

ANÁLISE DA TRAJETÓRIA DE EMPRESÁRIAS NA CIDADE DE TATUÍ-SP

Lucimara Aparecida Bueno¹

Priscila Maria Vieira²

Profa. Dra. Carla Alessandra Barreto³

Profa. Ma. Lucilia Grando⁴

Profa. Esp. Regiane Cardoso⁵

RESUMO

O presente estudo analisa a trajetória das mulheres empresárias da cidade de Tatuí. Neste artigo, a análise realizada foi de levantar alguns pontos de reflexão acerca de representação social das mulheres para entender a construção da feminilidade das mulheres de negócios, recorreu-se a teorias que exploram a concepção de gênero como um processo histórico, cultural e social corroborando com uma pesquisa semântica que perpassa pela hermenêutica de duas temáticas realizada através de entrevista, sendo a pesquisa inicial a temática de identificar e caracterizar o perfil de cada empresária e quais os seus desafios, finalizando com a temática para saber quais as motivações vivenciadas. As entrevistas foram realizadas com oito empresárias de pequenas e médias empresas de vários segmentos da cidade de Tatuí. Durante a pesquisa realizada ficou evidente que as empresárias amam o que fazem, são mães, casadas e possuem um apoio familiar muito grande. No entanto, todas as empresárias entrevistadas apresentaram disponibilidade para novos conhecimentos, determinação e elevam a sua autoestima para superar as dificuldades.

¹ Graduada em Administração de Empresa cursando Pós Graduação MBA Gestão Empresarial. E-mail: maralucibueno@hotmail.com.

² Graduada em Ciências Contábeis cursando Pós Graduação MBA Gestão Empresarial. E-mail: pmv985@gmail.com.

³ Doutora em Educação Escolar – UNESP, Mestra em Educação – UFSCar, Graduada em Ciências Sociais - UNESP, Diretora Acadêmica, Vice Presidente da CPA, Professora e componente dos colegiados da Faculdade de Ensino Superior Santa Bárbara (FAESB). E-mail: prof.carla.barreto@faesb.edu.br.

⁴ Doutoranda em Psicologia Social IP-USP, Mestra em Lingüística pela Universidade de São Paulo, Graduada em Psicologia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Certificado de HE in Women and Management pela Birkbeck College, Docente da Faculdade Santa Bárbara e Coordenadora do CRAS Central da Prefeitura Municipal de Tatuí. E-mail: prof.lucilia@faesb.edu.br.

⁵ Especialista em Engenharia da Produção pela Uninter de Curitiba, Graduada em Administração pela Faculdade de Ensino Superior Santa Bárbara (FAESB). Professora na Graduação da Faculdade de Ensino Superior Santa Bárbara (FAESB). E-mail: prof.regiane@faesb.edu.br.

Palavras-chave: Gênero. Mulheres de negócios. Perfil e Trajetória profissional.

ABSTRACT

The present study analyzes a trajectory of women entrepreneurs in the city of Tatuí. In this article the analyze performed to raise the points of reflection on the social representation of women to understand the construction of the femininity of business women, we resort to theories that explore a conception of gender as a historical, cultural and social process corroborating with a semantic research through the hermeneutics of two themes was carried out through an interview, being an initial research identification and characterize of each entrepreneur's profile and what are their challenges, ending with the theme to know what motivations as lived .During the survey it became evident that this entrepreneurs love what they do, are mothers, wives and have a very large family support. However, all the entrepreneurs interviewed presented availability for new knowledge, determination and elevate their self-esteem to overcome as difficulties.

Keywords Genre. Business women. Professional profile and trajectory.

1 INTRODUÇÃO

No passado as mulheres se resumiam em “donas de casa”, hoje, dão prioridade à sua formação profissional, ocupando as mais variadas funções e cargos. Para Scott (1992), a década de 1970 marca a variabilidade histórica do termo mulher e a maneira como se alterou seu conceito. Nesse período assiste-se o ingresso das mulheres no mercado de trabalho de forma intensa e diversificada, não permitindo quaisquer retrocessos, apesar das múltiplas crises econômicas que abalaram o mundo.

A inserção de profissionais do gênero feminino nas mais diversas áreas do mercado de trabalho tem provocado mudanças que se estendem da esfera pessoal e profissional à própria sociedade. A entrada da mulher no mercado de trabalho não foi um processo simples e fácil. Várias barreiras foram e serão enfrentados pelas mulheres no mundo do trabalho. Salários menores, dupla jornada, deficiência nas políticas sociais, dificuldades na progressão de carreira, falta de voz nos espaços de decisão e poder. Para Munhoz (2000), as barreiras encontradas pela maioria das mulheres tornam-se razões para que elas optem por deixar seus atuais empregos e se lancem por conta própria como empresárias, na expectativa de poder alcançar êxito por meio de seu estilo.

No Brasil, hoje, estima-se que as mulheres sejam a “chefe da casa” em um terço dos lares. As projeções apontam que em alguns anos, metade das famílias brasileiras terão o trabalho da mulher como a principal fonte de renda (MENEZES; BERTUCCI, 2009).

Esta nova realidade ampliou as possibilidades de investigação dos fenômenos influenciados por questões de gênero, já que o papel ocupado pela mulher ultrapassa nitidamente o espaço inicial definido para sua atuação, reservada à esfera privada da vida familiar, como esposa e mãe. Na base da separação de papéis relativos à vida privada estaria a reprodução biológica e social, enquanto a vida pública seria o espaço de trabalho e atividades de produção (BOURDIEU, 2001). Nesse contexto, não apenas as relações sociais e familiares se reconfiguram, mas as próprias relações de gênero. Na medida em que ocupa novos espaços no mercado de trabalho, um novo sujeito feminino começa a ser formado.

As pesquisas sobre o perfil das mulheres à frente dos negócios abordam a questão da liderança e exploram a concepção de gênero e muitos desses, procuram sinalizar as diferenças no comportamento entre homens e mulheres. O trabalho em questão articula a partir de uma perspectiva metodológica, diferente dos estudos assinalados, a trajetória de mulheres reconhecidas como empresárias no município de Tatuí.

A metodologia descritiva alinhada à técnica de revisão bibliográfica e entrevistas realizadas mediante roteiro semi estruturado foi analisado a partir da hermenêutica observando duas temáticas: a primeira temática para identificar e caracterizar o perfil (trajetória) de cada empresária e quais os desafios enfrentados e a segunda temática, quais as motivações vivenciadas pelas empresárias de Tatuí. Para Menezes e Diniz (2011, apud Maingueneau 2000, p.13) “O artigo delimita-se a análise do discurso definida como aquela que em vez de proceder a uma análise linguística do texto em si ou a uma análise sociológica ou psicológica de seu “contexto”, visa articular sua enunciação sobre certo lugar social”.

Essa técnica tem como uma das suas principais vantagens a possibilidade de interpretação não apenas do que é dito e explicitado, mas, sobretudo, trabalhar a ideologia que está por trás das falas, entendendo o que os autores realmente querem dizer e que não é necessariamente explicitado.

É importante ressaltar que o emprego dessa técnica, na presente análise, serviu como ferramenta de interpretação das narrativas e visa à identificação dos mecanismos pelos quais os sentidos de “ser mulher de negócios” são construídos,

assim o foco da construção de sentidos sobre o que venha a ser a mulher de negócios é o discurso das próprias mulheres.

A abordagem das representações sociais possibilita, a partir de conjuntos de narrativas, buscar a compreensão da lógica e a visão do mundo dos negócios e também para compreensão das estratégias discursivas presentes nas narrativas (FIORIN, 2003).

Serão apresentadas as análises das falas das oito empresárias selecionadas como bem sucedidas da cidade de Tatuí-SP, e foram escolhidas intencionalmente por conterem alguns aspectos comuns em relação à trajetória das mulheres de sucesso.

A análise do discurso destas oito mulheres permite identificar por meio dos percursos semânticos, aspectos em comum entre tais empresárias: como o fato de terem enfrentado condições familiares adversas (aspectos culturais diferentes), e atribuírem o sucesso de seus negócios, em partes a qualificação profissional mediante a experiência de vida e amarem o que fazem, e a superação dos preconceitos e dificuldades vivenciados ao longo das suas trajetórias de vida.

2 ESTUDOS DE GÊNERO NO UNIVERSO DOS NEGÓCIOS

Os estudos de gênero na área de negócios têm destacado a visão mais global da mulher, outro predicado atribuído ao universo feminino é o famoso "jogo de cintura" e a somatória dessas virtudes é considerada características importantes para o sucesso dos seus negócios.

A mulher conquistou o seu espaço garantiu a possibilidade de trabalhar e competir com o homem em qualquer profissão (BOAS, 2012). Por mais que a participação das mulheres no mercado de trabalho seja visível e comum nos mais variados segmentos e níveis hierárquicos, é nítido que a ascensão a cargos de liderança e a posição de donas do próprio negócio continua sendo árdua.

Moraes (2016) pontua que a mulher quando empreende faz isso motivada não apenas por um resultado financeiro, ela empreende por um propósito, por uma causa, em busca de construir um legado. Para Hadary e Henderson (2013) o mercado de trabalho seja quase igualmente composto por homens e mulheres são os homens que dominam os cargos de liderança. E disputar este espaço com as mesmas estratégias dificilmente será favorável para que mais mulheres alcancem as grandes posições de comando.

Por esse motivo, sabe-se que o acesso das mulheres a posições estratégicas e de comando tem sido mais comum a cada dia. Na América do Norte e em países industrializados do mundo, por exemplo, o aumento no número de mulheres detentoras de pequenos negócios repercute bastante.

Tem se examinado que se numa economia de caráter altamente empresarial como a que existe hoje em dia as mulheres têm tido, de fato, melhores oportunidades para alcançar o sucesso financeiro ou se elas ainda enfrentam maiores riscos de pobreza e insegurança econômica quando comparadas aos homens (MORAES, 2016).

Na construção da identidade feminina há muita complexidade, quando se analisa o passado é possível perceber, no século XVIII que existiam dois tipos de mulheres, ficou evidente com mudanças políticas quando começou a surgir à burguesia, onde havia famílias tradicionais pai, mãe e filhos, com isso veio às tarefas domésticas, porém na grande maioria as mulheres do alto escalão tinham babás ou empregadas domésticas, que já caracterizam outros tipos de mulheres, que eram aquelas que já são possíveis compará-las com as mulheres de hoje, que desempenham múltiplos papéis, e cuidam de diversas tarefas. Caixeta (2004) explica que:

Para atender a essa nova exigência social, a mulher foi confinada na esfera doméstica, onde, por amor, passou a viver com o objetivo de cuidar dos(as) filhos(as), marido e casa. A transformação dos papéis sociais de homens e mulheres começou a acontecer no século XVIII em virtude de importantes mudanças políticas, sociais e econômicas, tais como: a ascensão da burguesia, criação dos estados nacionais, início da industrialização e a formação da sociedade capitalista. Este discurso social sobre a mulher começou a se modificar no século XX. Durante as duas grandes guerras, as mulheres foram incentivadas a saírem de suas casas e atuarem no mundo produtivo, uma vez que seus homens haviam partido para os campos de batalha. (CAIXETA, 2004, p 214 - 215)

Em dois séculos já foi possível notar novas mudanças, onde se percebe a mulher se moldando novamente para mais uma mudança, com os homens em campos de batalha, as mulheres tiveram que se reinventar, sozinha e na maioria com filhos, houve a necessidade de ir também para o campo de batalha, não como os de seus maridos, mas buscar o mercado de trabalho também seria uma guerra, pois saíram da zona de conforto e tudo a sua volta passaria a ser custoso, afinal elas seriam as chefes de família, e assumiriam parte da identidade revolucionária que representa a maioria das mulheres no século XXI.

Percebe-se uma linha de conquistas e com isso vem acentuando sua atuação em lugares de liderança nas empresas, e assim abrangendo seu espaço na sociedade. Gomes (2004), explica que:

Nesse contexto, outro elemento que revela a metamorfose atual do/no mercado de trabalho é o aumento da participação feminina. O crescimento consistente da presença das mulheres na esfera econômica demonstra um movimento diverso daquele tradicionalmente verificado na sociedade até então. (GOMES, 2004, p.209)

Ao se tratar de micro e pequenas empresas as mulheres tem sua presença de forma relevante. A inserção das mulheres na condição de empreendedoras veio através de dois fenômenos. O primeiro se deu por conta do aumento notável no setor de prestação de serviço; foi onde houve uma demanda de mulheres se lançando como empresárias de pequenas empresas; buscando oportunidades no setor de: limpeza, alimentação e serviços gerais (GOMES, 2001).

Com todo esse cenário a mulher começou a se destacar na economia, com atos empreendedores, colocando assim em práticas suas experiências, que é fruto de algo que está enraizado no seu alicerce, que tem sua base na: família, localidade e social. Na grande maioria o “empreendedor” feminino, nasceu da necessidade de sobrevivência, porém existem outros fatores que também leva a mulher a traçar o caminho do próprio negócio: insatisfação com os homens no poder, quando encontram um espaço para investir em um bom negócio e satisfazer suas expectativas e desejos. Embora não se trate de um fenômeno recente, o “empreendedorismo feminino” (MACHADO et. al., 2008), termo genérico que vem sendo utilizado para designar a iniciativa de mulheres em abrir um negócio próprio ou a trabalhar de forma autônoma, desponta como mais do que uma alternativa à complementação da renda familiar, neste trabalho apresenta-se a trajetória de mulheres empreendedoras no tocante a iniciativa de abrir um negócio. Ismério (2012) complementa que:

O movimento feminista, que repercutiu em todo o mundo, lutava pela igualdade profissional entre os sexos e de terem os mesmos direitos perante a lei. Reivindicava a possibilidade do amor livre, questionando o futuro destinado à mulher pela mentalidade tradicional: o casamento e a maternidade. (ISMÉRIO, 2012, p.168)

Por muito tempo, a ideia da mulher submissa e sem perspectiva de futuro, foi à única representação que lhes cabia, seu futuro não passava das paredes de suas

casas, designadas as tarefas impostas pela sociedade. Através de leituras foi possível perceber, que as mulheres tinham várias qualidades dentro de si, e que essas de fato as representavam, a mulher empresária e que vai em frente com seus ideais, sempre existiu, porém sem espaço se viu obrigada a deixar-se para trás, ou seja, socialmente as representações de submissão era a ideia imposta a elas.

Há que se ressaltar que essas mulheres são muitas, hoje representam quase metade dos empresários no Brasil, não é algo para ficar em segundo plano, principalmente quando falamos sobre o empreendedorismo que envolve necessidade, é mais relevante ainda, pois se trata da motivação das mulheres a entrarem em um negócio.

Dentro desse cenário, podemos destacar a participação das mulheres na economia, por meio de ações empreendedoras, onde elas colocam em prática os seus saberes, na maioria das vezes fruto de uma ação que teve seu alicerce na construção coletiva embasada nos eixos (familiar, local e cultural). Diante dos novos desafios que circundam a participação feminina no macrocosmo da economia pelo seu trabalho, vem crescendo a participação empreendedora, nem sempre vinculada a uma ação profissional formalizada, e ainda com pouca ou nenhuma orientação de gestão, minimizando a possibilidade de empoderamento, mas presente e em busca de crescimento. (NATIVIDADE, 2009, p.232)

Soma-se ao empoderamento feminino os novos contornos do mundo laboral em que as relações interpessoais de gênero sofreram alterações como pontua Capelle (2012, p. 54):

As relações de trabalho ganham novos significados e complexidades a partir da inserção feminina no espaço organizacional. A disputa acirrada no espaço de trabalho passa a ser vivida por homens e mulheres que buscam igualar suas oportunidades por cargos, posições hierárquicas, destaque e reconhecimento na profissão. No processo de construção de uma nova identidade, as mulheres procuram desconstruir estereótipos sociais e culturais há tempos construídos para que seja possível a transposição de barreiras, principalmente de natureza psicológica, que ainda permanecem e que se mostram como as mais difíceis de serem superadas.

Por mais difícil que seja lidar com os problemas de natureza psicológica, como preconceito, o fato de não ser aceita, são coisas que pairam sobre as mulheres, mas o que é interessante, é que mesmo com tantas controvérsias nunca se fala em desistir, o empreendedorismo feminino é prova disso, ele chegou em um tempo contemporâneo, onde por mais que os problemas existam, também existem pessoas, que acreditam nesse potencial e nessa garra, e hoje exemplos desse empreendedorismo não faltam.

Há, também, uma série de outros desafios que as mulheres precisam enfrentar nessa caminhada para construir e gerir sua empresa. Questões culturais, sociais e inerentes ao local onde se pretende empreender são exemplos de variáveis que necessitam ser levadas em conta, pois muitas vezes contribuem para que as mulheres se deparem com estruturas demasiadamente burocráticas e com uma elevada dificuldade em obter crédito e recursos capazes de financiar o novo negócio (TONELLI; ANDREASSI, 2013).

Apesar dos percalços com que se deparam, as mulheres conseguem se motivar, principalmente, pela busca da realização e da felicidade de chegar ao ápice da sua competência e de ser capaz de mudar não apenas a sua vida, mas a vida dos que estão ao seu entorno também.

Embora as mulheres fiquem menos propensas a desenvolver atividades empresariais em países com alta discriminação contra o gênero feminino e com elevado número de restrições quanto à liberdade de movimento fora do âmbito do "lar", o preconceito e as ressalvas quanto ao modo de agir não são os únicos impasses para aquelas que desejam abrir seu próprio negócio.

Um dos "segredos" femininos para obter sucesso na criação de seus negócios reside no aspecto do preparo: mulheres se planejam melhor e buscam entender mais o mercado onde atuam do que os homens. Ademais, as mulheres costumam se empenhar e dedicar mais tempo aos estudos, fator esse que possivelmente contribui para a posse de uma empresa (KOBESSI, 2010).

Quer enfrentem dificuldades provenientes do acúmulo de funções e tarefas, quer enfrentem as descabidas provocações dos preconceituosos, as mulheres mostram, cada vez mais, que não aceitam ser subjugadas e que o universo empreendedor tende a ser mais feminino do que nunca.

Na perspectiva de Hadary e Henderson (2013), as mulheres devem deixar vir à superfície as suas características, para que estas sejam conhecidas de todos, explorando o seu próprio estilo e não imitando o modelo de liderança masculino. A sua conquista tem sido lenta, mas persistente e estruturada com inteligência e muita perspicácia. Existem, no entanto, enormes vantagens em que ambos (homens e mulheres) criem sinergias nas organizações.

Em razão das experiências bem sucedidas de empresas criadas por mulheres, diversos estudos têm ressaltado características peculiares do estilo gerencial destas empreendedoras como encorajar a participação dos outros,

partilhar o poder e a informação, assim como estimular, valorizar e motivar os outros para o trabalho (BILLING; ALVESSON, 2000).

Munhoz (2000) acredita que um dos fatores de sucesso nos negócios depende da compreensão de que as mulheres, de um modo geral, desenvolvem um estilo singular quando administram este, fruto de um aprendizado desde a infância de valores, comportamentos e interesses voltados mais para a cooperação e relacionamentos – apesar deste estilo estar presente no gênero feminino, não se pode radicalizar como sendo exclusivo das mulheres.

Corroborando essa ideia Hadary e Henderson (2013) pontua que as mulheres estão fazendo a diferença gerenciando do jeito delas, tendo uma visão alternativa dos problemas gerenciais e operando com um estilo inclusivo e colaborativo.

Segundo o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), nas empresas que são criadas pelas mulheres a taxa de sobrevivência é maior, são negócios menores e tendem a estar no setor de serviços. Para o SEBRAE (2013) no Brasil o número de empresárias nas micro e pequenas empresas cresceu 108% nos últimos onze anos, sendo 7 milhões de mulheres á frente de seus negócios, 103 mil em Mato Grosso e 28% nas micro e pequenas empresas.

3 TRAJETÓRIA E PERFIL DAS EMPRESÁRIAS DE TATUÍ: RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Foram realizadas entrevistas com 8 (oito) empresárias de pequenas e médias empresas de vários segmentos do varejo da cidade de Tatuí. O protocolo seguido foi o agendamento particular com apresentação de ofício para cada uma das empresárias. As entrevistas foram gravadas e com o consentimento das participantes e em seguida transcritas visando captar as informações pertinentes aos objetivos deste estudo.

Quadro 1 - Característica das empreendedoras

Atributos pessoais e profissionais	
Perfil	<p>E1: Casada, duas filhas, nascida e criada em Tatuí, avó, muito focada no trabalho, amor pelo que faz, foi escrituraria, enfermeira e professora atualmente aposentada, atua no ramo de confeitaria.</p> <p>E2: Casada, três filhos, filha única, sonhadora, professora aposentada, religiosa, atua no ramo de decoração, comunicativa.</p> <p>E3: Casada, duas filhas, nascida em Angatuba, avó, origem de família humilde, trabalhou 45 anos no ramo de contabilidade.</p> <p>E4: Casada, dois filhos, nutricionista, formada em piano, atua no ramo de perfumaria, determinada, justa.</p> <p>E5: Casada, dois filhos, natural de São Paulo, formada em Artes e Pedagogia, trabalhou com departamento pessoal de escrita fiscal, iniciou no ramo de educação como faxineira, amor pelo que faz, sincera, atua no ramo da educação.</p> <p>E6: Casada, três filhos, atuou como bancaria, iniciou no comércio como sacoleira, espírito empreendedor, prazer de empregar, determinada e atua no ramo de atividade de vestuário.</p> <p>E7: Casada, três filhos, natural de Marília, formada em ciência da computação, mestre, atuou como auditora do MEC, mulher forte, determinada e atua no ramo da educação.</p> <p>E8: Casada, três filhos, formada em Educação Física e Ballet Clássico, diversos cursos internacionais, amor pela profissão, determinada, atua no ramo de entretenimento.</p>

Fonte: Elaboração própria (2017).

Pode-se observar que as características das empresárias vão ao encontro de pesquisas já realizadas (OLIVEIRA; NETO, 2008) destacando-se as seguintes características:

- I. Faixa etária predominante entre 35 e 50 anos
- II. Maioria é casada e tem filhos
- III. Possuem um elevado nível educacional
- IV. Atuam em pequenos negócios

Os atributos pessoais e profissionais percebidos na trajetória das empresárias de Tatuí são evidenciados como essenciais pelo incentivo, apoio familiar complementado Arruda (1996) sugere que ter e trabalhar no próprio negócio pode representar uma forma de a família compartilhar tempo junto, e os filhos, por exemplo, crescerem enquanto são atendidos no próprio recinto da organização, além da própria residência.

Conforme o quadro apresentado identificou-se que das oitos empresárias entrevistadas foi percebido a congruência de todas serem casadas e possuírem filhos, porém uma delas não possui formação acadêmica sendo que as demais possuem, onde somente duas trabalham na área que se formaram.

É necessário ressaltar que nenhuma das entrevistadas possui o Ensino Superior completo em Administração ou curso similar. Segundo resultado das entrevistas as empresárias adquiriram o aprendizado e a capacidade em administrar seus próprios negócios através da experiência adquirida pela vivência do seu cotidiano empresarial, na prática.

Evidenciou-se que todas amam o que fazem, prezam pela representatividade do nome da empresa, lutam com muita garra e determinação para alcançar os seus objetivos e que 50% das empresárias prepararam os seus sucessores para dar continuidade na empresa.

Um fator que não deve deixar de ser observado é que, a pessoa, ao amar o que faz se dedica mais e procura se atualizar sempre. Isto nos leva a imaginar que as mulheres empresárias, ao terem paixão pelo seu trabalho estão contribuindo para que o desempenho de seu empreendimento seja cada vez maior.

O ramo de atuação das empresárias são diferentes e 70% delas tem mais de 20 anos de mercado. Quando perguntamos para as mulheres empresárias quais características pessoais que contribuíram para o crescimento da empresa obtivemos repostas diferentes como: carinho, bom humor, alegria, amor, dedicação, persistência e confiança.

Para Machado (2002) as mulheres empresárias enfrentam desafios que estão relacionados as características culturais, as quais muitas vezes se manifestam em termos de preconceitos ou juízos de valores que negativam a imagem da mulher como gestora e líder.

Quadro 2- Abordagem e Material utilizado para coletar dados da pesquisa.

Abordagem entre entrevistador e entrevistado.	
Receptividade	<p>E1: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada em um feriado, fomos recebidas pontualmente em sua loja, onde ela apresentou toda a estrutura, somente ocorreu interrupção para atender uma cliente e fomos presenteadas com doces da loja.</p> <p>E2: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada na loja, fomos recebidas pontualmente e ocorreu interrupção dos funcionários.</p> <p>E3: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada, fomos recebidas pontualmente em sala reservada, não ocorreu nenhum tipo de interrupção.</p> <p>E4: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada, fomos recebidas pontualmente em sala reservada, conhecemos a estrutura da loja, não ocorreu nenhum tipo de interrupção.</p> <p>E5: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada, fomos recebidas pontualmente em sala reservada, não ocorreu nenhum tipo de interrupção.</p> <p>E6: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada, fomos recebidas pontualmente em sala reservada, conhecemos a estrutura da loja, não ocorreu nenhum tipo de interrupção.</p> <p>E7: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada, fomos recebidas pontualmente em sala reservada, não ocorreu nenhum tipo de interrupção.</p>

	<p>E8: Solicitação por ofício, mediante a autorização coletamos as informações através da gravação de áudio, a entrevista foi agendada, fomos recebidas pontualmente, ocorreu interrupção de uma cliente.</p>
--	--

Fonte: Elaboração própria (2017).

Os resultados apresentados no quadro acima demonstram que as empresárias nos acolheram de forma receptiva e não se opuseram em dialogar e nem se omitiram em relação aos assuntos abordados com as pesquisadoras.

Das oito empresárias entrevistadas, cinco observou-se bastante clareza em suas respostas, não havendo dificuldade em compreender as perguntas realizadas, sendo que três foram menos objetivas ao responder.

Quadro 3 - Cultura e Sociedade

	<p>E1: “Sei lá o que pensar, às vezes o meu marido fala precisa diminuir, ele quer que eu pare um pouco, ele fala você é aposentada deixe para as meninas, mas eu acho que seu parar eu vou ficar doente, então eu corto o barato dele, por ele eu ficava em casa e não trabalhava mais”.</p> <p>E2: “Sou filha única e filha única é sonhadora então, eu sempre confio em pessoas a minha volta... desde quando eu era mocinha... eu já cai de lá de cima e voltei sabe do chão, mas eu acho que isso aí é crescimento. mas eu peço a Deus que eu nunca vou deixar de confiar”.</p> <p>E3: “O meu avô dizia assim, ele era muito machista, neta minha neta não estuda, porque para depois tratar e cuidar do marido”.</p> <p>E4: “... quando a gente vai á algum lugar e tem muitos empresários, na hora que a gente entra eles olham quem é está aí?... o que ela veio fazer aqui?!... mas a gente está no meio”.</p> <p>E5: “Quando tem uma figura masculina eu acho mais respeitável... mas fácil de lidar”.</p> <p>E6: “Não nunca sofri preconceito, porque sou muito independente, adoro desafios, tenho o meu dinheiro e não dependo de ninguém”.</p>
--	--

	<p>E7: “... mas você tem que se impor para mostrar para ele que você não está ali brincando, às vezes é um pouco mais difícil, mas chega um tempo que você consegue”.</p> <p>E8: “... mas quando você se impõe, faz seu trabalho muito bem feito com o maior respeito e carinho você não tem problemas com isso, você vai ter problemas, quando debate com algum conflito”.</p>
--	---

Fonte: Elaboração própria (2017).

A partir do quadro 2 percebe-se que as mulheres entrevistadas são fortes e determinadas para superar os preconceitos, porém algumas delas não conseguiram identificar claramente, e alguns comportamentos e atitudes salientou a vivência de preconceitos em sua trajetória superando-os sem perceber como sendo preconceito.

Apenas uma empresária sentiu a falta da presença de uma figura masculina, relatando que sofre preconceitos perante os clientes. Outra empresária não vivenciou em hipótese alguma o preconceito, pois a área que atua grosso modo é mais dominada pelas mulheres do que pelos homens.

E os preconceitos percebidos foram: “todo momento sou cobrada para cuidar da casa”, “através de ensinamentos superei os preconceitos vivenciados”, “presenciei a presença do machismo desde a minha infância”, a mulher que tem capacidade não encontra preconceitos, não se deixa abater e não se abala, para os homens pararem de perder tempo, pois cada um tem o seu espaço, “não identifico preconceitos porque sempre fui independente”, “tive que me impor para obter mais respeito e só encontro preconceito através de conflitos”.

Nota-se nas entrevistas que duas empresárias vivenciaram mais a presença do machismo em suas vidas, mas aceitar essa situação como algo “natural”, parte da vida, ameniza o sofrimento e permite seguir adiante.

Verifica-se que léxicos de dificuldades com preconceitos, contrapõem se com os de superação, sucesso, felicidade e vontade de vencer. Para tanto, a mulher reveste-se de força e coragem para vencer as adversidades e corresponder às expectativas depositadas sobre elas. Nos trechos acima, verificou-se que a seleção lexical privilegiou aspectos de representação de mulheres que enfrentam qualquer tipo de desafio (guerreira, batalhadora)-

Quadro 4 - Liderança

--

<p>E1: “Eu não consigo, não sei fico meio perdida, medo de ofender”.</p> <p>E2: “Assim eu não me acho uma líder sabe, eu me acho um ser humano que está tentando colocar sempre ao meu redor as mãos dadas, a alegria de viver, se amar e amar o próximo”.</p> <p>E3: “A diferença do líder é saber trabalhar com as diferenças de cada um porque cada um é cada um e este perfil é da mulher”.</p> <p>E4: “Sou a pessoa que ouço sempre os dois lados de qualquer situação/problema”.</p> <p>E5: “Eu não me defino como líder, eu me defino como parte de uma equipe”.</p> <p>E6: “Todo dia aprendo um pouco... sabe é eu acho que sou meio assim... eu me envolvo muito com a pessoa e daí eu não sou muito líder”.</p> <p>E7: “Eu me julgo uma pessoa bastante forte, forte com relação as minhas opiniões, não que eu seja autoridade, não que a minha fala seja final, mas sou bastante firme com minhas ponderações”.</p> <p>E8: “Líder é aquele assim... você tem que estar a par de tudo, você não pode deixar escapar nada”.</p>

Fonte: Elaboração própria (2017).

Observa-se que as empresárias têm características diferenciadas uma das outras quando se trata de liderança, traz consigo em sua personalidade a afetividade, carinho para liderar a sua equipe.

A fala das empresárias confirmam os estudos de Carreira, Ajamil e Moreira (2001) sobre a tendência das mulheres líderes a utilizar comportamento transformacional, ou seja, aquele comportamento caracterizado por articular a visão de sua empresa de forma compartilhada com seus subordinados, descentralizando e mostrando respeito pelas diferenças individuais, bem como preferencia pela eficácia em detrimento da eficiência. Esse comportamento denuncia uma necessidade de cuidar da organização e de seus colaboradores.

As mulheres preferem ouvir outras pessoas, pois são mais adeptas da administração participativa, acabam por ser mais lentas na hora de tomar uma

decisão o que para muitos traduz certo temor de correr riscos conforme Gomes (2004) destaca-se a E4 como exemplo desse tipo e liderança.

As mulheres optam por estilos mais democráticos na tomada de decisão, ênfase em oferecer um menor numero de produtos mais com alta qualidade, além de enfatizarem pesquisas de mercado pontua Gimenez et al. (1998).

Outro aspecto relevante é que no processo de gestão conduzido por mulheres há uma tendência para que os objetivos sejam difundidos entre todos da organização e numa tentativa de satisfazer a todos os envolvidos. Por esse motivo, a estrutura organizacional de empresas geridas pelas empresárias é semelhante a uma roda, com a proprietária no centro, conectada diretamente com seus empregados e estes, unidos um ao outro ao longo da borda (MACHADO, 2002).

De todas as empresárias percebemos que duas delas tem perfil maternal, uma não se vê como líder e cinco possui perfil mais técnico em termos profissionais. Evidencia-se que todas sempre acreditaram que eram capazes de fazer acontecer, que por mais que as pessoas dissessem que não daria certo sempre acreditaram no seu potencial, tiveram humildade para as pessoas que a confiaram e acreditaram de alguma maneira que iriam conseguir e que contribuíram para que elas alcançassem os seus objetivos independentemente dos desafios.

As motivações percebidas entre as empresárias que evidenciam visão de mercado foram:

- I. excelência e qualidade nos produtos e serviços prestados;
- II. aprimoramento (aprendizado) constante;
- III. prezar e zelar pelo nome da empresa com representatividade junto aos clientes;
- IV. dedicação dos colaboradores que são expressos com muito amor na tratativa com os clientes;
- V. transmitir felicidade e autoestima para os colaboradores;
- VI. saber lidar com as diferenças das pessoas;
- VII. colocar o coração em tudo que faz;
- VIII. ter a colaboração e cooperação dos funcionários para alcançar os objetivos da empresa;
- IX. respeito nas decisões dos seus colaboradores que exercem cargos de liderança;
- X. saber que podemos expandir o empreendimento através da participação dos colaboradores.

Das oito empresárias entrevistadas cinco possui visão de mercado, conforme tópicos acima apresentados sabem aonde querem chegar e como chegar, a visão precisa ser clara e comunicada de forma precisa com energia, entusiasmo e compromisso, todos da empresa precisam acreditar nela, ela precisa ser inspiradora, pois além de ser a sua visão ela tem que se tornar a visão de todos os interessados, vale a pena lembrar que a visão de um líder é levar os outros para algum lugar é absolutamente vital para determinar o caminho essencial a ser seguido, contudo três empresárias pontuam a vontade de empreender mais, porém não mostram uma clareza em termos de ação planejada para ampliação ou fortalecimento do negócio.

Os resultados mostram a tendência de um estilo estratégico inovador, no que diz respeito à busca constante de informações, de desafios e de aprimoramento dos produtos ou serviços prestados.

É possível notar uma preocupação constante com a qualidade dos produtos e dos serviços prestados, uma vez que as mulheres consideram seus produtos como um dos pontos mais positivos do seu empreendimento.

Um destaque a ser dado nesta pesquisa é o fator comprometimento. Em outras pesquisas não se nota um destaque a este fato, porém notou-se, apesar de nenhuma pergunta tender para esta variável, que o comprometimento é uma preocupação muito grande das empresárias.

No que tange as características da gestão feminina foi verificado a presença de um estilo democrático, pois a maioria das entrevistadas diz ser criteriosa na hora de tomar uma decisão, sempre analisa muito considerando de suma importância consultar outras pessoas, não gostam de tomar decisões sozinhas, demonstrando um estilo participativo.

Pode-se verificar que as mulheres empresárias pesquisadas são favoráveis a qualquer tipo de trabalho que interajam todos os seus colaboradores, valoriza e apoia seus colaboradores formando uma família no âmbito do trabalho e proporciona constante desenvolvimento profissional a eles para que possam alcançar os objetivos da empresa.

E o principal desafio identificado foi a dificuldade em impor-se e chamar a atenção dos colaboradores. Outros desafios destacados foram a) Tratar as pessoas que me magoam com a mesma destreza e sabedoria em querer o melhor para ela também; b) Não se contentar e sempre querer algo a mais; c) não saber equilibrar as emoções e não agir por impulsos. Quanto a controle do administrativo-financeiro

da empresa a maioria das mulheres pontuaram que foi a dificuldade inicial estas ou contrataram técnicos responsáveis ou fizeram cursos na área ou ainda pensando em seus sucessores investiram na capacitação destes.

Quadro 5 - Realização Pessoal e Profissional

	<p>E1: “Demais nossa... demais de realizada e quero fazer mais cursos não quero parar não... até enquanto eu puder sair sozinha né, chega uma época que você não consegue sair sozinha, mas já estou preparando as minhas sucessoras para assumir o meu lugar”.</p> <p>E2: “Eu aprendi a me amar e amar as pessoas, realização dinheiro, profissional é importante sim.. você ter alguma coisa mas, não precisa ser um exagero, você tem que ser feliz”.</p> <p>E3: “Sim eu sou totalmente realizada minha vida foi muito simples mais vitoriosa, com muita determinação.. me orgulho muito”.</p> <p>E4: “Eu na vida pessoal sou muito feliz gente.. tenho dois filhos que eu amo, marido eu super realizada não posso reclamar de nada e isso daí faz me realizar profissionalmente porque, eu tenho uma retaguarda do meu marido muito pesada, muito forte , ele me incentiva”.</p> <p>E5: “Quanta coisa já vivenciei, já vivi e eu tenho a certeza que tudo isso está marcado na vida destas crianças de uma maneira positiva isso mudou a vida.. a vida destas crianças”.</p> <p>E6: “Olha eu acho que eu sou super realizada , como mãe, mulher, esposa, como empreendedora sou super realizada”.</p> <p>E7: “Estar aqui é uma felicidade desde o primeiro dia que nós empreendemos essa Instituição”.</p> <p>E8: “Hoje agradeço tudo o que tenho, fui privilegiada na minha vida inteira, porque tive oportunidade de trabalhar naquilo que gosto”.</p>
--	---

Fonte: Elaboração própria (2017).

A experiência de ser empresária proporciona satisfação as mulheres, pois é medidora de um forte sentimento de realização que se reflete a uma alta auto estima. As empresárias derivam a sua própria satisfação da satisfação dos clientes e do reconhecimento do mercado de trabalho.

O ultimo quadro elaborado através dos resultados da entrevista analisou relação entre realização pessoal e profissional aonde se identificou que se realizaram profissionalmente e estão muito felizes com o que conquistaram, e com isso identificamos que mesmo que algumas empreendedoras possam estar transferindo a sua responsabilidade para os seus sucessores elas não pensam em parar, somente em prosperar.

Elas caracterizam a realização pessoal a partir da base familiar muito forte , também atribuem igual importância à realização profissional e familiar bem como o tempo dedicado a si próprio e elas aparecem abandonar a ideia de que o sucesso em uma dimensão na vida signifique necessariamente fracasso nos demais. Para as mulheres empresárias satisfação provê da sintonia afetiva entre empreendimento e o que apreciam e se dedicam a fazer.

Os trechos acima revelam os tipos de “mulheres de negócios” que adquiriram estereótipo de executivas que com a vontade de crescer e com o próprio esforço, conseguiram conquistar a independência financeira e se tornar profissionais realizadas.

Independente do perfil ou motivação que leve as mulheres a empreenderem, elas quebraram o pensamento estereotipado e hegemônico que tende a definir o sucesso com critérios puramente econômicos ou de desempenho. O empreendimento parece ser uma estratégia de vida e não meramente uma ocupação ou meio de ganhar dinheiro (HISRICH, 2002).

O fato real é que as mulheres estão marcando sua presença no mundo do trabalho, inclusive do trabalho por conta própria, apesar das dificuldades e barreiras impostas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No âmbito dos negócios foi salientado que as empresárias da cidade de Tatuí – SP construíram experiência empresarial através da vivencia do cotidiano.

A trajetória das empresárias vai ao encontro de uma busca proativa de autorrealização que corroboram nas mudanças significativas em seu universo pessoal e profissional.

O objetivo da pesquisa foi analisar como as mulheres reconhecidas como empresárias de Tatuí perceberam em sua trajetória as adversidades cotidianas, perfil e gênero, realização e motivação vinculadas ao patriarcalismo e se destacaram no mercado.

Nesse sentido os objetivos específicos foram: discutir a inserção das mulheres nos negócios; analisar as motivações e realizações pessoais e profissionais das empresárias na cidade de Tatuí e evidenciar os desafios vivenciados por elas.

O presente estudo demonstrou a trajetória de cada empresária e a realidade atual, contribuindo para a criação e permanência de novos empreendimentos na cidade de Tatuí-SP.

Para Camara (apud Bardin, 2013 p.182) o uso da pesquisa qualitativa permite, dentre outros, estabelecer fatores de determinado fenômeno, a partir da perspectiva analítica real e por meio da população estudada. A trajetória dessas mulheres nos permitiu relacionar as linhas de conhecimento que interligam e conectam empresárias, proporcionando a confirmação de algumas proposições e possibilitando que novos dados fossem explicitados através de entrevista, considerando que dentre os principais pontos comumente citados em discussão fossem identificados que todas as empresárias são mães, casadas, possui um apoio familiar muito grande, amam o que fazem, a maioria estão preparando os seus sucessores para dar continuidade em seus negócios, não possuem dificuldade na multiplicidade de papéis e tem abertura muito grande em adquirir novos conhecimentos.

A análise do discurso permitiu verificar a construção das representações sociais das mulheres de negócios consideradas, pois através desta técnica buscou-se reconstruir as visões de mundo dos atores sociais por meio de uma visão dos sujeitos/atores que vivenciam esses fatos.

Os preconceitos vividos identificados, ou muitas vezes nem percebidos pelas empresárias, não as afetaram, a análise da trajetória de cada uma permite inferir que elas souberam superá-los e produziram transformações em seu universo obtendo uma postura forte, determinada e elevando-se a sua autoestima. Por outro lado é inegável que as mulheres detenham diferenças no modo de liderar seus

empreendimentos, porém ficou evidenciado que elas possuem confiança em sua equipe conseguindo alcançar o objetivo traçado.

Outro ponto que deve ser destacado é que a sobrevivência de empresas dirigidas por mulheres tem atingido um tempo além dos padrões encontrados como tempos médios de sobrevivência de pequenos negócios, porém o gênero não garante o estilo de gestão, porém as diferenças entre os estilos podem ser complementares para uma gestão efetiva e harmônica (GOMES, 2006). Talvez isso se deva a combinação de características masculinas (iniciativa, coragem, determinação) como características femininas (sensibilidade, intuição, cooperação) o que define um estilo próprio de gerenciar por parte das empresárias. Este estilo aliado à intensa dedicação ao trabalho contribui para as altas taxas de sobrevivência de empresas geridas por mulheres (MACHADO, 2003).

Seus empreendimentos possuem um tempo médio acima de existência de 15 anos e todos estão formalizados. Esta sobrevivência, atrelada a um desenvolvimento do empreendimento no decorrer dos anos, considerando-se a tendência recorrente da literatura de uma taxa de mortalidade em mais de 90% nos dois primeiros anos, justifica conclui-se que os casos analisados são exemplos de negócios bem sucedidos, cujas empresárias continuam se desenvolvendo.

Em questão de gênero mulheres e homens utilizam estilos gerenciais que cada vez mais auxiliam no bom desempenho de seus negócios. Touraine (2007) pontua que embora se oponham completamente ao modelo antigo de mulher, estas mulheres transformadas não se opõem aos homens. Ao contrário, sua libertação significa que cada um (homem e mulher) deixa penetrar nele uma parte do outro.

É importante ressaltar que esta pesquisa teve como limitação o tamanho da amostra, porém a ideia inicial do estudo não era generalizações e sim aprofundamentos deste universo das mulheres empresárias, os resultados obtidos apresentam validação para os casos estudados.

Por fim os resultados apresentados neste estudo sobre a trajetória das mulheres empresárias em Tatuí-SP revelou que todas acreditaram no seu potencial, revelando também categorizações apresentadas em estudos que tratam a questão de gênero com destaque para a capacidade de reinventar-se.



REFERÊNCIAS

ARRUDA, M. C C. **Relação Empresa-Família: O Papel da Mulher**. RAE Revista de Administração de Empresas São Paulo, v. 36, n. 3, p 6-13 jul-ago-set. 1996.

BILLING, Y.D.; ALVESSON, M. **Questioning the notion of feminine leadership: a critical perspective on the gender labelling of leadership**. Gender, Work and Organization, 7 ed. Chicago, 2000.

BOAS, A.V; DIEHL, B.V.B. **Elas empreendedoras**. São Paulo: Andrea Villas Boas, 2012.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 4 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CAIXETA, J. **Identidade feminina: Um conceito complexo**. Distrito Federal, 2004. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v14n28/10.pdf>> Acessado em: junho 2017.

CAMARA, R. H. **Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações**. 2013 Disponível em:<<file:///C:/Users/Lucimara/Downloads/analise%20conteudo%20.pdf>>. Acessado em: maio, 2017.

CAPELLE, M. CRAMER, L; ANDRADE, Á; BRITO, M. **Representações femininas da ação empreendedora**: Uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios, Minas Gerais, v.1. n.1, 2012. Disponível em: <<http://www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/14>> Acessado em: junho, 2017.

CARREIRA, D.; AJAMIL, M; MOREIRA T. **A Liderança feminina no século 21**. São Paulo: Cortes, 2001.

FIORIN, J. L. **Linguagem e ideologia**. 7 ed. São Paulo: Ática, 2003.

GIMENEZ, F.; MACHADO, H. e BIAZIN, C. **A mulher empreendedora**: um estudo de caso no setor de confecções. **Balas Proceedings**. Vol.1, p. 311-322, 1998.

GOMES, F. A.: **O Perfil Empreendedor de Mulheres de Conduzem seu Próprio Negócio**: Um Estudo na Cidade de Vitória da Conquista – BA, Vitória da Conquista, v.11, n.2, 2004. Disponível em: <<https://bay180.mail.live.com/mail/ViewOfficePreview.aspx?messageid=mgQZ1u1VQC5RGTFgAhWtf3PA2&folderid=flinbox&attindex=4&cp=-1&attdepth=4&n=78255805>>. Acesso em: junho, 2017. Não paginado.

HADARY,S; HENDERSON,L. **Manual da CEO**. São Paulo: Saraiva, 2013.

HISRICH, Robert D., PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. São Paulo: Bookman, 2002.

ISMÉRIO, C. **Construções e representações do universo feminino**, Rio Grande, 2012. Disponível em: <<http://www.seer.furg.br/hist/article/viewFile/2987/1819>>. Acesso em: junho, 2017.

KOBEISSI, N. Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 8, n. 1, p. 1-35, 2010.

MACHADO, H. V. ; SILVEIRA, A. H, M. GOUVEA, A. B. C. T. Significados de sucesso e fracasso nos negócios: o que dizem mulheres empreendedoras. In: **Anais... ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**, 32, 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ENANPAD, 2008.

MACHADO, H.V. **Identidade de mulheres empreendedoras no Paraná**. Florianópolis: UFSC, 2002.

MENEZES, R. S. S; BERTUCCI, J. L. O. Mulher de negócios: uma Análise da Representação Social com base no Discurso de Empresárias Associadas à Business Professional Women. **Anais...** XXXIII Encontro ANPAD, 2009. Disponível em:

<<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR2333.pdf>> Acessado em: junho 2017.

MENEZES, R. S. S; Diniz, A. P.R; Simbolismos de gênero e trabalho: uma análise das feminilidades na gestão. **Anais...** XXXV Encontro do ANPAD, 2011 Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1777.pdf>>. Acessado em: junho 2017.

METZ, E. S. **Gestão feminina:** a presença das mulheres na liderança nas empresas. Disponível em:
<<http://www.periodicos.unc.br/index.php/agora/article/view/667/532>> . Acessado em: maio 2017.

MORAES, T. **Você é empreendedora.** São Paulo: Mulheres que decidem, 2016.

MUNHOZ, G. de S. Quais as contribuições que o estilo feminino de liderança traz para as organizações empreendedoras? **Anais... Encontro Nacional de Empreendedorismo.** Maringá, 2000.

NATIVIDADE, D. **Empreendedorismo feminino no Brasil:** políticas públicas sob análises. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-76122009000100011>

Acesso em: 07 jun. 2017. Não Paginado

OLIVEIRA, P. G; NETO, B. S. Empreendedorismo e gestão feminina: uma análise do estilo gerencial de mulheres empreendedoras no município de São João del-Rei/MG. **Anais...** XXV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, 2008. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/Simposio32.pdf>> .Acessado em: junho 2017.

SEBRAE. **Mulher de negócios empreendedorismo em pauta.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Estudos%20e%20Pesquisas/Mulher%20Empreendedora%20em%20MS.pdf>>. Acessado em: maio 2017.

SCOTT, J. W. **Gender and the politic of history.** New York: Columbia University Press, 1988.

TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. Mulheres empreendedoras. **GV-executivo.** Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo: FGV-EAESP, v. 12, n. 1, p. 50-53, jan/jun, 2013.

TOURAINÉ, Alain. **O Mundo das mulheres.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2007.



DESAFIA:

- **REALIZAÇÃO PESSOAL E PROFISSIONAL**