

Universidade do Minho  
Escola de Economia e Gestão

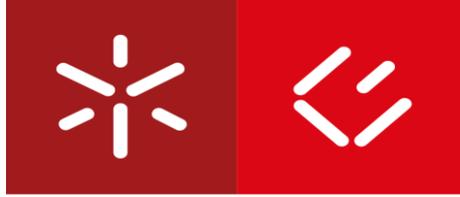
Laís Marques Pivetta

A perceção de mulheres empreendedoras na área da saúde sobre questões de género: Um estudo exploratório

A perceção de mulheres empreendedoras na área da saúde sobre questões de género: Um estudo exploratório

Laís Marques Pivetta

UMinho | 2021



Universidade do Minho  
Escola de Economia e Gestão

Láís Marques Pivetta

## A perceção de mulheres empreendedoras na área da saúde sobre questões de género: Um estudo exploratório

Dissertação de Mestrado  
Gestão de Unidades de Saúde

Trabalho efetuado sob orientação da  
**Professora Doutora Maria Emília Pereira Fernandes**

Novembro de 2021

## DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

### Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição

CC BY

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## AGRADECIMENTOS

Ao final desse ciclo, é de suma importância lembrar de todas as pessoas que contribuíram, de alguma forma, para que fosse possível eu concluir esta etapa da vida.

Assim, agradeço ao Willian por se fazer sempre presente, nos dias mais felizes e mais difíceis.

Agradeço aos familiares e amigos pelo apoio emocional.

Agradeço a Professora Doutora Emília Fernandes, por compartilhar o seu conhecimento comigo, pela sua paciência e empatia.

Agradeço a todas as mulheres que colaboraram com este estudo.

Muito obrigada a todos!

*“Na vida prática, não temos sempre condições de transformar opinião em conhecimento: a verdade fica sendo a opinião comum”*

*Ecléa Bosi*

## DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração. Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

## RESUMO

**TÍTULO:** A percepção das mulheres empreendedoras na área da saúde sobre questões de gênero: Um estudo exploratório

O empreendedorismo é um tema relevante devido a sua importância econômica e social, expressos pelo crescente número de pessoas que enxergam nisto uma possibilidade de inserção no mercado de trabalho. Os empreendedores buscam encontrar oportunidades de negócio nas mais diversas áreas visando atender demandas não supridas pelo atual mercado, almejando autonomia, independência financeira e satisfação pessoal e profissional. Contudo, ao contrário do entendimento popular de empreender, que acredita que o sucesso depende exclusivamente do mérito próprio, ele é na verdade, fruto de um arranjo de condições favoráveis, como gênero, etnia, idade, grau de escolaridade, condição econômica etc. Nesse sentido, este trabalho buscou analisar a percepção de mulheres empreendedoras na área da saúde no estado do Rio Grande do Sul, região sul do Brasil, com o objetivo de explorar o seu entendimento sobre questões relacionadas a sua prática empreendedora, tendo como foco as questões de gênero. Para isto, adotou-se a metodologia qualitativa de caráter exploratório, onde aplicou-se um guião semiestruturado com perguntas divididas em três categorias: concepções sobre empreendedorismo, atividade empreendedora e a mulher empreendedora e a sociedade, utilizando-se da entrevista como técnica de recolha de dados. Este estudo contou com a colaboração de 13 empreendedoras, sendo elas de diferentes áreas da saúde e possuindo diferentes tipos de empreendimento. Os resultados permitiram identificar semelhanças entre as experiências vivenciadas pelas entrevistadas no decorrer de suas atividades empreendedoras, bem como apontar dificuldades comuns a todas. Percebeu-se que a questão de discriminação está presente no cotidiano delas, sendo expresso de diferentes modos, no entanto, muitas vezes, não foram assim vistas por elas. De forma geral, os obstáculos enfrentados por elas dizem a respeito tanto à atividade em si, quanto às questões sociais inerentes à mulher. Apesar das limitações do presente estudo, foi possível identificar que o gênero influencia as ações das empreendedoras de uma maneira geral. Assim, esta investigação demonstra a importância de desenvolver estudos que possam caracterizar e explicitar as dificuldades relacionadas com as diferenças de gênero no empreendedorismo da área da saúde, podendo assim, ser um contributo para justificar a criação de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo feminino.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo; gênero; saúde

## ABSTRACT

**TITLE:** The perception of women entrepreneurs in the health field on gender issues: An exploratory study

Entrepreneurship is a relevant topic due to its economic and social importance. This phenomenon becomes in evidence by the growing number of people who see this as a possibility of inclusion on the labor market. Entrepreneurs seek to find business opportunities in the most diverse areas in order to meet demands not exploited by the current market, aiming for autonomy, financial independence and personal and professional satisfaction. However, in objection to the popular understanding of entrepreneurship, which believes that success depends exclusively on meritocracy, is actually the result of an arrangement of favorable conditions, such as gender, ethnicity, age, education level, economic status, etc. In this sense, this work analyzed the perception of entrepreneurs' women associated with the health area in the state of Rio Grande do Sul, southern Brazil, in order to explore their understanding of their entrepreneurial practice issues, focusing on the gender thematic. A qualitative exploratory methodology was adopted, which a semi-structured script was applied with questions divided into three categories: Conceptions about entrepreneurship, entrepreneurial activity and the entrepreneurial woman and society, using the interview as a data collection technique. This study had the collaboration of 13 female entrepreneurs, from different areas of health and having different types of business. The results allowed us to identify similarities between the experiences lived by the interviewees during their entrepreneurial activities, as well as pointing out common difficulties to all. It was noticed that discrimination is present in their daily routine, expressed in different ways, however, they often do not recognize it. In general, the obstacles faced by them concern both the activity itself and social issues inherent to women. Despite the limitations of this study, it was possible to identify that gender influences the actions of female entrepreneurs in general. Thus, this investigation demonstrates the importance of developing studies that characterize and explain the difficulties related to gender differences in entrepreneurship in the health area and can be a contribution to justify the creation of public policies to support female entrepreneurship.

**KEY-WORDS:** Entrepreneurship; gender; health

## Índice

1.	Introdução.....	10
2.	Empreendedorismo e empreendedor: Conceitualização e perspectivas teóricas.....	12
2.1.	Definições e abordagens.....	12
2.1.1.	Teoria Económica.....	13
2.1.2.	Teoria Comportamentalista.....	14
2.1.3.	Abordagem interdisciplinar.....	15
2.2.	Ser empreendedor: diferentes perspectivas.....	16
3.	Género e empreendedorismo.....	17
3.1.	Empreendedorismo na saúde: Uma perspectiva de género.....	19
4.	Empreendedorismo no Brasil: Contextualizando o Estudo Empírico.....	21
5.	Metodologia.....	24
5.1.	Justificativa e objetivos do estudo.....	24
5.2.	Apresentação e justificativa da metodologia.....	25
5.3.	Caracterização da amostra.....	25
5.4.	Método de recolha dos dados.....	26
5.5.	Análise de conteúdo.....	28
6.	Apresentação e discussão dos resultados.....	30
6.1.	Conceções sobre o empreendedorismo.....	30
6.2.	Atividade empreendedora.....	38
6.3.	A mulher empreendedora e a sociedade.....	48
7.	Conclusão.....	59
8.	Limitações do estudo e futuras investigações.....	62
9.	Referências Bibliográficas.....	64
	Apêndice I – Guião de entrevista.....	70
	Apêndice II – Termo de consentimento e livre esclarecimento.....	72

## 1. Introdução

O fenómeno do empreendedorismo é assunto relevante e bastante discutido na atualidade, seja por sua importância económica ou pela satisfação pessoal e profissional que proporciona, sendo considerado como uma possibilidade de inserção no mercado de trabalho. De forma geral, são diversos os motivos que conduzem as pessoas a empreenderem, no entanto, conhecer estas razões pode proporcionar um melhor entendimento da configuração deste espaço.

Considerando o empreendedorismo feminino, tanto razões económicas quanto sociais são indicadas como causas para o início do próprio negócio, pois entende-se que as motivações divergem de pessoa para pessoa, indo ao encontro das necessidades de cada um (Amorim & Batista, 2012). Ainda que seja crescente o número de mulheres empreendedoras, são encontradas barreiras inerentes à elas, as quais se repercutem no seu ingresso no empreendedorismo. A saída da mulher de casa para o mercado de trabalho impactou nas questões familiares, provocando mudanças na estrutura familiar tradicional. No entanto, mesmo que a mulher tenha sua profissão, as responsabilidades do lar e dos cuidados dos filhos ainda são associadas à elas (Loiola, 2016).

Para além das responsabilidades já citadas, outras questões surgem como obstáculos ao empreendedorismo feminino, relacionados com as questões de género, fruto do conservadorismo (Loiola, 2016). É notório que distinções de género estão presentes nos diversos segmentos da sociedade, como na área política, económica e na saúde. Nesse sentido, o empreendedorismo na saúde tem crescido e ganho destaque no que se refere a proporcionar novos empregos (De Moraes, Haddad, Rossaneis & Silva, 2013), pois a prestação de cuidados de saúde pode contribuir socialmente e economicamente para o desenvolvimento do país, mostrando-se que a atividade empreendedora nesta área é vista como um grande potencial de investimento (Carneiro, 2012).

Dessa forma, muitos profissionais escolham empreender na área da saúde, e entre eles, há muitas mulheres que seguem este segmento de atividade económica. Considerando o aumento do número de mulheres empreendedoras e dada a atual conjuntura social, este estudo teve a pretensão de investigar a percepção das mulheres empreendedoras na saúde mediante o desenvolvimento das suas atividades e estando atento às questões de género. Este objetivo tem o intuito de entender quais as barreiras atuais que existem no dia a dia da mulher empreendedora, uma vez que as mulheres são socialmente designadas a inúmeras responsabilidades familiares e que a sua entrada no mercado de trabalho significa a quebra de várias convenções de género.

Neste contexto, este estudo pretende ser um espaço de partilha de experiências vivenciadas por empreendedoras da saúde do estado do Rio Grande do Sul (Brasil), de forma que os relatos sejam pautas de discussões à favor de uma sociedade mais igualitária e que possam servir como incentivo e colaboração para a criação de novas políticas públicas. Este tipo de estudo pode servir como confirmação de que as mulheres ainda são vítimas dos mais diversos tipos de discriminação. Ressalta-se ainda que este estudo não tem como objetivo julgar e classificar os discursos aqui presentes, mas sim fazer uma análise do objeto de estudo.

Assim, este trabalho realizou-se em quatro fases. A primeira refere-se à revisão de literatura visando explorar as temáticas relevantes para este estudo. A segunda fase, refere-se à metodologia utilizada, abordando aspectos sobre o tipo de metodologia do estudo, os objetivos, caracterização dos participantes e recolha e análise das informações. Na terceira fase são apresentados e discutidos os dados recolhidos e, na quarta fase, discutem-se as conclusões alcançadas, as limitações encontradas e as sugestões para futuras investigações.

## 2. Empreendedorismo e empreendedor: Conceitualização e perspectivas teóricas

### 2.1. Definições e abordagens

O termo empreendedorismo foi introduzido pela primeira vez pelo economista Richard Cantillon no século XVIII. Ele observou que este era um assunto de interesse das diferentes áreas do conhecimento, como as ciências sociais e humanas. Mas, no entanto, considerou-se que foi a partir de uma perspectiva económica de Schumpeter, no século XX, que o empreendedorismo adquiriu popularidade (Cassis & Minoglou, 2005).

Schumpeter colaborou com o alastramento desse fenómeno no âmbito social ao desenvolver a teoria que ficou conhecida como: “Teoria do Desenvolvimento Económico de Schumpeter.” Nela, o economista descreve o empreendedor como alguém capaz de trazer inovação para o mercado, e ao fazer isso impulsionar o desenvolvimento económico (Barros & Pereira, 2008). A forma como o autor abordou o empreendedorismo, ao inserir a ideia de inovação na sociedade, salientou a contribuição do empreendedor no progresso económico (Fillion, 1999; Martins, 2013).

Ainda, por volta do século XX, a abordagem do empreendedorismo/empreendedor ancorada na economia começou a dividir espaço com os fatores humano e ambiental, a fim de se ter uma compreensão a nível global do fenómeno. Desta forma, surgiu a necessidade de estudar o agente empreendedor numa perspectiva comportamental, uma vez que ele se diferenciava das outras pessoas, não sendo a abordagem económica suficiente para dar tais explicações (Murphy et al., 2006).

Assim, a necessidade de outros autores em abordar o empreendedorismo fora da perspectiva económica, justifica-se pelo fato desse fenómeno ser constituído pela interligação de diferentes áreas do conhecimento, sendo o desenvolvimento económico apenas uma delas. Dessa forma, os estudos sobre esse fenómeno são de carácter interdisciplinar (Nogami, Medeiros & Faia, 2014; Fontenele, 2010).

Para Sarkar (2010), o empreendedorismo é um fenómeno que pode ter diversas interpretações que variam com o contexto e a abordagem em que está ser analisado. Interpreta-se então, que os pesquisadores desse assunto irão se deparar com o desafio da enorme diversidade existente sobre esta temática, como as perceções, teorias e conhecimentos (Martins, 2013).

Conforme Baggio e Baggio (2014), o empreendedorismo possui duas principais teorias: Teoria Económica e Teoria Comportamentalista, as quais serão apresentadas a seguir.

### **2.1.1. Teoria Económica**

A teoria económica, que ficou conhecida como Teoria Schumpeteriana evidencia que as ciências económicas foi a primeira área de estudo a identificar a importância do empreendedorismo. O interesse dos economistas estava em tentar perceber a função do empreendedor no mercado e o impacto que isso teria na sociedade. Os economistas Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter destacam-se nessa perspectiva. Através dessa visão, a natureza do empreendedorismo constitui-se na identificação de oportunidades e o aproveitamento delas no contexto dos negócios, isso consiste em criar formas para o uso dos recursos disponíveis (Baggio & Baggio, 2014).

Outros autores descrevem o ser empreendedor baseado numa abordagem económica. Vejamos alguns exemplos:

Neto (2002) refere que na teoria tradicional, o empreendedor é visto como sujeito relevante para a constante transformação da economia. Dessa forma, passou a chamar a atenção e a despertar interesses nos últimos anos, pelo seu papel impulsionador nos negócios, tal como inovador. Martes (2010) também descreve o empreendedor como aquele que faz a junção dos melhores recursos e assim colabora para o crescimento económico. No mesmo sentido, Araújo, Lago, Oliveira, Cabral, Cheng & Fillion (2005) definem o empreendedor como agente que possibilitava a existência da transação de interesse entre o fornecedor e o mercado, e no decorrer do tempo, a sua imagem começou a ser associada com a palavra: criação.

O empreendedor pode ser descrito como alguém que é capaz de reunir diferentes recursos de maneira a criar um produto, e com isso ser capaz de negociá-lo no mercado (Vale, Wilkinson & Amâncio, 2008). Nesse sentido, Shane & Venkataraman (2000) e Nogami, Medeiros & Faia (2014) afirmam que empreendedorismo está relacionado com a descoberta e exploração de oportunidades e seus efeitos na atividade empreendedora.

Assim, segundo uma perspectiva económica o agente empreendedor está associado a geração de riqueza. No entanto, ele também pode ser estudado por outra perspectiva, como a comportamentalista. Dessa forma, a teoria comportamentalista aborda aspetos que não são descritos na teoria económica, como por exemplo, a motivação de empreender.

### 2.1.2. Teoria Comportamentalista

A teoria comportamentalista é constituída por estudiosos do comportamento humano, como os psicólogos e sociólogos. Essa abordagem do empreendedorismo, surgiu com o objetivo de enriquecer o conhecimento sobre o comportamento humano e a motivação. Max Weber foi um dos primeiros autores a manifestar interesse por essa abordagem e, na sua visão, considerou o sistema de valores como fator crucial para entender o comportamento empreendedor e interpretou os empreendedores como pessoas autônomas e inovadoras (Baggio & Baggio, 2014).

Compartilhando do mesmo interesse de Weber, o psicólogo David McClelland foi considerado o autor pioneiro da teoria comportamentalista, pois foi ele que trouxe os contributos das ciências comportamentais para o fenômeno do empreendedorismo, evidenciando a função do empreendedor na sociedade, bem como a contribuição do mesmo para a economia. Ainda McClelland dedicou-se a estudar o desejo como estímulo para a realização empreendedora (Baggio & Baggio, 2014).

Ao desenvolver um estudo dedicado a mensurar o motivo da realização, McClelland percebeu que “induzir a motivação de realização aumenta os pensamentos de bom desempenho em relação a algum padrão de realização perfeita, de obstáculos à tentativa de realizar, de procura de vários meios de realização e de reação alegre ou triste, diante dos resultados dos esforços realizados.” (Silva & Bassani, 2007, p.63). Ainda, este estudo concluiu que os indivíduos que têm maior necessidade de realização, demonstram um bom desempenho ao executar as tarefas de trabalho. As ponderações de McClelland propiciam uma crença que o motivo da realização é um fator que atinge o índice do crescimento económico (Silva & Bassani, 2007).

Diante das teorias que foram apresentadas, se faz necessário esclarecer que os estudiosos da teoria comportamentalista não vão contra à teoria desenvolvida pelos economistas, apenas acrescentam as características que observaram nos empreendedores. (Baggio & Baggio, 2014).

Assim, “partindo de uma perspectiva histórica, muito se comentam as características comportamentais do empreendedor, porém não há unanimidade nesse assunto, e cada autor percebe tais características de forma diferente.” (Pedroso, Nakatani & Mussi, 2009, p.109). É possível perceber que a construção da teoria comportamentalista é feita por estudiosos de diferentes áreas, o que colabora para que não se tenha uma única definição para os traços do empreendedor, conseqüentemente, não limita futuras investigações nessa abordagem.

Apesar destas duas abordagens clássicas, teoria económica e comportamentalista, na

literatura sobre empreendedorismo encontra-se uma vasta diversidade de abordagens centradas sobre diferentes aspectos deste tema. Uma dessas outras abordagens é aquela que enfatiza um olhar sociológico. Desse modo, os estudos sobre esse fenómeno, do ponto de vista sociológico, reafirmam que este não é um assunto que impacta somente a economia e a psicologia, mas que também reflete no meio social e cultural (Swedberg, 2006; Embaló, 2013).

Assim, diante da variedade de interpretações e do nascimento de novas abordagens sobre o mesmo assunto, é consensual construir análises de carácter interdisciplinar, para que todas as perspetivas exploradas sejam combinadas e analisadas de maneira mais ampla, ao contrário do que acontecia no passado, onde cada abordagem se desenvolveu isoladamente (Cassis & Minoglou, 2005).

### **2.1.3. Abordagem interdisciplinar**

No âmbito do desenvolvimento social, o tema “cultura empreendedora” é algo recente na literatura, contudo já é vista como algo relevante para o progresso económico. Sua constituição é caracterizada pelas formas de empreendedorismo e o perfil dos empreendedores, cujas características variam de acordo com o contexto sócio cultural (Schmidt, 2008). Por outro lado, ao direcionar o ponto de vista para o trabalho, obtém-se uma certa unanimidade sobre o empreendedorismo, uma vez que as tarefas que os empreendedores enfrentam coincidem, independentemente do seu país. (Saffu, 2003). Para Weber (1905), “o desenvolvimento do capitalismo e do impulso empresarial é em grande parte devido aos valores culturais, que são dominantes em alguns países.” (Saffu, 2003, p.9). É plausível imaginar que a cultura empreendedora já está enraizada em determinados locais.

Ainda, para entender como que o empreendedorismo é influenciado pela cultura, é possível recorrer à literatura. A maior parte dos estudos que relacionam estes dois aspetos têm como base as pesquisas do psicólogo Geert Hofstede. Muitos estudiosos utilizam do modelo das dimensões culturais criado pelo psicólogo para entender a relação de empreendedorismo e contexto cultural. As dimensões que este modelo engloba são: individualismo-coletivo; aversão à incertezas, distância do poder e masculinidade-feminilidade. De forma geral, os pesquisadores pressupõem que o ato de se tornar empreendedor é mais fácil em culturas com nível elevado de individualismo, com repulsas a incertezas, com baixo nível de distância do poder e alto nível de masculinidade (Hayton, George & Zahra, 2002).

Estudar o empreendedorismo e tudo o que ele engloba é perceber que a sua constituição é feita por diferentes visões e por pontos em comum das mais diversas áreas do conhecimento, que possam ser influenciados de acordo com a cultura, época, mudanças sociais e estudos já realizados. O empreendedorismo não é um fenómeno isolado, e por esse motivo torna-se difícil de estudá-lo fora de uma perspetiva interdisciplinar (Nogami, Medeiros & Faia, 2014; Fontenele, 2010). Há diferentes abordagens, conceções e até mesmo opiniões sobre esse tema, o que o torna um assunto instigante e propício a futuras investigações.

## **2.2. Ser empreendedor: diferentes perspetivas**

Outra questão levantada nos estudos sobre esse fenómeno, são os tipos de empreendedores que existem. Ao procurarmos sobre este tópico, iremos perceber que não há um consenso dos autores sobre isso. Todavia, há dois tipos que mais se destacam em diversos estudos: empreendedores por necessidade e empreendedores por oportunidade (Baggio & Baggio, 2014). Nesse sentido, o empreendedor pode ser classificado nessas duas categorias, que se excluem mutuamente. Empreender por oportunidade consiste na identificação de uma oportunidade de negócio e empreender por necessidade está diretamente ligado com a condição financeira do indivíduo (Dutra, Santos, Freitas, Cunha & Bourahli, 2009). De forma sucinta, os dois tipos de empreendedores apresentados não estão restritos a uma única abordagem para descrevê-los (José & Alves, 2016).

Todavia, interpretar a necessidade de empreender como algo exclusivamente relacionado ao aspeto económico é desconsiderar que, um dos motivos que leva o indivíduo a ingressar no empreendedorismo é a necessidade de realização e conquistas pessoais (Vale, Corrêa & Reis, 2014). Aliás, na literatura sobre empreendedorismo é possível encontrar diversos motivos para se empreender, do ponto de vista económico, psicológico e sociológico (Saffu, 2003).

Ainda, é importante ressaltar que a forma como o empreendedor vai ser descrito na literatura, tem como base o conhecimento de quem é autor da análise e é por isso que há uma enorme variação de conceitos acerca do mesmo assunto. Partindo para a abordagem económica, o empreendedor é visto como agente económico, cuja construção desse conceito está ligado à ideia de inovação (Gomes et al., 2013). Ainda se fala no termo “empresário inovador”, que é visto como alguém que toma decisões racionais com base em determinados pontos, como a inovação, mas que também é guiado pelas emoções (vontades e êxito) e é considerado um líder (Martes, 2010). Para o psicólogo McClelland, o empreendedorismo está associado a necessidade de ter

sucesso, ser reconhecido e ter poder e controle (Oliveira et al., 2016). As inúmeras definições e descrições do agente empreendedor bem como do empreendedorismo irão variar de acordo com a cultura de cada sociedade, uma vez que ela exerce influência sobre comportamentos, pensamentos e valores.

### 3. Género e empreendedorismo

Em meados do século XX, a antropóloga norte-americana Margaret Mead declarou que a diferença sexual era usada pela sociedade, como forma de justificar papéis sociais destinados a homens e mulheres. Com o decorrer do tempo, a palavra *género* começou a fazer parte dos debates internos do movimento feminista, que procuravam uma explicação para submissão das mulheres. O uso dessa palavra enquanto categoria de estudo possibilitou, ao longo da narração histórica, que pesquisadores voltassem a sua atenção para as relações entre homens e mulheres, bem como o relacionamento entre homens e entre mulheres, analisando os acontecimentos que foram produtores de género em diferentes períodos históricos (Pedro, 2005).

Gayle Rubin também colaborou com este tema, desenvolvendo a ideia de que chamou *sistema de sexo/género*. “Um sistema de sexo/género, numa definição preliminar, é uma série de arranjos pelos quais uma sociedade transforma a sexualidade biológica em produtos da atividade humana(...)” (Rubin, 1993, p.3). Ou seja, o fator biológico (sexo) do indivíduo determinaria o ser social que seria (comportamento), bem como os papéis sociais que desempenharia (profissão e responsabilidades). Ainda, “as relações de género atravessam todas as dimensões da vida social, possuem dinâmica própria independente de outros processos sociais e são marcadas pelo antagonismo na relação de dominação das mulheres pelos homens” (Barradas, 2009, p77).

As funções e papéis ocupados no contexto do trabalho e no ramo empresarial são um exemplo de categorização de género, pois nesses espaços parecem existir funções e ocupações que são exclusivamente femininas ou masculinas. No caso do empreendedorismo, este tem sido definido no plano histórico e social e na investigação como predominantemente masculino (Ahl, 2006). As abordagens do empreendedorismo considerando o género do empreendedor, bem como os aspectos que influenciam a atividade empreendedora feminina, são o foco de muitos estudos, que proporcionam criar um raciocínio sobre a repercussão do género no contexto dos negócios (Merhy, 2017; Startiene & Remeikiene, 2008). Ainda, é importante ressaltar que a

construção do conceito de empreendedorismo feminino é interdisciplinar, pois ele é construído com base nos fatores económicos, sociocultural, psicológicos e ambientais (Halim & Razak, 2014).

No entanto, cultural e socialmente muitos dos atributos associados ao ato de empreender e ao sujeito empreendedor resultam de uma construção ideal masculina (Ahl & Marlow, 2012), que leva a crer que o empreendedorismo seja idealmente associado aos homens ou aqueles que apresentam características masculinas, sendo que as mulheres e o feminino ficam arredadas desta conceção genderizada, devido a crença de não possuírem as competências necessárias para a sua execução. Dessa forma, é preciso entender quais são as condições fundamentais para que as mulheres sejam bem sucedidas no que diz respeito aos negócios (McGowan, Redeker, Cooper & Greenan, 2012).

Os números revelam que elas estão presentes em todas as partes e classes empresariais e, mesmo assim encontram desigualdades de oportunidades, diferença salarial, barreiras para ascender a cargos de chefias, entre outros fatores que colaboram para a diferenciação de gênero (Dutra et al., 2009). Segundo Alperstedt, Ferreira & Serafim (2014), em determinadas situações vivenciadas por mulheres empresárias, fez-se necessário esconder os seus traços femininos, com o receio de que isso transmitisse uma mensagem de menor capacidade para gerir um negócio. Dentro do estudo realizado pelos autores, a grande dificuldade encontrada pelas mulheres que trabalham num meio considerado socialmente masculino foi serem vistas de forma diferenciada pelos fornecedores, funcionários e clientes, levando a que os relacionamentos se tornassem restritos.

Apesar do aumento do número negócios criados e geridos por elas, os estudiosos desta temática salientam que a remuneração salarial das mulheres é influenciado por agentes externos, como questões políticas, sociais e culturais (Warnecke, 2013 referido em de Ruyter et al. 2011; Padgett & Warnecke, 2011). O efeito desse tipo de influência pode ser visto no Brasil, onde a pouca representatividade das mulheres no meio político pode propiciar a permanência das desigualdades de género (Zouain & Barone, 2009). Outros estudos confirmam que a participação das mulheres no empreendedorismo é inferior quanto maior for o nível de desenvolvimento do país (Cardella et al., 2020). Por outro lado, as mulheres empreendedoras continuam a vivenciar o “conflito trabalho-família” resultado do “embate entre as atividades tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, tais como o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos, e o empreendimento” (Alperstedt, Ferreira & Serafim, 2014, p.223).

Além de tentar conciliar o trabalho e as responsabilidades familiares, existem outros conflitos que surgem no decorrer da atividade empreendedora feminina. Alguns dos problemas que surgem dizem à respeito ao género da atividade em si, entretanto, outras situações estão relacionadas com o género do empreendedor (Alperstedt et al., 2014). Estes obstáculos podem estar associados às questões de preconceito, onde o ato discriminatório se faz presente. É importante ressaltar que a discriminação implica num “tratamento injusto, quer dizer, uma forma de relacionamento, avaliação e atendimento comparativamente desigual e desfavorável”, e ela “tende alcançar o estatuto de uma norma social, implícita ou ser até mesmo uma prática institucionalizada” (Lima & Pereira, 2004, p.40).

Nesse sentido, o estereótipo de género pode ser entendido como um tipo de discriminação, sendo este interpretado como “conjunto de crenças dos atributos pessoais adequados a homens e mulheres” (D’Amorim, 1997, p.2). Além disso, outras formas de discriminação podem ser apontadas como barreiras ao empreendedorismo, como as questões raciais, de idade e de assédio, podendo afetar a motivação das mulheres (Mainardi et al., 2019).

Estes obstáculos que impedem a igualdade de género no empreendedorismo têm impactos sociais e económicos negativos, pois a participação feminina pode proporcionar contribuições significativas ao nível da justiça social, mas também impulsionar o desenvolvimento económico com a criação de novos empregos (Cardella et al., 2020).

Assim, é preciso ser crítico ao identificar oportunidades e dificuldades encontradas no empreendedorismo para que as mesmas possam ser questionadas se essas estiverem diretamente ligadas ao género. Mas é preciso lembrar que devido as desigualdades estarem enraizadas na sociedade e, conseqüentemente, moldarem comportamento político e económico, mudar as concepções e conceito existentes é algo desafiador e necessita de uma abordagem que abranja diversas perspectivas (Warnecke, 2013).

### **3.1. Empreendedorismo na saúde: Uma perspectiva de género**

As mudanças no mercado de trabalho repercutiram-se nas profissões da área da saúde, transformando este ambiente estável num meio competitivo (Silva & Malacarne, 2014), uma vez que tem se observado um aumento na demanda por serviços deste segmento, não somente numa tentativa de cura, mas também como forma de prevenção de doenças (Silva, Valente & Valente, 2017). Os problemas existentes na prestação de serviços de saúde, bem como o contributo das atividades desenvolvidas nesta área podem colaborar para o desenvolvimento social e crescimento

económico de um país, além de criar possibilidades para a existência de novas oportunidades, tornando-se uma alavanca para a inovação (Carneiro, 2012).

Dessa forma, entende-se que o desenvolvimento de tendências na prestação de cuidados tem concedido espaço para a evolução do empreendedorismo no quesito inovação, podendo ser dividido em duas vertentes: inovações empreendedoras e inovações a nível organizacional. A primeira se refere à implementação de novas empresas, enquanto que a segunda envolve o raciocínio do fazer (o que fazer/como fazer) referindo-se a melhorias na prestação de cuidados de saúde (Carneiro, 2012).

Contudo, é importante lembrar que “a inovação na área da saúde compreende não apenas tecnologias, mas também políticas e sistemas, sendo que atualmente pode-se dizer que a saúde encontra-se numa “Era das Parcerias”, onde a interlocução entre diferentes agentes se faz necessária para o desenvolvimento do setor” (Dambros, 2016, p.62). Todavia, estas inovações não podem esquecer que a área da saúde possui características que a diferencia das outras. Essa área, além de lidar com a saúde e a doença ainda possui regulamentações e protocolos específicos (Scharfstein & Gaurf, 2013). Conhecer essa realidade burocrática e ética é crucial para iniciar um negócio nesse ramo.

Além de considerar a inovação e o contexto socioeconômico como aspectos relevantes para se empreender na saúde, é interessante também dar atenção àqueles que estão por trás do empreendimento. Dentro das variadas características desses empreendedores, é pertinente discutirmos as questões género (Mainardi, Cassenote, Guilloux, Miotto & Scheffer 2019). As mulheres representam a maioria dos profissionais que estão distribuídos pelos grandes setores dessa área, como hospitais, consultórios, prontos-socorros, clínicas etc. E estão em ambientes de atividades indiretas relacionados a esse setor, como venda de produtos hospitalares, fármacos, ensino e pesquisa. Já os homens são a maioria no exercício de certas áreas de medicina, cirurgia, e cargos de gestão hospitalar, profissões de grande valorização social e salarial (Dias, 2015).

De forma geral, percebe-se que há poucas mulheres inseridas em categorias que tenham reconhecimento social e que sejam valorizadas. A baixa presença delas em cargos de gestão e de liderança, podem propiciar um menor entendimento das questões de trabalho (condições) das mulheres, bem como dos cuidados de saúde femininos. Em diversos momentos, o fato de um determinado cuidado em saúde ser prestado por uma mulher, é fator determinante para que outras mulheres façam uso do serviço. “A análise de género na força de trabalho em saúde pode ser reveladora quanto ao fato de que os sistemas de saúde possivelmente refletem ou mesmo

exacerbam muitas das desigualdades sociais, os quais eles próprios deveriam procurar reduzir ou evitar” (World Health Organization, 2008, p.2).

Por outro lado, parece existir “uma intensa relação entre o acesso massivo de mulheres em uma determinada profissão ou ocupação (feminilização, contabilidade de pessoas de sexo feminino ou mulheres) e a progressiva transformação qualitativa dela (feminização, caracterização e tipificação de uma ocupação ou profissão). Com o ingresso massivo de mulheres, diminuem as remunerações e o trabalho perde prestígio social” (Yannoulas, 2012, p.284). Adicionalmente, tendem a persistir as desigualdades de gênero na saúde, apesar deste sector ser considerado como feminizado em várias áreas, como já referido, e o crescente ingresso das mulheres em certas áreas onde ainda eram minoria.

Segundo Mainardi et al., (2019), que realizaram um estudo com objetivo de analisar a diferença de salários dos profissionais de medicina no Brasil, foi verificado que a desigualdade entre homens e mulheres persistiu, mesmo após o ajuste da carga horária de trabalho, grau de instrução, experiência profissional, etc., sendo que “a influência do gênero no salário permanece inexplicavelmente alta” (Mainardi et al., 2019, p.11).

Esta é uma razão para as mulheres empreenderem na área da saúde. Para as mulheres empreender nesta área, considerando o fato de serem a maioria neste segmento e ao mesmo tempo serem a minoria em cargos de chefias e remuneradamente menos valorizadas, significa ter uma oportunidade de ascensão de carreira, visibilidade, valorização profissional, representatividade e a luta pela busca de condições mais igualitárias (Mainardi et al., 2019).

Dessa forma, o empreendedorismo feminino vai além de uma escolha profissional, ele simboliza a quebra de paradigmas e a inserção da mulher no lugar que ela quer ocupar. Esta ideia vai ao encontro da perspectiva do empoderamento feminino que, segundo o sector responsável pelas mulheres na Organização das Nações Unidas (ONU), um dos princípios básicos refere-se “a tentativa de empoderar as mulheres nas atividades sociais e da economia com o objetivo de promover a equidade de gênero” (Matia, 2017, p18). Assim, este princípio vai ao encontro do empreendedorismo feminino, uma vez que o empreendedorismo possa ser visto pelas mulheres como forma de autonomia e independência financeira (Bandeira et al., 2020).

#### **4. Empreendedorismo no Brasil: Contextualizando o Estudo Empírico**

A partir da década de 90, observou-se o aumento do número de empreendedores no Brasil, e um dos motivos apontados para tal efeito é a diminuição do fechamento de pequenas e

médias empresas (PMEs) (Silveira, Passos & Martins, 2017). Também foi a partir dessa década que, houve um aumento de ações empreendedoras e políticas voltadas para esse fenômeno mundial, proporcionando uma flexibilização das atividades laborais e contribuindo para o avanço tecnológico (Zouain & Barone, 2009).

Segundo os dados do GEM de 2014, o empreendedorismo no Brasil revelava o aumento de ações empreendedoras por homens e mulheres, e tal seria efeito da difusão de informações relevantes sobre negócios e pela facilidade de acesso a esta informação, ao apoio de organizações no preparo de empreendedores, bem como políticas públicas de incentivo como, por exemplo, a criação do Microempreendedor Individual (MEI) (GEM, 2014).

Desde então, vem crescendo o número de empreendedores neste país. Há uma estimativa de que 53,5 milhões de brasileiros, entre 18 e 64 anos estejam envolvidos com atividade empreendedora, seja na criação ou consolidação. Ainda, em 2019 a taxa de empreendedorismo total no Brasil foi de 38,7% fortalecendo o a ideia de que este fenômeno está presente na vida dos brasileiros. Este fato pode ser justificado pela instabilidade econômica do país, onde se observa a baixa redução das taxas de desemprego. Reforçando esta ideia, cerca de 90% dos brasileiros apontam a falta de emprego como um dos principais motivos para empreender. Esses números enfatizam a necessidade de haver políticas cada mais abrangentes (GEM, 2019).

Já ao nos concentrarmos no empreendedorismo a nível regional, segundo Höher et.al (2017), as localidades do Rio Grande do Sul (RS) são as mais propícias a aderirem ao empreendedorismo. Isto porque, segundo os autores, também são as regiões onde a população possui maior nível educacional, maior renda per capita, e menor taxa de desemprego. Por outro lado, as localidades que possuem maior taxa de desemprego são menos favoráveis a atividades empreendedoras (Paes, Neto, Moraes & Menezes, 2019). De acordo com uma pesquisa do GEM, em 2018, no estado do Rio Grande do Sul existiam 25,8% da população a demonstrar interesse em empreender, sendo que essa percentagem é quase equivalente àquela do Brasil. Ainda, o estudo refere que os gaúchos empreendem mais por oportunidade do que por necessidade (Cunha et al., 2019).

Atendendo ao crescente número de empreendedores brasileiros, se torna importante entender a configuração deste espaço para ambos os gêneros (Jonathan, 2011). Na área da saúde, por exemplo, são 3.9 milhões de mulheres brasileiras atuantes diretamente ou indiretamente. Geralmente elas estão no sector da enfermagem, serviços comunitários e são pouco vistas em cargos de chefia e gestão de saúde, além de estarem em cargos menos

valorizados e receberem um salário menor (Dias, 2015). Todavia, o número de mulheres médicas aumentou nas últimas décadas, apesar da área ter predominância masculina. Porém, há uma divergência salarial entre esses profissionais, sendo essa lacuna estimada em 24%. Não são claros os motivos que influenciam tal divergência, ainda que certas variáveis como a questão social, comportamental e profissional possam explicar essa diferença salarial na profissão, mas que no entanto, isso não foi determinado (Mainardi et al., 2019). Ainda, são poucos os estudos que investigam as questões de gênero relacionado ao empreendedorismo na saúde.

Na comparação entre gêneros, dentro do contexto nacional, as mulheres representam um número maior de ingresso no empreendedorismo por necessidade quando comparado com dos homens (GEM, 2018).

Além disso, as mulheres conseguem menor valor nos empréstimos bancários e pagam taxas de juros maiores mesmo apresentando menor taxa de inadimplência em relação aos homens. Interpreta-se isso como uma diferenciação de gênero quanto ao incentivo ao empreendedorismo (SEBRAE, 2019). Outro fato observado é a questão da escolaridade: regra geral, as mulheres apresentam maior nível de escolaridade do que os homens. Já em relação à renda, eles ganham mais do que as mulheres (IBQP, 2019). No entanto, a nível regional, “as mulheres do Rio Grande do Sul, assim como o restante do país, estão conseguindo abrir novos empreendimentos em um padrão muito próximo aos homens”, ainda “iniciativas têm ocorrido no estado do Rio Grande do Sul para a promoção e apoio ao empreendedorismo feminino” (Da Cunha et al., 2019). Um exemplo dessas iniciativas é o projeto “RS TER – Mulheres empreendedoras”, que são cursos de capacitação online gratuitos, que abrangem assuntos referentes à finanças, inovação, marketing e e-commerce, destinados às mulheres empreendedoras (Zeni, 2021).

Ressalta-se assim, a importância de haver mais estudos dedicados a abordar o empreendedorismo numa perspectiva sociocultural, pois tal promoverá a criação de políticas voltadas para incentivar o empreendedorismo no Brasil (Paes et al., 2019). Além disso, não há informação institucional e estatística sobre a realidade das mulheres empreendedoras na área da saúde, nesse sentido o presente estudo poderá contribuir para se conhecer melhor qualitativamente a realidade destas mulheres. Assim, futuras investigações nessa área podem também ajudar a compreender como é que a lenta evolução da economia brasileira, influenciada pela instabilidade política do país, pode comprometer a atividade empreendedora, ou seja, trabalhar dentro de uma perspectiva cultural enriqueceria as compreensões do empreendedorismo numa determinada sociedade.

## 5. Metodologia

### 5.1. Justificativa e objetivos do estudo

Com o crescente número de mulheres empreendedoras nos mais diversos sectores, incluindo na área da saúde, torna-se relevante explorar questões inerentes ao empreendedorismo feminino. Ressalta-se ainda que, socialmente, a figura feminina é associada à certos comportamentos, responsabilidades e profissões, tornando-a mais suscetível encontrar empecilhos de cunho preconceituoso no exercício da sua atividade empreendedora.

Dessa forma, o cotidiano de uma mulher empreendedora pode ser influenciado por uma série de questões sócio culturais que são intrínsecas a sua prática profissional. Assim, investigar a configuração do espaço que elas estão se apropriando, bem como perceber as suas percepções acerca do empreendedorismo implica dar voz a essas mulheres, reconhecer a importante contribuição delas no sector económico e conhecer as razões que as levam a empreender, e revelando questões particulares do empreendedorismo feminino (Amorim & Batista, 2012).

Embora já exista uma extensa literatura sobre empreendedorismo feminino (Cardella et al., 2020), há poucos estudos científicos que se propuseram a investigar esta temática aplicada à área da saúde. E este constitui-se como um universo a ser explorado, tendo como objetivo geral investigar a percepção de mulheres empreendedoras na área da saúde, com ênfase em questões socioculturais que constituem o exercício da sua atividade empreendedora. Para isso foi preciso atingir os seguintes objetivos específicos:

- Explorar as características das mulheres que empreendem no sector da saúde;
- Analisar se as oportunidades e dificuldades de empreender estão relacionadas com preconceito estrutural;
- Identificar os desafios cotidianos da mulher empreendedora na saúde;
- Aprofundar o conhecimento das questões de género no âmbito do empreendedorismo feminino na saúde.

Diante dos objetivos deste estudo, é importante ressaltar que “o objeto de estudo é uma construção do pesquisador, definida em termos do que lhe parece mais útil para responder ao seu problema de pesquisa”, ainda “é irreal supor que se pode ver, descrever e descobrir a relevância teórica de tudo” (Goldenberg, 2004, p.51). Considerando o referido, a pesquisadora irá explorar questões e aspectos de maior importância para o estudo.

## **5.2. Apresentação e justificativa da metodologia**

Este estudo investigou a participação feminina no empreendedorismo na área da saúde. Para isso, é imprescindível analisar os discursos e posicionamentos das participantes considerando diversos aspectos presentes no seu cotidiano como empreendedoras.

Por ser um estudo de natureza exploratória, optou-se pela utilização de uma metodologia qualitativa. Esta busca compreender determinados “fenômenos sociais apoiados no pressuposto da maior relevância do aspecto subjetivo da ação social”, dessa forma “contrapõem-se, assim, à incapacidade da estatística de dar conta dos fenômenos complexos e da singularidade dos fenômenos que não podem ser identificados através de questionários padronizados” (Goldenberg, 2004, p.49).

Neste contexto, é importante ressaltar que a pesquisa qualitativa não se utiliza de instrumentos quantitativos para fazer a análise dos dados. Na verdade, os pesquisadores qualitativos estão atentos ao processo, não se restringem aos resultados obtidos, como também não partem de pressupostos estabelecidos por hipóteses, não estão preocupados em buscar indícios ou elementos que ratifiquem ou neguem determinadas suposições. Eles advêm de questões e interesses amplos, que ao logo do percurso da investigação, irão se tornando mais claros e específicos (Godoy, 1995).

Ainda, o enquadramento exploratório foi escolhido para este estudo, por entender que ele é utilizado quando há intenção de conhecer com maior imersão um assunto, de forma a transformá-lo mais perceptível e assim, levantar questões que sejam pertinentes para a condução da investigação (Raupp & Beuren, 2013). Este tipo de enquadramento bem como a metodologia adotada, vão ao encontro ao objetivo da pesquisa.

## **5.3. Caracterização da amostra**

No estudo participaram mulheres empreendedoras na área da saúde, restringindo o estudo aos empreendimentos localizados no Estado do Rio Grande do Sul (Brasil). A escolha desta região deve-se a três fatores: a carência de estudos voltados para o empreendedorismo feminino na área da saúde; este Estado possui sete universidades federais (C. E. Caregnato & Oliven, 2017) e isso poder levar a um maior número de pessoas com ensino superior e com o desejo de desenvolver o interesse em empreender; por último, a maior probabilidade de pessoas aceitarem contribuir para a pesquisa, visto que a pesquisadora possui uma rede de contactos neste lugar.

O estudo contou com a participação de 13 mulheres que possuíam algum tipo de empreendimento na área da saúde. Relativamente à faixa etária das participantes, cinco delas têm menos de 30 anos, quatro estão entre 30 e 40 anos e quatro delas tem idade entre 40 e os 50 anos. No que se refere ao estado civil, 11 delas são casadas ou possuem algum tipo de relacionamento sério e 2 são solteiras. Ainda, quatro de 13 mulheres são mães. A tabela 1 resume as informações sobre as participantes como: grau acadêmico, profissão, e tipo de empreendimento. Ainda, nesta tabela adotou-se um nome fictício para cada uma das entrevistadas com objetivo de deixar este estudo mais humanizado, sendo possível referenciar as entrevistas por nome e não por números.

Tabela 1: Caracterização das participantes do estudo

<b>Entrevista</b>	<b>Nome</b>	<b>Grau acadêmico</b>	<b>Profissão</b>	<b>Tipo de empreendimento</b>
1	Ana	Mestrado	Farmacêutica	Farmácia
2	Joana	Mestrado	Fonoaudióloga	Clínica
3	Flávia	Mestrado	Dentista e professora	Clínica
4	Sofia	Mestrado	Terapeuta ocupacional	Clínica
5	Helena	Especialização e mestrado	Terapeuta ocupacional	Consultório
6	Luana	Licenciatura	Massoterapeuta	Clínica
7	Julia	Especialização e mestrado	Terapeuta ocupacional	Clínica
8	Laura	Especialização e mestrado	Fonoaudióloga	Clínica
9	Regina	Licenciatura e especialização	Terapeuta ocupacional	Cursos de capacitação
10	Cláudia	Licenciatura	Massoterapeuta e administradora	Clínica
11	Sara	Especialização e mestrado	Dentista e professora	Consultório
12	Amanda	Licenciatura e especialização	Terapeuta ocupacional	Consultório
13	Bianca	Doutoramento	Terapeuta ocupacional	Clínica

Fonte: Elaboração própria

#### 5.4. Método de recolha dos dados

Sendo assim, diante da conjuntura do estudo, o instrumento escolhido para a recolha dos dados foi a entrevista, a qual contou com um guião (Apêndice I). Definiu-se este instrumento de pesquisa, pois compreende-se que esta investigação exige a interação entre o pesquisador e os

sujeitos alvos (Silva, Macêdo, Rebouças & Souza, 2006). Ainda, a escolha da entrevista é feita quando se deseja “mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos”, no qual as divergências não estejam evidentemente expostas. Nesse sentido, se forem realizadas com excelência, proporciona ao pesquisador uma imersão no contexto estudado, arrecadando indicativos sobre o modo como cada indivíduo interpreta e atribui significados a sua realidade e assim recolhendo dados consistentes, os quais permitirão explorar e explicar a constituição da lógica que conduz às relações do grupo social em questão, “o que, em geral, é mais difícil obter com outros instrumentos de coleta de dados” (Duarte, 2004, p.215). Assim, a entrevista ajuda a interpretar as vivências e significados, além de conceder informações para melhor perceber o elo entre o sujeito e o fenômeno em questão, tendo como propósito entender particularidades em relação a conduta delas frente a contextos específicos (Silva et al., 2006).

Optou-se por conduzir uma entrevista semiestruturada. Tal permitiu que a entrevista não estivesse condicionada a uma padronização de alternativas formuladas pela pesquisadora, mas sim “focalizada em um objetivo sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista” (Manzini, 1990, p.154).

O guião utilizado (Apêndice I) foi constituído por 25 perguntas que abordaram diferentes temas dentro do fenômeno do empreendedorismo na saúde. Estas perguntas foram divididas em três categorias:

- A) Concepções sobre empreendedorismo;
- B) Atividade empreendedora;
- C) A mulher empreendedora e a sociedade.

A categoria “A” visava levantar informações sobre o significado de empreendedorismo, identificar como começou o empreendimento (oportunidade x necessidade) e perceber a visão das entrevistadas quanto ao empreendedorismo na saúde. Já na categoria “B”, buscou-se informações sobre os obstáculos encontrados no processo de empreender, a constituição e importância da rede de apoios, assim como a articulação da vida pessoal x profissional. E na categoria “C”, buscou-se compreender a influência das construções sociais no cotidiano da mulher empreendedora, com foco nas questões de género.

As entrevistas realizaram-se durante o período de fevereiro a junho de 2021, através da plataforma Zoom. Este meio de comunicação foi escolhido por ser de fácil acesso e permitir o

contacto entre a pesquisadora e as participantes que se encontravam em diferentes países, além de, a entrevista ter sido realizada durante o período da pandemia de COVID-19, o que impossibilitava entrevistas presenciais.

Foi enviado a cada participante o termo de consentimento e livre esclarecimento (Apêndice II), sendo as participantes do estudo informadas que os dados recolhidos, seriam para uso exclusivo para a realização do presente estudo, não podendo ser fornecido nome e contacto das profissionais.

Antes da realização de cada entrevista, foi explicado o objetivo do estudo, bem como a liberdade de esclarecer dúvidas que surgissem referentes às perguntas ou de não responder às questões caso sentissem algum desconforto. Ainda, antes de iniciar a gravação, foi reforçado que a entrevista seria gravada e dito quando iria se iniciar a filmagem.

A pesquisa teve a colaboração de 13 mulheres que possuíam recursos materiais (computador e/ou telemovel e internet) e, disponibilidade de tempo para realizar a entrevista online.

As entrevistas foram encerradas quando se percebeu existir uma escassez de mulheres que correspondiam ao perfil do estudo e que possuíam disponibilidade e meios para participar do estudo, além de que havia a percepção da saturação de informações. A fim de esclarecimento, a saturação ocorre quando o pesquisador compreende que, depois um determinado número de entrevistas, já não há mais novas informações que venham a contribuir com o objeto pesquisado (Guerra, 2006).

Cada entrevista foi gravada com imagem e som a fim de facilitar a análise dos dados coletados. A videogravação proporciona ao pesquisador “ver-se em ação e tomar consciência de sua interação com os sujeitos da pesquisa são formas de ir corrigindo alguns aspetos importantes do posicionamento do pesquisador em campo, modificando, se necessário, sua atuação nas atividades subsequentes” (Garcez, Duarte & Eisenberg, 2011, p.254).

### **5.5. Análise de conteúdo**

Posteriormente ao encerramento das entrevistas, iniciou-se a revisão e transcrição das mesmas, visando extrair as respostas mais significativas. Estas, serão apresentadas em forma de trechos no decorrer do trabalho.

A etapa seguinte foi analisar o material recolhido. A análise de conteúdo foi a opção escolhida para tratar a informação qualitativa. A análise de conteúdo (AC) consiste em trabalhar

com a palavra de forma clara e direta gerando conclusões acerca do conteúdo do material frente ao seu contexto social (Caregnato & Mutti, 2006). A AC é composta por duas técnicas, uma de natureza descritiva e a outra interpretativa. Desse modo, cabe ao pesquisador conseguir analisar o material que possui e assim elaborar seus questionamentos, utilizando-se de conceitos e teorias que permitam associar o teórico com a parte prática (Guerra, 2006). Na AC, a escrita e a fala podem ser vistas como formas de expressão do indivíduo, onde o pesquisador, na posição de analista, procura categorizar trechos de um discurso que sejam decorrentes, buscando compreendê-los.

Após a exploração do material obtido, iniciou-se o processo de codificação de dados. Segundo Bardin (2011), esse é o momento em que as informações são desmembradas do texto e colocadas em categorias. No contexto da AC, as categorias são vistas como grupos que reúnem elementos com características semelhantes (Santos, 2012). Nesse sentido, a fim de analisar e melhor explorar as entrevistas, optou-se por utilizar a análise categorial por meio da identificação de aspectos elucidativos (Guerra, 2006). A Tabela 2 apresenta as temáticas e sub temáticas relevantes para o estudo e, posteriormente para a discussão dos resultados.

Tabela 2 – Grelha de análise.

<b>Categorias</b>	<b>Temáticas</b>	<b>Sub temáticas</b>	<b>Dimensão de Análise</b>
<b>A</b> Conceções sobre empreendedorismo	Percepção sobre empreendedorismo/empreendedor; Empreendedorismo por oportunidade x necessidade; Empreendedorismo na saúde (características do setor e das profissionais).	Conceitos associados ao empreendedorismo e agente empreendedor, reconhecimento da oportunidade x necessidade de empreender; A visão sobre empreender na saúde.	Trechos das entrevistas
<b>B</b> Atividade empreendedora	Rede de apoios; Obstáculos; Vida pessoal x vida profissional; Dificuldades e expectativas da atividade empreendedora	Desafios do empreendedorismo; A importância da rede de apoios; Gestão das responsabilidades pessoais e profissionais;	Trechos das entrevistas
<b>C</b> A mulher empreendedora e a sociedade	Influências socioculturais no empreendedorismo feminino	Preconceito estrutural; Percepção das diferenciações de gênero; Identificação e estratégias de enfrentamento da discriminação;	Trechos das entrevistas

Fonte: Elaboração própria

## 6. Apresentação e discussão dos resultados

### 6.1. Concepções sobre o empreendedorismo

Esta categoria teve como objetivo compreender e analisar o ingresso das participantes no mundo do empreendedorismo, bem como a construção da sua trajetória profissional. Dessa forma, foi questionado, o significado de “fazer” empreendedorismo. Entre os diferentes pontos de vistas, observou-se uma tendência maior de associar o ato de empreender ao capitalismo, contida na relação de geração de riqueza/lucro, criação de empregos e inovação. Nota-se que a construção desta associação/ percepção está ancorada na abordagem económica.

Como exemplo, apresenta-se os seguintes trechos das entrevistas de Sofia, Laura, Sara e Bianca:

*Eu acho que empreender, de certa forma, tem a ver com vender a nossa própria ideia, vender o nosso próprio produto ou serviço (...).* (Entrevista 4)

*Pra mim, ser empreendedor é você inovar (...).* (Entrevista 8)

*É disponibilizar o teu tempo e os teus recursos em alguma coisa que irá gerar empregos e que irá gerar lucro (...).* (Entrevista 11)

*Eu acho que é tentar inovar dentro do campo profissional que a gente atua, de uma forma que se tente diferenciar do que já existe dentro desse contexto. É buscar, realmente, se destacar e um diferencial dentro desse campo de trabalho.* (Entrevista 13)

A percepção de empreender/empreendedorismo também foi associada a uma questão comportamental, sendo descrito as características e a motivação de empreender. Conforme mostram os relatos de Ana e Julia:

*Ser empreendedora pra mim, eu acredito que seja tu se desafiar, se propor trabalhar num negócio que tu idealiza, né?! E ser chefe daquilo ali, tu vai colocar todas as tuas energias, o teu raciocínio naquilo ali, e é na verdade um desafio, porque é tu por ti mesma. Então eu vejo o empreendedorismo como um ato bem arriscado, mas ao mesmo tempo muito gratificante, porque a gente ta se doando pra aquilo que acredita.* (Entrevista 1)

*É ter o seu próprio negócio, onde você pode colocar seus valores, sua abordagem, tudo como você pensa. Diferente de quando a gente trabalha em algumas instituições que não é nossa, podendo oferecer um serviço o qual você acredita, de qualidade.* (Entrevista 7)

De acordo com o referido, a liberdade de criação e implementação de ideias, crenças e valores, constituem a grande motivação de empreender. Nesse sentido, o seu significado foi relacionado mais com a sensação de liberdade de escolha do que com a questão financeira.

Ainda, o empreendedorismo é visto como um potencial gerador de benefícios para o meio coletivo, onde para além do crescimento individual (pessoal e profissional), ele proporciona novos postos de trabalho. Ou seja, a associação do ato de empreender também é feita dentro de uma perspectiva coletiva. A fim de exemplificação, é apresentado o seguinte trecho:

*Pra mim, ser empreendedora inclui ousadia, inclui coragem, inclui uma expectativa em relação ao crescimento não só pessoal, profissional, mas na comunidade a qual eu estou inserida. Uma vez que a gente proporciona um mercado, né, a gente proporciona novos empregos, a gente proporciona movimentação financeira. Então, na minha ideia empreendedorismo inclui tudo isso: crescimento pessoal, profissional, e das famílias direta ou indiretamente em prol da comunidade como um todo. E pra mim, empreender vai muito além, propriamente, só da questão da expectativa profissional e financeira. Empreender significa crescer em todos os sentidos assim, de uma maneira global. (Entrevista 3)*

O contexto socioeconómico também exerce influência quanto a percepção do que é empreendedorismo. Isto pode ser visto no relato de Regina:

*Algo desafiador, principalmente na realidade do Brasil e pela atual conjuntura toda, sócio, política e de saúde. Então, eu vejo ser empreendedor um grande desafio nessa realidade brasileira (...). Mesmo a gente sabendo que o Rio Grande do Sul ainda é um dos estados mais favorecidos em vários níveis, mas ao mesmo tempo ele é muito desfavorecido em outras questões, principalmente no alto custo de vida e isso acaba prejudicando também para que a gente possa empreender melhor. Para mim, o que significa e o que representa melhor é a palavra desafio. (Entrevista 9)*

Assim, considerando todas as perspectivas apresentadas, observa-se que a construção dos conceitos acerca de empreender/empreendedorismo baseiam-se na abordagem económica e comportamental, onde o lado financeiro e a satisfação pessoal são associados ao significado de empreender. Ainda, dentro dessas abordagens, a figura do empreendedor é descrita como alguém disposto a correr riscos, sendo necessário dispor de coragem, ousadia e trazer a componente de inovação para o seu empreendimento. É também importante ressaltar que o contexto social, cultural e económico atua sobre a construção da percepção do indivíduo sobre essa temática.

Este contexto também pode influenciar a adesão ao empreendedorismo, podendo esta ser baseada na oportunidade ou na necessidade e o que irá diferenciar estas duas formas diferentes

de adesão é o motivo do empreendimento (Silveira et al., 2017). Analisa-se, então, de seguida as motivações por detrás da adesão ao empreendedorismo por parte das participantes no estudo. Vejamos o trecho a seguir:

*Na verdade, eu não tinha ideia, certo?! As coisas pra mim caminharam e ruminaram nesse aspecto (...). Eu me formei, fiz mestrado e fui morar com o meu marido em Caxias do Sul (...) então lá, eu tentei emprego e não tinha conseguido, e aí surgiu uma oportunidade do meu marido retornar para a nossa cidade natal e aqui eu pensei: "Meu Deus, o que eu vou fazer?!" (...). Aí na cidade ao lado, o pessoal estava vendendo [estabelecimento], estavam passando por esse processo e eu fui lá ver (...), e daí eu vi uma oportunidade na verdade, não foi uma coisa que eu pensava (...). (Entrevista 1)*

Ao analisar o relato acima, observa-se que, ao reconhecer a necessidade de ter um emprego (motivação), aliada à disponibilidade de recursos financeiros próprios, possibilitou que a entrevistada iniciasse o seu próprio negócio. Nesse sentido, interpreta-se que a oportunidade se fez presente em dois aspectos distintos: 1) Condição financeira favorável; 2) Identificação de uma oportunidade de negócio. Neste caso, a necessidade de estar no mercado de trabalho constitui o motivo do empreendimento, o qual foi possível devido a circunstâncias favoráveis.

Ainda, o empreendedorismo foi visto como alternativa para suprir uma demanda profissional. Dessa forma apresentam-se os relatos de Sofia e Helena:

*Nem sei se foi uma ideia, foi uma necessidade (...). Eu me vi na necessidade de atender os pacientes que eu conquistei (...), então eu me vi na necessidade de criar algo que fosse meu (...). (Entrevista 4)*

*Na verdade, acho que nunca foi uma ideia de se tornar empreendedora (...), foi uma coisa que foi acontecendo, eu fui atendendo os pacientes, a demanda foi aumentando cada vez mais e chegou um momento que eu vi que eu precisava mudar um pouco o meu modelo, assim, de trabalho. O modelo que eu estava anteriormente já não estava mais, é, suprimindo as minhas necessidades, e as necessidades dos próprios pacientes que eu atendia. Então, aí nisso surgiu a necessidade de mudar um pouco, de mudar a forma, o local, o modelo, padrão do lugar, mas mais foram as necessidades direta do trabalho assim, do que que o trabalho exigia. (Entrevista 5)*

É possível verificar que nos dois excertos apresentados, a palavra “necessidade” adquiriu um significado diferente daquele encontrado na literatura científica, o qual “empreender por necessidade” está relacionado com a falta de oportunidade de trabalho e também com o sustento familiar (Silveira et al., 2017). Já nestes depoimentos, esta palavra foi utilizada para descrever uma demanda de trabalho que precisou ser suprida. Tendo em vista o que os estudos trazem

acerca do empreendedorismo por necessidade e por oportunidade, interpreta-se que o motivo que as levou a empreender foi a identificação de uma oportunidade.

Ainda, empreender pode ser visto como a possibilidade de estabilidade e segurança financeira, sendo também motivado pelo bem coletivo que proporcionará à sociedade.

*Na verdade, como eu e meu esposo, nós dois somos formados em odontologia, nós trabalhávamos muito com a questão da nossa formação básica, que era aquela formação técnica que incluía a abertura de um consultório odontológico privado, né (...). E nós presenciávamos uma situação que incluía: “no caso de nós irmos a faltar ou perdermos as nossas mãos, que são os nossos instrumentos de trabalho, em que segmento nós iríamos trabalhar?”, ou “como nós trabalharíamos de forma a não termos prejuízo a nível de crescimento, de sustento, sustento da família?”, nós temos duas filhas. Então nesse sentido, nós começamos a pensar em outras possibilidades. Junto com isso vinha uma vontade grande de fazermos uma expansão no setor da odontologia (...). Nós queríamos contemplar uma demanda maior, proporcionando uma viabilidade de acesso ao tratamento odontológico com condições exequíveis e viáveis financeiramente para as pessoas (...). Essa foi uma das nossas ideias assim. (Entrevista 3)*

O empreendedorismo também surge como uma opção para aqueles que concluíram os seus estudos e que se encontram preparados para empreender.

*Na verdade, quando eu me formei o meu pai já tinha o consultório, a clínica, e eu resolvi dar uma melhorada assim (...). Nunca considerei uma empresa assim, sabe?! Apesar de ser. (Entrevista 11)*

*Na verdade, surgiu uma oportunidade (...). Com a finalização do doutorado já começou os pensamentos de abrir um local (...). (Entrevista 13)*

De maneira global, notou-se que um princípio comum para começar a empreender está numa demanda que se apresentou diante das profissionais, que também pode ser interpretada como uma oportunidade de negócio. Por outro lado, também é possível identificar que a ideia do empreendimento está relacionada com a possibilidade de se colocar no mercado de trabalho e ainda, de possibilitar um futuro financeiramente promissor. Há também quem entre no mundo do empreendedorismo visando dar continuidade a um legado familiar.

Quando o indivíduo é motivado pela oportunidade de empreender, essa decisão está relacionada com a liberdade de escolha. Por outro lado, quando a motivação é fruto da necessidade, ela advém da falta de espaço no mercado de trabalho, sendo assim, uma escolha induzida. Ainda, quando a escolha de empreender é vinculada a uma oportunidade, o desejo pela autonomia é citado em estudos como sendo um dos veículos motivacionais que levam homens e

mulheres ingressarem no empreendedorismo (Bandeira, Amorim & Oliveira, 2020). Entretanto, essa liberdade de escolha é algo que está intensamente correlacionado com mulheres pertencentes a classes sociais mais beneficiadas e com grau de ensino educacional maior (Bandeira et al., 2020; Muniz & Veneroso, 2019).

De acordo com as características das participantes (Tabela 1), é possível observar que todas elas são licenciadas e, doze das treze entrevistadas possuem mais do que este grau. Ainda, nesta tabela adotou-se um nome fictício para cada uma das entrevistadas com objetivo de deixar este estudo mais humanizado, sendo possível referenciar as entrevistas por nome e não por números.

O grau de instrução das participantes do estudo remete a um perfil de pessoas que tiveram oportunidade e condições de estudar. Para além da licenciatura, os demais títulos académicos são vistos como formas de se qualificar e assim estar apto a encarar a concorrência no mercado de trabalho. Todavia, o mercado de trabalho na área da saúde, pode exigir competências e aptidões diferentes. Dessa forma, questionou-se às entrevistadas se empreender na área da saúde é diferente de empreender em outros setores e o porquê de tal pensamento.

As entrevistadas Flávia e Sofia destacam a dimensão ética do negócio em detrimento da dimensão económica.

*Eu acho que tem algumas diferenças, hoje depois de bastante tempo eu entendo um pouco mais o empreendedorismo na área da saúde como muito próximo dos outros segmentos. Mas tem algumas características bem particulares, peculiares que incluem as questões éticas, bioéticas e legais em relação aos tipos de publicidade, a conduta com os pacientes, né, porque são seres humanos. Então assim, a gente não pode simplesmente fazer uma venda de tratamento, a gente está trabalhando com saúde. Então, é diferente (...). Eu acho que tem que ter mais cautela em função da expectativa gerada pelo cliente, pelo paciente e tendo respeito em questão da valorização da saúde. (Entrevista 3)*

*Para muitas pessoas, a saúde virou negócio (...). Eu acho que é diferente porque a gente tem uma responsabilidade que deve ser levada em consideração, a gente lida com vidas e não com coisas (...). (Entrevista 4)*

Já Helena enfatiza a dimensão desafiante do negócio associada à relação subjetiva que se estabelece com os clientes.

*Acredito que sim, porque a área da saúde é um espaço um pouco mais subjetivo, né?! A gente, bem ou mal, a gente sempre vai ter que pensar num contexto mais individual também, e não só num contexto global daquele negócio (...). Então eu acredito que precisa de um olhar um pouco mais diferenciado, e eu acho que tu não consegue trabalhar*

*tanto dentro de um molde, de um padrão. Vai ter momentos que vai te exigir que tu olhe de uma maneira mais individual para aquele cliente, para aquela pessoa. (Entrevista 5)*

*Nossa, acho que essa pergunta, de todas que tu deve me fazer, é uma das mais fáceis, porque sim, a resposta é com certeza sim, muito diferente pelo simples fato de que na universidade, dentro da nossa graduação (...), eu não conheço uma graduação da saúde que tenha uma cadeira sobre administração, sobre contabilidade, sobre marketing (...), talvez falha minha, talvez tenha, eu dentro da fono não é a minha realidade, a gente nunca teve uma cadeira que nos ensinasse a abrir uma empresa (...), dentro da saúde falta muito isso, sabe?! Falta preparar a gente pra desde cobrar uma paciente (...), eu acho que o despreparo da gente é bem visível. (Entrevista 2)*

É consensual entre as entrevistadas que o empreendimento na área da saúde se difere de outros sectores, sendo isso justificado através da subjetividade que cada paciente/cliente apresenta. Nos relatos, a saúde é tratada como um bem precioso o qual não pode ser vista e comercializado como uma mercadoria. Outra questão que surge refere-se ao facto do despreparo de profissionais de saúde em criar e gerir o seu próprio negócio, salientando que há uma carência em sua formação académica de disciplinas que preparem o aluno para empreender. Neste contexto, foi relatado que o início do empreendimento não foi algo fácil e de domínio delas. Isso pode ser confirmado nos trechos abaixo:

*Foi bem puxado, porque assim, a gente se forma, se especializa para ser um bom profissional na tua área, mas toda essa questão de administração, economia, contato com fornecedor, administrar o setor pessoal, nada disso a gente é preparado, né?! Então, foi no dia a dia mesmo. (...). Então, essa questão organizacional eu tive uma rede de apoios, sabe?! Porque a gente não tem ideia de nada disso, na questão de impostos entre estados, entre países (...). (Entrevista 1)*

*Foi bem difícil assim, porque era uma coisa muito nova pra nós, nós não conhecíamos nada. A gente tem uma disciplina no curso de odontologia de gestão e marketing na odontologia, e é muito superficial e aí eu não condeno os docentes, né, a estrutura. É realmente a questão cultural dos cursos de odontologia acho que no país, como um todo, é muito superficial a nossa análise e o nosso conhecimento sobre essa questão de gestão, sobre empreendedorismo propriamente. Então foi muito difícil o começo, foram dias de bastante empenho, de perdendo o sono, e acabando tendo que estudar e se dedicar a outras áreas que nós nunca tínhamos nos dedicado (...). (Entrevista 3)*

*Foi desafiador, porque eu não tinha noção de muitas coisas, eu fui aprendendo com o tempo, principalmente como cobrar (...). (Entrevista 9)*

O início conturbado pode ser encarado como a falta de conhecimentos sobre negócios. Associado a este pensamento, as entrevistadas relataram que a sua formação académica visou

prepará-las somente para o exercício da sua profissão, ficando esta formação carente quanto aos conhecimentos de empreendedorismo. Isso pode ser verificado nos relatos de Amanda e Sara:

*Tem a ver com a questão da parte técnica, porque na minha formação, seja ela da graduação ou dessas especializações, tu não tem as questões de como iniciar um negócio, né?! Mas sim, do conhecimento técnico daquilo que tu tá empreendendo. (Entrevista 12)*

*Nenhuma (...). A formação em si, os cursos, a graduação, nenhuma. (Entrevista 11)*

É visto que a contribuição da formação acadêmica para empreender está voltada para a parte técnica, que envolve o conhecimento do serviço que será ofertado no empreendimento. Deste modo, os profissionais ficam carentes quanto a falta de instrução de como criar e gerir o seu próprio negócio, relatando a carência de habilidades e competências sobre empreendedorismo. Esta falta de conhecimento sobre gestão foi um dos problemas ressaltados durante a fase inicial de um empreendimento, juntamente com a falta de tempo para se qualificar, conforme relatado por Joana, Laura e Luana:

*Quando a gente resolve abrir um negócio, e talvez eu faria isso diferente se eu tivesse essa maturidade que eu tenho hoje, eu teria estudado melhor o lugar que eu fosse abrir a clínica (...). (Entrevista 2)*

*A maior dificuldade eu acho que é tempo, dedicar tempo (...), ter tempo para estudar (...). Então a minha maior dificuldade foi conseguir tempo pra me dedicar a minha empresa (...). (Entrevista 8)*

*A maior dificuldade é cativar o público, né?! Tu explicar o teu trabalho, as pessoas virem até a ti (...). É um ramo que tem várias empresas fazendo isso. (Entrevista 6)*

Nota-se, nos trechos apresentados, que a falta de conhecimento sobre gestão estratégica resultou em dificuldades no desenvolvimento do empreendimento, conforme visto no relato da Joana e Luana. Essa falta de conhecimento pode ser originada na ausência de preparo focado para empreender durante as formações técnicas de cursos da área da saúde. Contudo, entende-se que o objetivo dos cursos desta área é capacitar o profissional para atuar diretamente com o paciente, devendo as competências de gestão serem adquiridas de forma extracurricular.

Ainda, os conhecimentos sobre gestão são vistos como imprescindíveis e que devem ser buscados por quem quiser empreender, de forma a complementar o que se aprende com a atividade prática, conforme os seguintes relatos.

*Eu acho que um pouco de formação (...), bastante leitura, entender o mercado... qual é o seu serviço, né, no caso da saúde a maioria são serviços, e não produtos (...). Entender quem é a sua clientela e estudo. Se eu pudesse definir numa coisa é estudo, estudar a sua clientela, estudar as variantes de preços e publicidade (...). Eu acho que a publicidade é a alma do negócio (...). (Entrevista 8)*

*Tem que ter muita experiência no que tu vai estar falando, não adianta tu só ter uma parte teórica muito forte e não ter a vivência também, acho que as duas coisas se complementam (...). (Entrevista 9)*

Além dos problemas já mencionados, podem haver dificuldades cuja origem associa-se ao machismo presente na sociedade, uma vez que “o Brasil é um país extremamente machista” (Grünnagel & Wieser, 2015). Isto pode visto no relato de Bianca.

*O que a gente teve de dificuldade assim, bastante, foi em relação ao local. O espaço era muito bom, mas ele era um local novo, então nós percebemos algumas questões de infraestrutura do local (...). Nós tivemos que fazer várias adaptações (...). E a gente viu uma certa limitação ali, por sermos duas mulheres, um pouco mais novas para tentar fazer então, essas mudanças no ambiente. No momento de contratar nós víamos que a maneira como era tratado era de uma forma diferente (...). E as coisas das obras, eu via uma limitação porque, a gente tinha uma noção de valores, e quando a gente chamava para fazer um orçamento (...), eles não olhavam, pensam e pá, o valor vinha lá em cima e nós agradecemos e partíamos para outro. E assim foi, foram vários e a gente via que o valor modificava quando éramos nós que estávamos lá, ou quando a gente pedia para os namorados entrarem em contato e fazerem o orçamento e sempre o valor modificava (...). (Entrevista 13)*

As dificuldades apontadas pelas participantes circulam entre questões da atividade empreendedora em si, passam para questões dirigidas a empreendedora, que também se depara com construções sociais de estigmatização de género. Não somente as dificuldades de criar e gerir um negócio serão resolvidas com conhecimentos específicos, pois como é possível verificar no relato da Bianca, a sua dificuldade foi em decorrência do facto de ser mulher. Assunto ao qual será abordado posteriormente.

Por fim, a responsabilidade ética é apontada como algo inerente a todos os profissionais, principalmente aos da área da saúde, visto que a saúde não pode ser entendida como um produto

a ser vendido. Amanda, em seu relato, destaca que tão importante quanto conhecer as questões que envolvem um negócio, é saber e estar ciente das responsabilidades éticas:

*Eu acho que pra ti empreender, eu acho que ele tem que ter o domínio das questões de ética como base pra tudo (...), porque não se pode se perder dentro da tua propaganda, dentro do que tu quer, tem muita coisa que o nosso código de ética não permite (...). (Entrevista 12)*

Nesta categoria, observou-se que as entrevistadas ingressaram no empreendedorismo após identificar uma oportunidade, sendo a liberdade de escolha associada às pessoas pertencentes a uma classe social favorecida e com maior grau de instrução. Também foram relatadas dificuldades quanto ao exercício da atividade empreendedora, o que é visto como algo natural do processo de empreender. Entretanto, as mulheres se deparam com outros obstáculos quando empreendem por causa da construção histórica ligado ao gênero feminino (Alperstedt et al., 2014). Dessa forma, esta categoria possibilitou conhecer a trajetória das entrevistadas no empreendedorismo, bem como entender quais os principais obstáculos encontrados por elas. Nesse sentido, entende-se que o conhecimento de gestão, juntamente com a responsabilidade ética são apontados como importantes fatores para empreender.

## **6.2. Atividade empreendedora**

Nesta categoria, buscou-se conhecer os desafios ligados à atividade empreendedora ao longo do percurso profissional das entrevistadas. Diante dos possíveis obstáculos a serem ultrapassados, estes ficam mais fáceis quando há uma rede de apoios. Desta forma, vejamos alguns dos apoios citados pelas entrevistadas:

*Então acho que esses apoios foram realmente de pessoas que já trabalhavam na área (...) inclusive a dar início ao negócio, porque eu acho que quem é profissional da saúde, a gente não trabalha sozinho (...). A nossa propaganda é, na verdade, o que ele fez de efetivo lá com o teu paciente ou o que tu mostrou interesse em estar próximo. Então, ou é o teu paciente que vai te indicar porque ele gostou do teu serviço e realmente tu solucionou o problema dele, ou é um colega que viu o teu trabalho, se interessou, gostaria de entender mais e vai te indicar (...). Então acho que é essa aproximação, esses foram os meus apoios, as pessoas que eu me aproximei em que me apoiaram, acho que esses foram os meus apoios. (Entrevista 12)*

*O que me deu segurança, foi que muito dos meus pacientes me diziam que queriam ir para o meu espaço (...), acho que isso me fez sentir capaz (...). O meu namorado (...), ele me dá um suporte, tanto no que refere ao emocional*

*quanto dessa questão também, de compreender essa parte profissional (...), a família do meu namorado, a minha família (...).* (Entrevista 4)

Nota-se que os apoios mencionados se tornaram uma espécie de estímulo para as entrevistadas darem início a sua atividade empreendedora, sendo eles provenientes dos colegas de profissão, dos próprios pacientes e de familiares. Por outro lado, a família também foi citada como uma importante rede de apoio de caráter financeiro, conforme é possível verificar nos trechos a seguir:

*O meu apoio emocional veio da minha família (...), a minha família sempre esteve aí com todo o suporte, com suporte financeiro (...) e suporte teórico foi de uma professora que eu tive na universidade (...), e ela sempre acreditou muito em mim (...), ela sempre acreditou muito no meu potencial.* (Entrevista 2)

*Eu tive apoio do meu pai, que digamos que era o dono do negócio, né?! E de repente eu cheguei e fui virando a dona do negócio. Ele abriu todas as possibilidades, ele foi essencial, porque ele poderia ter oferecido resistência. Eu acho que o único apoio que eu posso dizer, tanto financeiro né, porque eu estava começando (...). Foi essencial, senão eu não teria conseguido. O financeiro eu não precisei fazer empréstimo, nada disso porque era outra realidade (...). Foi bem tranquilo (...).* (Entrevista 11)

*O apoio de algumas colegas (...), e a minha família, não posso esquecer que a minha família me deu muito apoio na questão financeira (...).* (Entrevista 9)

É possível perceber que os apoios vieram de diferentes fontes, como a família, companheiro, colegas de profissão e clientes. Chama-se a atenção que as entrevistadas não citam políticas governamentais que as auxiliaram e/ou apoiem no processo de empreender. Isso pode ter ocorrido por não precisarem de usufruir de qualquer tipo de ajuda de cunho político/social, ou pela falta de informação da existência de rede de apoios ao empreendedor.

Até então, no Brasil são poucos os estudos que analisam as políticas públicas que influenciam os empreendedores e os negócios que eles criam. Menor ainda é o número de estudos desenvolvidos com foco nas políticas de apoio ao empreendedorismo” (Borges, Ferreira, Najberg & Costa et al, 2013, p.2), ou seja, a escassez desse tipo de estudo, colabora para a existência de dúvidas quanto a efetividade dessas políticas.

Ainda, observa-se que a rede de apoios é constituída por pessoas próximas, que ofereceram tanto o apoio emocional quanto financeiro. Esses tipos de apoios constituem uma

cadeia de incentivos, os quais transmitem segurança para ingressar no empreendedorismo. Quanto ao apoio financeiro, interpreta-se este como sendo um privilégio para poucos.

Assim, seja qual for a origem e o tipo de apoio, observa-se que estes foram fundamentais para as entrevistadas aderirem ao empreendedorismo. Dessa forma, entende-se que os incentivos são bases para “alçar voo”.

Se de um lado temos o empreendimento, do outro está o agente empreendedor, cuja atuação considera suas características pessoais, conhecimentos adquiridos e experiências vivenciadas. Desse modo, é relevante entender a percepção que ela tem de si mesmas enquanto empreendedoras, visto que esta imagem é resultante de suas características e experiências.

*Atualmente eu me defino como uma empreendedora em crescimento e em início de jornada propriamente, porque eu acho que tem sempre coisas novas, difíceis e não tão difíceis para conhecer (...).* (Entrevista 3)

*Uma empreendedora principiante, dedicada.* (Entrevista 6)

*Segura e independente.* (Entrevista 13)

Ao se descrever enquanto empreendedora, as participantes reconhecem intrinsecamente a posição que ocupa frente a um negócio e tal reconhecimento tende a levar ao empoderamento, sendo este “o processo da conquista da autonomia, da autodeterminação”, o qual implica “[n]a libertação das mulheres das amarras da opressão de género, da opressão patriarcal” (Sardenberg, 2006, p.2). Por sua vez, o empoderamento é importante, principalmente, dentro do contexto brasileiro, onde as mulheres “são afetadas pela desigualdade económica e racial dentro de uma sociedade que marginaliza aquilo que se entende como minoria” (Matia, 2017, p.20).

Desta forma, os relatos apresentados demonstram, implicitamente, que as mulheres se colocam e se reconhecem no papel de empreendedoras. E ao estarem ocupando espaços no mundo dos negócios, estão contribuindo com a quebra de diversos paradigmas, como a desigualdade de género.

Ainda, sabe-se que todo empreendimento precisa de tempo e dedicação. E é nesse momento que conciliar as relações familiares com as de trabalho podem ser difíceis, conforme mostra o relato de Cláudia:

*Essa é uma batalha, é uma batalha porque a família é completamente dependente da gente, né?! Por ser mulher, a gente tem que habituar com isso e aceitar, aceitar porque não tem outra forma, eles não conseguem viver sem a*

*mãe, sem a esposa, eles precisam disso, então uma coisa que a gente já tem que ta internalizada na mulher, né?! Então o que acontece, então eu sou, graças a Deus abençoada e bem amparada, os filhos ajudam, o esposo ajuda, então a gente é família, família mesmo. Então, cada um faz a sua parte, né, trabalho, o que for mais simples, mais básico, cada um se ajuda ali um pouquinho, então não fica todo o peso sobre mim. Fora, que eu te falei, eles são dependentes, tem coisas que é a mãe, que é a esposa e não adianta nem querer muita conversa que eles não sabem fazer, não é por falta de vontade, é por falta de conhecimento. Então é difícil, realmente é difícil conciliar a vida de dona de casa, mãe, esposa (...), mas é possível conciliar, tu tem que saber administrar (...). Realmente essa é uma das principais dificuldades de conciliar, de às vezes chegar em casa cansada e ter várias coisas a fazer, e tu tem que fazer, não adianta (...). (Entrevista 10)*

Neste relato, a dificuldade apontada está relacionada ao papel socialmente designado à mulher: responsabilidade pelas atividades do lar. Parece que estas “responsabilidades” já estão internalizadas nesta empreendedora, pois que associa as atribuições domésticas à mulher, com certa naturalidade e conformismo. Ainda, discursos amparados na palavra “ajuda”, só reforçam que a responsabilidade pelo bem-estar da família, bem como o cumprimento de tarefas domésticas é exclusivamente de sua responsabilidade, trocando a palavra “obrigação”, por “ajuda”, no que se refere a contribuição dos demais moradores da casa.

Insistir na figura feminina como a detentora das obrigações dos afazeres domésticos faz com que seja necessária uma rede de articulações que combinem as responsabilidades profissionais com os familiares (Muniz & Veneroso, 2019). O discurso de mulheres ancorados em justificativas como “tem coisas que é a mãe, que é a esposa e não adianta nem querer muita conversa que eles não sabem fazer,” (excerto da entrevista 10), “emergem no contexto da construção social do sujeito. Nesta perspectiva, a mulher contemporânea ou é culpada por trabalhar ou é culpada por deixar de fazê-lo para se dedicar ao lar e à família.” (Jonathan, 2011, p.68).

Ainda, o facto de ser empreendedora pode facilitar ou dificultar a gestão da vida pessoal e profissional, conforme visto nos relatos de Regina e Joana:

*Facilitou muito, com exceção do namoro, facilitou em todos os outros sentidos. Eu tenho tempo pra cuidar de mim, cuidar da minha saúde, eu tenho uma logística diferenciada (...). Estou muito feliz dona de mim (...). (Entrevista 9)*

*É a famosa gestão do tempo né?! Difícil, é bem difícil porque tem fases, acho que quem empreende vai me entender. Acho que a questão do tempo, sim, pra gente que é empreendedor ela é mais fácil de gerir (...) porque a gente tem uma liberdade maior (...). (Entrevista 2)*

Estes dois trechos demonstram que a liberdade de gerir o seu próprio tempo é visto como algo positivo por Regina, pois possibilita que a empreendedora tenha disponibilidade para se dedicar a outras questões além do trabalho. Por outro lado, esta mesma liberdade pode ser vista como um desafio por Joana, pois a gestão do tempo não é algo fácil de administrar, uma vez que isto implica num arranjo de comportamentos e hábitos adotados para se fazer melhor uso do tempo (C. T. de Oliveira et al., 2016).

De acordo com os relatos, a gestão do tempo é apontada como um desafio para essas empreendedoras. Saber geri-lo torna-se fundamental quando ele precisa ser dividido com as demais responsabilidades de âmbito pessoal, conforme o relato de Flávia:

*Uma das coisas que mais me incomodou assim, que foi difícil de trabalhar, foi essa questão da ampliação, da amplitude que tomou a questão financeira, né?! (...) quando a gente tem uma empresa e essa proporção se amplia, se maximiza potencialmente (...). E outra coisa que também foi difícil, foi conciliar esse crescimento e essa amplitude com o início de algumas viagens frequentes do meu marido, porque ele tinha a questão da expansão, onde ele era necessário presencialmente (...), ficava dias foras, 4, 5, 6 e eu com duas crianças pequenas em idade escolar. E eu com 40 horas de trabalho, mais consultório (...), então pra mim foi bem difícil nesse sentido (...). (Entrevista 3)*

Com este trecho, é possível observar que a Flávia precisou assumir múltiplas funções: profissional, mãe e dona de casa, enquanto a figura masculina ficou isenta das demais responsabilidades que não fossem relacionadas com o empreendimento. Dessa forma, é preciso reconhecer que os inúmeros papéis relacionados à figura feminina demonstram as demandas associadas aos papéis de género (Jonathan, 2011), e é este tipo de sobrecarga atribuída à mulher, que possibilita que os homens tenham mais tempo para se dedicar aos negócios.

Contudo, com o passar do tempo as mulheres começaram a ter uma participação ativa no mercado de trabalho. Isto foi legitimado, historicamente, quando houve a necessidade delas contribuírem com o sustento familiar (Moraes, 2012), fazendo com que as atividades do lar passassem a ficar em segundo plano. Esta mudança de comportamento pode ser vista nos relatos abaixo:

*Antigamente quando eu não empreendia, eu me dedicava muito mais as tarefas domésticas porque eu tinha mais tempo de ficar em casa (...). (Entrevista 13)*

*Eu realmente tenho uma dedicação enorme para o trabalho, não tenho dedicação quase nada com questões domésticas, tá?! Nem sei se é por falta de tempo, não tenho o perfil assim mesmo. Eu sou muito de terceirizar as*

*coisas da minha casa (...). Eu não vejo isso como algo ruim (...), porque eu acho que isso vem um pouco do meu perfil, no sentido assim, eu acho que vem um pouco da minha mãe, ela sempre me falou assim: que eu tinha sido criada para trabalhar, fazer as coisas que eu queria (...), trabalhar aonde eu quisesse, na função que eu quisesse, que eu não precisaria ser de casa se eu não quisesse (...).* (Entrevista 7)

No entanto, muitas vezes, as atividades domésticas são delegadas à terceiros quando a mulher já não consegue sozinha, dar conta das responsabilidades do lar e/ou tenha condições financeiras para pagar um prestador desse tipo de serviço. A fim de exemplificar o referido, apresentam-se os seguintes trechos:

*Eu tenho funcionárias que me ajudam nas atividades domésticas e as filhas já são maiores (...). Hoje eu tenho bastante tempo disponível pra elas, eu me propus, abri mão financeiramente de mais retorno (...) em prol da minha possibilidade de estar com as filhas (...), mas assim, eu estou em casa, estou frente as atividades domésticas, estou a frente da rotina da casa, meu esposo me apoia bastante (...). Não tem aquela coisa que “eu preciso dar conta de tudo”, eu tenho quem me ajude (...). Eu gerencio a rotina da questão doméstica. Eu não consigo mais, não é que não consigo, eu não quero mais fazer, tomar conta de tudo como antigamente eu fazia, que era uma coisa que emocionalmente acabava me sobrecarregando.* (Entrevista 3)

*É que na verdade, no momento que tu quer ser empreendedora tu vai ter que te dedicar, né?! A grande maioria das pessoas terceirizam as atividades do lar, então isso também facilita bastante pra nós. Eu quando vejo que não estou dando conta em casa, então o que eu faço, eu contrato alguém para me ajudar, para eu poder manter a atenção das crianças, dos filhos, que estão em fase escolar, então tem que ter atenção. Mas a partir do momento que eu decidi empreender, eu optei em abdicar um pouco da casa, do lar, para poder ter essa renda extra de dar uma qualidade de vida, inclusive melhor para eles, mas não deixando de atendê-los, em hipótese alguma, acho que família é fundamental, é a prioridade (...). O tempo que eu disponho hoje pra a casa é o suficiente, mesmo sendo menos, é suficiente pra dar atenção (...).* (Entrevista 10)

Nestes relatos, é percebido que, ao terem uma pessoa para fazer as atividades da casa, as entrevistadas conseguem dedicar-se ao cuidado dos filhos. Dessa forma, as responsabilidades familiares parecem ser exclusivas do gênero feminino, uma vez que elas não relatam dividir as tarefas domésticas com seus maridos.

Sabe-se que o trabalho possui importância considerável na vida das pessoas, exigindo tempo e dedicação, e isso não é diferente no cotidiano das empreendedoras entrevistadas. O trabalho é visto como uma atividade social que proporciona benefícios tanto para o coletivo como para o individual, pois é através dele que nós encontramos autonomia, independência financeira e satisfação pessoal e profissional (Muniz & Veneroso, 2019).

Contudo, o desempenho da atividade laboral pode ser afetado por problemas relacionados a um contexto externo (política, economia, questões socioculturais, burocracia etc.). Em relação à política e economia, por exemplo, uma crise nestes sectores pode resultar no aumento do desemprego, e este fazer com que a pessoa veja no empreendedorismo uma possibilidade de inserção no mercado de trabalho (empreendedorismo por necessidade). Por outro lado, este mesmo problema pode afetar negativamente empreendimentos já em funcionamento. A influência de fatores externos pode ser notada nos relatos de Flávia, Laura e Sara:

*A maior dificuldade está na questão, hoje, associada a pandemia propriamente, porque a questão de compra de material de consumo ta bem limitada, preços exorbitantes, né?! Acho que a motivação das equipes acabou sendo impactada pela questão da pandemia (...). Então, hoje eu acho que as duas dificuldades principais na questão do empreendedorismo se situam nos impactos da pandemia. Principalmente sobre a questão econômica e sobre a questão psicológica de todo mundo, de todos os colaboradores da equipe, porque isso repercute, obviamente, diretamente nas famílias de cada colaborador (...). (Entrevista 3)*

*A ampla concorrência, nem sei te dizer se é concorrência. Mas é uma concorrência desleal no sentido de ter muito profissional, muita clínica oferecendo serviço com um preço muito baixo, sabe?! (...). (Entrevista 11)*

*Eu acho que a principal é a burocracia do país e a falta de organização, porque cada lugar é de um jeito (...). Encontrar prestadores de serviço de qualidade também (...), parece que falta profissional qualificado para o serviço (...). Acho que a maior dificuldade disso é gerir pessoas, é mais difícil que burocracia (...). (Entrevista 8)*

Além disso, o contexto interno (conhecimento, experiência, aptidão etc.) também pode ser visto como obstáculos à atividade empreendedora:

*Acho que hoje, o meu maior desafio digamos assim, que eu não gosto da palavra problema, é o marketing (...). (Entrevista 2)*

*Acho que seria essa questão da publicidade, entender um pouco mais da área de empreender (...). (Entrevista 6)*

*Me organizar, acho que este está sendo o meu desafio. Aprender a me organizar (...). Gestão de tempo e gestão de serviços. (...). (Entrevista 4)*

As respostas referentes às dificuldades encontradas por elas são diversas, originadas por contextos internos e externos. No entanto, observa-se que todas as dificuldades aqui citadas não fazem menção ao agente empreendedor. O facto de não citarem dificuldades relacionadas à figura

empreendedora, pode surgir como um reforço positivo à sua prática profissional. Nesse sentido, pensar na evolução do seu negócio é algo que possa ser cogitado por elas, conforme mostra os trechos abaixo:

*Eu sou sonhadora, sabe?! Eu gosto de estar aonde eu estou (...). Eu gostaria, futuramente, de estar aqui no meu município ainda, eu gostaria de estar junto com os laços que eu já construí assim, de rede de apoio de profissionais mesmo (...). E eu tenho um sonho de ampliar (...). Eu sonho muito em talvez um dia ter uma clínica, algo grande, sabe?! (...).* (Entrevista 4)

*Nós queríamos muito evoluir para uma clínica, passar para um espaço maior (...).* (Entrevista 13)

*Eu espero que ele evolua, que continue evoluindo, porque eu acredito que sempre se possa fazer mais e melhor (...).* (Entrevista 3)

Por outro lado, também há relatos de empreendedoras já satisfeitas com a dimensão de seus negócios, conforme o relato de Cláudia e Regina:

*Para evoluir só se realmente eu mantiver esse bom atendimento, essa qualidade de atenção, de sensibilidade com os pacientes. É, eu também já estou numa fase que eu não busco uma ascensão, eu já to meio que limitando alguns atendimentos, alguns pacientes, por causa do tempo, para dedicar mais tempo à família (...).* (Entrevista 10)

*Eu não sei muito o que ele pode evoluir ainda, porque ele já evoluiu (...).* (Entrevista 9)

Pelos relatos é possível perceber que as empreendedoras se encontram em diferentes fases do empreendedorismo. Há quem considere que o seu empreendimento já atingiu o ápice que foi determinado, gerando bons frutos do seu trabalho. Por outra lado, há aquelas que almejam que seu negócio evolua para algo maior, interpretando assim, que se consideram no início da jornada. Todavia, para chegar ao nível que se quer profissionalmente, é preciso conhecer os aspectos importantes para atingir tal evolução. Deste modo, Laura e Luana citam fatores relacionados com a atividade empreendedora em si:

*Eu acho que muito estudo de mercado, de preços e planejamento de gastos (...).* (Entrevista 8)

*Ter planejamento para tu atingir as tuas metas (...).* (Entrevista 6)

Já para Flávia a relação do profissional com cliente/paciente foi apontada como fator importante para a evolução de um negócio.

*Eu acho que a coisa mais importante, fundamental de todo e qualquer negócio é a transparência (...). Você tem que dar o seu melhor, oferecer o seu melhor e ser transparente (...), ser correto, coerente, né?! (...). Você precisa ser transparente com as pessoas que trabalham com você. (Entrevista 3)*

E a busca por conhecimento foi eleito por Sofia e Bianca como importante ferramenta para o crescimento profissional:

*Seguir fazendo o que eu estou fazendo. Tentar me manter informada, atualizada, divulgando o meu trabalho, me manter investindo em estrutura, investindo em conhecimento, e investindo em oferecer um bom serviço para os pacientes/clientes que eu tenho hoje. Então, prestar um serviço de qualidade para que lembrem de mim como uma boa profissional (...). (Entrevista 4)*

*Eu sempre penso que é investir cada vez mais em aprendizado (...). (Entrevista 13)*

Conhecimento e coerência são citados como aspectos que contribuem para a evolução do empreendimento. Para se manter no mundo do empreendedorismo é preciso obter, desenvolver e aperfeiçoar habilidades e competências e ter noções de gestão, que auxiliarão no desenvolvimento do seu negócio (Salgado et al., 2012).

Definir o que precisa ser feito para atingir o objetivo que deseja profissionalmente, é de certa forma, planejar-se para o futuro. E é neste contexto, que se procurou perceber como que elas se imaginam, quais eram as suas expectativas, daqui a cinco anos como empreendedoras. Os relatos podem ser vistos nos trechos a seguir:

*Eu imagino eu tendo uma clínica, independente e com uma certa liberdade que o trabalho de autônomo nos traz. (Entrevista 13)*

*Eu me imagino em um espaço maior (...), o pessoal me reconhecendo (...). Sendo reconhecida pelo público, pelas pessoas que eu atendo. Eu acho que o reconhecimento é a gratificação do teu esforço (...). (Entrevista 6)*

Para estas duas empreendedoras, as expectativas giram em torno dos benefícios que o empreendimento pode proporcionar: liberdade, autonomia e reconhecimento. Estes podem ser entendidos como motivadores para o empreendedorismo. Além do mais, ser empreendedora é

algo que parece trazer satisfação pessoal e profissional para estas mulheres, pois elas se imaginam seguir empreendendo num futuro próximo:

*Eu me imagino empreendendo a vida inteira, se não for dentro da saúde vai ser dentro de outra coisa (...). (Entrevista 4)*

*Daqui a 5 anos eu tenho esses projetos que eu pretendo continuar, pretendo estar mais empreendedora ainda, né?! Preciso fazer cursos, conhecer pessoas, ampliar a minha rede de relacionamentos. Pra mim, são coisas fundamentais quando se quer ser empreendedor, quando se quer empreender. Eu me enxergo, eu me projeto empreendendo ainda mais, eu me projeto compartilhando esses meus projetos, inclusive com as minhas filhas (...) e eu me observo com as clínicas (...) e me enxergo com muitos projetos para realizar (...). Eu nunca me imaginava pensado e agindo como eu faço hoje na questão do empreendedorismo (...). (Entrevista 3)*

Ainda, a projeção para o futuro envolve o um maior ganho financeiro, pois interpreta-se que este seria uma das formas de reconhecimento do trabalho, conforme o relato de Laura:

*Daqui a 5 anos eu me imagino bem, estabelecida no mercado (...), que a empresa esteja estabelecida com um faturamento bem maior, porque eu acho que o nosso serviço é de qualidade, a gente tem esse diferencial que é o cuidado mais próximo do cliente (...). (Entrevista 8)*

Os excertos demonstram que elas planeiam um futuro para o seu empreendimento, conseqüentemente reforçam a ideia de continuarem sendo empreendedoras. Os motivos para se imaginarem inseridas nesse contexto, podem ser variados, seja pela necessidade de gerar renda para manter o sustento da família ou pela busca de satisfação pessoal e profissional. Seja qual for o motivo que as impulsionam, já é visto que as mulheres estão cada vez mais inseridas no mercado de trabalho (Amorim & Batista, 2012).

Nessa categoria verificou-se que as entrevistadas tiveram uma rede de apoio que as incentivaram a empreender. Estes auxílios foram tanto de caráter emocional quanto financeiro. Também foi visto que a conciliação trabalho-família é um dos desafios da mulher empreendedora, e que a falta de conhecimento em gestão foi apontada como um obstáculo ao empreendedorismo. Contudo, apesar das dificuldades, elas são capazes de se imaginar empreendendo, o que demonstra que elas estão dispostas a ultrapassar barreiras em prol do seu crescimento profissional.

### 6.3. A mulher empreendedora e a sociedade

Nesta categoria buscou-se compreender os efeitos das influências socioculturais no empreendedorismo feminino. É importante ressaltar que as percepções sobre determinadas temáticas, foram construídas a partir do meio em que estão inseridas, as experiências que tiveram e o acesso à informações que estavam ao seu alcance. De todas as categorias deste estudo, esta é a que mais demonstra subjetividade e a experiência de cada mulher. Também foi nesta categoria que muitas delas precisaram de um tempo maior para formular suas respostas, dando a ideia de que os pontos abordados em diferentes perguntas exigiam maior reflexão quando comparado com as demais categorias.

Em um primeiro momento, foi necessário perceber qual era a concepção das entrevistadas sobre a imagem que passavam enquanto empreendedoras para as outras pessoas. Dessa forma, obteve-se os seguintes trechos:

*Eu acho que os colaboradores e os familiares têm uma visão bem parecida (...), eles me veem como uma pessoa segura (...). (Entrevista 8)*

*Eu acho que estou construindo essa imagem (...). Eu acho que as pessoas me veem como uma pessoa que arrisca, que é corajosa (...). (Entrevista 4)*

Quando questionadas sobre a percepção de terceiros, as entrevistadas consideram que passam uma imagem positiva com base na sua atuação empreendedora: alguém segura e corajosa. Além disso, ser empreendedora pode transmitir a ideia de alguém que está em busca de independência e/ou estabilidade financeira, almejando autonomia e melhores condições de vida (Jonathan, 2011). Conforme mostra o excerto abaixo:

*Eu penso que eles veem mais por essa questão mesmo, pela busca de independência (...). (Entrevista 13)*

Entretanto, nem todas as entrevistadas relatam passar uma imagem positiva para as outras pessoas. Nesse sentido, a Ana conta que já vivenciou uma situação de preconceito relacionada com a sua idade, devido a acreditarem que a sua aparência jovem passa pouca credibilidade. Isto pode ser visto no seu relato:

*Olha, os meus familiares, enfim, clientes, muitas vezes eles não sabem que eu sou a proprietária. Principalmente pela minha idade, eu comecei a empreender com 25 anos, né?! Eu me tornei empreendedora, tive o meu próprio negócio*

*com 25, então assim, as pessoas (...) não dão muita credibilidade (...), as pessoas me veem como jovem, mas o que eu percebo muito é a questão da coragem, tipo vontade de trabalhar, os colaboradores também nesse aspecto (...).*  
(Entrevista 1)

Já Sara relata ter passado por situações em que as suas conquistas profissionais eram vistas pelos outros como não sendo fruto do seu esforço e mérito, mas sim por ela estar ligada a um nome familiar já consolidado pelo seu pai. Dessa forma é apresentado o seguinte excerto:

*Mas muitas vezes, muitas das minhas conquistas que foram única e exclusivamente pelo meu empenho, foram consideradas sendo porque eu era filha do meu pai, entende?! (...) Eu sofri horrores no início, as minhas conquistas todas, e depois conversando com outras pessoas eu cheguei a conclusão que tudo que eu fizesse ia ser assim, ou então eu parava de sofrer ou eu estagnava, parava de fazer. Então foi assim que eu resolvi.* (Entrevista 11)

Este excerto retrata a atribuição de sucesso associada a uma figura masculina, pois “na maioria dos casos, as mulheres são de fato tratadas como invisíveis, e assim se sentem, pois nunca foram vistas como potenciais membros, gerentes, ou sucessoras do negócio” (Curimbaba, 2000, p. 18). Isto retrata uma discriminação por ser mulher e herdeira. Estas, por sua vez, remetem a um contexto histórico, uma vez que a herança era designada a preservar a linhagem masculina, se tornando um problema quando as famílias não tinham um herdeiro homem para assumir os negócios (Curimbaba, 2000). Dessa forma, a figura feminina não era vista como alguém potencial para assumir tais responsabilidades.

Nesse sentido, entende-se o porquê que as conquistas de Sara não eram atribuídas à ela, visto que a tal invisibilidade e o não reconhecimento da mulher numa posição de poder, é algo que está intrínseco numa sociedade machista. Ainda, as dificuldades encontradas pelas mulheres brasileiras herdeiras de um negócio familiar, são ainda maiores quando comparado com as norte-americanas e europeias, devido a consolidação do patriarcalismo na sociedade brasileira (Machado et al., 2008).

A fim de aprofundar as questões referentes sobre o preconceito estrutural de gênero, buscou-se investigar em que medida o facto de ser mulher afetou a atividade empresarial das entrevistadas. Dessa forma apresentam-se os seguintes trechos:

*Às vezes na questão de negociação, sabe?! De pensar que tu é mulher e jovem, às vezes (...) o pessoal meio que te subestima, sabe, ainda mais se é homem (...), esse tipo de coisa às vezes acontece.* (Entrevista 1)

*Não vejo muita coisa assim, muita diferença talvez se fosse homem ou sendo mulher. Eu vejo um pouco da relação com os profissionais homens e os familiares homens, eu sinto que os profissionais homens têm uma postura diferente com a gente, diferente das mulheres assim. Eu já tive problemas de ir em casas, por exemplo, eu tive um problema numa casa (...), eu fui ameaçada digamos assim, para tirar a empresa dali pelo pai. Eu sinto que como eu sou mulher e a minha sócia também, os homens têm uma postura diferente, eles acreditam mais e tem uma certa consciência/certeza de que eles podem, com um discurso autoritário deles, conseguir muito mais (...) como se tivessem uma superioridade tanto dos profissionais como dos clientes, mas não de capacidade técnica assim, não senti. (Entrevista 8)*

Nos trechos referidos, compreende-se que os estereótipos de idade e gênero, foram apontados como obstáculos inerentes ao empreendedorismo. Estes, por sua vez, são frutos de construções sociais e são “associados a conceitos negativos manifestados quando emitimos um julgamento qualquer acerca de determinado tema, pessoa, grupo ou mesmo ações” (Tereza & Teles, 2007, p.27). Além disso, “o mundo estaria ordenado por códigos, passados de geração a geração, favorecendo a estereotipia, que por função defenderia as tradições culturais e posições sociais” (Guerra, 2002, p.239).

Neste sentido, considerando a atual conjuntura da sociedade, as entrevistadas tiveram que criar estratégias para superar esse tipo de preconceito, como por exemplo, fazer o uso de uma figura masculina.

*Eu acho que bastante. (...). Em muitos momentos eu precisei me apoiar numa figura masculina para conseguir algumas coisas. Mesmo quando eu fui nas imobiliárias pedir para visitar as salas comerciais, eu sempre ia acompanhada de uma figura masculina (...) então eu não era a fulana, eu era a nora do fulano. Então eu vejo que ainda tem muito dessa visão, de que tu é associada a uma figura masculina (...). Eu acho que as pessoas, elas têm ainda essa visão sabe, de que uma menina, porque eu sou nova, eu sou jovem (...), de respeitar menos. (Entrevista 4)*

Outra estratégia usada para superar a discriminação de gênero foi mudar a aparência física.

*Eu me formei com 21 anos, eu tinha uma cara assim, de criança, eu me via assim também (...). Eu lembro que na época eu cortei cabelo, fiz várias coisas para que as pessoas me vissem, né, porque as pessoas às vezes julgavam pela idade que eu tinha (...). (Entrevista 7)*

Ambas as estratégias apresentadas procuram passar uma imagem positiva e de maior credibilidade. Ainda, a questão do preconceito é sentida quando há uma desvalorização do

trabalho realizado por uma mulher em relação ao do homem, ou seja, a credibilidade associada a imagem masculina ainda é maior, mesmo ambos (homens e mulheres) tendo os mesmos conhecimentos, aptidões, competências e habilidades. A desvalorização do trabalho feminino, também pode estar relacionada com o fato da mulher engravidar e ter o direito de licença maternidade, conforme relato de Flávia, onde esses dois fatores se apresentam, ainda, como desfavorável à mulher.

*Ah, eu acho que infelizmente tem muito disso ainda, né?! Mesmo na área da odontologia, por exemplo: eu dentista, ele dentista, eu sempre fui assim, nesse sentido de dedicação. Durante a formação profissional, eu sempre fui muito mais exigente, muito mais responsável inclusive, e mesmo assim eu acho que é assim: “a clínica do fulano, o fulano convidado para participar de eventos de empreendedorismo, “o fulano convidado para participar de mesas redondas com discussão sobre administração, gestão, experiência e tal.” Eu acho que tem muito disso ainda, eu acho que essa característica da ousadia e da rede de relacionamentos, claro que é uma característica dele, mas eu acho que existe pouca credibilidade para as mulheres, tanto que eu vou te dizer que aqui em Santa Maria, eu não conheço nenhuma clínica, cuja mulher seja sócia-proprietária que esteja em evidência (...). É muito machista esta perspectiva ainda, e eu entendo que existe sim, muito menos que antigamente, óbvio. Mas eu percebo assim, quando a gente vai procurar, por exemplo, eu gosto muito de trabalhar com mulheres por eu percebo as mulheres, as equipes são essencialmente mulheres, mas eu percebo as mulheres muito mais responsáveis, organizadas nos seus planejamentos (...). E eu sempre procuro buscar as mulheres para determinados papéis, porque eu confio nessa responsabilidade. Mas de certo modo, eu também me percebo fazendo essa diferenciação, mas também no sentido de dar espaço para as mulheres (...). A cirurgia por exemplo, muitos pacientes que chegam para fazer um atendimento cirúrgico e ficam preocupados quando é uma mulher que vai fazer. No implante mesmo, no implante e na cirurgia são dois segmentos que eu percebo bastante resistência, inclusive dos pacientes e dos próprios profissionais, às vezes (...), “ah, mas não vamos contratar mulher, porque os pacientes não querem.” Então eu percebo que existe ainda, infelizmente, diferenças em relação a isso (...). Eu acho sim que existe essa diferença muito grande ainda, inclusive com pacientes idosos que nós trabalhamos bastante, que são gerações mais antigas, a gente percebe essa resistência (...). Eu senti e sinto alguma resistência, tipo: “ah, mulher fica grávida, mulher fica meses depois de licença (...).” (Entrevista 3)*

Apesar da sociedade já ter evoluído em muitos aspectos, nota-se ainda a desigualdade de gênero. Nos trechos acima, foi vista a necessidade de criação de estratégias como enfretamento da discriminação.

Todavia, considerando este cenário, algumas entrevistadas associam o facto de atuarem em um meio feminino como um espaço menos propício a passar por questões discriminatórias, sendo relatado que não possuem experiências quanto a esse tipo de situação, conforme mostra os trechos:

*Até esse momento não, talvez pelo meu ramo ser de mulheres mais (...). Não vejo essa questão assim, vejo um pouco no social (...), não no empreendedorismo, mas no exemplo assim: “eu trabalho muito, mas já devia estar pensando em ter filhos (...)”, eu vejo muitas pessoas me perguntando isso. “Quando tu tiver um filho, como tu vai fazer?”. Eu escuto algumas coisas assim, que eu acho que nessa posição de eu ser uma mulher, empreendedora, tem a ver com isso. De que eu mulher (...) tenho que ter outras funções (...). Ninguém sabe se eu realmente eu quero ter uma família, se eu realmente quero ser mãe, se esse é o meu desejo, porque eu posso não querer isso né?! Olha, eu nunca pensei nisso assim, às vezes tem algum cliente (...), mas muito difícil sabe?! (...) a minha profissão é também bastante feminina (...). Eu acredito que se fosse uma outra atividade, eu acho que a dificuldade seria maior. (Entrevista 7)*

*Não, eu nunca percebi essa questão dentro do meu trabalho, até porque a área da terapia ocupacional é uma área mais feminina, né (...). (Entrevista 12)*

Entretanto, cobranças quanto a constituição de uma família e filhos também fazem parte do cotidiano da mulher empreendedora, assim como passar por situações em que é subestimada. Portanto, “o preconceito em relação a mulheres que ocupam papéis tradicionais se manifesta pela aprovação e por avaliações positivas; já o preconceito em relação a mulheres em papéis não tradicionais se expressa por avaliações negativas” (Lima & Pereira, 2004).

Em vista disto, estratégias individuais tendem a ser criadas como forma de as mulheres se distanciarem desta realidade de gênero discriminatória e individualizarem a sua ação como empreendedoras tornando invisível o seu gênero. Um dessas formas passa por negar a discriminação de gênero.

*Se eu te dizer que não afetou, eu vou estar sendo muito otimista, será?! Eu não sei se é o meu jeito assim de ser mais incisiva, sabe?! Eu não dou muito espaço pra esse mundo machista se sobrepor a mim. (...). (Entrevista 2)*

Esta estratégia manifesta-se na forma como as entrevistadas negam ter vivenciado situações discriminatórias. Isto pode ser visto nos relatos a seguir:

*Não, (...), nunca senti nenhum comentário maldoso de alguém desmerecendo o meu trabalho, não na minha frente, né?! (...). A única coisa que eu tenho cuidado assim: como eu sou uma mulher gerindo o meu negócio dentro da minha sala comercial, o que eu tento fazer antes de, por exemplo, de solicitar uma prestação de serviço (...), eu sempre tento fazer uma pesquisa antes de mercado pra ver o que está dentro e o que está fora, porque eu sinto que “ah mulher ela não entende muito”, já tem esse preconceito de que “ela é uma mulher, é uma menina, ela não tem tanto conhecimento, então a gente pode cobrar mais” (...). Eu tento já me prevenir para não ser enganada, sabe?! (Entrevista 4)*

*Não, fora essa primeira vez lá (...) eu acredito mais que foi por uma questão de tentar ser esperto (...), não vejo como uma discriminação. A gente estudou sobre o assunto, para fazer os questionamentos diretos (...), então todas essas informações que eles nos traziam de como ia ser, eu questionava muito para mostrar que eu conhecia o que eu estava perguntando, que eu sabia, por exemplo, o valor médio do serviço (...). A gente teve que buscar conhecimento para demonstrar que realmente a gente conseguia saber sobre aquilo, lidar sobre aquilo (...). (Entrevista 13)*

Nestes dois relatos apresentados, elas afirmam não terem se sentido discriminadas ou vivenciado algo semelhante. Entretanto, ressaltam que, na condição de mulher, veem a necessidade de conhecer os preços de materiais vendidos e serviços prestados, com o intuito de não serem enganadas unicamente por serem mulheres. Assim, interpreta-se que a necessidade de buscar conhecimento com este intuito, configura-se uma situação discriminatória, a qual não foi assim classificada por elas.

Neste contexto, Flávia conta já ter vivenciado situações em que percebeu um tratamento diferenciado devido ao seu gênero, conforme mostra em seu relato:

*Não, eu acho que não. Nunca me senti assim, nesse sentido... me senti assim, né, nessa questão de perceber as diferenças nos convites. "Ah, então é o doutor fulano, extensivo à esposa", mas eu sou uma pessoa muito tranquila em relação a isso. Eu tenho duas filhas mulheres que eu trabalho muito a consciência delas em relação a isso, elas não são diferentes dos homens. Eu não levanto uma bandeira de feminista, mas na verdade eu tenho coisas bem fortes em relação a isso. Eu não me senti propriamente discriminada, mas que eu percebo assim, as diferenças em alguns momentos, eu percebo. Mas não me afetaram ao ponto de eu me incomodar. Muitas vezes eu fiz essas considerações, porque muitas vezes, quando chega um convite impresso, ou chega um convite virtual direcionado ao meu esposo como se fosse uma questão exclusivamente só dele, né (...), mas muitas vezes eu questiono (...). Eu costumo tentar conduzir desta forma, dizer que eu preciso sempre ser englobada nesse processo e ele também pode fazer parte disso, porque ele tem também duas filhas e ele tem muito o que contribuir na formação delas (...). (Entrevista 3)*

Este relato demonstra que Flávia, mesmo desempenhando as mesmas funções que seu marido, possuindo as mesmas responsabilidades e sendo também a dona da empresa, os convites são direcionados a ele. Isso pode ocorrer devido ao preconceito e, conseqüentemente, à discriminação atribuída à mulher empreendedora (Ramos & Valdisser, 2019), em que não é vista como a dona do negócio. Isso demonstra que a condição de ser mulher já é suficiente, em determinados contextos, para elas serem alvos de preconceito (Savazzoni, 2015).

Um outro ponto de questionamento, surge em detrimento da situação não ter sido interpretada, pela entrevistada, como discriminatória. Isto pode ter acontecido por razões distintas,

seja pelo desconhecimento do que é a discriminação ou por não se permitir se colocar na condição de vítima deste ato discriminatório. Ainda, imagina-se que este tipo de situação configure como uma discriminação sutil, porém esta é ainda pouco conhecida (Marques, 2016).

Além disso, observou-se uma contradição nos depoimentos de Ana quando questionada se já havia sido discriminada, conforme o seguinte trecho:

*Não, é que pode ser que eu não tenha enxergado com esses olhos (...). Tudo o que eu tive que fazer na questão de regularização da farmácia, ou no meu dia a dia assim, eu não noto a diferença de gênero ou alguma dificuldade por eu ser mulher. Não, não percebi. (Entrevista 1)*

Entretanto, em um relato anterior já apresentado (p.49), Ana diz que o facto de ser mulher e jovem fez com que fosse subestimada nas questões de negociação, principalmente quando estas eram feitas com homens. Interpreta-se assim, que quando usada a palavra “discriminação”, de modo geral, as entrevistadas tendem a não associar situações que vivenciaram como sendo frutos da discriminação de gênero, visto que essa palavra possa soar como algo “forte”.

Por outro lado, Amanda justificou não ter sido alvo de discriminação devido se encaixar no padrão socialmente privilegiado:

*Não senti (...) entendo por questões sociais, no sentido de que realmente eu acabo me encaixo no perfil privilegiado vamos dizer assim (...). Realmente não, nunca, nunca sofri nenhum tipo de preconceito. (Entrevista 12)*

Todavia, há relatos onde as entrevistadas contam que já sofreram preconceito, sendo estes de diferentes origens, conforme mostra os trechos abaixo:

*Já por uma paciente (...), como eu sou muito bem resolvida com isso, eu não tenho estresse com essas coisas, mas faço valer os meus direitos. É, porque assim, agora com a tela não da pra ver, mas eu sou bem morena (...), meu pai é negro, minha família é negra, e uma paciente, não sei em que momento foi que ela questionou assim, “se é aquela moreninha que vai me atender”, aquilo incomoda, sabe? (...). (Entrevista 2)*

*Você diz como empreendedora? Não, não, não como empreendedora. Já teve outras situações aqui no Rio Grande do Sul desde quando que cheguei, mas não como empreendedora, não por ser empreendedora (...). É que às vezes a gente não percebe (...) talvez tenha, mas eu não tenha percebido, porque aquilo não me afeta. Eu digo isso porque a minha sócia é uma pessoa que sofre muito com preconceitos de diferentes formas (...). Eu não permito que ninguém me tire do meu lugar que é de direito. Eu estou falando como empreendedora, né?! Eu acho que é por esse meu jeito*

*de não dar espaço mesmo pra isso (...). Eu acho que como empreendedora seria essa resposta, não que não tenha preconceito aqui, né?! (Entrevista 8)*

Novamente, a estratégia de adotar um comportamento diferente para enfrentar todas as questões de preconceito constituem numa abordagem individual de lidar com essas situações. Para além dos pontos já referidos nos excertos, o assédio sexual é visto como algo distante da discriminação. A fim de exemplificar, são apresentados os seguintes trechos:

*A gente passa (...), por algumas situações assim, não vou dizer de assédio, mas de piadinhas bobas. Mas acho que isso não é por ser empreendedora, acho que as mulheres em geral lamentavelmente a gente passa por isso, né, quanto mais jovem, mais comum, mas eu creio que é a única situação que eu senti assim, por ser mulher, estar passando por isso (...), então a gente está assim, mais vulnerável a ouvir o que a gente não gosta de ouvir, né?! Mas de discriminação sinceramente não, de alguém dificultar uma coisa pra mim por ser mulher, nunca senti. (...) na realidade a discriminação se sente (...). Já aconteceu de eu chegar (...) num salão de beleza (...), e ta com uma roupa não adequada que as pessoas te olham e tu já sente que é a tua roupa que está te rotulando, né?! No trabalho eu nunca senti (...). A única coisa chata é aquela situação inicial, um pouquinho de assédio, um pouquinho de gente distorcendo (...). Eu aqui com o meu trabalho, batalhando e vem alguém te falar uma coisa boba dessa, então a gente meio que, quase desanima (...). (Entrevista 10)*

*Discriminada não, mas por ser mulher massoterapeuta a gente fica com o receio de atender o público masculino, né?! Então já aconteceu dentro de uma sessão, de eu ficar com um pouco de receio da pessoa que eu estava atendendo, porque ela começou a fazer perguntas relacionada a minha vida, e não profissional (...). Eu encerrei a sessão e procurei mais não marcar (...). E eu acho que é isso, essa questão por tu ser mulher e às vezes vir um público masculino, ele acha que pode largar charadinha, acha que pode meter a mão. Eu já conheço relatos de outras colegas massoterapeutas que foram abusadas verbalmente com algumas palavras indevidas. Então, eu acho que tem essa questão, que por tu ser mulher tu acaba tendo um pouco de medo, receio de tu não conhecer aquela pessoa (...). (Entrevista 6)*

O assédio sexual é visto por estas empreendedoras como algo diferente da discriminação, no entanto “o assédio sexual também pode ser epistemologicamente compreendido como forma de discriminação sexual” (Higa, 2016, p.490). Este tipo de assédio é um fenómeno muito comum e também se faz presente nos locais de trabalho. Quando isso acontece, pode ocorrer um decréscimo na produtividade e motivação do trabalhador (Rebelo, 2008). O assédio pode ser compreendido como um tipo de discriminação na qual as mulheres são mais propensas a vivenciar. Dessa forma, ser assediada pode desencadear medo nas mulheres. Isto pode fazer com

que elas se distanciem dos homens, havendo uma interrupção das relações interpessoais (Higa, 2016b; Clarke, 2007).

Ainda, falar sobre negócios é algo que também faz parte do cotidiano de quem empreende. No entanto, historicamente, as discussões sobre este assunto pertenciam aos homens, dado que as mulheres eram associadas com os assuntos do cuidado do lar e da família, decorrente de uma educação machista. Nesse contexto, Bianca e Sara acreditam que ainda existem diferença ao falar de negócios com homens e mulheres. Vejamos os trechos a seguir:

*Eu penso que sim. O que eu vejo muito de vivência é que quando vão se falar de negócios, normalmente vai o grupo dos homens para falar, e o grupo das mulheres é como se fosse direcionado para outros assuntos. Então eu vejo uma certa exclusão das mulheres. Hoje, claro que já é muito diferente e eu sempre tento, quando isso acontece, me inserir no grupo dos homens (...). Hoje em dia a gente tem muita informação disponível também, e muitas mulheres que dão curso sobre. Então a gente está se inserindo cada vez mais nesse meio. (Entrevista 13)*

*Infelizmente eu acho que sim, negócios de forma geral eu acho que sim. Ainda existe uma cultura machista muito forte. (Entrevista 11)*

Com uma opinião diferente, Amanda acredita que já não é feita uma distinção de gênero quanto aos assuntos referentes à negócios.

*Eu sinto algo já mais misto, sabe?! Eu acho que a gente tá num momento de vida que a gente tem uma representatividade muito boa de mulheres dentro das áreas de atuação (...). Eu não sinto uma diferença, sabe?! (Entrevista 12)*

Tal pensamento baseia-se na sua concepção sobre a existência de uma maior representatividade de mulheres no empreendedorismo e conseqüentemente uma maior inserção delas no mercado de trabalho. Considera-se que esta representatividade seja efeito das lutas feministas, que tem como uma das pautas, acabar com o sistema opressor, proveniente de desigualdades e discriminações (M. C. Marques & Xavier, 2018).

Por outro lado, a opinião de Cláudia vai ao encontro das opiniões de Bianca e Sara. Entretanto, sua percepção é justificada pautada nas responsabilidades atribuídas ao gênero feminino. Nesse sentido, isto possibilitaria ao homem uma vantagem de dispor maior tempo, em relação à mulher, para se capacitar e crescer profissionalmente, podendo este ser um dos motivos do porquê que a imagem masculina passa maior credibilidade. Diante disso, é apresentado o relato de Cláudia:

*Depende bastante eu acho que do ramo negócio. Tem negócios que são basicamente, exclusivamente masculinos, que se uma mulher falar que entrar, que está ali, há uma certa resistência, né?! (...). O homem sempre vai ter mais credibilidade. Já até creio eu que (...), justamente pela pergunta quarta ou quinta que tu fez sobre a casa...nós chegamos em casa, por mais que eles nos ajudem, tem coisas que só nós podemos resolver ou só cabe a nós. Então esse tempo que a gente está em casa, está se dedicando a cuidar de assuntos da casa, eles estão se capacitando, eles estão melhorando o próprio conhecimento, então esse tempo a gente tem reduzido diante deles. Então, talvez por isso eles tenham mais credibilidade (...). É lamentável, principalmente de finanças, ver um homem falando e ver uma mulher falando, as pessoas vão dar mais atenção ao que o homem fala. (...). Aí é cultural né?! Quem está dando a credibilidade acredita que o homem sabe mais do que a mulher (...), eu digo que a cultura das pessoas ao ver duas pessoas falando do mesmo assunto, lamentável que se for algo assim, algo direto, o homem vai ter um pouquinho mais atenção do que a mulher. Apesar que as coisas estão mudando (...). Então a mulher perde a oportunidade de se capacitar ainda mais por causa dessas atribuições domésticas que ela tem, né?! (Entrevista 10)*

Apesar das mudanças que já aconteceram em relação às mulheres estarem em frente a cargos de destaque, ou até mesmo serem proprietárias de um empreendimento, estas mudanças não são bem aceitas por todos. Isto ocorre devido à existência do preconceito em relação às mulheres exercerem determinadas atividades pertencentes ao “mundo” masculino (Ramos & Valdisser, 2019). Nesse sentido, as entrevistadas acreditam que homens e mulheres recebem diferentes incentivos por parte da sociedade para se tornarem empreendedores, podendo isto ser configurado como uma diferenciação de gênero.

*Os mesmos incentivos acho que não (...). Acho que o homem tem uma questão de que ele é mais visto pra isso do que uma mulher (...). Acho que a sociedade não muda de um dia para o outro, eu acho que vem ao longo dessas posições, onde o homem nesta posição e a mulher na função de casa e filhos (...). Acho que ainda vivemos numa sociedade machista e isto opera dentro dessa questão do trabalho, do homem e da mulher, então acho que isso ainda é uma questão que a sociedade precisa evoluir. (Entrevista 7)*

*Acho que não, e acho que não porque as mulheres são muitas vezes desacreditadas (...), e porque eu acho que se houvesse o mesmo incentivo, teria muito mais mulheres empreendedoras, e não é bem isso que a gente vê hoje (...). Eu que sou uma pessoa que me aproximo, acredito no feminismo e me cerco desse tipo de gente, você acaba não vendo outras coisas fora daquela sua bolha, mas eu vejo muitas mulheres empreendedoras, mas eu vejo todas elas com muitas dificuldades de oportunidade, de serem desacreditadas, a rede de apoio é muito mais fraca, né?! (...). (Entrevista 8)*

*Infelizmente (...), eu acho que os homens têm mais incentivo, e eu vejo que é por causa da questão que eles são criados para serem os que bancam a família. Aqui no estado, o homem foi criado para ser o que dá o sustento e a mulher é a que dá apoio, né. (...). (Entrevista 9)*

As entrevistadas percebem que há diferenças sociais nos incentivos para empreender. Estes são citados como oriundos de uma cultura machista que prevalece nos dias atuais. Diante disto, as mulheres enfrentam as barreiras criadas pelo preconceito e discriminação para se manter no mercado de trabalho, tornando-se necessário lutar pela igualdade social (Ramos & Valdisser, 2019). Concordando com os relatos anteriores, algumas entrevistadas acreditam que se fossem homens teriam algumas facilidades, conforme apresenta os trechos:

*Talvez nesse aspecto de se fazer ouvir mais prontamente assim. Eu acho que, às vezes, as mulheres precisam se provar muito, ser entendidas e aceitas (...). (Entrevista 3)*

*Eu acho que entra mais a questão da comunicação quando eu dependo de outros serviços. Eu sempre penso assim, que dependendo do serviço que eu estou solicitando existe um certo preconceito quando é relacionado à mulher. Por exemplo: seguidamente o carro vai para a oficina. Quando eu preciso desses serviços de oficina, normalmente eu mando o fulano no meu lugar, porque eu sei que os valores mudam. Então, eu sempre tento, em alguns momentos indicar para que um homem faça esse tipo de serviço (...). Mais por essa questão de comunicação com serviços, que eu vejo ainda um certo preconceito quando é a mulher que está solicitando. Mas no meu atendimento não vejo essa diferenciação, a gente tem muito mais mulheres atuantes, então eu não vejo a gente sentir esse preconceito na atuação profissional. (Entrevista 13)*

*Eu acho que eu me sentiria mais segura para estar trabalhando de noite, eu acho que me sentiria mais segura para contratar alguns serviços, que eu acho que às vezes, não sei se é uma impressão minha ou não, mas eu acho que às vezes abusam por ser mulher (...). (Entrevista 4)*

Estes trechos mostram a desigualdade de gênero no contexto do empreendedorismo. Isto é percebido quando elas citam situações cotidianas que seriam diferentes se fossem homens, dando a entender que, no fundo, elas sabem da existência desse tipo de diferenciação, mas acabam por naturalizar. Ainda, o estereótipo de gênero, que pode ser entendido como “o conjunto de crenças acerca dos atributos pessoais adequados a homens e mulheres, sejam estas crenças individuais ou partilhadas” (D’Amorim, 1997, p.2) é identificado nos depoimentos como algo que contribui para a diferenciação no tratamento com homens e com mulheres.

Nessa categoria, observou-se que algumas entrevistadas sofreram discriminação de gênero, entretanto, este facto é negado por elas. Também se identificou que elas fazem uso de estratégias a fim de evitar qualquer situação desconfortável no que se refere a diferenciação de tratamento devido ao seu gênero. Apesar da discriminação ser negada, ou não reconhecida por ser subtil, as entrevistadas acreditam que homens e mulheres não são estimulados, socialmente, da mesma forma para empreender.

## 7. Conclusão

Este trabalho se propôs a investigar a percepção de mulheres empreendedoras na saúde considerando as questões relacionadas ao gênero, sendo este um estudo empírico, através da aplicação de uma metodologia qualitativa. Deste modo, foi realizado uma entrevista semiestruturada que seguiu um guião com perguntas que consideraram o cotidiano da empreendedora frente a diferentes contextos: relação vida pessoal x profissional, obstáculos da atividade empreendedora, desafios do empreendedorismo feminino, bem como conhecer o que as motiva a empreender. Os resultados do estudo mostram que a descrição do empreendedorismo foi associada pelas entrevistadas como a geração de riqueza, empregabilidade e características pessoais. Observou-se que elas iniciaram seus empreendimentos numa condição de oportunidade, sendo motivadas pela liberdade de impor suas ideias, bem como suprir o aumento da demanda de pacientes. A rede de apoio que foi identificada por elas atuou como um alicerce para empreender, uma vez que esta proporcionou suporte emocional e/ou financeiro.

Notou-se também, que ao empreender na saúde, as entrevistadas acabem por perceber o seu empreendimento como diferente daqueles fora da área da saúde, sendo que segundo as entrevistadas a saúde não poder ser vista como mercadoria e que a ética neste tipo de negócio é fator primordial.

Outro fator comum é que todas possuem ensino superior, o que é visto como facilitador para dar impulso ao ato de empreender, uma vez que elas têm o conhecimento técnico formalmente comprovado para exercer o serviço ofertado no seu empreendimento. Entretanto, o desconhecimento de questões relacionadas a gestão de negócios é apontado como dificuldade e limitador para o êxito de seus empreendimentos. A falta de conhecimento sobre empreendedorismo foi apontada como falha nos cursos de licenciaturas da saúde, os quais preparam o aluno apenas para a parte técnica, ficando assim carentes de conhecimentos de administração, finanças, contabilidade, marketing e gestão.

Os resultados também revelam que um dos fatores que limita o desenvolvimento profissional das mulheres empreendedoras está relacionado com os múltiplos papéis que elas assumem: profissional, mãe e dona de casa. Isto permite perceber que as barreiras enfrentadas por elas vão além daquelas relacionadas com os conhecimentos específicos de negócios. A gestão do tempo também foi vista como uma dificuldade, pois as entrevistadas relatam que o empreendedorismo ocupa uma parte significativa das suas vidas.

Entretanto, em situações que envolvem os negócios, relatam encontrar obstáculos de cunho sociocultural, como: preconceito racial, estereótipo de idade e género e assédio sexual. No entanto, nem todas classificaram as situações que vivenciaram como discriminatórias. Tal negação pode ocorrer devido não quererem se colocar na posição de vítima e talvez, serem vistas como alguém que “permitiu” que a experiência de diminuição e violência de género tivesse ocorrido.

De todos os tipos de discriminação, a de género foi a que predominou nos discursos, mesmo quando não identificadas como tal numa primeira abordagem ao tema. Um exemplo disto, foi a necessidade de conhecer preços de produtos e serviços que “pertencem” ao universo masculino, com o intuito de não serem enganadas. Um outro exemplo, refere-se às reuniões de negócios, onde a fala é dirigida para o homem, deixando a mulher no papel de ouvinte. Entre tantos relatos que constam neste estudo, nesses dois exemplos, percebe-se a distinção de género no tratamento das empreendedoras porque são mulheres.

Por uma perspetiva de género, identificou-se que várias das entrevistadas necessitaram de estratégias para evitar a discriminação. Entre as estratégias que foram relatadas, estão a necessidade de presença masculina, com a intenção de passar maior credibilidade e adotar um comportamento/ postura diferente quando necessitam negociar com homens. Interpreta-se assim, que essas estratégias são formas individuais de lidar com a discriminação. Nesse sentido as entrevistadas parecem naturalizar o uso de estratégias para evitar situações de discriminação, aparentando como uma forma de negar a existência da discriminação de género, além de que isto representa uma forma de não lidar com as consequências de ser mulher empreendedora (Fernandes & Mota-Ribeiro, 2017).

Ainda, dentro do contexto de género, foi relatado que elas acreditam que os homens recebem mais incentivos para se tornarem empreendedores por parte da sociedade, tal afirmação pode ser baseada em fatores culturais de criação, onde o homem foi criado livre das responsabilidades do lar, enquanto que a mulher era atribuída às atividades domésticas (de Sousa

& Guedes, 2016). Esta cultura possibilitou que o homem desenvolvesse competências e habilidades profissionais, bem como uma dedicação praticamente exclusiva ao trabalho.

Outro ponto relevante dos resultados obtidos é a dificuldade de identificar o assédio sexual como discriminação. Além deste ato estar previsto no código penal, o assédio sexual representa o preconceito de gênero comum às mulheres (Higa, 2016a). Nesse sentido, a mulher é vista como “frágil”, ficando à mercê de situações constrangedoras e por vezes, amedrontadoras. A situação de medo vivenciada por elas, pode comprometer as relações de convivências com o sexo oposto, contribuindo para a existência de uma “segregação sexual”, podendo se tornar um obstáculo frente a busca por igualdade no trabalho (Higa, 2016b; Clarke, 2007).

Por último, conclui-se que o presente estudo conseguiu identificar o perfil das empreendedoras surge dentro de um contexto, de certa forma, privilegiado, mostrando que optar pelo empreendedorismo não é algo acessível para todos. Ainda, percebe-se que as entrevistadas são discriminadas de diferentes formas, e muitas vezes de forma sutil, como por exemplo, através das palavras e atitudes (Marques, 2016). Nesse sentido, a discriminação sutil pode se expressar como desvalorização do trabalho feminino (Roos & Gatta, 2009). Porém foi percebido uma certa resistência por parte das entrevistadas em admitir que já foram vítimas de discriminação.

Como conclusão dos resultados, refira-se que apesar de todas as dificuldades, o empreendedorismo foi percebido simbolizando uma forma de independência. Assim, entende-se que mesmo com as barreiras encontradas, elas não pensam em desistir.

Nesse sentido, este estudo alcançou o seu objetivo principal que foi analisar a percepção das mulheres empreendedoras na saúde mediante o desenvolvimento das suas atividades, considerando as questões de gênero. O presente estudo reforçou a necessidade de continuar a levantar questionamentos sobre a discriminação de gênero dentro do contexto do empreendedorismo.

Por fim, a importância da realização deste estudo está em ser um contributo científico que permite reforçar a importância de debater assuntos referentes à discriminação da mulher empreendedora. A fim de que o acesso a este tipo de informação seja algo que traga clareza e levante questionamentos, numa tentativa de fortalecer as mulheres e reforçar a importância da disseminação deste tipo de informação.

## 8. Limitações do estudo e futuras investigações

Referentes às limitações encontradas neste estudo, é importante esclarecer que num primeiro momento, o objetivo proposto se referia a determinar as diferenças de género no ato de empreender na área da saúde. Para esta investigação, era necessário a contribuição de homens e mulheres que tivessem o perfil relevante para cumprimento do objetivo proposto. Entretanto, não foi possível seguir com este tema, devido a participação masculina não ter constituído um número significativo para que a comparação pudesse ser realizada. Desta forma, optou-se por alterar o tema da investigação para percepções das mulheres empreendedoras na saúde.

Apesar disso, ao considerar que o fenómeno do empreendedorismo é um assunto em evidência, principalmente no atual cenário pandémico onde ocorreu crises na economia deixando muitas pessoas desempregadas e que por sua vez, viram no empreendedorismo uma forma de se colocar no mercado de trabalho, torna-se relevante estudar a configuração deste cenário para homens e mulheres. No entanto, entender qual é a percepção das mulheres que já empreendem na saúde, torna-se importante para poder perceber quais são suas concepções acerca de diferentes temáticas que envolvem o seu cotidiano como empreendedoras.

Contudo, torna-se pertinente ressaltar que houve uma certa dificuldade das mulheres que correspondiam ao perfil do estudo, para aceitar participar na investigação, uma vez que a entrevista seria à distância, exigindo flexibilidade de horários de ambas as partes. Por outro lado, o facto de não conhecerem a pesquisadora foi também um entrave. Um outro foi a falta de disponibilidade devido à atividade empreendedora ocupam uma parte significativa dos seus dias de trabalho.

Para futuras investigações, sugere-se que seja feito uma comparação de género e de gerações, onde seja possível identificar a evolução da construção do pensamento à respeito de temáticas que envolvam questões socioculturais aplicadas ao empreendedorismo. Dessa forma, seria possível entender de que forma as diferentes concepções socioculturais do que significa ser mulher e ser homem se refletem na atividade empreendedora, ou seja, trabalhar sob a perspetiva da teoria de género, ou seja, o género enquanto categoria de análise, a qual “ênfatiza traços de construção histórica” (Matos, 2008), possibilita conhecer melhor as relações desiguais entre homens e mulheres, entendendo que estas são fruto de construções socioculturais. Ainda, sugere-se que haja mais estudos sobre o empreendedorismo na saúde envolvendo diferentes profissionais, pois os estudos científicos são carentes nesse sentido.

Além disso, de forma a dar seguimento a temática deste estudo, aconselha-se dois possíveis temas de investigação. O primeiro sobre o assédio sexual como discriminação nas relações de trabalho, tema que surgiu da observação feita de que as entrevistadas não interpretaram ou desconhecaram o assédio sexual como uma forma de discriminação. Consequentemente, elas pensam que a discriminação é algo que está distante delas. Fazer estudos sobre este assunto possibilitaria às mulheres obter maior conhecimento sobre as questões discriminatórias e entender os motivos destes não serem percebidos, a fim de evidenciar este problema e fazer com que as mulheres sejam capazes de identificar e combater toda e qualquer tipo de discriminação.

O segundo tema proposto refere-se a investigar a percepção das mulheres diante da relação trabalho- família, de forma que seja possível perceber se elas entendem como algo natural e inerente à condição de ser mulher, a necessidade e responsabilidade de equilibrar o lado profissional com as atividades do lar (cuidado da casa e da família). Pensou-se neste tema, pois uns dos relatos deste estudo mostrou que uma entrevistada internalizou tal responsabilidade, justificando que isso faria parte do que é ser mulher, sendo este pensamento fruto de construções históricas sobre o “papel” de cada género.

## 9. Referências Bibliográficas

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(5), 595–621. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>
- Ahl, H., & Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: Advancing debate to escape a dead end? *Organization*, 19(5), 543–562. <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>
- Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). *Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em histórias de vida*. 221–234.
- Amorim, R. O., & Batista, L. E. (2012). Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. *Revista Pitágoras*, 3(3), 1–13. <http://www.uniesp.edu.br/finan/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>
- Araújo, M. H., Lago, R. M., Oliveira, L. C. A., Cabral, P. R. M., Cheng, L. C., & Fillion, L. J. (2005). O estímulo ao empreendedorismo nos cursos de química: formando químicos empreendedores. *Química Nova*, 28, S18–S25. <https://doi.org/10.1590/s0100-40422005000700005>
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos E Definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539, 1–14. <https://doi.org/10.20872/24478407/regmpe.v5n1p119-136>
- Bandeira, P. B., Amorim, M. V., & Oliveira, M. Z. de. (2020). Empreendedorismo Feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 20(3), 1105–1113. <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>
- Barradas, R. (2009). Relações de gênero e saúde. Desigualdade ou discriminação? *Como e Por Que as Desigualdades Sociais Fazem Mal à Saúde?*, 73–94.
- Barros, A. A. de, & Pereira, C. M. M. de A. (2008). Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. In *Revista de Administração Contemporânea* (Vol. 12, Issue 4). <https://doi.org/10.1590/s1415-6552008000400005>
- Borges, C., Ferreira, V. da R. S., Najberg, E., & Costa, C. S. (2013). Políticas Públicas de Apoio ao Empreendedorismo: Análise de sua Presença (ou Ausência) em duas Regiões Turísticas do Estado de Goiás. *V Encontro de Estudo Em Estratégia*, 1–12. <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/3Es456.pdf>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Frontiers in Psychology*, 11(July), 1–18. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Caregnato, C. E., & Oliven, A. C. (2017). Educação superior e políticas de ação afirmativa no Rio Grande do Sul: desigualdades e equidade. *Educar Em Revista*, 33(64), 171–187. <https://doi.org/10.1509/0104-4060.47764>
- Caregnato, R. C. A., & Mutti, R. (2006). *Pesquisa qualitativa: análise de discurso*. 15(4), 679–684.
- Carneiro, V. S. (2012). *O Empreendedorismo E a Inovação Na Saúde, Factores Potenciadores De Novos Projetos*. 173.
- Cassis, Y., & Minoglou, I. (2005). Entrepreneurship in Theory and History. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Clarke, L. (2007). Sexual Harassment Law in the United States, the United Kingdom and the European Union: Discriminatory Wrongs and Dignitary Harms. *Common Law World Review*,

- 36 (2), 79–105. <https://doi.org/10.1350/clwr.2007.36.2.79>
- Cunha, C. R., Onozato, E., Guimarães, M. L., Souza, V. L., & Greco, S. M. de S. S. (2019). *Empreendedorismo no Rio Grande do Sul: 2018*. 1–168.
- Curimbaba, F. (2000). *Experiências profissionais de filhas herdeiras em empresas familiares brasileiras*.
- D'Amorim, M. A. (1997). Estereótipos de gênero e atitudes acerca da sexualidade em estudos sobre jovens brasileiros. *Temas Psicol*, 5(3), 121–134.
- Da Cunha, C. R., Onozato, E., & Junior, P. A. B. (2019). *Empreendedorismo no Rio Grande do Sul: 2018*.
- DAMBROS, Â. M. F. (2016). *DO LABORATÓRIO AO MERCADO: Uma análise do processo de empreender em Saúde*.
- De Moraes, J. A., Haddad, M. do C. L., Rossaneis, M. A., & Da Silva, L. G. de C. (2013). PRÁTICAS DE ENFERMAGEM EMPREENDEDORAS E AUTÔNOMAS. *Cogitare Enfermagem*, 18(4). <https://doi.org/10.5380/ce.v18i4.46422>
- de Sousa, L. P., & Guedes, D. R. (2016). A desigual divisão sexual do trabalho: Um olhar sobre a última década. *Estudos Avancados*, 30(87), 123–139. <https://doi.org/10.1590/S0103-40142016.30870008>
- Dias, B. C. (2015). *A mulher na Saúde: visões das abrasquianas*. Abrasco. <https://www.abrasco.org.br/site/noticias/movimentos-sociais/a-mulher-na-saude-visoes-das-abrasquianas/9435/>
- Duarte, R. (2004). Entrevistas em pesquisas qualitativas. *Educar Em Revista*, 24, 213–225. <https://doi.org/10.1590/0104-4060.357>
- Dutra, M. L. da S., Santos, Z. A. Dos, Freitas, L. G. de, Cunha, M. H. B., & Bourahli, A. (2009). Empreendedorismo feminino : oportunidade ou necessidade ? *VI SEGeT – Simpósio de Excelência Em Gestão e Tecnologia*, 1–13. [http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/412\\_Empreendedorismo\\_Feminino\\_Seget.pdf](http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/412_Empreendedorismo_Feminino_Seget.pdf)
- Fernandes, E., & Mota-Ribeiro, S. (2017). “Respect” and “self-determination” women entrepreneurs’ identities and entrepreneurial discourses. *Gender in Management*, 32(1), 66–80. <https://doi.org/10.1108/GM-04-2016-0093>
- Fontenele, R. E. S. (2010). Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(6), 1094–1112. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552010000700007>
- Garcez, A., Duarte, R., & Eisenberg, Z. (2011). Produção e análise de videogravações em pesquisas qualitativas Production and analysis of video recordings in qualitative research. *Educação e Pesquisa*, 37(2), 249–262. <http://www.scielo.br/pdf/ep/v37n2/v37n2a03.pdf>
- GEM. (2014). Empreendedorismo no Brasil. In *Empreendedorismo no Brasil - Relatório Executivo*.
- GEM. (2018). *Empreendedorismo no Brasil:2018*.
- GEM. (2019). Empreendedorismo no Brasil 2019 Relatório Executivo GEM. *Empreendedorismo No Brasil - Relatório Executivo*, 1–30. <https://doi.org/10.3916/c30-2008-01-013>
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 35(2), 57–63. <https://doi.org/10.1590/S0034-75901995000200008>
- Goldenberg, M. (2004). A arte de pesquisar. In *Revista de Administração Pública* (Vol. 39, Issue 4). <http://www.ufjf.br/labesc/files/2012/03/A-Arte-de-Pesquisar-Mirian-Goldenberg.pdf>
- Gomes, A. F., Braga, J., Doutor, L., Carvalho, M., & Cappelle, A. (2013). Do Empreendedorismo À Noção De Ações Empreendedoras: Reflexões Teóricas From Entrepreneurialism To the Notion of Entrepreneurial Actions: Theoretical Reflections Del Empreendedorismo a La Noción

- De Acciones Emprendedoras: Reflexiones Teóricas. *Revista Alcance-Eletrônica*, 20.
- Grünnagel, C., & Wieser, D. (2015). "O Brasil é um país extremamente machista": entrevista com Luiz Ruffato. *Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*, 45, 383–395. <https://doi.org/10.1590/2316-40184527>
- Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso* (Principia). Lucerna.
- Guerra, P. B. de C. (2002). Psicologia social dos estereótipos. *Psico-USF*, 7(2), 239–240. <https://doi.org/10.1590/s1413-82712002000200013>
- Halim, N. A. A., & Razak, N. A. (2014). Communication Strategies of Women Leaders in Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 118, 21–28. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.003>
- Hayton, J. C., George, G., & Zahra Shaker A. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research. *Group & Organization Studies*, 1(1), 33–52. <https://doi.org/10.1177/105960117600100111>
- Higa, F. da C. (2016a). Assédio sexual no trabalho e discriminação de gênero: duas faces da mesma moeda? *Revista Direito GV*, 12(2), 484–515. <https://doi.org/10.1590/2317-6172201620>
- Higa, F. da C. (2016b). Assédio sexual no trabalho e discriminação de gênero: duas faces da mesma moeda? *Revista Direito GV*, 12(2), 484–515. <https://doi.org/10.1590/2317-6172201620>
- IBQP. (2019). *GEM 2018 : Análise dos resultados por gênero*.
- Jonathan, E. G. (2011). Mulheres empreendedoras: O desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. *Psicologia Clínica*, 23(1), 65–85. <https://doi.org/10.1590/S0103-56652011000100005>
- José, F., & Alves, M. (2016). *Francisco José Manuel Alves Aldana Fatores que influenciam a capacidade empreendedora: Uma análise comparativa*.
- Lima, M. E. O., & Pereira, M. E. (2004). Estereótipos, preconceitos e discriminação. In *Esteriótipos, preconceitos e discriminação: perspectivas teóricas e metodológicas*. [https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/32112/1/Estereótipos%2C preconceitos e discriminação RI.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/32112/1/Estereótipos%2C%20preconceitos%20e%20discrimina%C3%A7%C3%A3o%20RI.pdf)
- Loiola, C. C. (2016). *Mulher empreendedora : Dificuldades e preconceitos*.
- Machado, R. M. da C., Wetzel, U., & Rodrigues, M. E. (2008). A experiência de sucessão para herdeiras de empresas familiares do Rio de Janeiro. *Cadernos EBAPE.BR*, 6(3), 01–24. <https://doi.org/10.1590/s1679-39512008000300009>
- Mainardi, G. M., Cassenote, A. J. F., Guilloux, A. G. A., Miotto, B. A., & Scheffer, M. C. (2019). What explains wage differences between male and female Brazilian physicians A cross-sectional nationwide study. *BMJ Open*, 9(4), 1–12. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-023811>
- Manzini, E. (1990). A entrevista na pesquisa social. In *Didática* (Vol. 26, pp. 149–156). <http://cat.inist.fr/?aModele=afficheN&cpsidt=6099557>
- Marques, A. P. de S. (2016). *A discriminação na velhice- A infantilização da pessoa idosa* [Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias]. <http://hdl.handle.net/10437/7653>
- Marques, M. C., & Xavier, Kella R. L. (2018). A gênese do movimento feminista e sua trajetória no Brasil. *VI Seminário Cetros*, 1–14.
- Martes, A. C. B. (2010). Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. *Revista de Economia Política*, 30(2), 254–270. <https://doi.org/10.1590/s0101-31572010000200005>

- Martins, L. S. E. (2013). *Selma Emanuela Lopes Martins Percepções sobre o Empreendedorismo em Enfermagem: Perspetivas, incentivos e obstáculos à atividade empreendedora no contexto nacional*. [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29324/1/Selma Emanuela Lopes Martins.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29324/1/Selma%20Emanuela%20Lopes%20Martins.pdf)
- Matia, W. R. M. (2017). *Feminismo E Empoderamento Da Mulher Na Sociedade Brasileira*. 11–29.
- Matos, M. (2008). Teorias de gênero ou teorias e gênero? Se e como os estudos de gênero e feministas se transformaram em um campo novo para as ciências. *Revista Estudos Feministas*, 16(2), 333–357. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2008000200003>
- McGowan, P., Redeker, C. L., Cooper, S. Y., & Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24(1–2), 53–72. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>
- Merhy, S. B. (2017). *Gênero E Empreendedorismo No Mundo: Fatores De Influência Em Economias De Diferentes Continentes E Níveis De Rendimento*. [https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/14242/1/Stephanie\\_Dissertação %20FINALÍSSIMA%29.pdf](https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/14242/1/Stephanie_Dissertação%20FINALÍSSIMA%29.pdf)
- Moraes, É. de. (2012). *Ser mulher na atualidade: a representação discursiva da identidade feminina em quadros humorísticos de maitena*. 259–285.
- Muniz, J. O., & Veneroso, C. Z. (2019). Diferenciais de Participação Laboral e Rendimento por Gênero e Classes de Renda: uma Investigação sobre o Ônus da Maternidade no Brasil. *Dados*, 62(1). <https://doi.org/10.1590/001152582019169>
- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1), 12–35. <https://doi.org/10.1108/13552520610638256>
- NETO, J. P. (2002). *O Papel Do Empreendedor Na Economia*. <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/109783/CNM0060-M.pdf?sequence=1>
- Nogami, V. K. da C., Medeiros, J., & Valter da Silva Faia. (2014). ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DA ATIVIDADE EMPREENDEDORA NO BRASIL DE ACORDO COM O GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR ( GEM ) ENTRE OS ANOS DE 2000 E 2013 DOI : 1014211 / regepe33002 ANALYSES OF THE EVOLUTION OF THE ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY IN BRAZIL ACCORDING TO THE. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3(3), 31–76.
- Oliveira, C. T. de, Carlotto, R. C., Teixeira, M. A. P., & Dias, A. C. G. (2016). Oficinas de Gestão do Tempo com Estudantes Universitários. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 36(1), 224–233. <https://doi.org/10.1590/1982-3703001482014>
- Oliveira, I. R., Camargo, M. L., Feijó, M. R., Campos, D. C. de, & Goulart Júnior, E. (2016). Empreendedorismo social, pós-modernidade e psicologia: compreendendo conceitos, atuações e contextos. *Gerais (Univ. Fed. Juiz Fora)*, 9(2), 290–311.
- Paes, N. N., Neto, R. pinto de C., Moraes, I. S., & Menezes, G. R. (2019). *Determinantes do empreendedorismo no Rio Grande do Sul*. 61–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.17648/sinergia-2236-7608-v23n2-8738>
- Pedro, J. M. (2005). *Traduzindo o debate do uso da categoria gênero.pdf*. 77–98.
- Pedroso, J. P. P., Massukado-Nakatani, M. S., & Mussi, F. B. (2009). A relação entre o jeitinho Brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no Brasil. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 10(4), 100–130. <https://doi.org/10.1590/s1678-69712009000400006>

- Ramos, K. de S., & Valdisser, C. R. (2019). Das dificuldades ao sucesso: os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., v.8(n.20), 23–40.
- Raupp, F. M., & Beuren, I. M. (2013). Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In *Livro - Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática* (pp. 76–97). [https://www.academia.edu/download/35790526/Cap\\_3\\_Como\\_Elaborar.pdf](https://www.academia.edu/download/35790526/Cap_3_Como_Elaborar.pdf)
- Rebelo, H. (2008). *Assédio Sexual e Moral no Local de Trabalho*. 1–8.
- Roos, P. A., & Gatta, M. L. (2009). Gender (in)equity in the academy: Subtle mechanisms and the production of inequality. *Research in Social Stratification and Mobility*, 27(3), 177–200. <https://doi.org/10.1016/j.rssm.2009.04.005>
- Rubin, G. (1993). O Tráfico de Mulheres: Notas sobre a “Economia Política” do Sexo\_trad. In *SOS Corpo* (pp. 1–32).
- Saffu, K. (2003). The role and impact of culture on South Pacific island entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 9(2), 55–73. <https://doi.org/10.1108/13552550310461045>
- Salgado, A. M. P., Camilotti, L., & Lenzana, A. G. R. (2012). A importância das habilidades e da gestão do conhecimento para o ato de empreender. *Simpósio de Excelência Em Gestão e Tecnologia*, 1–7.
- Santos, F. M. dos. (2012). Análise de conteúdo: A visão de Laurence Bardin. *Revista Eletrônica de Educação*, 6(1), 383–387.
- Savazzoni, S. de A. (2015). Preconceito, racismo e discriminação. *Revista Do Curso de Direito Da Faculdade de Humanidades e Direito*, 39–75.
- Scharfstein, M., & Gaurf. (2013). Empreendedorismo na Saúde. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Schmidt, C. M. (2008). Cultura empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. *Revista de Gestão*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.5700/rege320>
- SEBRAE. (2019). *Empreendedorismo Feminino no Brasil Características do estudo*. 1–28.
- Silva, A. A., & Malacarne, G. B. (2014). *Empreendedorismo na área da saúde - Gestão Estratégica* (Amazon Pub).
- Silva, A. C. da P., Valente, G. L. C., & Valente, G. S. C. (2017). O Empreendedorismo Como Uma Ferramenta Para Atuação Do Enfermeiro Entrepreneurship As a Tool for the Nurse ‘S Work El Empreendedorismo Como Una Herramienta Para Actuación Del Enfermero Artigo Original. *Rev Enferm UFPE on Line*, 11(4), 1595–1602. <https://doi.org/10.5205/reuol.9763-85423-1-SM.1104201701>
- Silva, G. R. F., Macêdo, K. N. F., Rebouças, C. B. de A., & Souza, Â. M. A. (2006). Entrevista como técnica de pesquisa qualitativa. *Online Brazilian Journal of Nursing*, 5(2), 246–257. <https://doi.org/10.5935/1676-4285.20060382>
- Silva, L. F., & Bassani, C. L. (2007). Evolucionismo: a face oculta do empreendedorismo. *Brazilian Business Review*, 4(1), 60–73.
- Silveira, T. S., Passos, D. F. O., & Martins, I. (2017). Empreendedorismo X Startup. *REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo Da Fatec Osasco*, 3(2), 304–322. <https://doi.org/10.21574/remipe.v3i2.1>
- Tereza, M., & Teles, M. (2007). a Força Dos Estereótipos Na Construção Da Imagem Profissional Dos Bibliotecários. *Informação & Sociedade: Estudos*, 17(3), 27–38.
- Vale, G. M. V., Corrêa, V. S., & Reis, R. F. dos. (2014). Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? In *Revista de Administração Contemporânea* (Vol. 18, Issue 3). <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>
- Warnecke, T. (2013). Entrepreneurship and gender: An institutional perspective. *Journal of*

- Economic Issues*, 47(2), 455–464. <https://doi.org/10.2753/JEI0021-3624470219>
- World Health Organization. (2008). *Estatísticas sobre gênero e força de trabalho em saúde: Vol. d* (Issue 2).
- Yannoulas, S. C. (2012). Feminização ou Feminilização? Apontamentos em torno de uma categoria. *Temporalis*, 11(22), 271–292. <https://doi.org/10.22422/2238-1856.2011v11n22p271-292>
- Zeni, C. (2021). Secretaria de Trabalho lança projeto para capacitar 1,5 mil mulheres empreendedoras no RS. Consultado em 11 nov. 2021. Disponível em <https://www.estado.rs.gov.br/secretaria-de-trabalho-lanca-projeto-para-capacitar-1-5-mil-mulheres-empreendedoras-no-rs>
- Zouain, M. D., & Barone, M. F. (2009). Small business através do pan-óptico Empreendedorismo feminino no Brasil : políticas públicas sob análise \*\*. *Micro*, 43(1), 231–256.

## Apêndice I – Guião de entrevista

### A) Concepções sobre empreendedorismo

1. O que significa para si ser empreendedora?
2. Você pensa que empreender na área da saúde seja diferente de empreender em outros setores? Por quê?
3. Como surgiu a ideia de se tornar empreendedora?
4. Como foi o início da sua atividade empreendedora?
5. Quais as maiores dificuldades que encontrou quando iniciou a sua atividade e por quê? Como resolveu elas?
6. Na sua opinião, quais são as condições necessárias para se empreender na área da saúde?
7. Você possui alguma formação académica? Se sim, qual a contribuição que a sua formação teve para dar início ao projeto de empreender? Se não possui, acha que tal formação faria diferença?
8. Que apoio teve nessa fase inicial e como é que estes foram importantes para si e para o seu negócio?

### B) Atividade empreendedora

9. Qual setor (dentro da área da saúde) que você empreende?
10. Que funções exerce na sua empresa?
11. Atualmente como se define a si enquanto empreendedora?
12. No seu dia a dia como concilia as relações familiares e de trabalho?
13. Como é que o facto de ser empreendedora afetou a gestão que faz da sua vida pessoal e vida profissional?
14. Você se dedica na mesma proporção nas atividades de trabalho como nas atividades domésticas? Como você interpreta isso?
15. Hoje, quais as dificuldades que você encontra no exercício da sua atividade empreendedora?
16. Que tipo de apoios você tem para o exercício da sua atividade empreendedora?
17. Como espera que o seu negócio evolua?

18. O que acha importante fazer para conseguir chegar ao objetivo que pretende ao nível do seu negócio
19. Enquanto empreendedora, como que se imagina daqui a 5 anos e por quê?

### **C) A mulher empreendedora e a sociedade**

20. Como acha que os outros o percebem como empreendedora?
21. Em que medida o facto de ser mulher afetou a sua atividade empresarial?
22. Já alguma vez se sentiu discriminada? Se sim em que circunstâncias e o que fez para lidar com a discriminação? Se não, por que acha que tal nunca ocorreu?
23. Na sua opinião, ao falar de negócios pensa que há diferença no tratamento com homens e com mulheres? Se sim, por quê? Se não, por quê?
24. Você acredita que homens e mulheres recebem o mesmo incentivo por parte da sociedade para se tornarem empreendedores? Se sim, por quê? Se não, por quê?
25. Se você fosse do sexo oposto ao que é, quais seriam as dificuldades ou facilidades que teria no seu dia a dia como empreendedor?

## Apêndice II – Termo de consentimento e livre esclarecimento



Universidade do Minho  
Escola de Economia e Gestão

Mestrado em Gestão de Unidades de Saúde

Informação e consentimento para participar da investigação de mestrado “A percepção de mulheres empreendedoras na área da saúde sobre as questões de género. Um estudo exploratório”

Exma. Sra.

O estudo “A percepção de mulheres empreendedoras na área da saúde sobre as questões de género. Um estudo exploratório” tem como objetivo explorar o entendimento das mulheres que empreendem na saúde sobre questões relacionadas a sua prática empreendedora.

Espera-se que com o resultado desse estudo seja possível identificar os maiores desafios encontrados pelas empreendedoras na área saúde, bem como contribuir com literatura que abrange essa temática.

Por motivos éticos, é imprescindível garantir o consentimento dos participantes para gravar o seu testemunho, respondendo às perguntas que, na forma de uma entrevista, a mestranda Laís Marques Pivetta se propõe fazer no âmbito da investigação de mestrado.

A versão em vídeo da entrevista não será divulgada. As respostas dos participantes serão utilizadas para o trabalho de dissertação, não podendo estas serem divulgadas para outras finalidades além de fins académicos.

Se deseja colaborar com a investigação de mestrado e está de acordo em realizar a entrevista, por favor, marque o quadrado correspondente com um X:

SIM  NÃO

Nome:.....Sobrenome:.....

Sexo: ( ) F ( ) M

E-mail:

Data:

Assinatura: