



Faculdade de Goiana (FAG)

**LETÍCIA MARIA DE ARAÚJO SEVERO
RAIANY SANTOS DO NASCIMENTO**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS
ENFRENTADOS POR EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE
GOIANA - PE**

Goiana / 2023

LETÍCIA MARIA DE ARAÚJO SEVERO
RAIANY SANTOS DO NASCIMENTO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS
ENFRENTADOS POR EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE
GOIANA - PE

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Goiana (FAG), do curso de Administração, como pré-requisito para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Discentes: Letícia Maria de Araújo Severo
Raiany Santos do Nascimento

Orientadora: Prof^a. Me. Roberta V. Aragão F. da Silva

Goiana / 2023

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da FAG – Faculdade de Goiana, com os dados fornecidos pelos(as) autores(as).

S498e Severo, Leticia Maria de Araújo

Empreendedorismo feminino: motivações e desafios enfrentados por empreendedoras no município de Goiana-PE. / Leticia Maria de Araújo Severo; Raiany Santos do Nascimento. – Goiana, 2023.

26f. il.:

Orientador: Prof. Me. Roberta Vanessa Aragão Felix da Silva.

Monografia (Curso de Graduação em Administração) Faculdade de Goiana.

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres. 3. Motivações. 4. Desafios. I. Título. II. Nascimento, Raiany Santos do.

BC/FAG

CDU: 658.016.1

**LETICIA MARIA DE ARAÚJO SEVERO
RAIANY SANTOS DO NASCIMENTO**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS
ENFRENTADOS POR EMPREENDEDORAS NO MUNICÍPIO DE
GOIANA - PE**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO ENTREGUE A COORDENAÇÃO
DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

COMISSÃO EXAMINADORA

**Prof^ª. Me. Roberta Vanessa Aragão Félix da Silva (Orientadora) - Faculdade de
Goiana (FAG)**

**Prof. Esp. Gilberto Cordeiro de Andrade Júnior (Examinador I) - Faculdade de
Goiana (FAG)**

**Prof. Dr. Hélio Oliveira dos Santos Rodrigues (Examinador II) - Faculdade de
Goiana (FAG)**

Sumário

1 Introdução	5
2 Objetivos	7
2.1 Objetivo Geral	7
2.2 Objetivos Específicos	7
3 Fundamentação Teórica	7
3.1 Empreendedorismo	7
3.2 Empreendedorismo Feminino	8
3.3 Empreendedorismo Feminino no Brasil	10
4 Metodologia	12
5 Resultados e Discussões	13
5.1 Perfil das Respondentes	13
5.2 Desafios Enfrentados pelas Empreendedoras	15
5.3 Motivações para Empreender	16
6 Conclusão	19
7 Agradecimento	20
8 Referências	20

Empreendedorismo feminino: Motivações e desafios enfrentados por empreendedoras no município de Goiana - PE

Letícia Maria de Araújo Severo¹

Raiany Santos do Nascimento¹

Roberta Vanessa Aragão Félix da Silva²

Resumo

O empreendedorismo feminino tem crescido cada vez mais rápido nos últimos anos. Um dos maiores nichos de mercado responsável pelo desenvolvimento econômico em nível mundial, o segmento é marcado por profissionais que tipicamente correm riscos. De acordo com estudos realizados na área, o empreendedorismo feminino enfrenta mais desafios para viabilizar projetos no mercado do que o empreendedorismo tradicional, marcado por um ambiente, predominantemente, masculino, porém, mesmo com todos os desafios, as mulheres possuem um resultado expressivo, correspondendo a 46% dos empreendedores iniciais, que correspondem a empresas com até 3,5 anos de existência. Buscando conhecer o perfil destas mulheres, esta pesquisa objetivou conhecer as motivações e desafios enfrentados por empreendedoras para a criação e manutenção de seus negócios no município de Goiana - PE. Para esta pesquisa, duas fontes de dados foram utilizadas. Primeiramente, foram utilizados dados obtidos por meio da literatura, buscando conhecer estudos ligados à temática e posteriormente, por meio de um estudo quali-quantitativo, foram aplicados questionários com 61 (sessenta e uma) mulheres empreendedoras, residentes na cidade de Goiana – PE e cidades circunvizinhas. A pesquisa foi construída com base no estudo de caso único, buscando identificar os achados mais relevantes sobre o perfil das respondentes e a implicação que esses aspectos trazem a respeito da identidade das empreendedoras. Como resultado, observou-se que o perfil de empreendedoras corresponde um público jovem, com graduação e idade majoritária até 33 (trinta e três) anos. Pôde ser visto também que a maioria das respondentes iniciou sua trajetória no empreendedorismo por questões de necessidade e encaram como maior desafio a limitação de aporte financeiro para dispêndio de investimentos. Por fim, os fatores que motivam as empreendedoras, são pautados no sentido de autorrealização, crescimento profissional e pessoal. Por meio do estudo, foi possível conhecer a realidade do empreendedorismo feminino goianense, confirmando a crescente participação das mulheres no mercado de trabalho.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Mulheres; Motivações; Desafios.

Abstract

Female entrepreneurship has pleased faster and faster in recent years. Professionals who normally take risks mark one of the largest niche markets responsible for economic development worldwide, the segment. According to studies carried out in the area, female

¹ Aluna do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Goiana, e-mail: leticiamariadearaujo@gmail.com;

Aluna do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Goiana, e-mail: raianysantos218@gmail.com;

² Professora do curso de bacharelado em Administração da Faculdade de Goiana, e-mail: robertavfelig@gmail.com.

entrepreneurship faces more challenges to make projects viable in the market than traditional entrepreneurship, marked by a predominantly male environment, however, even with all the challenges, women have an expressive result, corresponding to 46% of initial entrepreneurs, which correspond to companies with up to 3.5 years of existence. Seeking to know the profile of these women, this research aimed to know the motivations and challenges faced by entrepreneurs for the creation and maintenance of their businesses in the municipality of Goiana - PE. For this research, two sources of data were used. Firstly, data obtained from the literature were used, seeking to know studies related to the theme and later, through a quali-quantitative study, they were applied with 61 (sixty-one) women entrepreneurs, residing in the city of Goiana - PE and cities surrounding areas. The research was built based on a single case study, seeking to identify the most relevant findings about the profile of the interviewees and the implication that these aspects bring about the identity of the entrepreneurs. As a result, I observed that the profile of female entrepreneurs corresponds to a young audience, with a trajectory and age of majority up to 33 (thirty-three) years. It can also be seen that most of the interviewees started their career in entrepreneurship for reasons of necessity and see the limitation of financial support for investment expenditure as the biggest challenge. Finally, the factors that motivate the entrepreneurs are based on self-realization, professional and personal growth. Through the study, it was possible to know the reality of female entrepreneurship in Goiana, confirming the growing participation of women in the labor market.

Keywords: Entrepreneurship; Women; Motivations; Challenges

1 Introdução

O empreendedorismo feminino tem crescido cada vez mais rápido nos últimos anos. Um dos maiores nichos de mercado responsável pelo desenvolvimento econômico em nível mundial, o segmento é marcado por profissionais que tipicamente correm riscos. (OLIVEIRA; PAIVA; RAMOS, 2022). Questões sobre investir ou não e quais áreas são rentáveis, estão sendo tratadas com frequência na esfera dos estudos na área de gestão, como forma de conhecer melhor as oportunidades e os mercados potenciais, investigando os possíveis benefícios de se tornar um empreendedor (DORNELAS, 2021).

No Brasil, os desafios enfrentados pelos empreendedores, de forma geral, são muitos e identificá-los não é uma tarefa fácil, pois fatores como a carga tributária vigente e a concorrência interna têm impactado diretamente no estabelecimento dos negócios. Aliado aos desafios gerais impostos pelo cenário político e econômico do país, o empreendedorismo feminino enfrenta ainda mais desafios para viabilizar projetos no mercado, porém, mesmo com todos os desafios, as mulheres possuem um resultado expressivo, correspondendo a 46% dos empreendedores iniciais, com até 3,5 anos de empresa (SEBRAE, 2020; OLIVEIRA; PAIVA; RAMOS, 2022).

Ao encontrar uma cultura criada ao longo dos anos que restringia a mulher às atividades domésticas, o empreendedorismo feminino busca ainda um lugar de protagonismo. A sociedade contemporânea tem vivenciado a crescente participação da mulher e sua busca pela equidade de gênero no mercado. Com iniciativas criativas de gerir as múltiplas atividades do cotidiano, as empreendedoras vêm superando obstáculos, conquistando independência e tornando-se referência, colaborando para que outras mulheres se coloquem na mesma crescente (HEERDT, 2019).

Em uma pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2020) e pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro Pequenas Empresas), estima-se que o Brasil possua aproximadamente 30 (trinta) milhões de mulheres empreendedoras. Estes resultados vem sendo uma resposta ao avanço das mulheres no mercado de trabalho e a conquista de sua independência, mas também corresponde a uma parcela que enfrenta falta de oportunidade nos ambientes organizacionais, imposto pelo padrão tradicional, predominantemente masculino.

Os movimentos das práticas relacionadas ao desenvolvimento do empreendedorismo feminino no país e os resultados positivos identificados na economia são inegáveis, o que leva ao interesse de se realizar estudos nesta área. Assim, o que se pretendeu investigar nesta pesquisa foram quais os motivações e dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras para criarem e manterem-se em seus negócios na cidade de Goiana-PE.

A escolha deste tema justifica-se, ainda, pela importância das atividades empreendedoras para a economia do país e da região, e pelo próprio crescimento do empreendedorismo feminino por necessidade nos últimos em todo o mundo. Este tipo de empreendedorismo vem sendo adotado como uma saída para oportunizar às mulheres sua subsistência, uma vez que o mercado de trabalho desaquecido é insuficiente para absorver o quantitativo de pessoas disponível.

O crescimento dessas atividades em relação às motivações e dificuldades encontradas para empreender, tornam-se como os principais fatores que contribuem para o crescimento do empreendedorismo feminino. Assim, espera-se que o estudo discorra sobre aspectos que auxiliem a fomentar ainda mais as atividades empreendedoras na região.

2 Objetivos

2.1 Objetivo Geral

Diante disso, o objetivo central deste estudo é conhecer as motivações e desafios enfrentados por empreendedoras para a criação e manutenção de seus negócios no município de Goiana - PE.

2.2 Objetivos Específicos

A fim de alcançar o objetivo geral do estudo, foram propostos os seguintes objetivos específicos:

- Investigar o perfil das empreendedoras da região;
- Descrever suas principais motivações para iniciar o negócio;
- Analisar principais desafios para iniciar o negócio.

3 Fundamentação Teórica

3.1 Empreendedorismo

A palavra empreender vem do termo “*entrepreneur*”, que significa assumir riscos. Tem sua origem atrelada à Revolução Industrial, visando atender as demandas da época. Já no Brasil, começou a ganhar força e conceito a partir da década dos anos de 1990, em detrimento da transformação na forma de trabalho e, em especial, do panorama de desconstrução industrial, marcada pelo “massivo desemprego aberto, acompanhado da ampliação da subutilização da força de trabalho e da generalização da precarização nas ocupações” (AZEVEDO, 2021, p.41).

Em busca de complementação da renda familiar, resultante do desemprego, o empreendedorismo também carrega consigo o propósito de aprimorar os processos produtivos, com adequados níveis de serviço. Pode ser considerado ainda, considerado como um ato de coragem, pois empreender não é uma tarefa fácil, tendo em vista a escassez de recursos e um mercado bastante dinâmico que precisa ser acompanhado (DORNELAS, 2008).

Baggio e Baggio (2014) apontam que os economistas passaram a identificar o empreendedor como fator importante e essencial diante do processo de desenvolvimento

econômico. Com um olhar de independência financeira e agarrando oportunidades surgidas, muitos estão apostando no empreendimento como meta para sua vida profissional e pessoal. Segundo Moore e Buttner (1997) e Jonathan (2001) entendem que eles buscam a autorrealização pessoal por meio dos comandos em seus negócios.

Nesse contexto, se faz relevante diferenciar duas vertentes de motivações para o empreendedorismo: oportunidade e necessidade. Por oportunidade, o indivíduo chamado de empreendedor é mais visionário, capaz de planejar previamente ações que serão desenvolvidas em seus negócios, diferentemente do empreender por necessidade, pois iniciam suas atividades sem muitas opções, e não planejadas, correndo riscos que tendem, muitas vezes, ao fracasso, pois não há fonte de investimentos e nem orientação para consolidação no mercado (DORNELAS, 2005).

Empreender é estar sobreaviso das tendências de mercado, buscando junto ao consumidor estratégias de negócios que minimizem os riscos, alocando os recursos de maneira mais sustentável possível. Faz parte também do processo saber captar oportunidades, pois os riscos podem ser melhor gerenciados a fim de não perder bons negócios, gerando maturidade para o profissional. Ainda, para fazer parte deste mercado dinâmico e muitas vezes imprevisível, a pessoa do empreendedor precisa trabalhar algumas habilidades, tais como: disciplina, comprometimento, visão e a iniciativa para algo inovador, buscando atender as necessidades e satisfação dos seus clientes (VIDIGAL, 2011).

Corroborando, Dornelas (2009) defende que o empreendedorismo envolve em sua construção a constante interação entre pessoas e processos, transformando ideias em oportunidades, agregando valor aos produtos e serviços ofertados, bem como gerando novas fontes de renda e empregabilidade para a sociedade. Por fim, a importância do empreendedorismo é incontestável ao impulsionar a economia do país e, a partir disso, vários setores também são estimulados com soluções inovadoras, abrindo espaços para campos não explorados e ideias criativas.

3.2 Empreendedorismo Feminino

O empreendedorismo proporcionou ao mercado e aos estudos do campo de gestão a possibilidade de desenvolvimento econômico e social por meio de novos negócios transformados em realidade prática. Entre as diversas abordagens, pode ser

destacado o empreendedorismo, que é objetivo de estudo da presente pesquisa (DA SILVA et al., 2019)

Em um ambiente de negócios, tipicamente ocupado em sua máxima por homens, hoje, é reconhecido que para o desenvolvimento efetivo de uma sociedade, a mulher também ocupa papel importante, sendo essencial no processo de crescimento e fortalecimento da equidade de gênero, estimulando assim, a diversidade no âmbito das organizações (DE OLIVEIRA; DE PAIVA; RAMOS, 2022).

Desde a Revolução Industrial e o êxodo rural que aconteceu, as mulheres têm se envolvido com atividades que promovam a geração de renda nos mais diversos setores. Com isso, principalmente, em países que estão em desenvolvimento, o ambiente empresarial tem adotado medidas que consolidam as atividades realizadas pelas mulheres, sendo o empreendedorismo feminino uma vertente visível desse avanço (DA SILVA et al., 2019).

Dentre os motivos que levaram as mulheres a conquistarem o seu próprio negócio, podem ser destacados os fatores que envolvem independência financeira, realização pessoal e percepção de oportunidades no mercado. Outros fatores, que não são associados a questões positivas, também precisam ser mencionados, tais como: desemprego, insatisfação com a realidade vivida, preocupação com o bem estar da família, dentre outros fatores, revelam aspectos que motivam as mulheres a começarem seu próprio negócio (DE OLIVEIRA; DE PAIVA; RAMOS, 2022).

Promovendo a geração de novas rendas, Heerdt (2019) defende que as pequenas empresas contribuem para geração de novos empregos e na economia local. Com isso, existe um quantitativo de mais famílias gerando oportunidades e buscando aperfeiçoamento, uma vez que, por meio do empreendedorismo, há procura de qualificação para avanço e crescimento dos negócios.

Diante disso, muitas mães e donas de casas, por exemplo, veem a necessidade de uma segunda renda familiar, passando assim a assumir múltiplos papéis. Tornando notório que as horas trabalhadas por mulheres comparadas aos homens se sobressaem, e que o acúmulo de tarefas e sobrecarga de trabalho poderão acarretar uma exaustão. Apesar deste fator, que afeta o âmbito pessoal e profissional das mulheres, bem como a falta de acesso aos recursos financeiros, mulheres que estão inseridas no mercado de

trabalho possuem uma tendência a estarem mais realizadas em suas vidas (DA SILVA et al., 2019).

3.3 Empreendedorismo Feminino no Brasil

A maioria das mulheres que se inseriram no âmbito do empreendedorismo foram motivadas por fatores relacionados à sobrevivência (NATIVIDADE, 2009). Em uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV) em março do ano de 2022 aponta que o desemprego entre as mulheres é maior comparado ao dos homens, há mais de uma década (CNN, 2022).

Uma das causas desse cenário de desemprego são as questões que envolvem a desigualdade de ofertas de empregos para homens e mulheres, falta de oportunidade, preconceito enfrentados no mercado, bem como dificuldades relacionadas à falta de incentivo para geração de empregos que são tipicamente conquistados pelo público masculino.

Esses fatores colaboram para um número reduzido de contratação das mesmas com empregos de carteira assinada, o que impacta na quantidade de negócios que são abertos pela necessidade de subsistência, criando um ambiente propício ao aumento relacionado ao número de empreendedoras, seja formais ou informais. De acordo com, (PINHEIRO, et al.,2016) quando falamos em inserção da mulher ao mercado de trabalho, cria-se uma dúvida, e se pode considerar uma conquista diante de tantos pontos apresentados ainda de forma arcaica.

Entretanto, cabe destacar que para seu ingresso e permanência no mercado de trabalho, elas precisaram e ainda precisarão adaptar-se às exigências e ao ambiente que as organizações lhe oferecem, vindo construir sua identidade na luta pela igualdade de gêneros (BARBOSA, 2013).

A mulher é sem dúvida peça fundamental quando falamos de empreendedorismo. De acordo com Pérez e Hernandez (2016) características socioeconômicas como: idade, escolaridade, renda, e experiência profissional são consideradas como alguns fatores que influenciam o empreendedorismo feminino.

Por outro lado, alguns preconceitos socioculturais podem ser sofridos pela mulher que deseja empreender, como a não aceitação de ocupação como um trabalho,

ou seja, uma forma de desenvolver uma atividade produtiva como outra qualquer. Em algumas ocasiões o empreendedorismo é tido como “um quebra galho” não obtendo assim, aceitação de todos. Sobretudo, a mulher possui um papel com importância de múltiplas habilidades, fazendo com que elas sejam tão capazes quanto os homens (AMORIM e BATISTA, 2010).

De acordo com Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os números de empresas sem assalariados registraram crescimento de 8,6%, mais que o dobro do aumento registrado entre empresas ativas no país, os dados apontam que o país encerrou 2020 com 5,434 milhões de empresas ativas, cerca de 194,8 mil a mais que em 2019, o que corresponde a um aumento de 3,7%, de acordo com os dados que constam no Cadastro Central de Empresas (CEMPRE) (SEBRAE, 2020)

Que por outro lado, é nítido que essa procura se dá pelos números de desempregados (as) que estão em crescimento. Corroborando, uma pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora (RME, 2019), conseguiu traçar um perfil das mulheres empreendedoras no país, onde predominantemente, a empreendedora brasileira é casada, mãe, tem formação completa e geralmente, é movida por sonhos de ter o seu próprio negócio, mesmo já possuindo experiência na esfera corporativa.

Ainda, outra pesquisa bastante pertinente à área do empreendedorismo é a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021), com o apoio do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), onde apontam que uma alta na abertura de negócios gerenciados por mulheres, passando de 30% (2019), para 53% (2020).

Vale ressaltar ainda que, durante a crise sanitária causada pela pandemia da COVID-19, houve uma queda de empregos, aumentando a disparidade entre homens e mulheres empregados regularmente no mercado. Tal panorama contribuiu ainda mais para a abertura de novos negócios gerenciados por mulheres. Outro fator que pode ser levado em conta também, são os empregos em formato híbrido, que possibilitaram melhor gerenciamento de tempo, abrindo espaço para novas experiências no âmbito profissional (STACHEWSKI; FREITAS, 2022).

Por fim, Cassol (2006) acrescenta que as mulheres tipicamente possuem o traço de liderança, que se torna a chave no sucesso do empreendimento, bem como a forma como interage com seus colaboradores e público, no geral. Esses são alguns dos

aspectos que têm colaborado para que as mulheres conquistem sua fatia no mercado, elevando as taxas de sucesso.

Apesar de ainda haver uma predominância masculina, a livre inserção e a busca por oportunidades têm sido benéficas ao empreendedorismo feminino no Brasil, pois proporcionam situações que fazem com que as mulheres se encontrem, se realizem e produzam resultados notórios à frente do seu próprio negócio, conhecendo as motivações e os desafios enfrentados para criação e manutenção do mesmo.

4 Metodologia

Considerando a natureza do objetivo desse estudo, serão expostos aplicação de métodos de investigação bem como a análise de dados e conteúdo que tem como propósito solucionar os problemas elencados anteriormente. Com um olhar mais amplo, optou-se pela abordagem quali-quantitativa que segundo Knechtel (2014), às pesquisas tanto qualitativas quanto quantitativas têm por preocupação o ponto de vista do indivíduo: a primeira considera a proximidade do sujeito, por exemplo. Na segunda, essa proximidade é medida por meio de materiais e métodos empíricos.

Nesta direção, em relação aos objetivos, o estudo é descritivo e exploratório, pois, expõe atributos de alguma população ou acontecimento. Segundo Gil (2008) a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial à descrição das características de determinada população através da coleta de opiniões, percepções e crenças dos sujeitos pesquisados e a exploratória proporciona maior familiaridade com o problema, com vistas a tomá-lo mais explícito ou a constituir hipóteses para o estudo.

Quanto à escolha do objeto de estudo, foi adotado o estudo de caso único, por possibilitar um estudo profundo e exaustivo acerca da temática em questão: empreendedorismo feminino. Essa escolha também foi pautada na sua capacidade de tratar dos processos sociais e de suas manifestações, permitindo uma generalização analítica (YIN, 2015).

Na estratégia do estudo de caso, foram utilizados como técnica de coleta de dados a pesquisa bibliográfica e de campo, por meio de questionários, que foram aplicados no mês de outubro do ano de 2022, com mulheres empreendedoras, residentes na cidade de Goiana - PE e cidades circunvizinhas, totalizando sessenta (61) participantes. Esse *locus* de pesquisa foi escolhido em detrimento do cenário atual da

cidade em que o empreendedorismo tem começado a receber mais atenção, seja por incentivo de órgãos públicos ou pela própria cultura local, que tem se modificado, atraindo mulheres ao mercado de negócios.

Os questionários foram aplicados via *Google Forms*, contando com 18 questões de múltipla escolha e 7 questões abertas, possibilitando às empreendedoras exporem suas realidades de forma mais ampla. Os dados foram tabulados no *Microsoft Excel 2019*, mantendo a fidedignidade dos dados coletados, garantindo precisão após essa transcrição, houve a análise das respostas recebidas.

5 Resultados e Discussões

De acordo com o referencial teórico abordado e os objetivos propostos, apresenta-se a seguir o resultado da aplicação da pesquisa composta por uma amostra de 61 (sessenta e uma) mulheres que residem em Goiana ou cidades vizinhas, proprietárias de pequenos negócios nas áreas de vestuário, calçados, estética e culinária.

Para fins de melhor análise, o questionário aplicado será dividido em três partes, que visam descrever em um primeiro momento o perfil das respondentes, a segunda os desafios enfrentados durante sua trajetória empreendedora e, por fim, as motivações para empreender.

5.1 Perfil das Respondentes

Nessa subseção estão descritos os dados e informações gerais sobre as empreendedoras. Os dados coletados se ferem, a idade, localidade e grau de escolaridade das participantes da pesquisa. Na Tabela 1, abaixo, pode ser observado este perfil:

Tabela 1: Análise das participantes do estudo

Perguntas	Respostas	%
Qual sua idade?	Entre 18 e 25 anos	30%
	Entre 26 e 33 anos	27%
	Entre 34 e 41 anos	27%
	Acima de 42 anos	16%
Onde você mora?	Goiana	73%
	Cidade vizinha de Goiana	20%
	outros	7%
Qual o seu grau de escolaridade?	Ensino fundamental incompleto	2%
	Ensino fundamental completo	33%
	Ensino médio incompleto	3%
	Ensino médio completo	0%
	Graduação	62%
	Pós graduação	0%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

De acordo com os dados da tabela acima, foi observado que as participantes do estudo possuem, tipicamente, idades entre 18 e 41 anos. Sendo que 73% das entrevistadas residem em Goiana-PE, 33% possuem ao menos ensino fundamental completo e 62% já alcançaram o ensino superior. Cabe ressaltar ainda que, predominantemente, as entrevistas tinham até 41 (quarenta e um) anos de idade, podendo se inferindo ainda que neste universo, 57% da amostra total é representa por um público jovem, possuindo até 33 (trinta e três) anos.

Esses dados convergem com os achados da pesquisa do SEBRAE (2022), que aponta um crescimento no mercado de negócios liderados por mulheres no último ano e, que este fator está pautado em uma melhor qualificação das empreendedoras, possuindo no último semestre do ano de 2021, cerca de 68% das mulheres possuem ao menos ensino médio em sua formação.

Dentro deste quantitativo, foi perguntado também a motivação pela qual as empreendedoras decidiram empreender, se pela oportunidade ou necessidade. O resultado pode ser visto por meio da Figura 1.

Figura 1: Respostas das entrevistadas quanto a motivação para empreender



Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Como pode ser visto, por meio da figura acima, 53% das empreendedoras iniciaram seus negócios por necessidade. Esse achado está associado ao fator de que as mulheres em muitos destes casos, são as provedoras de seus lares e, mesmo com qualificação profissional, como visto por meio da Tabela 1, muitas acabam não possuindo a escolha de priorizar uma carreira, adentrando no empreendedorismo. Com a pandemia, por exemplo, o quantitativo de mulheres que perderam seus empregos formais, ficou estimado em aproximadamente 593,6 mil, o que representa um número superior ao de homens demitidos, que representou cerca de 231,7 mil, representando cerca de 71,9% das demissões (PODER 360, 2022).

A partir disto, o estudo conta com um perfil de empreendedoras jovens, com escolarização completa, em sua grande parcela, com ensino superior e que começaram a empreender por necessidade.

5.2 Desafios Enfrentados pelas Empreendedoras

Quando questionadas sobre os desafios enfrentados na carreira do empreendedorismo, as respondentes expuseram os seguintes pontos de vistas, representados por meio da Tabela 2:

Tabela 2: Possíveis interferências na trajetória do empreendedorismo

Pergunta	Resposta	%
Na sua opinião, qual das opções abaixo interfere em sua vida empreendedora?	Falta de capital	76%
	Falta de qualificação	7%
	Falta de oportunidades	15%
	Falta de apoio familiar	2%
Tem algum órgão de fomento na sua cidade (Ex. SEBRAE)	Sim	30%
	Não	70%
Você possui algum apoio de crescimento de algum órgão na sua cidade? (Ex. SEBRAE, SESC, Prefeitura, etc.)	Sim	5%
	Não	95%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

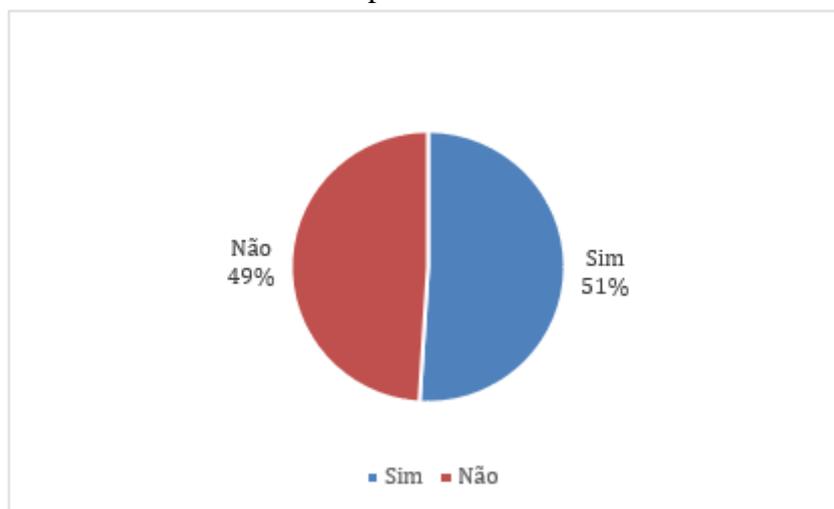
De acordo com os resultados apresentados na Tabela 2, um percentual de 95% das entrevistadas não possui apoio de órgãos de fomento em suas cidades, associado a falta de recurso (aporte financeiro) para investimentos e manutenção do próprio negócio, sendo estimado em 76% das respostas. Cabe ressaltar ainda que cerca de 70% das respondentes apontam que a cidade não possui órgão de fomento como, por exemplo, o SEBRAE.

Contudo, diante de uma pesquisa rápida em um site de buscas (*Google*), percebe-se que existe uma sala do empreendedor na cidade de Goiana-PE. Ofertando serviços gratuitos de apoio, e incentivos ao aperfeiçoamento. Com isso, as empreendedoras podem buscar melhorias em suas atividades. Porém, sua divulgação encontra-se precária, acarretando assim, uma baixa e desconhecida procura por seus serviços. No que tange às dificuldades na vida de uma empreendedora, estas são inúmeras, seja por falta de recursos e oportunidades ou ainda, por traços impostos pelo patriarcado ao longo do tempo. De acordo com Oliveira et al. (2022), o empreendedorismo feminino enfrenta muitos desafios para viabilizar projetos no mercado, sendo um deles a falta de capital identificado na pesquisa acima com 76%, um fator essencial que pode aumentar as oportunidades de negócios, e a sua falta pode exigir mais atenção e controle nos gastos.

5.3 Motivações para Empreender

Por meio da Figura 2, pode ser percebido que quando questionadas sobre modelos pautados em empreendedoras bem sucedidas e casos de sucesso, as empreendedoras responderam que:

Figura 2: Resposta das entrevistadas quanto a possuir inspiração em outra empreendedora



Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

A partir dos dados expostos por meio da Figura 2, foi possível perceber que as respondentes contaram com uma referência como forma de inspiração para início no mundo dos negócios. Esse resultado equilibrado corrobora com o pensamento defendido por Casaqui (2017), onde os indivíduos são inspirados por uma aproximação da verdade que deseja alcançar ou estabelecer, sendo influenciado por fatores, tais como: estilo de vida, beleza, posição social, dentre outros, que transcendem a esfera da inspiração evocada.

Esse resultado pode ser atrelado também ao fator de que na esfera do empreendedorismo feminino, uma “segurança” é criada ao perceber que existem outros casos que deram certo, motivando as mulheres no durante o processo e frente aos desafios. Com isso, outros motivos também levaram essas mulheres a irem em busca do seu próprio negócio, como: desemprego, insatisfação, realização pessoal, entre outros fatores.

O Quadro 1, abaixo, traz trechos das entrevistas e quando questionadas sobre a motivação para empreender, as participantes do estudo responderam:

Quadro 1: Motivação para empreender

Nº respondente	Respostas
Respondente 2	[...]Crescer na vida[...]
Respondente 5	[...]Crescimento empreendedor[...]
Respondente 9	[...]Gosto pelo empreendedorismo[...]
Respondente 11	[...]Vontade de crescer e meu negócio ser a minha renda principal[...]
Respondente 16	[...]Um dia ser bem sucedida fazendo o que amo[...]
Respondente 19	[...]Não depender de ninguém[...]
Respondente 21	[...]Crescer[...]
Respondente 22	[...]Independência financeira[...]
Respondente 26	[...]Ver as clientes satisfeitas[...]
Respondente 31	[...]Realizar meus sonhos quero alcançar[...]

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Ao responderem à questão sobre suas motivações para empreender, as mesmas mencionaram várias vezes os seus desejos de crescimento estão baseados nas suas vidas pessoais e profissionais. Outro ponto que pode ser ressaltado são os aspectos que as motivaram a começarem seus próprios negócios e conseguirem suas independências financeiras. Ainda de acordo com o quadro acima, a relação entre empreendedora e cliente vai muito mais além de uma simples venda.

Por exemplo, de acordo com a respondente nº 26, além do crescimento e satisfação da carreira, a motivação para empreender está atrelada a “[...] ver as minhas clientes satisfeitas [...]”. Ao expressar sua motivação, a respondente optou por ver suas clientes satisfeitas, isso a motiva e lhe impulsiona a dar seu melhor, tornando prazeroso e completa nas suas atividades exercidas.

Amorim e Batista (2012) defendem que o foco na satisfação dos consumidores e a preocupação em como o serviço é prestado, é típico do empreendedorismo feminino ligada a maneira como as mulheres lideram, proporcionando excelência e competitividade da empresa perante o mercado.

Por fim, foram analisadas as respostas que podem servir como mensagens inspiradoras para futuras empreendedoras e motivadoras para empreendedoras, como demonstrado, abaixo, por meio do Quadro 2.

Quadro 2: Mensagens motivadoras e inspiradoras

Nº respondente	Respostas
Respondente 3	[...] Nunca desista dos seus sonhos [...]
Respondente 9	[...] Empreender é querer crescer com o seu próprio esforço! É um pouco difícil, mas vale a pena [...]
Respondente 13	[...] O bom de você ter um negócio seu pra melhor [...]
Respondente 16	[...] Corra atrás dos seus sonhos, mesmo que dê errado levante vai fazer tudo de novo, só que ainda melhor. só nunca desista [...]
Respondente 17	[...] Seja disciplinada, confie em Deus, aprenda muito e trabalhe para ver o sorriso nos lábios dos seus clientes, o seu sucesso será uma consequência [...]
Respondente 24	[...] Não desistir, obstáculos sempre virá. O importante é olhar a frente do obstáculo e não olhar o obstáculo dessa forma você terá tempo para analisar um projeto para seguir em frente e vencer [...]
Respondente 26	[...] Seja disciplinada, acredite em você, aprenda cada vez mais e trabalhe para ver o cliente feliz e o sucesso será uma consequência [...]
Respondente 27	[...] Siga em frente nunca desista do seu sonho [...]
Respondente 28	[...] Persistir, desistir jamais [...]
Respondente 32	[...] Nunca desista dos seus sonhos, por maior que seja, coloque Deus como peça principal do seu negócio pois com ele o fardo fica leve [...]
Respondente 33	[...] Nunca desisti porque momento difícil todos nós temos Deus jeito pra tudo [...]
Respondente 34	[...] Faça hoje. Comece hoje e nunca pare. Enquanto fizer sentido, não pare. Mesmo que seu caminho vá contra toda a maré, enquanto existir um propósito, não pare [...]
Respondente 36	[...] Faça seu melhor [...]
Respondente 40	[...] Nunca desistam dos seus sonhos, o começo não é fácil, mas ao longo da trajetória vocês perceberam que valeu a pena não ter desistido [...]
Respondente 44	[...] Valorize cada oportunidade, boa ou ruim sempre haverá aprendizado, seja resiliente [...]

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

No Quadro 2, acima, pode ser percebido muitas mensagens de encorajamento. Empreendedoras impulsionando e incentivando outras mulheres a seguirem firmes nos seus propósitos pessoais e profissionais por meio dos seus próprios negócios, acreditando no seu potencial e na sua determinação.

Palavras chave podem ser destacadas nos trechos transcritos das entrevistas, tais como: disciplina, persistência, oportunidades e anseio por vitória. Da Costa (2018) defende que no cenário atual, as mulheres estão ligadas à multidisciplinaridade, que antes era impossível, sendo mães, esposas e profissionais de sucesso. Ainda, ressaltando, a conquista pelo trabalho feminino é relativamente recente e mesmo sendo difícil, com diversos obstáculos, a nova forma de organização da sociedade exige adaptabilidade e preparação para novos padrões.

Por fim, pôde ser percebido que a perseverança frente aos desafios impostos pela natureza do empreendedorismo e pela desigualdade de gênero na sociedade, o

empreendedorismo feminino é uma alternativa clara para emancipação das mulheres, contribuindo para redução de desigualdade no país, sendo necessário políticas estratégias que fomentem mais o mercado, ampliando o horizonte dos negócios e colaborando com as mulheres que se mantem perspicazes ao construir seus futuros.

6 Conclusão

O tema abordado neste trabalho é considerado um dos mais pesquisados atualmente em estudos ligados a presença da mulher do mundo dos negócios. Isso se deve ao fato de que, a partir da cultura do empreendedorismo, muitas economias são erguidas, desenvolvendo pessoas, negócios e lugares. Assim, o objetivo deste estudo foi conhecer as motivações e desafios enfrentados por empreendedoras para a criação e manutenção de seus negócios no município de Goiana - PE.

Ao buscar identificar o perfil das empreendedoras, as motivações e desafios enfrentados na construção de seus próprios negócios, percebeu-se que a maioria das empreendedoras participantes do estudo possuem como motivação central de seus negócios a manutenção dos seus lares, empreendendo inicialmente por necessidade e a presença do sentimento de realização pessoal e profissional, sendo retratada pelas falas que possuíam como eixo o termo “vencer na vida”.

Assim, a influência da busca por autorrealização, a motivação financeira e aptidão para o empreendedorismo, estão dentre os fatores mais expressivos que podem ser percebidos por meio do estudo. Outro ponto que pode ser percebido é que as respondentes não possuem informações acerca como impulsionar seus negócios por meio dos órgãos de fomentos presentes no município onde residem, o que poderia ser estimulado pelo poder público.

Como maior desafio, o recurso financeiro limitado foi apontado como principal barreira para ampliação de investimentos. Neste sentido, são confirmadas as pesquisas realizadas pelo SEBRAE (2021), que inserem o Brasil como um dos países que mais empreendem em todo o mundo. Entretanto, nesse ambiente, o empreendedorismo feminino é apontado como aquele que predominantemente surge da necessidade, dada pela conciliação da jornada tripla as mulheres.

Por meio deste estudo, foi possível conhecer a realidade do empreendedorismo feminino goianense, confirmando com os achados, a crescente participação das

mulheres no mercado de trabalho. Muitas delas vem conquistando seus espaços por meio do processo de aprendizagem, incorridos em erros e acertos ao longo das decisões tomadas, não possuindo grande previsibilidade do cenário futuro.

Diante disto, espera-se que o estudo realizado possa contribuir com o desenvolvimento de pesquisas ligadas à esfera do empreendedorismo feminino, possibilitando ampliação do conhecimento para adoção de políticas assertivas como forma de estímulo ao setor, bem como a possibilidade de investimento no aperfeiçoamento contínuo dessas profissionais. Como proposta para estudos futuros, podem ser realizadas pesquisas em áreas do mercado específica, segmentando assim, os achados.

7 Agradecimento

Primeiramente a Deus, por nos conceder alcançar essa graça. Aos nossos familiares, pelo apoio e incentivos nas horas de desânimo. E a nossa orientadora Roberta Vanessa, por sua dedicação e suporte no pouco tempo que lhe coube, nos orientando a qualquer momento que solicitássemos, nosso muito obrigado.

8 Referências

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da FINAN, v. 3, n. 3, p. 1-13, 2012.

ANDERLONI, Luisa; VANDONE, Daniela. **Risk of over in debt edeness and behavioral factors**. In: Social Science Research Network.nova relação entre população e desenvolvimento? Rio de Janeiro: Ipea, 2014, p. 407-442. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/imagens/stories/PDFs/livros/livros/livro_regime_demografico>. Acesso em: 24 jul. de 2016.

AZEVEDO, Jaqueline Ribeiro Alves de et al. **Empreendedorismo ou precarização: o Perfil das Mulheres Empreendedoras no Brasil**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso. Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política, Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2021.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e tecnologia, 1(1), pp.25-38, 2014.

BARBOSA, Rosimar. Pereira. **Relações de gênero e a lógica da competência no mercado de trabalho**. Revista de Carreiras e Pessoas, v. 3, n. 2, p.36-52, 2013.

CANTUÁRIA, Andre. **Ser MEI é legal**. 1. ed. - Rio de Janeiro: Autografia, 2019.

CASAQUI, Vander. **Discursos das pesquisas sobre empreendedorismo e empreendedorismo social na mídia digital: análise crítica**. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 134, p. 299-313, 2017.

CASSOL, Neidi. Krewer. **A Produção Científica na área de empreendedorismo feminino**: análise dos estudos indexados na base de dados do Institute for Scientific Information (ISI). 2006. Dissertação (mestrado em administração) - Universidade Regional de Blumenau. Blumenau, 2006.

CHERLIN, Andrew. J. **Public and private families: An introduction** (3rd ed.). New York: Mc Graw Hill. 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração: na administração das organizações**. Edição Compacta 3°. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CNN. **Participação de mulheres no mercado de trabalho é 20% inferior à dos homens**. - 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/participacao-de-mulheres-no-mercado-e-20-inferior-a-dos-homens/>> Acesso em: 15 de setembro de 2022.

DA COSTA, Fabiana Alves. **Mulher, trabalho e família**: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares. Pretextos - Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas. v. 3, n. 6, jul. /dez. 2018.

DA SILVA, Pablo Marlon Medeiros et al. **A resiliência no empreendedorismo feminino**. Gestão e Sociedade, v. 13, n. 34, 2019.

DE OLIVEIRA, Brunna Alves; DE PAIVA, Viviane Veríssimo; RAMOS, Ana Caroline Salviano. **Empreendedorismo feminino**: Os desafios enfrentados e as estratégias adotadas por empreendedoras no município de João Pessoa–PB. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, v. 10, n. 2, p. 30-47, 2022.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2009.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2º edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HEERDT, Ana Paula Szpoganicz. **Empreendedorismo: livro didático**. Palhoça: UnisulVirtual, 2019. 106 p.

JONATHAN, Eva. G. **Mulheres empreendedoras: Quebrando alguns tabus**. In Anais do III Encontro Nacional de Empreendedorismo ENEMPRE [CD-ROM]. Florianópolis, SC: Editora da Universidade Federal de Santa Catarina. 2001.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

KUMAR, Sushil. ALI, Jabir, **Indian agri-seed industry: understanding the entrepreneurial process**. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 17 No. 3, 2010.

MOORE, Dorothy P.; BUTTNER, E. Holly. **Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling**. SAGE Publications, Incorporated, 1997.

NASCIMENTO, Luciano. **Agência Brasil. Sebrae: mulheres lideram 10,1 milhões de empreendimentos no Brasil**. 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-03/sebrae-mulheres-lideram-101-milhoes-de-empreendimentos-no-brasil>>. Acesso em: 12 dez de 2022.

NASCIMENTO, Luciano. **Sebrae: mulheres lideram 10,1 milhões de empreendimentos no Brasil**. Agência Brasil, Brasília, 7 de mar. de 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-03/sebrae-mulheres-lideram-101-milhoes-de-empreendimentos-no-brasil>>. Acesso em 12 dez de 2022.

NATIVIDADE, Daise. Rosas da. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise**. Revista de Administração Pública, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009.

PINHEIRO, Luana S, et al. 2016. **Mulheres e trabalho: breve análise do período 2004-2014**. Brasília : IPEA, 2016.

PÉREZ, Carmina Pérez; HERNÁNDEZ, Manuela Avilés. **“Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements”**. Suma de Negócios. Volume 7, n.15, 25-31. 2016.

PODER 360. **Mulheres perderam mais empregos na pandemia, diz IBGE**. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/mulheres-perderam-mais-empregos-na-pandemia-diz-ibge/>>. Acesso em 12 dez de 2022.

REDE MULHER EMPREENDEDORA (RME). 2019. **Mulheres empreendedoras são mais capacitadas que homens, diz estudo**. Disponível em: <<https://www.progresso.com.br/economia/mulheres-empendedoras-sao-mais-capacitadas-do-que-homens-diz-estudo/368742/>>. Acesso em 18 set. de 2022.

REDE MULHER EMPREENDEDORA (RME). **Pesquisa da Rede Mulher Empreendedora avança com dados que comparam negócios de mulheres e homens**. 2019. Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2022/03/Pesquisa-instituto-rede-mulher-emprededora-2021.pdf>>. Acesso em 20 de nov de 2022.

SEBRAE. **Brasil alcança recorde de novos negócios, com quase 4 milhões de MPE.** 2021 Disponível: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/brasil-alcanca-recorde-de-novos-negocios-com-quase-4-milhoes-de-mpe,b7e02a013f80f710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 21 de set. de 2022.

SEBRAE. **Cresce o número de brasileiros que querem ter um negócio próprio.** Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/cresce-o-numero-de-brasileiros-que-querem-ter-um-negocio-proprio,d2301c51e4a5c710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Dados%20levantados%20pela%20maior%20pesquisa,53%25%20\(em%202020\).>](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/cresce-o-numero-de-brasileiros-que-querem-ter-um-negocio-proprio,d2301c51e4a5c710VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Dados%20levantados%20pela%20maior%20pesquisa,53%25%20(em%202020).>)> Acesso em 20 nov. de 2022

SEBRAE. **Participação de mulheres empreendedoras cresce no Brasil.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/participacao-de-mulheres-empendedoras-cresce-no-brasil,06fd4563d8318710VgnVCM100000d701210aRCRD>> Acesso em: 04 de set. de 2022.

SILVEIRA, Daniel. **Empreendedorismo por necessidade leva o Brasil a registrar saldo positivo de empresas pelo 2º ano seguido. G1.** Disponível em:<<https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/06/23/empreendedorismo-por-necessidade-leva-o-brasil-a-registrar-saldo-positivo-de-empresas-pelo-2o-ano-seguido.ghtml>>. Acesso em 20 nov. de 2022.

SOARES, Catielen. **Empreendedorismo feminino na moda: estudo de caso das marcas:** Tuani Vieira Brand, Madu Brand e Gi Ferrera. 2021. Trabalho de conclusão de curso (Tecnologia em Design de Moda), Universidade do Sul de Santa Catarina, 2021.

STACHEWSKI, Ana Laura; FREITAS, Rafaela. **Pandemia impulsionou empreendedorismo entre mulheres, mostra LinkedIn.** Revista Pequenas empresas grandes negócios. 21 jul. 2022. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2022/07/pandemia-impulsionou-empreendedorismo-entre-mulheres-mostra-linkedin-veja-dicas-para-transicao.html>>. Acesso em 20 de nov de 2022.

VIDIGAL, P. R. **Aspectos cognitivos e afetivos dos empreendedores: Como estes Atores Tomam Decisões?.** Dissertação (Mestrado em Administração), Faculdade Campo Limpo Paulista FACCAMP, São Paulo. 2011.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos.** Bookman editora, 2015.