de liderança.

Além disso, a entrevistada acredita que muitas mulheres quando decidem construir uma família e ter filhos, elas precisam conseguir conciliar com o trabalho. Porém, isso acaba sendo complicado e como consequência aumenta um pouco a retirada do mercado de trabalho. Segundo ela, “eu vejo uma mudança, principalmente, em grandes empresas de estarem fazendo flexibilidade nos horários, de muitas pessoas poderem trabalhar home office, então isso facilita muito”.

Para a entrevistada, o mercado de trabalho está mudando muito. Ela acredita que “futuramente essa questão de corporativo padrão, como muitas empresas são hoje, só permanecerá seguindo essa estrutura, aquelas que realmente têm necessidade”. Com as mudanças, ela afirma, “as pessoas não vão mais querer trabalhar 8 horas por dia, porque se tu fores produtivo, tu trabalhas em 6 horas, a mesma coisa do que 8 horas”. Segundo ela, as mudanças irão facilitar também a carreira das mulheres, principalmente, aquelas que querem ter família, querem cuidar da casa e ter outras atividades. Contudo, os homens também precisam contribuir com os cuidados da casa.

#### **4. 1. 3 OBSTÁCULOS**

Atualmente, os clientes (produtores) do negócio A estão localizados no estado do Rio Grande do Sul, pela demanda da região e pela capacidade da empresa em realizar os atendimentos. Segundo a entrevistada, há planejamento em crescer para fora do estado e até do país, mas é algo que vai acontecer gradativamente. De acordo com ela, “a gente não se preocupa em crescer de uma forma muito rápida, a gente se preocupa de crescer de uma forma mais sólida”.

Entre os obstáculos encontrados no início da carreira empreendedora, a entrevistada destaca o desconhecimento e inexperiência em relação à abertura de uma empresa. Ela afirma que “o mercado da agricultura não é fácil e que no início cometeu muitos erros, por falta de experiência”. O ramo de atuação do negócio A, exige muita burocracia, muitos entraves, principalmente, na familiarização do produtor com as tecnologias.

A entrevistada considera que os produtores, “não têm um conhecimento grande da necessidade da tecnologia para o campo, o quanto isso pode aumentar a produção, o quanto pode colocar mais dinheiro no bolso, o quanto pode facilitar a vida deles”. Segundo ela, ainda são um pouco descrentes, porque faltou extensão rural e educação no campo desde o início para os agricultores, os mesmos não conhecem as tecnologias. Enfim, a falta de entendimento dificulta as vendas da empresa que poderiam ocorrer com maior facilidade e mudar este cenário ainda é o maior desafio a ser superado.

A entrevistada afirma que “tudo exige muita legislação, licença e burocracia no mercado da agricultura e isso trava muito a gente para conseguir crescer mais rápido do que uma empresa de software, por exemplo”. Ela explica:

Quando a empresa é só software e trabalha com um público que está nas mídias digitais, a escala é maior. No nosso caso, o público é totalmente diferente, porque não está nas mídias digitais, até está, já que ele lê, ele entende, ele pesquisa, mas ele vai querer ter um contato muito mais humano foi isso que identificamos. As nossas mídias digitais elas não são só entregar o software e ele trabalhar sozinho, pois precisamos fazer um acompanhamento diário. A gente faz quase que uma educação junto com o produtor, antes de chegar, antes de começar a usar.

Sobre a maior dificuldade encontrada desde o início, a entrevistada garante que foi a burocracia que existe em tudo e que dificulta muito os encaminhamentos e registros. Segundo ela, muitas vezes é necessário ter algum conhecido dentro de um órgão governamental para que consiga agilidade no processo, até mesmo, para conseguir conversar com algum responsável se torna mais fácil.

O recurso essencial para a abertura do negócio A, segundo a entrevistada, “foi a incubação, com certeza, foi fundamental. A gente precisava de uma área física para poder começar a atuar e não teríamos como montar um laboratório”. Ela diz que o apoio recebido da Universidade Federal do Rio Grande do Sul foi o início de tudo. Sobre os recursos financeiros, não seria possível abrir uma empresa com o capital disponível do início, pois era muito baixo.

As vivências e experiências da entrevistada não foram suficientes para realizar a administração do negócio A. Para ela “algumas coisas, a gente aprende na vida, de responsabilidade, entrega, prazos e tal, mas com certeza não foram suficientes, porque ter um negócio é totalmente diferente de fazer pesquisa”. De acordo com a entrevistada empreender é um mundo totalmente à parte e em pouco tempo foi preciso aprender e amadurecer. Ela diz:

Hoje, eu ainda não me sinto, totalmente, preparada para tocar o negócio sem um auxílio, sem uma mentoria. A gente vai adquirindo experiências com o tempo e prática e se for pensar existimos como CNPJ, faz um ano e meio. Então, é uma empresa nova, mas com certeza não foi o suficiente. Também sinto muito a falta, principalmente, da questão de gestão, projetos, gestão financeira, gestão de risco, pois ainda preciso muito de conhecimentos mais técnicos.

Sobre o método de trabalho, a entrevistada afirma que prefere trabalhar home office e que por isso, defende a ideia de flexibilidade. Reconhece que muitas pessoas não conseguem ter disciplina para trabalhar em casa, mas que com ela ocorrem ao contrário. Segundo ela, gosta muito de trabalhar à distância, porque se concentra melhor, porém toda a produção da empresa acontece no centro de biotecnologia da universidade.

## 4. 2 NEGÓCIO B

O negócio foi fundado no início de 2018, o mesmo é totalmente voltado para a área de comunicação digital. A empresa acredita que grandes histórias estão escondidas na simplicidade e através da sua proposta de trabalho, conseguem dar voz para pessoas e marcas com momentos eternizados (Site do negócio B, 2019).

A empresa está localizada na cidade de Porto Alegre no estado do Rio Grande do Sul, a mesma foi aberta com recursos próprios, sem participar de incubadoras. Para abrir o próprio negócio foi preciso captar as pessoas, pois já começaram com uma equipe grande e uma sede com boa capacidade. Segundo a fundadora do negócio B, para o sucesso da empresa foi fundamental o investimento alto em equipamentos, como computadores, câmeras, luzes. Também ocorreram investimentos na parte de mobiliária e ocorrem com frequência em tecnologias, principalmente em softwares que são pagos mensalmente.

Atualmente, a equipe é formada por 42 funcionários que são jornalistas, publicitários, designers e administradores, porém sem padronizações de ficha técnica. Entregam conteúdos que sejam leves, dinâmicos e inovadores, pois o mercado digital exige novos formatos de trabalho com uma morfologia coletiva e em rede.

### 4. 2. 1 TRAJETÓRIA DA EMPREENDEDORA

A entrevistada tem formação em comunicação social e jornalismo, afirma ser muito dedicada e sempre buscar pelo melhor na sua vida. Iniciou no empreendedorismo bem jovem,

mas sempre pensou que precisava aprender muito, antes de empreender. Contudo, ela diz que “chegou uma hora que nada mais fazia sentido, se não fosse abrir o meu próprio negócio”.

Em relação à vontade de empreender, a entrevistada sempre se inspirou na família que é formada por empreendedores e inclusive o seu pai é também seu sócio. Além disso, afirma que já teve uma empresa de produção de conteúdo com foco em Youtube. Atualmente, trabalha com o negócio B, que produz conteúdo, mas não fica limitado à uma plataforma e também investiu em outra empresa, que trabalha com influenciadores digitais.

Sobre as experiências profissionais da empreendedora, a mesma afirma que já trabalhou em emissora de televisão, produtora de filmes e em canais fechados como assistente de direção. Durante a sua trajetória nunca trabalhou de carteira assinada, sempre foi autônoma. Em relação à diferença entre os trabalhos (assalariado e autônomo), a entrevistada diz: “é completamente diferente quando tu estás empreendendo, porque precisa ter conhecimentos e habilidades diferentes de quando se é assalariado”. Complementa:

Quando se está empreendendo, no início é preciso vender um sonho para muitas pessoas. Então, tem que fazer com que as pessoas acreditem nessa tua proposta, nessa tua ideia. Também é preciso desenvolver várias habilidades de tocar um negócio de administrativo, financeiro, RH, etc. E por fim, ser uma líder, ser uma pessoa que ajude os outros a enxergar o futuro. Sendo assim, é muito diferente e cada fase do negócio também é diferente para tornar-se um empreendedor que desenvolve as habilidades.

Sobre a necessidade de realizar cursos e especializações com a abertura do negócio, a entrevistada afirma que sim. Segundo ela, é muito importante o empreendedor estar sempre se atualizando, sempre buscando aumentar seus conhecimentos. Ela também acredita que “o mercado muda, cada vez mais rápido, e nunca estamos prontos. Então, é uma tarefa muito difícil: empreender e fazer o negócio crescer”. Acrescenta:

Claro, que tu podes empreender com ambições de diferentes tamanhos. Porém, eu que tenho ambições muito grandes e quero coisas grandiosas, no meu caso, tenho que estar me aperfeiçoando, o tempo inteiro. Então, já fiz muitos cursos, desde cursos mais do audiovisual, comunicação e até curso de gestão. Também fiz curso de liderança e estou sempre buscando conhecimento e não só curso, pois eu leio muito. Procuro estar sempre atualizada, sempre entendendo que eu sou uma aprendiz, nunca acho que eu sei o suficiente.

#### **4. 2. 2 MOTIVAÇÃO**

Entre os motivos que influenciaram a entrevistada em querer ser empreendedora, ela destacou o fato de não encontrar nenhum lugar que quisesse trabalhar e que tivesse os

mesmos valores que ela acreditasse. De acordo com ela, “o mercado da comunicação é um mercado de muito ego e muita ficha técnica. As pessoas querem ser diretores, querem estar em posições maiores, o que nunca foi relevante, para mim”. Para ela, o que mais é levado em consideração era desenvolver um trabalho legal, que ajudasse o cliente, entre outros motivos.

A entrevistada afirma, “não encontrei, um lugar que me motivasse o suficiente para eu falar assim: nossa eu vou me doar 110% nesse lugar e eu acho que isso está alinhado com o que eu penso, então essa foi uma grande motivação”. Outra razão que influenciou na sua decisão foi quando identificou a oportunidade de abrir um negócio com entrada e demanda no mercado e também com marcas já interessadas.

É possível identificar que as motivações citadas, referem-se aos trabalhos e experiências anteriores da empreendedora. Em relação à motivação pessoal, a entrevistada destaca: “mostrar que uma mulher jovem e empreendedora pode ter um negócio de sucesso, pode fazer um negócio crescer, porque a gente tem poucas mulheres empreendendo. Então, eu queria muito validar a minha hipótese de que “sim” eu era capaz”.

Quando questionada se recebeu apoio da família e amigos, a entrevistada afirma que sim e muito, principalmente, dos seus pais que também contribuíram financeiramente. Conforme a entrevista, na época que se tornou empreendedora, só precisava de uma câmera fotográfica para iniciar, a mesma conseguiu adquirir com o suporte da família. Ela diz, “ao empreender, o meu salário reduziu muito, mas eu morava com eles “pais” e eu sei que isso é um super privilégio, nem todo mundo pode fazer isso”. Afirma que também recebeu apoio do namorado, o mesmo é o seu esposo, atualmente. Sobre a influência dos amigos, ela diz: “sempre compartilhavam as coisas que eu fazia e me ajudavam a divulgar o meu trabalho”.

Além disso, a entrevistada relata que quando iniciou como empreendedora, já estava estabilizada financeiramente. Contudo, precisou “dar três passos para trás” e assumir o risco do negócio B. Segundo ela, “no começo a gente trabalha muito, ainda trabalho bastante, mas no começo tu está tentando validar tudo, está tentando ver se faz sentido. Então, a dedicação é maior ainda”.

Para seguir com o seu negócio, a entrevistada diz ser motivada pelo compromisso muito grande que tem com as pessoas da empresa. Ela afirma que se motiva com os sonhos de todos, diz que “nós temos um mural que tem o sonho de cada um. Então, isso me motiva muito, as pessoas me motivam muito”. Além disso, a entrevistada também destaca: “ver a qualidade do trabalho, ver a empresa crescendo, ver a aplicação de sustentabilidade, enfim eu

vejo que é possível ter um mercado justo e isso me dá a maior vontade de acordar e vir trabalhar”.

Sobre as principais características de uma mulher empreendedora, a entrevistada afirma que são várias. Para ela, é difícil generalizar, pois cada uma, cada negócio tem o seu perfil próprio, a mesma prefere não falar, para não parecer um estereótipo. Acrescenta:

Não gosto quando a gente fala que a mulher é mais sensível como líder, não necessariamente, porque depende. Então, acho que por natureza, talvez um pouco mais ela escute. Ao longo do tempo, a gente se masculinizou muito para estar no mercado de trabalho e para conquistar o nosso espaço que é difícil dizer e eu acho que não tem características que consigam contemplar todas as diferentes mulheres.

### 4. 2. 3 OBSTÁCULOS

Quando questionada sobre os obstáculos encontrados com o negócio B, a entrevistada disse que no início foi mostrar a credibilidade da empresa, mas quando ainda não se tinha. Fazer com que as pessoas acreditassem que era uma boa alternativa e que o serviço prestado seria com qualidade. De acordo com ela: “a validação do mercado é um momento importante, porque, a partir do momento que já existe um portfólio e que há clientes, se torna muito mais fácil conquistar os próximos”.

A entrevistada afirma que no início foi preciso fazer as pessoas acreditarem em um sonho, o que é muito difícil quando não se tem nada. Formar uma equipe foi outro obstáculo, ela diz: “tu estás trazendo gente para trabalhar contigo em um negócio que tu pouco tens”. Afirma que selecionar os funcionários também foi um desafio, porque foi preciso pessoas muito generalistas no time, com diferentes habilidades (proativas), não adiantava serem boas em uma área específica.

Atualmente, o maior desafio da empresa é manter a mesma cultura organizacional do início. Conforme a entrevistada, “continuar com a mesma essência, mesmo com o aumento do time; permanecer com a mesma cultura, mesmo com pessoas com diferentes experiências”. Segundo ela, existe um cuidado grande para crescerem com sustentabilidade e não será qualquer oportunidade que vai ser interessante, primeiramente precisa fazer sentido.

Outro desafio citado pela entrevistada é a necessidade de a empresa manter-se sempre inovando, sem se acomodar. Ela afirma: “não é porque está dando certo que a gente tem que continuar, a gente tem que estar sempre se renovando”. Segundo ela, com o crescimento do negócio, foi preciso contratar pessoas mais especialistas no time, diz que: “às vezes os generalistas que te ajudaram no início, podem não ser as mesmas pessoas que se precisa na

organização”. A entrevistada afirma que com o tempo aumenta a qualidade técnica do trabalho e se torna necessários funcionários que cuidam mais especificamente de alguma coisa.

Para a empreendedora, a maior dificuldade encontrada desde o início foi manter o equilíbrio emocional. De acordo com ela, “o empreendedor às vezes não tem limites, pois são jornadas exaustivas e ele se sente responsável sobre tudo o que acontece também se sente responsável pelas pessoas. Então, crises de estresse são muito comuns ocorrerem”. Ela diz que com a abertura do negócio B, passou por uma crise de estresse muito forte. A entrevistada afirma:

O tempo inteiro, o empreendedor precisa estar buscando o seu ponto de equilíbrio. É preciso entender que tu não és o centro de tudo e que bom quando tu fores mais indispensável para o negócio. Tem muito empreendedor que se agarra nas demandas e não delega nada e tem que estar em todas as decisões, porque prefere fazer tudo sozinho. Tudo isso é um grande desafio.

Sobre as dificuldades encontradas com o negócio, a entrevistada afirma: “é acompanhar a velocidade das alterações no mercado que estamos presente”. Acrescenta: “a câmera que a gente usa um ano, daqui a pouco não é boa; a ferramenta que a gente usa, logo não é boa; a plataforma do facebook muda um algoritmo e nós já precisamos fazer tudo diferente”. Então, a empresa manter-se sempre atualizada com as mudanças frequentes é um grande desafio, porém positivo. Segundo ela, as modificações são boas e construtivas, pois não conseguiria estar em um mercado monótono.

Para a entrevistada as vivências e experiências anteriores, não foram suficientes para administrar o negócio B. Afirma que a formação e os trabalhos contribuíram, mas precisou de muitos mentores e pessoas mais experientes para lhe ajudarem com a empresa. Ela diz, “somente com o conhecimento que eu tinha (antes de abrir o negócio), tenho certeza que não estaríamos como estamos hoje”. A entrevistada participa de um grupo de empreendedoras da cidade de Porto Alegre, ao total são 30 mulheres, que se reúnem quinzenalmente para debaterem sobre diversos temas na área do empreendedorismo.

#### 4.3 NEGÓCIO C

Iniciou-se em 2012. A empresa é uma startup tecnológica que atua na área da educação, a mesma produz videoaulas preparatórias para o vestibular e Enem. Atualmente, a equipe é formada por 9 pessoas. A entrevistada afirma que já participou da maratona de

empreendedorismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mas não foi selecionada para entrar, após esse processo que surgiu o projeto de abertura do negócio C. Nesta época ela já estava formada e candidatou-se novamente para a maratona de empreendedorismo e foi selecionada. Acrescenta:

Só que daí eu já estava mais estruturada, eu já tinha passado por um curso de plano de negócios na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Quando aconteceu a maratona, eu estava em processo de pré-incubação com a ideia do negócio C, dentro da Escola Superior de Propaganda e Marketing. Então, eu já tinha mais bagagem e aí eu consegui aproveitar tudo que a maratona tinha de bom e consegui sair vencedora da maratona lá em 2012, já faz tempo.

De acordo com a entrevistada, a empresa ficou no processo de pré-incubação por nove meses, depois seis meses incubada na ESPM e por fim, passou por seis meses de aceleração na PIPA que era uma aceleradora do estado do Rio de Janeiro. Apresentam como proposta de valor, tornar a educação acessível para todos, através da internet. A abrangência de clientes é nacional, sendo o estado do Rio Grande do Sul, o sétimo estado no ranking de alunos.

Sobre o trabalho realizado na empresa, a entrevistada afirma: “não se refere à educação que às vezes é piadinha o tempo inteiro, pois seguimos uma metodologia com didática”. Afirma que a educação é feita com qualidade e responsabilidade, entregando uma preocupação muito maior do que simplesmente disseminar conteúdo. Para a entrevistada, o negócio C, é uma empresa social. Segundo ela, “em minha opinião: toda empresa é uma empresa social”. Afirma que a empresa tem uma demanda social a entregar que é a educação, mas todos os negócios cumprem uma demanda social de entregar algo que a sociedade necessita.

Sobre o que foi essencial para a abertura do negócio C, a entrevistada afirma que foram os sócios, por confiarem no MVP (*Minimum Viable Product*) com grande performance, elaborado por ela e o edital do governo federal (Startup Brasil) que forneceu o primeiro recurso para a abertura da empresa. Segundo ela, “a gente foi acelerado e conseguiu o primeiro recurso para montar uma estrutura básica para podermos desenvolver a empresa”. A aceleração proporcionou a contratação das primeiras pessoas. Além disso, a empresa tem um canal no Youtube com mais de 70 milhões de aulas visualizadas. Segundo a entrevistada, “é muita coisa que a gente entrega para o aluno de graça, então acho que isso foi fundamental, ter tido esse incentivo do governo federal”.

#### **4. 3. 1 TRAJETÓRIA DA EMPREENDEDORA**

A entrevistada é formada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas. Atualmente, é diretora executiva do negócio C. Conforme ela, a sua vontade de ser empreendedora começou quando ainda estava no colégio, pois já gostava do meio empresarial. Nesta mesma época, a empreendedora participou do programa Junior Achievement Brasil (miniempresa) que vendia brownies e em seis meses proporcionou uma alta geração de lucro. Depois disso, participou de outro núcleo do programa com a mesma equipe da miniempresa e em 2003 foi convidada a ser gerente financeira, onde ficou em média três anos.

Após, a conclusão do projeto miniempresa, a entrevistada já estava na faculdade e em paralelo com os estudos fez alguns estágios. Segundo ela, neste período, percebeu que já intra empreendia. Deste modo, surgiu a ideia de tornar-se empreendedora e abrir o seu próprio negócio. A entrevistada afirma: “com a empresa fui entendendo mais, o dia a dia, do empreendedorismo, as partes mais difíceis. Então, ter uma ideia e de fato montar é muito diferente da operacionalização”.

Sobre já ter trabalhado em empresas privadas e públicas, a entrevistada afirma ter experiências em ambos. Durante a sua trajetória, já fez estágios em órgãos públicos, já trabalhou como assessora de comunicação. Em empresas privadas, trabalhou como endomarketing, pesquisadora da área da saúde, promotora de vendas, promoção de eventos e antes de abrir o negócio, trabalhava em uma empresa de saúde. Em relação ao último emprego, a entrevistada diz: “acho que foi o lugar que mais consegui ser empreendedora. Eu tinha muito acesso aos meus chefes, eu ajudava no planejamento estratégico da empresa. Então, a gente conversava muito”.

Para a entrevistada, a maior diferença entre os tipos de trabalho, está na capacidade de organizar o planejamento pessoal melhor de assalariado, do que quando se é autônomo. De acordo com ela, no trabalho sem carteira assinada, existe muita variação nas entradas e saídas da empresa. Na administração pessoal, existe maior “bagunça”, pois o empreendedor precisa operacionalizar todo o financeiro da empresa. Então, cuidar de toda a parte financeira é mais complicado. Ela diz, “até conversei com a minha contadora que é difícil mantermos os dois, se tu cuida do financeiro da empresa e cuida das tuas finanças pessoais, manter o equilíbrio é difícil”.

Quando questionada se já teve outros empreendimentos, a entrevistada afirma que não. De acordo com ela, já fez algumas consultorias, mas não chegaram a ser empreendimentos.

Ela diz, “eu tive alguns projetos que eu trabalhei, mas nunca chegaram a ser meus projetos. Realizava o planejamento sozinha, fazia a execução, mas quando saía, deixava tudo para a empresa”.

Sobre a necessidade de realizar cursos com a abertura do negócio C, a entrevistada afirma que fez, porém todos de curta duração em função do pouco tempo que tem na sua rotina. Segundo ela, “eu fiz alguns cursos rápidos na UFRGS de 20/30 horas, na ESPM também cursos rápidos de duas semanas”. Afirma que, “não foi possível, fazer alguma especialização em função do tempo”. Também diz que “um dia ainda vou voltar, porque quero fazer o meu mestrado dentro da faculdade”.

### 4.3.2 MOTIVAÇÃO

A principal motivação da entrevistada em empreender é olhar os negócios como um gerador de receita, gerador de produto, valor, entrega para o mercado. Afirma que gosta muito do meio empreendedor e isso lhe motiva bastante. Também tem outros empreendimentos em vista, que não se concretizaram ainda, mas são projetos que estão se transformando em empresa. Atualmente, a entrevistada está envolvida em várias vertentes no estado do Rio Grande do Sul sobre empreendedorismo. Ela diz, “o empreendedorismo também tem papel social muito importante, porque ele vai além. É uma coisa que eu sempre briguei”.

Sobre ter recebido apoio de familiares e amigos ao empreender, a entrevistada diz, que no sentido financeiro recebeu total apoio dos seus pais. Quando a empresa da área da saúde fechou, a entrevistada precisou escolher entre voltar ao mercado de trabalho ou tornar-se empreendedora, nesta época a sua mãe garantiu “segurar as pontas”. Contudo, os seus pais são concursados públicos e segundo a entrevistada “de vez em quando, eles ainda me olham, e falam: tem um concurso para ti”. Afirma que eles são bem críticos e estão acostumados com estabilidade que é algo que o empreendedor não tem. De acordo com a entrevistada, não recebeu muito apoio dos amigos.

A motivação da entrevistada em seguir com o seu negócio em startup tecnológica, está relacionada ao valor que a empresa entrega. Segundo ela: “eu vejo a entrega e vejo principalmente a necessidade que a gente tem no Brasil, nosso país tem muita carência de educação”. Acrescenta:

Entregar um conteúdo de qualidade com baixo custo é isso que me motiva. Tem todos os conteúdos que o aluno precisa na plataforma, se ele quiser estudar ele tem

a faca e o queijo, não vai passar fome. O problema é muitas vezes pegar um aluno que ele não tenha a base. Então, por isso, que eu disse que a gente tem muita coisa ainda para crescer. Hoje, eu pego uma fatia, que é um ano da vida do estudante e se pensar que tu tens que estudar uma vida inteira, a ideia é que no futuro, a gente tenha mais a contribuir.

Sobre as principais características de uma mulher empreendedora, a entrevistada afirma que é a perseverança, é a mulher se empoderar do espaço que pertence à todas nós. Afirma que, muitas vezes, é preciso ter muito estômago, porque ser mulher e ser empreendedora não é fácil. Para a entrevistada, ao empreender é preciso ir em eventos e falando, principalmente de startups, a grande maioria do público, são homens e não mulheres. Ela diz, “é preciso acreditar muito em si, tem que ter uma autoconfiança que nem sempre vai existir, mas tu tens que espalhar isso para fora, mesmo que tu não esteja acreditando tanto, tu tens que aparentar estar autoconfiante, porque é uma e duas para te jogarem pra baixo”. Acrescenta:

Cansei de ir à reunião com o meu sócio e eu falando, explicando coisas muito importantes e as pessoas “outros homens” na reunião olhando para ele e não para mim. Então, a gente sente isso, acho que é um cenário que está mudando, mas que ainda não mudou, então acho que a gente ainda precisa fazer mais força para estar nesses meios.

### 4.3.3 OBSTÁCULOS

Sobre os obstáculos encontrados no início e durante o empreendimento, a entrevistada diz que sempre são vários. Acredita que qualquer mudança no mercado, muda também o seu direcionamento. Afirma que no início do negócio C, o mercado ele estava muito propício para vestibular e Enem, mas não permanece mais assim. Ela diz, “tem várias outras empresas também competindo, levantamento de capital é outro gargalo. Então é difícil de tu conseguires investidor, principalmente a gente que está aqui no Sul do país é mais difícil ainda”.

A entrevistada destaca os obstáculos para conseguir investimentos para a empresa e também a necessidade de estar o tempo inteiro se atualizando. De acordo com a entrevistada, é preciso fazer muitas coisas ao mesmo tempo, ou seja, lidar com “frentes” muito diferentes simultaneamente. Ela diz, “talvez um dos maiores obstáculos seja, por exemplo: pensar que tem reunião com o investidor, mas que o lixo vai passar daqui a pouco e tu precisa tirar ele da empresa”. Então, são decisões que por menores que sejam elas ocupam o teu dia e às vezes tem importantes decisões que também vão competir por esse espaço.

Quando questionada sobre a maior dificuldade encontrada, a entrevistada diz que foi encontrar e formar, pela primeira vez, uma equipe qualificada. Afirma que, “chegava para as pessoas e dizia: saí do teu trabalho e vem trabalhar comigo e assim eu ganhei, a responsabilidade de pagar o salário dessas pessoas. Foi uma responsabilidade muito grande”. Também diz que outra dificuldade é estabelecer qual é a cultura organizacional para a própria empresa.

Sobre as vivências anteriores terem sido suficientes para administrar o próprio negócio, a entrevistada diz que sim e não, pois muita coisa foi aprendida ao longo do caminho. Ela destaca como mais importante, a sua última experiência profissional na empresa de saúde, por todo o aprendizado adquirido. Além disso, o trabalho de conclusão de curso da entrevistada foi da área de negócios, afirma que já gostava de negócios desde a época da faculdade. Contudo, foi muito criticada, pois não incluiu relações públicas no trabalho, por não ter muito conteúdo a respeito. Diz que:

Passei pela vivência de estudar, um pouco isso, porque era uma coisa que eu gostava. Então, foi a experiência que foi legal, mas não foi o suficiente. Então, eu fui muito para a internet buscar informação. Entrei no site do Sebrae e da Endeavor que tem muitas iniciativas. Procurava para entender o que era, um MVP, um Canvas, um Design Thinking, enfim tudo isso eu busquei conteúdo na internet para saber como funcionava e aí sim eu consegui conectar os pontos. Tudo isso, simultaneamente com a abertura da empresa.

#### 4. 4 ANÁLISE COMPARATIVA

Neste subcapítulo será apresentado a análise comparativa entre mulheres dos diferentes tipos de negócios, buscando descobrir quais as semelhanças e diferenças referentes às trajetórias das empreendedoras, as motivações e aos obstáculos percebidos pelas entrevistadas. Para isso, foi construído um quadro-resumo onde são apontados os principais dados coletados na entrevista.

**Quadro 2 - Trajetórias das empreendedoras, motivações e obstáculos percorridos.**

|                                | Negócio A   | Negócio B   | Negócio C  |
|--------------------------------|---|---|--|
| Trajetórias das empreendedoras | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Formação: doutoranda em agronomia;</li> <li>-Incubação: sim, foi essencial;</li> <li>-Empreendedorismo: por oportunidade;</li> <li>-Outros negócios: sim. Em paralelo com o negócio A que se complementa;</li> <li>-Necessidade de cursos e especializações: sim. Principalmente na área de gestão.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Formação: comunicação social e jornalismo;</li> <li>-Incubação: não, usado recursos próprios;</li> <li>-Empreendedorismo: por oportunidade;</li> <li>-Outros negócios: sim. Em paralelo com o negócio B que se complementa;</li> <li>-Necessidade de cursos e especializações: Sempre.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Formação: comunicação social com habilitação em relações públicas;</li> <li>-Incubação: sim, foi essencial.</li> <li>-Empreendedorismo: Por oportunidade;</li> <li>-Outros negócios: não. Por enquanto projetos;</li> <li>-Necessidade de cursos e especializações: sim, todos de curta duração.</li> </ul>  |
| Motivações                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Principal motivo para empreender: liberdade em construir algo próprio e impactar outras pessoas;</li> <li>-Apoio externo: sim. Família (principalmente) e amigos;</li> <li>-Características de uma mulher empreendedora: coragem e resiliência;</li> <li>-Ser empreendedora: não precisar seguir uma hierarquia;</li> <li>-Mudanças no empreendedorismo feminino: talvez seja, as mulheres se unirem mais.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Principal motivo para empreender: nunca encontrou algum lugar com os mesmos valores do que ela;</li> <li>-Apoio externo: sim. Família (principalmente) e amigos;</li> <li>-Características de uma mulher empreendedora: são várias, não gosta de estereótipos;</li> <li>-Ser empreendedora: mostrar que uma mulher jovem, pode ter um negócio de sucesso;</li> <li>-Mudanças no empreendedorismo feminino: ainda temos poucas mulheres empreendendo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Principal motivo para empreender: os negócios como um gerador de receita, gerador de produto, valor, entrega para o mercado;</li> <li>-Apoio externo: sim. Pela família foi mais o apoio financeiro e de amigos não recebeu apoio;</li> <li>-Características de uma mulher empreendedora: perseverança;</li> <li>-Ser empreendedora: ter autoconfiança, acreditar em si;</li> <li>-Mudanças no empreendedorismo feminino: que as mulheres se empoderem do espaço que é nosso.</li> </ul> |

|            |  |   |   |
|------------|--|---|---|
| Obstáculos | <p>-Vivências e experiências anteriores: não foram suficientes.</p> <p>-No início do negócio: falta de conhecimento e experiência;</p> <p>-Durante o negócio: muita burocracia, legislação e licenças;</p> | <p>-Vivências e experiências anteriores: não foram suficientes;</p> <p>-No início do negócio: mostrar a credibilidade da empresa e formar uma equipe;</p> <p>-Durante o negócio: manter a mesma cultura organizacional, manter-se inovando e manter o equilíbrio emocional;</p> | <p>-Vivências e experiências anteriores: somente a experiência adquirida no último emprego;</p> <p>-No início do negócio: são vários, destaca formar a primeira equipe;</p> <p>-Durante o negócio: manter-se atualizado com o mercado, conseguir investidores e estar em várias frentes e estabelecer a cultura organizacional.</p> |
|------------|--|---|---|

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

O construto “trajetórias das empreendedoras” é composto por cinco dimensões de análises, as mesmas demonstram quais as trajetórias das empreendedoras. Conforme apresentado no quadro 2, a área de formação das entrevistadas difere entre si, pois a entrevistada A é doutoranda em agronomia, já as demais participantes são formadas na área da comunicação social. Porém, a entrevistada B, também formada em jornalismo e a entrevistada C com ênfase em relações públicas.

Sobre a necessidade de a empresa passar por incubação, as respostas também diferem entre si. Os negócios A e C passaram por incubação que foi algo fundamental para o início das empresas. O negócio A permanece incubado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e o negócio C não mais. Já para a abertura do negócio B, não foi preciso incubação, pois a empresa foi aberta com recursos próprios.

Para as entrevistadas, o empreendedorismo ocorreu como forma de oportunidade. Conforme Nicola (2019), empreender vai além de abrir um negócio, é necessário enxergar ao redor e identificar necessidades para transformá-las em oportunidades, foi exatamente o que aconteceu com as mulheres entrevistadas. O empreendedorismo surgiu para a entrevista A, através do laboratório, onde percebeu que tudo que era estudado, poderia ser aplicado em uma empresa. Já a entrevistada B, identificou a livre entrada e boa demanda do seu serviço no mercado e para a entrevistada C foi após a empresa em que trabalhava fechar as portas, a mesma já empreendia dentro da organização, então decidiu empreender com um negócio próprio.

Sobre as entrevistadas possuir outro negócio, as respostas das entrevistadas A e B, são semelhantes e da entrevistada C, difere das demais. Após, a abertura do negócio A, a entrevistada afirma abrir outra empresa que trabalha em paralelo e na mesma linha de entrega. Para a entrevistada B, também ocorreu desta forma, está na linha de frente de outro negócio que atua na mesma área da sua empresa. Já a entrevistada C, ainda não abriu mais negócios, porém está com projetos, que conforme ela, serão executados em breve.

Segundo Bessant e Tidd (2009), para ocorrer o sucesso dos empreendimentos é fundamental a parceria do empreendedor com um grande número de atores e instituições do meio. Foi o que aconteceu com as entrevistadas, pois todas precisaram do auxílio de mentores e pessoas mais experientes. Identificou-se que é fundamental para as empreendedoras estarem sempre se aperfeiçoando. A entrevistada A, realizou mais cursos na área da gestão, já as entrevistadas B e C, realizam cursos em diversas áreas. Também se comprovou a parceria com instituições que foram fundamentais para a abertura dos negócios A e C, os mesmos foram incubados pelas universidades como forma de financiamento.

No construto “motivações”, também é possível perceber as diferenças e semelhanças entre as respostas das entrevistadas. Neste construto foram analisadas cinco dimensões. Em relação ao principal motivo que levou as entrevistadas a empreender: Para a entrevistada A, foi a liberdade em construir algo próprio e impactar outras pessoas. Para a entrevistada B, foi o fato de nunca ter encontrado um emprego que tivesse os mesmos valores do que ela e para a entrevistada C, foi investir em um negócio com geração de valor para o mercado.

Tavares *et al* (2008, p. 122), afirma que “o empreendedor passa a atuar por sentimento de satisfação pessoal sendo considerado como uma pessoa motivada, ou seja, de autorrealização pessoal”. Deste modo, analisando as respostas das entrevistadas, os motivos para a abertura dos negócios são semelhantes entre si, pois as empreendedoras A, B e C buscam pela autorrealização.

Todas as entrevistadas receberam apoio da família ao se tornarem empreendedoras. Para Pereira *et al* (2013), um dos motivos para empreender é a influência da família, baseado no fato de que muitos empreendedores têm exemplos dentro de suas casas. Foi exatamente o que aconteceu com a entrevistada B, pois a sua família é de empreendedores e ela afirma que foram a sua maior inspiração, inclusive o seu pai é seu sócio na empresa. O apoio por parte dos amigos também foi recebido, os mesmos lhe ajudaram bastante.

A entrevistada A, recebeu apoio dos pais (principalmente) e amigos. Para a entrevistada C, os pais sempre lhe apoiaram financeiramente, porém são mais conservadores e

preferem que a mesma faça concurso público e deixe de ser empreendedora e em relação aos amigos não foi recebido nenhum apoio. Contudo, mesmo sem exemplos na família de empreendedores, elas optaram por empreender.

Sobre as características de uma mulher empreendedora, para a entrevistada A, é preciso que sejam corajosas e tenham resiliência. Para a entrevistada C é preciso principalmente que tenham perseverança. Porém, a entrevistada B preferiu não responder a esta pergunta, porque para ela, são várias as características de uma mulher empreendedora e ao responder poderia estar criando um estereótipo da mulher.

Quando analisado, o que ser empreendedora significa para as entrevistadas, as mesmas destacam: a entrevistada A, relata que é não precisar seguir uma hierarquia, pois nunca se encaixou muito bem em rotina e em cumprir horários, por este motivo, prefere o trabalho home office. Também defende e espera essa mudança no mercado de trabalho. Para a entrevistada B, está totalmente voltado a provar para si mesma e para a sociedade que uma mulher jovem, pode ser empresária e ter um negócio de sucesso. Por fim, para a entrevistada C, é fundamental que uma mulher empreendedora tenha autoconfiança e acredite em si mesma, mesmo nos momentos de incertezas internas e também da sociedade em geral.

As respostas sobre o empreendedorismo feminino, foram unânimes entre as entrevistadas. Ficou evidente, o quanto elas esperam o aumento do empoderamento feminino. Aguardam pela participação das mulheres em cargos de liderança, em frente aos negócios, mais união entre todas, para somente assim, mudar o cenário atual em que os homens sempre são a maioria no meio dos negócios.

Fontes (2019), afirma que nunca se falou tanto em empoderamento feminino e em empreendedorismo feminino, a mesma garante que empreender é um caminho eficiente para a ampliação e para o fortalecimento do papel e do espaço da mulher em sociedade. Ao encontro do que a autora afirma estão as respostas e expectativas das entrevistadas.

No último construto “obstáculos” foram analisadas três dimensões, as mesmas demonstram as vivências e experiências anteriores das empreendedoras, se foram suficientes para seguirem com o negócio. Também é apresentado no quadro 2, as dificuldades encontradas no início e durante o negócio pelas empreendedoras.

Para as entrevistadas A e B, as vivências e experiências anteriores à abertura dos negócios, não foram suficientes para seguirem empreendendo. Para a entrevistada C, os trabalhos realizados, anteriormente, não foram suficientes com exceção do último emprego de

carteira assinada, pois neste emprego, ela conseguiu desenvolver maiores habilidades como empreendedora.

Os obstáculos encontrados com a abertura dos negócios, para as entrevistadas B e C são semelhantes. Ambas empreendedoras apontam, a formação da primeira equipe como a maior dificuldade encontrada. Também destacam a responsabilidade em comprometerem-se em pagar os salários que as pessoas tinham nos empregos anteriores. Para a entrevistada A, o maior obstáculo com a abertura da empresa foi a falta de conhecimento e experiências anteriores, pois sempre se dedicou somente aos estudos.

Para Tavares *et al* (2008), os empreendedores apresentam predisposição para o progresso e maior percepção sobre o futuro e sobre suas próprias condições para enfrentar dificuldades. Conforme as respostas das entrevistadas todas passaram por dificuldades. Deste modo, os percalços sempre irão acontecer, assim como ocorreram e ocorrem com as empreendedoras, mas conforme analisado, elas lidam muito bem com as dificuldades.

Por fim, a dimensão dos obstáculos encontrados durante a execução dos negócios. Para a entrevistada A, é a frequente burocracia na legislação, licenças e tudo que envolva autorizações dos órgãos públicos. Para a entrevistada B está diretamente relacionado em manter a mesma cultura organizacional na empresa, manter-se inovando para acompanhar o mercado e também manter o equilíbrio emocional. Assim como para a entrevistada B, para a entrevistada C, também é fundamental manter-se atualizado com o mercado e estabelecer a cultura organizacional da empresa. Além disso, destaca a captação de novos investidores e o fato de precisar estar em várias frentes dentro do negócio.

#### **4. 4. 1 MENSAGEM PARA EMPREENDEDORAS**

Ao final do roteiro de entrevistas foi solicitado às entrevistadas que deixassem uma mensagem de incentivo para outras mulheres que desejam empreender. No quadro 3, será apresentado as palavras-chave e após será feita a análise comparativa entre as mensagens.

**Quadro 3 - Mensagem para empreendedoras**

|                              | Negócio A  | Negócio B   | Negócio C   |
|------------------------------|--|---|---|
| Mensagem para empreendedoras | <ul style="list-style-type: none"> <li>-União</li> <li>-Resiliência</li> <li>-Organização</li> <li>-Concentração</li> <li>-Proatividade</li> <li>-Mulher na liderança</li> <li>-Autonomia</li> <li>-Liberdade</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-União</li> <li>-Mais mulheres em startups</li> <li>-Mulheres fortes</li> <li>-Buscar conhecimentos</li> <li>-Inquietação</li> <li>-Resiliência</li> <li>-Propósito</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-União</li> <li>-Empoderamento</li> <li>-Proatividade</li> <li>-Potencial maior</li> <li>-Confiança</li> <li>-Mais mulheres na área de tecnologia</li> </ul> |

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019)

Conforme apresentado no quadro 3, algumas mensagens são semelhantes e outras diferem entre si. Todas as entrevistadas destacam como fundamental, as mulheres se unirem para juntas conquistarem mais espaço na sociedade. Segundo as entrevistadas, o empreendedorismo, principalmente, nas áreas da agricultura, comunicação e tecnologia, ainda é muito masculinizado. Afirmam que nos meios que convivem sempre são a minoria.

Para as entrevistadas A e B, outro ponto importante que destacam, para as mulheres que desejam empreender é que precisam ser resilientes. Para a entrevistada C, o empoderamento feminino precisa acontecer. Para ela as mulheres precisam ser mais confiantes, acreditar que é possível e agirem, mas logo.

A entrevistada A, diz que as mulheres são mais organizadas, proativas e tem maior poder de concentração do que os homens, mais motivos positivos para a inclusão de mais mulheres no empreendedorismo feminino. A entrevistada C, também define as mulheres como proativas, pois no próprio dia a dia, automaticamente, empreendem.

Para a entrevistada B, toda empreendedora ao decidir abrir o seu próprio negócio, precisa definir com clareza o propósito da sua escolha, para que faça sentido e lutar com força pelo o que acredita. Também espera encontrar com mais mulheres nos meios de startups, pois sempre quase sempre é a única mulher em eventos, reuniões, etc.

Para a entrevistada A, abrir o seu negócio lhe possibilitou ter autonomia, maior liberdade e é esse o recado que quer passar para as demais mulheres, que por mais difícil que seja às vezes, vale a pena empreender. Diz que espera encontrar mais mulheres em cargos de liderança.

Conforme a entrevistada B, as empreendedoras precisam ser pessoas inquietas, as mesmas não podem ficar na zona de conforto, pois precisam ser curiosas, buscar por

conhecimentos sempre. Por fim, a entrevistada C, acredita que as mulheres têm um potencial maior para liderar, do que os homens, e espera encontrar com mais mulheres empreendedoras, principalmente, na área da tecnologia.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dos resultados obtidos diante das pesquisas bibliográficas realizadas, entrevistas e as análises dos resultados, a autora buscou compreender as trajetórias das empreendedoras, as motivações para empreender e os obstáculos encontrados. O tipo de pesquisa utilizado foi a qualitativa, feita com três empreendedoras dentro das características especificadas, o autor conseguiu responder aos seus objetivos geral e específico.

O objetivo geral deste estudo foi analisar quais são as motivações e o contexto das mulheres que empreendem em startups tecnológicas. Os objetivos específicos são: descrever as trajetórias das empreendedoras; compreender as motivações das empreendedoras em investir em startups tecnológicas; levantar os obstáculos percebidos pelas mulheres no processo empreendedor.

Por um lado, a literatura nos mostra que aumentou em grande escala, o número de mulheres empreendedoras no país. As mulheres deixaram de ser donas de casa, mãe de família, para se tornarem donas de seus próprios negócios.

E por outro, depois das entrevistas houve uma confirmação pelas empreendedoras de que as mulheres ainda são minoria no ramo do empreendedorismo. Em específico nas áreas de agricultura, comunicação e tecnologia. Segundo as entrevistadas, o público feminino que empreende é muito baixo.

Sobre as características das mulheres empreendedoras, as mesmas são jovens, formadas em graduação, receberam apoio da família ao tornarem-se empresárias, também buscam frequentemente por conhecimentos, já precisaram muito do auxílio de mentores e pessoas mais experientes para seguirem com os negócios.

Conforme Gass (2013), a motivação para empreender pode ser dividida (na economia) em dois aspectos: necessidade e oportunidade. Os empreendedores por necessidade iniciam o negócio por falta de alternativas, ao passo que os empreendedores por oportunidade começam um empreendimento mesmo contando com outras opções de emprego ou de renda. Deste modo, as mulheres entrevistadas enquadram-se no segundo grupo, pois empreenderam por oportunidade.

Do ponto de vista comportamental, as motivações para empreender podem ser as mais diversas e sofrem influência de diversos fatores. Conforme as respostas das entrevistadas, as motivações das mulheres em empreender em startups tecnológicas, são semelhantes, porque envolvem a liberdade em construir algo próprio com impacto em outras pessoas e no

mercado. Além, disso ao serem empreendedoras são as responsáveis por definir a cultura organizacional dentro da empresa.

Os obstáculos encontrados com a abertura dos negócios, diferem entre as entrevistadas. Duas empreendedoras apontam, a formação da primeira equipe como a maior dificuldade encontrada. Também destacam a responsabilidade em comprometerem-se em pagar os salários que as pessoas tinham nos empregos anteriores. Contudo, para a entrevistada da área da agricultura, o maior obstáculo com a abertura da empresa foi a falta de conhecimento e experiências anteriores, pois sempre se dedicou somente aos estudos.

Este estudo tem como ideia principal, analisar o que motivou as mulheres em empreender em startups tecnológicas e qual o contexto que as mesmas se encontram. Foi realizada uma pesquisa qualitativa com três empreendedoras que iniciaram os seus negócios nos últimos dez anos, que entregam serviços inovadores para a sociedade, através dos seus negócios e os mesmos estão localizados no estado do Rio Grande do Sul.

Por fim, com este estudo, surgiram sugestões de novas pesquisas. Seguindo no tema empreendedorismo feminino, pode-se analisar o contexto das empreendedoras nos demais estados do Brasil. Também seria interessante fazer uma análise para identificar qual a influência da classe social das empreendedoras para os negócios. Além disso, existe disponibilidade para encontrar artigos sobre empreendedorismo de ambos os gêneros ou sobre a diferença entre os gêneros, mas poucos falam sobre a mulher que empreende em startups tecnológicas no estado.

## REFERÊNCIAS

- ABGI BRASIL. **Negócios com propósito: o que estamos construindo para o futuro?** Disponível em: <https://brasil.abgi-group.com/radar-inovacao/negocios-com-proposito-o-que-estamos-construindo-para-o-futuro/>. Acesso em 15 maio.2019.
- 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.
- ANDERSON, A. H.; WOODCOCK, P. **Effective entrepreneurship: a skills and activity based approach.** Oxford, UK/Cambridge, MA: Blackwell Publishers Ltd, 1996.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo.** São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som.** 10<sup>a</sup>. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.
- BELL, Judith. **Projeto de Pesquisa.** Guia para pesquisadores iniciantes em educação, saúde e ciências sociais. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- BESSANT, John.; TIDD, Joe.; **Inovação e Empreendedorismo.** Porto Alegre: Bookman, 2009.
- CRAMER, L. *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.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios.** 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2014.
- ECONOMIA. **Brasil tem 13,1 milhões de desempregados até fevereiro, revela IBGE.** Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/03/29/internas\\_economia,1042184/brasil-tem-13-1-milhoes-de-desempregados-ate-fevereiro-revela-ibge.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/03/29/internas_economia,1042184/brasil-tem-13-1-milhoes-de-desempregados-ate-fevereiro-revela-ibge.shtml) . Acesso em: 20 maio.2019.
- ENDEAVOR BRASIL. **Empreendedores Brasileiros: Perfis e Percepções 2013.** Disponível em: <https://rdstationstatic.s3.amazonaws.com/cms%2Ffiles%2F6588%2F1425322451Empreendedores+Brasileiros+2013.pdf>. Acesso em 22 maio.2019.
- EVA, Jonathan G. **Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendência.** Encontro de empreendedorismo e Gestão de pequenas empresas. Brasília, 2003.
- FERREIRA, Manuel P.; SANTOS, João Carvalho.; SERRA, Fernando A. Ribeiro. **Ser Empreendedor: Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa.** São Paulo: Saraiva, 2010.

FILION, L. J. **Visão e relações:** elementos para um metamodelo empreendedor. Revista de Administração de Empresas - RAE, Vol.33, n. 6, p.50-61, nov./dez. 1993.

FONTES, Ana. **Somos empreendedoras:** Itaú Mulher Empreendedora. São Paulo, 2019.

FREIRE, Andy. **Paixão por empreender:** Como colocar suas ideias em prática: Como transformar sonhos em projetos bem-sucedidos. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GASS, Helena de Medeiros. **O comportamento empreendedor feminino no Rio Grande do Sul.** Porto Alegre: UFRGS, 2013. 120 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração), Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G.; SILVA, J. M. **Mulheres empreendedoras:** desafios e competências. Directory of Open Access Journals, Buenos Aires, v. 4, n. 24, out/dez.2005.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2012.** Disponível em: [ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2012.pdf](http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2012.pdf) . Acesso em: 01 julho.2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil 2017.** Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf) . Acesso em: 13 setembro.2019.

GOOSSEN, Richard J. **E-empreendedor:** A força das redes sociais para alavancar seus negócios e identificar oportunidades. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

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.

HAIR, Jr., Joseph F. [*et al.*]. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração.** 1.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P., SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo.** 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KOCHE, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica:** Teoria da ciência e prática da pesquisa. 14ª ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

MACHADO, Hilka Vier. **Identidade de mulheres empreendedoras.** Maringá: Eduem, 2009.

MINARELLI, José Augusto. **Trabalhar por conta própria.** Uma opção que pode dar certo. São Paulo. Editora: Gente: Edição: SEBRAE, 2001.

MOORE, D. P.; BUTTNER, E. H. **Women entrepreneurs: moving beyond the glass ceiling.** Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1997.

NICOLA, Luciana. **Somos empreendedoras:** Itaú Mulher Empreendedora. São Paulo, 2019.

NOGUEIRA, Vanessa; ARRUDA, Carlos. **Causas da mortalidade das startups brasileiras:** Como aumentar as chances de sobrevivência no mercado. Fundação Dom Cabral. Minas Gerais, 2014.

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.

PEREIRA, J. B. C. *et al.* **Empreendedorismo feminino:** por trás de uma grande empreendedora há sempre um grande homem? In: 8TH IBERAMERICAN ACADEMY CONFERENCE 2013, São Paulo.

POLYDORO, Jorge. **Empresas que inspiram:** Como as ideias criativas nascem, prosperam e produzem resultados em empresas inovadoras. Porto Alegre: Instituto Amanhã, 2015.

RIBEIRO, Marta Elisane Duarte. **A importância da estratégia no desenvolvimento das startups digitais.** Porto Alegre: UFRGS, 2018. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração), Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

RODRIGUES, Patrícia Lopes. **Empreendedorismo no Brasil: Um olhar sobre as startups.** Porto Alegre: UFRGS, 2016. 73 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia), Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil. Relatório 2017.** Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL\\_web.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf) .Acesso em: 08 maio.2019.

SEBRAE. **Empreendedorismo feminino: cresce o número de mulheres empresárias.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/empreendedorismo-feminino-cresce-o-numero-de-mulheres-no-negocio,852aff9f3862f510VgnVCM1000004c00210aRCRD> .Acesso em: 13 maio.2019.

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.

TAVARES, G. O. *et al.* **Perfis e características do empreendedor de negócio e do empreendedor social:** um estudo exploratório. Revista Jovens Pesquisadores. ano 5, n. 9, p. 119 - 140. jul./dez. 2008.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VESPER, Karl. **New Venture Strategies.** Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1980.

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.

## APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA INDIVIDUAL

### **Empreendedora**

- Nome da entrevistada:
- Idade:
- Formação:
- Área de atuação:

### **O negócio**

- Para iniciarmos pode me contar como começou a sua trajetória no empreendedorismo?
- Antes de iniciar o seu negócio, já trabalhou em empresas privadas e (ou) públicas? Se sim, como define a diferença entre os trabalhos de assalariado e autônomo?
- Você já teve outros empreendimentos? Quais?
- Com a abertura do seu próprio negócio, foi necessário realizar cursos e especializações para dar continuidade ao empreendimento? Ou já havia realizado?

### **Motivação**

- Qual o motivo principal em querer ser dona do seu próprio negócio?
- Você recebeu apoio de familiares e amigos ao se tornar empreendedora?
- O que te motiva em seguir com o seu negócio em startup tecnológica?
- Quais são as principais características de uma mulher empreendedora?

### **Obstáculos**

- Quais os obstáculos encontrados no início e durante o empreendimento?
- Qual a maior dificuldade encontrada desde o início?
- Quais recursos foram essenciais para a abertura do negócio?
- Para realizar a administração do seu negócio, as vivências e experiências anteriores foram suficientes?

**Para finalizar, poderia deixar uma mensagem para outras mulheres que desejam ser empreendedoras?**