



RELISE

**SUBJETIVIDADE E PAPÉIS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS:
HISTÓRIAS PARNANGUARAS¹**

*SUBJECTIVITY AND ROLES OF WOMEN ENTREPRENEURS:
PARNANGUARA STORIES*

Gabrielly Kalbusch Passos²

Stephanye Lohana da Silva Correa³

Leticia do Rocio da Silva Gianni⁴

Marcos Vinícius Pereira Correa⁵

Thálita Anny Estefanuto Orsiolli⁶

RESUMO

Este trabalho explora o empreendedorismo feminino, focando na análise da subjetividade das mulheres em suas trajetórias empreendedoras. Este tipo de empreendedorismo tem ganhado destaque global, desafiando normas tradicionais e criando novas oportunidades. Nesse contexto, a subjetividade feminina abrange tanto a busca pelo sucesso financeiro quanto a construção de uma identidade que desafia estereótipos de gênero. A pesquisa investiga como as experiências individuais e coletivas moldam as identidades e estratégias das mulheres empreendedoras, destacando questões como o equilíbrio entre vida profissional e pessoal, o acesso a redes de apoio, suas perspectivas de futuro e a superação dos desafios encontrados. Através de uma abordagem qualitativa, o estudo de caso busca entender os principais fatores subjetivos que afetam essas mulheres, como suas experiências pessoais influenciam suas abordagens ao empreendedorismo e o impacto da subjetividade no desempenho e crescimento de seus negócios. O estudo destaca a importância de reconhecer as particularidades e os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras,

¹ Recebido em 19/02/2025. Aprovado em 20/03/2025. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.17062122

² Universidade Estadual do Paraná. stephanyelohana@gmail.com

³ Universidade Estadual do Paraná. gabkalbusch@gmail.com

⁴ Universidade Estadual do Paraná. leticiajanni@gmail.com

⁵ Universidade Federal do Paraná. marcoscorrea@ufpr.br

⁶ Universidade Estadual do Paraná. thalita.orsiolli@unespar.edu.br



RELISE

134

além do desejo de inspirar outras mulheres através da construção de um legado para as próximas gerações.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino, subjetividade, equilíbrio trabalho-família, análise narrativa.

ABSTRACT

This study explores female entrepreneurship, focusing on the analysis of women's subjectivity in their entrepreneurial journeys. This type of entrepreneurship has gained global prominence, challenging traditional norms and creating new opportunities. In this context, female subjectivity encompasses both the pursuit of financial success and the construction of an identity that challenges gender stereotypes. The research investigates how individual and collective experiences shape the identities and strategies of women entrepreneurs, highlighting issues such as work-life balance, access to support networks, future perspectives, and overcoming challenges. Through a qualitative approach, the case study seeks to understand the key subjective factors affecting these women, how their personal experiences influence their approaches to entrepreneurship, and the impact of subjectivity on the performance and growth of their businesses. The study underscores the importance of recognizing the specificities and challenges faced by women entrepreneurs, as well as the aspiration to inspire other women through the construction of a legacy for future generations.

Keywords: female entrepreneurship, subjectivity, work-family balance, narrative analysis.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem ganhado destaque no cenário global, sendo amplamente discutido como uma das principais forças impulsionadoras do desenvolvimento econômico e social contemporâneo. Seu crescimento expressivo desafia normas tradicionais e tem ampliado o espaço para as mulheres desenvolverem suas trajetórias empreendedoras.

O empreendedor pode ser compreendido como o sujeito que impulsiona o empreendedorismo, ou seja, aquele que faz as coisas acontecerem, antecipa-se aos fatos e possui uma visão estratégica para o futuro da organização



RELISE

(Dornelas, 2008). Esse perfil permite que o empreendedor esteja preparado para enfrentar os desafios de um mercado globalizado e em constante transformação.

No Brasil, o empreendedorismo começou a se consolidar na década de 1990, e, mais recentemente, o empreendedorismo feminino tem ganhado destaque, sendo definido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) como “uma atividade empreendedora liderada por mulheres” (SEBRAE, 2023). Esse movimento se reflete na atuação de mulheres que não apenas fundam seus próprios negócios, mas também assumem a liderança na gestão e no desenvolvimento de suas empresas.

Embora o número de empreendimentos femininos seja proporcionalmente menor que o de homens (GEM, 2023), as mulheres empreendedoras se destacam por um nível de escolaridade mais elevado e características como maior maturidade e, em sua maioria, por serem casadas (Silva; Mainardes; Lasso, 2016). Apesar disso, ainda há certas barreiras encontradas no percurso, algumas delas como, o preconceito quanto ao seu gênero e menor parceria recebida em relação aos homens (SEBRAE, 2024).

O empreendedorismo feminino vem sendo objeto de vários estudos, ou seja, esse tema tem tido um crescimento significativo em pesquisas, principalmente para servir de modelo para quem deseja empreender (Vale; Serafim; Teodósio; 2011). Esse campo de estudo está ligado à subjetividade das mulheres empreendedoras, que é formada por sentidos subjetivos associados às suas trajetórias, ao contexto atual e à cultura dentro da qual a atividade é desenvolvida (Ferreira; Nogueira, 2013). Dessa forma, essa subjetividade não envolve apenas a busca pelo sucesso financeiro, mas também a construção de uma identidade que desafia estereótipos de gênero e promove a igualdade através das trajetórias.

Com base nesses aspectos, este estudo investiga o empreendedorismo feminino em Paranaguá, Paraná, com foco nos papéis e na construção da



RELISE

subjetividade das empreendedoras locais. A escolha da cidade se justifica por sua relevância econômica e cultural no litoral paranaense, além dos desafios e oportunidades que moldam a trajetória dessas mulheres. Com uma população de 145.829 habitantes e uma área territorial de 822,838 km², Paranaguá oferece um ambiente propício para o desenvolvimento empresarial (IBGE, 2023).

Nesse contexto, fatores como o equilíbrio entre vida profissional e pessoal, o acesso a redes de apoio, os recursos financeiros e a superação de preconceitos são determinantes para compreender a realidade do empreendedorismo feminino na região. Assim, este estudo busca analisar como as experiências de vida influenciam a construção da subjetividade dessas mulheres no cenário empreendedor do litoral paranaense.

Para estruturar esta pesquisa, as seções seguintes apresentam o referencial teórico, onde a temática sobre o empreendedorismo feminino é explanada, bem como duas esferas relacionadas a esse tema: a construção da subjetividade da mulher no contexto empreendedor e o contexto familiar no empreendedorismo feminino. Posteriormente, na metodologia, são apresentados os procedimentos de coleta de dados. Em seguida, encontra-se a análise e discussão. Por fim, as últimas seções abordam as considerações finais e as referências.

REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo feminino

O empreendedorismo pode ser definido como um processo dinâmico de criação de valor, seja por meio da geração de renda ou pela exploração de oportunidades no mercado, com impactos significativos na economia e na sociedade. De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor Brasil (GEM), trata-se de "qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou



RELISE

empreendimento, como uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente" (GEM, 2008, p. 134).

Além de criar novos negócios, o empreendedorismo abrange inovações em produtos, serviços e processos em organizações já estabelecidas. Para alcançar o sucesso nesse cenário, é fundamental que os empreendedores saibam onde desejam chegar, definam o propósito de sua jornada e foquem em como impactar positivamente o negócio (Dornelas, 2021).

Esse conceito vai além da criação de novos negócios, abrangendo também a inovação em produtos, serviços e processos em organizações já estabelecidas. Em uma visão ampla, Schumpeter (1997) destaca o empreendedor como um objeto central em seu sistema econômico, pelo fato de ser ele quem impulsiona o processo da inovação. Nesse contexto, o empreendedorismo feminino emerge como um fenômeno relevante e transformador, motivado pelo desejo de independência financeira, autonomia e realização pessoal.

As mulheres que decidem empreender enfrentam desafios específicos, muitas vezes associados a barreiras históricas e culturais. Esses desafios incluem conflitos de responsabilidades, pressão social vinculada a papéis tradicionais e a falta de experiência no comando de seus próprios negócios (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014). Apesar disso, essas empreendedoras demonstram grande resiliência, utilizando suas experiências para transformar tanto suas vidas quanto o ambiente à sua volta.

As motivações para empreender vão além da simples necessidade de complementar a renda familiar, sendo impulsionadas por fatores que incluem desde a busca por autonomia e satisfação pessoal até a descoberta de nichos de mercado promissores (Jonathan, 2011).



RELISE

Bolson, Oliveira e Vale (2018, p. 89) compreendem que: “Empreender é muito mais que investir no mercado de trabalho, é muito mais que gastar dinheiro, é muito mais que obter sua satisfação pessoal em seu próprio negócio”.

Para as mulheres, empreender significa igualdade, autonomia financeira, realização pessoal e crescimento profissional, seja como proprietárias de micro e pequenas empresas, ocupantes de cargos de gerência ou presidência.

Segundo o estudo de Bandeira, Amorim e Oliveira (2020), as empreendedoras brasileiras tendem a se envolver no empreendedorismo por questões de necessidade, como enfrentamento do desemprego, ao invés de apenas oportunidades de mercado, o que é uma realidade mais comum entre os homens. Além disso, o estudo revelou que o empreendedorismo é uma alternativa para conciliar demandas familiares e profissionais, especialmente para mulheres com filhos pequenos.

No entanto, o resultado de tamanha determinação e força de vontade que as empreendedoras têm de conquistar um papel na sociedade está diretamente ligado a causas específicas que moldam suas trajetórias profissionais. Essas causas são resultados de suas subjetividades únicas e o forte equilíbrio que precisam manter entre as responsabilidades de trabalho e família. Diante disso, compreender e aprofundar-se nessas causas é necessário para entender como elas percorrem os obstáculos para alcançar a realização pessoal e profissional sobre as responsabilidades que as cercam.

A construção da subjetividade da mulher no contexto empreendedor

O empreendedorismo feminino vai além de questões econômicas, funcionando como um motor de transformação social. Em muitos casos, ele surge como resposta a necessidades urgentes, como o enfrentamento do desemprego, mas se transforma em um meio de emancipação pessoal e



RELISE

profissional. Bandeira, Amorim e Oliveira (2020) destacam que, para muitas mulheres, empreender é uma alternativa para conciliar as demandas familiares e profissionais, especialmente quando há filhos pequenos.

Segundo Rey (2005), a subjetividade é um processo dinâmico, construído a partir de sentidos únicos que vão além de influências externas diretas. Ou seja, ela é moldada por experiências pessoais que se acumulam e se transformam ao longo do tempo. No caso das mulheres empreendedoras, esses sentidos subjetivos refletem a maneira como lidam com desafios, conciliam múltiplos papéis e inovam no mercado.

Ferreira e Nogueira (2013) destacam que a identidade de gênero tem um papel importante nessa construção, pois a maneira como as mulheres percebem sua jornada no empreendedorismo é diretamente influenciada pelas expectativas sociais em relação ao papel feminino. No Brasil, essas influências são intensificadas pelo contexto machista presente no ambiente empresarial, o que impõe desafios ainda mais profundos para as mulheres que buscam ter sucesso como empresárias.

A subjetividade feminina no empreendedorismo também se reflete na capacidade de inovação e liderança das mulheres, que, muitas vezes, introduzem novas perspectivas no mercado de trabalho, contribuindo para um ambiente de negócios mais diverso e inclusivo. A forma como essas mulheres conciliam suas responsabilidades profissionais e pessoais, com foco no equilíbrio entre vida familiar e carreira, é uma das características que mais contribui para o fortalecimento de suas trajetórias empreendedoras (Ferreira; Nogueira, 2013).

Mais do que ganhos financeiros, o sucesso das mulheres empreendedoras está relacionado à realização pessoal e à capacidade de superar desafios. Ao construírem trajetórias singulares, essas mulheres mostram



RELISE

que o empreendedorismo não se limita a abrir negócios, mas é uma ferramenta para transformar realidades, tanto no âmbito pessoal quanto no social.

Diante disso, é possível notar que a subjetividade de cada mulher no empreendedorismo feminino se revela através das suas experiências pessoais, nos seus valores e nas percepções. No entanto, a trajetória da mulher que empreende não se limita apenas às suas conquistas e desafios. Em muitos casos, a mulher se vê desafiada a equilibrar sua vida profissional e pessoal, enfrentando também elementos na dimensão trabalho-família.

Compreender a subjetividade das mulheres no empreendedorismo é fundamental para entender como elas atribuem significado às suas experiências no mundo dos negócios. Segundo Rey (2005), a subjetividade é um processo dinâmico, construído a partir de sentidos únicos que vão além de influências externas diretas. Ou seja, ela é moldada por experiências pessoais que se acumulam e se transformam ao longo do tempo. No caso das mulheres empreendedoras, esses sentidos subjetivos refletem a maneira como lidam com desafios, conciliam múltiplos papéis e inovam no mercado.

Contexto familiar no empreendedorismo feminino

O empreendedorismo feminino está inserido em uma dinâmica complexa, onde as mulheres empreendedoras enfrentam o desafio de equilibrar responsabilidades familiares e profissionais. Essa realidade é moldada pelas expectativas sociais e pelos papéis de gênero que influenciam suas trajetórias, frequentemente exigindo delas a conciliação de múltiplos papéis, como os de mãe, esposa e gestora. Nesse sentido, Jonathan (2005, p. 374) destaca que a “multiplicidade de papéis tende a ser considerada uma característica do universo feminino, levando ao reconhecimento de um talento nas mulheres para fazer e pensar várias coisas simultaneamente”, sendo assim, a mulher empreendedora se depara, muitas vezes, com um atrito na esfera trabalho-família.



RELISE

Homens e mulheres empreendedores vivenciam de maneira distinta as relações entre trabalho e família, em grande parte devido às expectativas sociais e aos papéis de gênero que lhes são atribuídos. As mulheres, frequentemente, carregam a maior parte das responsabilidades familiares, o que intensifica os conflitos entre suas obrigações profissionais e pessoais (Jonathan, 2005; Vilela, 2018). Já os homens, comumente vistos como principais provedores, enfrentam menos demandas nesse âmbito. Essa desigualdade reflete-se também no acesso a redes de apoio, que muitas vezes favorecem os homens e deixam as mulheres em desvantagem na busca por recursos que impulsionem suas carreiras (Bandeira, Amorim e Oliveira, 2020).

Quanto ao apoio que as empreendedoras recebem e percebem no círculo familiar, Silva, Mainardes e Lasso (2016) afirmam que boa parte das mulheres entrevistadas identificam os maridos como principal apoiador para que elas permaneçam em atividade nos negócios. Por penúltimo, os amigos foram identificados como minoria no suporte dado a elas. Receber este suporte é extremamente importante para que mulheres empreendedoras tenham bons resultados nos seus empreendimentos (Silva; Mainardes; Lasso, 2016).

Equilibrar as responsabilidades pessoais e profissionais é uma constante nos conflitos relacionados entre o trabalho e a família. Todavia, autores como Hall (1972) e Shelton (2006) propõem ações que as mulheres podem adotar para que sejam solucionados esses conflitos em determinados momentos, aliviando, assim, as tensões decorrentes desses embates

Tendo em consideração a temática do empreendedorismo feminino e as esferas procedentes dela, é importante compreender como se dá a relação entre a mulher empreendedora, os papéis que ela assume simultaneamente ou não, na gestão do empreendimento e o conflito decorrente dessa interação. Visto que a compreensão profunda do empreendedorismo feminino só pode ser alcançada considerando-se a complexidade da identidade e das vivências das mulheres,



RELISE

bem como os desafios específicos ao equilibrar demandas profissionais e familiares.

METODOLOGIA

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, sendo especificamente um estudo de caso, pois permite uma análise aprofundada do fenômeno investigado (Creswell, 2014). Essa abordagem é valorizada por sua capacidade de explorar fenômenos sociais de maneira abrangente, considerando sua complexidade e o contexto real em que ocorrem (Yin, 2015).

Bauer e Gaskell (2002) descrevem a pesquisa qualitativa como pesquisa social, destacando que, durante a coleta de dados, é imprescindível evitar vies nas respostas dos entrevistados, garantindo que as informações obtidas sejam verdadeiramente representativas do objeto de estudo.

Além disso, na pesquisa qualitativa, o pesquisador assume um papel ativo, participando do processo e esforçando-se para compreender profundamente os fenômenos (Michel, 2015). Essa participação possibilita ao pesquisador desconstruir o senso comum e enriquecer a análise científica, interpretando os dados de maneira a extrair significados relevantes.

Para este estudo, foram entrevistadas três empreendedoras, com no mínimo quatro anos de atividade em Paranaguá, cidade litorânea do Paraná. A escolha das participantes se deu pela proximidade das pesquisadoras com as empreendedoras, pelo fato de já terem utilizado serviços e produtos das empresas e pela divulgação que as próprias empreendedoras fazem em rede social, mostrando a jornada de seus empreendimentos. Em razão da disponibilidade de cada uma, optou-se por realizar entrevista individual. Os áudios das entrevistas foram gravados com o consentimento das empreendedoras e realizadas presencialmente no ambiente de trabalho de cada uma delas.



RELISE

Com o intuito de resguardar a identidade das empreendedoras, foi estabelecido sigilo, utilizando nomes fictícios para elas e suas respectivas empresas, como sugerido por Michel (2015). Assim sendo: Vitória com sua clínica de estética, Geovana proprietária da loja e ateliê Floratta, e Luísa principal gestora da loja de vestuário feminino Maya Modas.

No que tange às entrevistas, optou-se pela entrevista narrativa, que se difere da entrevista formal, baseada em perguntas e respostas. Segundo Bauer e Gaskell (2002), neste modelo o entrevistador segue um roteiro para guiar a conversa, sem interrupções ou questionamentos que possam influenciar na comunicação e no comportamento do entrevistado. O intuito é permitir que ele compartilhe sua vivência de forma espontânea, com suas próprias palavras. A entrevista narrativa segue uma estrutura, contendo início, meio e fim, como os autores Bauer e Gaskell (2002) sugerem. Conforme os autores Bauer e Gaskell (2002) expõem, o roteiro das entrevistas foi guiado por perguntas que coubessem somente em uma página, visto que, o objetivo era realizar perguntas específicas do objeto estudado. Neste caso, as perguntas abordavam a história de vida que direcionaram a construção profissional das entrevistadas.

Logo após a coleta de dados, as entrevistas foram transcritas de forma literal, no entanto, palavras repetidas, como vícios de linguagem, foram desconsideradas, pois não trouxeram informações significativas. Bem como em frases de pouca compreensão foram reescritas com base no contexto de fala das entrevistadas com o intuito de tornar a narrativa coesa.

Após a transcrição das entrevistas, a análise narrativa foi realizada para compreender as histórias de vida das empreendedoras. Segundo Gibbs (2009), essa abordagem busca interpretar as experiências dos indivíduos, considerando o contexto social e cultural, e como eles atribuem significado aos eventos importantes de suas vidas, além de organizar os acontecimentos.



RELISE

Boje (2001) destaca que as narrativas são ferramentas que não só relatam experiências passadas, mas também moldam o presente e o futuro, influenciando decisões e ações. Riessman (2008) complementa, afirmando que a análise narrativa permite explorar os significados e valores que os indivíduos atribuem a suas histórias, revelando camadas profundas da experiência humana.

Nesta pesquisa, a análise foi estruturada em torno de categorias predefinidas, baseadas em aspectos-chave das trajetórias das empreendedoras. As categorias foram construídas de forma a facilitar a identificação de padrões e a organização dos dados, possibilitando uma interpretação mais profunda e rica das narrativas.

Ao adotar tanto a análise narrativa quanto as categorias, a pesquisa conseguiu integrar a subjetividade das histórias com a identificação de tendências e elementos comuns nas experiências das empreendedoras. As dimensões estruturadas no Quadro 1 foram identificadas durante a análise como padrões recorrentes nas entrevistas, revelando aspectos comuns nas falas das participantes.

Entre esses padrões, a maternidade emergiu naturalmente como uma experiência comum detectada na trajetória de algumas das empreendedoras entrevistadas. No entanto, como não foi um ponto recorrente em todas as entrevistas, a maternidade não está listada no quadro das demais dimensões identificadas.



RELISE

145

QUADRO 1. Categorias de análise

DIMENSÕES	CONCEITO
Motivação Empreendedora	A motivação empreendedora reflete o desejo de empreender e a coragem de dar o primeiro passo, visíveis nas iniciativas e na determinação para criar e desenvolver o próprio negócio. Jonathan (2011) discute as diversas motivações pelas quais empreendedoras iniciam os negócios, sendo as principais relacionadas à realização pessoal e o anseio por autonomia.
Rede de Apoio	A rede de apoio inclui relacionamentos que oferecem suporte emocional, financeiro e prático às empreendedoras. Silva, Mainardes e Lasso (2016) destacam que muitos maridos são vistos como principais apoiadores, essenciais para a continuidade dos negócios.
Equilíbrio entre Vida Pessoal e Profissional	Equilibrar as responsabilidades pessoais e profissionais é uma constante nos conflitos relacionados entre o trabalho e a família. Todavia, autores como Hall (1972) e Shelton (2006) propõem ações que as mulheres podem adotar para que sejam solucionados esses conflitos em determinados momentos, aliviando, assim, as tensões decorrentes desses embates.
Perspectiva de Futuro	A perspectiva de futuro envolve a capacidade do empreendedor de antecipar tendências e desenvolver uma visão estratégica para sua organização. Dornelas (2008) destaca que essa visão é fundamental para enfrentar os desafios de um mercado globalizado e em constante transformação.

FONTE: Os autores (2024)

HISTÓRIA DAS EMPREENDEDORAS PARNANGUARAS

Vitória

Vitória, uma jovem de 25 anos, encontrou no empreendedorismo sua verdadeira vocação. Desde cedo, demonstrava interesse pela área comercial, começando a vender doces ainda no ensino médio. Ao ingressar na faculdade, iniciou o curso de Direito, mas logo percebeu que não era o caminho certo e decidiu migrar para Estética e Cosmética. Com a necessidade de pagar seus estudos, trabalhou em uma loja de perfumaria e cosméticos, onde teve sua primeira experiência profissional no setor de beleza.

A vontade de ter seu próprio negócio surgiu cedo, mas os recursos eram limitados. Quando foi demitida, usou o seguro-desemprego para abrir sua primeira clínica de estética, um pequeno espaço de apenas nove metros



RELISE

quadrados. No primeiro dia, não havia dinheiro em caixa, pois todo o investimento foi direcionado para materiais e equipamentos. Desde o início, Vitória seguiu um princípio aprendido com seu pai: “O dinheiro não é meu, mas sim da empresa.” Esse pensamento a ajudou a reinvestir cada centavo para expandir sua clínica.

Com o crescimento da demanda, o espaço inicial se tornou pequeno, levando-a a mudar para locais maiores em pouco tempo. A cada mudança, investia novamente tudo o que a clínica conquistava para melhorar a estrutura e oferecer novos serviços. Mas nem tudo foi fácil. Apenas duas semanas após a inauguração, a pandemia da Covid-19 forçou o fechamento temporário do negócio. Determinada a não desistir, Vitória desenvolveu uma linha de produtos home care, permitindo que seus clientes mantivessem os cuidados estéticos em casa. Essa estratégia garantiu a continuidade das vendas e ajudou a superar um dos momentos mais difíceis de sua trajetória.

Além dos desafios financeiros e estruturais, Vitória também enfrentou a resistência da família. Seus pais inicialmente não apoiaram sua decisão de empreender, pois ela havia sido aprovada em um concurso público e eles enxergavam o empreendedorismo como um caminho incerto. No entanto, com o tempo, ao verem seu esforço e dedicação, passaram a reconhecer e valorizar suas conquistas. “No começo, achavam que era só um espacinho alugado, mas hoje veem que construí algo sólido”, narra a empreendedora.

Atualmente, sua clínica conta com uma equipe de 15 mulheres, e seu namorado se tornou sócio no negócio. Vitória vê sua jornada como algo maior do que apenas o crescimento da clínica, ela deseja ser inspiração para outras mulheres: “Preciso ser exemplo, não só para mim, mas para quem está comigo”, afirma.

O equilíbrio entre vida pessoal e profissional continua sendo um desafio. No início, trabalhava intensamente, muitas vezes até de madrugada, mas ao



RELISE

longo do tempo, aprendeu a delegar funções. “Antes, eu fechava a clínica à meia-noite e às seis da manhã já precisava estar lá de novo. Hoje, antes de eu chegar, a clínica já está aberta por outra pessoa, mas ainda preciso melhorar essa separação”, reflete.

Vitória também percebeu a importância do networking e da troca de experiências com outros empreendedores. Participa ativamente de grupos de empreendedorismo, onde compartilha suas dificuldades e aprende com os erros e acertos de outros profissionais. Seu desejo é ajudar quem está começando, oferecendo oportunidades para estagiários e profissionais inexperientes crescerem dentro de sua clínica.

Ao final da entrevista, Vitória fez uma reflexão sobre os desafios do empreendedorismo e a ilusão criada pelas redes sociais. “Nem tudo é postado. O que importa é olhar para o próprio crescimento e não se comparar com os outros”. Com determinação e resiliência, Vitória não só construiu um negócio de sucesso, mas também um espaço que reflete seus valores. Sua jornada segue impulsionada pelo desejo de evoluir, inspirar outras mulheres e continuar oferecendo serviços que fazem a diferença na vida de seus clientes.

Geovana

Geovana, aos 30 anos, é mãe solo de duas crianças e proprietária da loja Floratta, que atua tanto no varejo físico quanto no digital. Desde jovem, demonstrou espírito empreendedor, vendendo acessórios, cosméticos e trabalhando em diversas áreas. Sua formação em assistência social não a impediu de seguir sua vocação para os negócios, que se consolidou em meio à pandemia e à sua segunda gestação.

O início da loja foi despretensioso: ao comprar vestidos para si, percebeu que não serviam e decidiu revendê-los. O sucesso das primeiras vendas a motivou a expandir, e, em poucos meses, ela já havia estruturado um site. O



RELISE

148

crescimento do negócio trouxe desafios administrativos, como a formalização e gestão financeira, além da necessidade de um espaço maior para armazenar os produtos. “Quando se começa algo amador, você não se preocupa com nada. No máximo, paga um MEI e o DAS. Mas depois que começa a crescer, vê que tudo é muito mais complexo.”

Sem apoio familiar ou de amigos, Geovana enfrentou os desafios do empreendedorismo sozinha, conciliando maternidade e trabalho. Inicialmente, contou com uma babá para ajudá-la com os filhos, permitindo que se dedicasse mais à loja. Sua abordagem sempre foi baseada na confiança de que o investimento em estrutura e equipe traria retornos futuros. “Se eu colocar alguém para trabalhar meio período para ficar com ela, pelo menos no colo, eu consigo trabalhar. E o que eu trabalhar, eu consigo pagar essa pessoa.”

A expansão do negócio trouxe novas dificuldades, como problemas com fornecedores, sazonalidade de estoque e um acidente que a deixou temporariamente impossibilitada de trabalhar. Diante da escassez de peças que representassem a identidade romântica da loja, ela decidiu aprender costura e desenvolver sua própria coleção. Assim, a Floratta se tornou também um ateliê, reforçando a exclusividade da marca.

Com o crescimento da empresa, Geovana investiu em parcerias estratégicas com influenciadores e na produção fotográfica das peças. No entanto, a tentativa de ampliar o negócio para um espaço maior, com um estúdio fotográfico e uma cafeteria anexa, se mostrou um erro, elevando custos e aumentando sua carga de trabalho. Reconhecendo a sobrecarga, ela optou por retornar a um modelo mais enxuto, semelhante ao inicial.

Os anos de 2022 e 2023 foram marcados por crises intensas. A sobrecarga gerada pela maternidade, a administração da loja e os desafios com costureiras levaram Geovana a um quadro de burnout. “Eu não dormia, não comia, era só tentando resolver, solucionar essas questões de estoque.” As



RELISE

dificuldades se intensificaram em 2024, quando enfrentou o adoecimento da mãe, o diagnóstico de autismo de um de seus filhos e o término de seu casamento. “Quando a gente veio para cá [ponto físico atual], esse ano aconteceu de tudo: minha mãe ficou doente, eu me separei.”

Seu cotidiano é dinâmico e desafiador. Em dias atípicos, precisa levar os filhos para a loja, o que impacta sua produtividade. Muitas vezes, trabalha de madrugada para dar conta das demandas do ateliê. Ainda assim, acredita que o empreendedorismo lhe proporciona liberdade para estar mais presente na vida de seus filhos, algo que valoriza profundamente. “O empreendedorismo combina com a maternidade, porque você tem a liberdade de ter o seu dinheiro e a liberdade de ser mãe, e fazer os seus próprios horários.”

Apesar das dificuldades, Geovana vê o empreendedorismo como um processo contínuo de aprendizado. Sem um manual a seguir, aprendeu na prática, ajustando sua trajetória conforme os desafios surgiam. “Empreender não é uma cartilha que vem pronta, você aprende fazendo.” Seu objetivo é consolidar a Floratta e, no futuro, ensinar modelagem e costura, transmitindo seu conhecimento para outras mulheres.

Ela defende que toda mulher deveria empreender, nem que seja em pequenos negócios, para garantir sua independência financeira e emocional. Embora tenha o desejo de expandir, reconhece que o momento exige estabilidade. Assim, segue focada em sua loja e ateliê, promovendo suas criações e se adaptando às necessidades do mercado.

Luísa

Luísa, aos vinte e nove anos, construiu sua trajetória empreendedora com coragem e determinação. Em 2018, fundou sua loja online de roupas, "Maya Modas", um nome que reflete sua identidade, pois "Maya" é seu segundo nome.



RELISE

Inspirada desde a infância pela mãe e avó, que atuavam com vendas, sua primeira experiência empreendedora foi vender brigadeiros na escola.

Antes de se dedicar aos negócios, trabalhou como assistente de recursos humanos, mas sentiu que não era seu caminho. Em 2012, ingressou na faculdade de turismo, acreditando nas oportunidades da área. "Optei por cursar turismo pensando nas diversas possibilidades que a profissão poderia me oferecer", explica. No entanto, percebeu que a carreira não atendia suas expectativas: "Não proporcionou o caminho que eu esperava".

No início da loja online, enfrentou desafios como a definição do público-alvo. "A maior dificuldade era pensar: para quem vou vender? Quem vai comprar minhas roupas?", relembra. A maternidade trouxe novos obstáculos, como conciliar os cuidados com seu bebê e as vendas. "Eu colocava as roupas no carro, postava nas redes sociais e entregava as peças enquanto meu filho esperava no bebê conforto", conta Luísa.

Com o apoio do marido, que a incentivava a expandir, abriu sua primeira loja física em 2020. Entretanto, a pandemia da Covid-19 obrigou o fechamento temporário logo no início. "Tinha vezes em que eu não vendia um cinto de 20 reais. Eu quase chorava", confessa. Mesmo assim, superou as dificuldades e expandiu para um espaço maior. Atualmente, a loja funciona no térreo de sua casa, o que facilita a rotina, mas também impõe desafios. "O empreendedor, ele acorda trabalhando e dorme trabalhando", afirma a empreendedora.

O sucesso da Maya Modas fez com que seu marido deixasse o emprego para se dedicar integralmente ao negócio. "Ele é meu apoio e está sempre comigo, somos uma sociedade de casamento e de trabalho". Luísa nunca buscou redes de empreendedores, preferindo aprender por experiência própria. "Sempre procurei caminhar com minhas próprias pernas".

Hoje, sua loja se destaca em Paranaguá pela qualidade acessível das roupas e pelo atendimento diferenciado. "Que eu me lembre, nunca vi uma loja



RELISE

aqui no centro formar filas", comenta orgulhosa. O empreendimento permitiu a ela conhecer pessoas e melhorar sua qualidade de vida: "O rendimento que tenho como dona da loja, certamente, eu não teria trabalhado em uma empresa".

Dividindo responsabilidades com o marido, consegue equilibrar a vida profissional e pessoal. "Meu marido me ajuda em tudo, e um é o apoio do outro". Apesar das conquistas, reconhece os sacrifícios. "Os primeiros passos do meu filho, a primeira palavra, muitas vezes eu não presenciei". No entanto, hoje investe no treinamento de suas funcionárias para garantir mais tempo com a família.

A influência de sua mãe foi essencial em sua jornada. "Infelizmente perdi minha mãe, mas tive a oportunidade de agradecer a ela. Ver ela sempre vendendo coisas despertou em mim o desejo de seguir esse caminho". Atualmente, conta com o suporte do marido, do filho e da sogra para manter o equilíbrio entre trabalho e família.

Buscando crescimento sustentável, Luísa foca em inovação e na qualidade dos produtos. "Eu nunca cresci o olho no meu próprio negócio no sentido de gastar demais com coisas pessoais. A mentalidade é crescer de forma sustentável e sem dívidas". Para ela, o empreendedorismo transformou sua vida financeira e sua percepção sobre si mesma, tornando-a mais forte e resiliente.

ANÁLISE E DISCUSSÃO

A presente análise revelou conexões em comum nas histórias de Vitória, Geovana e Luísa, que relataram desafios e conquistas ao longo de suas trajetórias profissionais. Através das narrativas, foi possível compreender como as empreendedoras foram moldadas pelos cenários que influenciaram o rumo de seus negócios. Embora cada uma delas tenha suas peculiaridades, Geovana e Luísa iniciaram seus empreendimentos por necessidade, motivadas pelas circunstâncias incertas que enfrentavam em suas vidas.



RELISE

Geovana, começou a empreender em casa durante a gravidez após parar de atuar como assistente social devido à pandemia, com o objetivo de gerar renda e explorar um nicho escasso em sua cidade. Luísa, insatisfeita com a liderança masculina em seus últimos empregos no regime da Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), decidiu arriscar no empreendedorismo, indo a São Paulo para comprar roupas e iniciar seu negócio. Enquanto Vitória, foi a única que empreendeu por oportunidade, ela aproveitou a saída do seguro-desemprego para abrir uma clínica de estética, mesmo que esse desejo fosse contra a vontade de seus pais.

Estas motivações, que impulsionaram Vitória, Geovana e Luísa a empreenderem, corroboram com as motivações percebidas no estudo de Jonathan (2011), sendo algumas delas identificadas nas empreendedoras: Vitória buscou independência para tomar suas próprias decisões, Geovana identificou um nicho escasso em sua região, e Luísa queria superar a insatisfação com a liderança masculina. O que se mostrou relevante no momento presente é que suas motivações foram modificadas, tornando o empreendedorismo uma realização e um prazer pessoal, alinhando-se à ideia de Rey (2009) de que o sujeito é transformador da subjetividade. Essa mudança de perspectiva se reflete na gestão dos negócios, com Luísa e Vitória optando por não seguir modelos locais, buscando viver suas próprias experiências sem influências de terceiros.

Além disso, uma característica em comum entre elas é que todas iniciaram suas jornadas empreendedoras ainda jovens, após acumularem experiências anteriores em empregos formais, porém, sentindo um desejo de abrir seus próprios negócios. Impulsionadas por esta ambição, elas iniciaram no empreendedorismo de forma simples e amadora, vendendo em casa, sem um espaço físico estruturado.



RELISE

Luísa mencionou na entrevista que na época colocava as roupas no carro e postava nas redes sociais, muitas vezes, entregava as peças e esperava as clientes provarem. De forma semelhante, Vitória também começou seu negócio atendendo em casa, ela sonhava em abrir uma grande clínica de estética, mas, enfrentou desafios que a fizeram adaptar suas expectativas. Geovana, começou a vender vestidos de forma *online*, e observou que, no começo de um empreendimento amador, geralmente não há tantas preocupações. Esse início modesto revela que as motivações para empreender vão além da renda, pois estão focadas na autonomia, na satisfação pessoal e na identificação de nichos promissores (Jonathan, 2011).

Contudo, além destas dificuldades, as empreendedoras também sentiram a falta de apoio nas etapas iniciais de suas jornadas. Vitória narra que não teve a aprovação de seus pais para empreender, porém, ela reconhece que seu pai lhe deu ajuda braçal em prol da construção da clínica. Mas, conforme seu empreendimento foi crescendo, seus pais reconheceram o sucesso constante do negócio, passando a depositar apoio emocional a ela. Atualmente, a empreendedora também conta com o suporte do seu namorado, que hoje é um dos sócios da empresa. No entanto, além do apoio familiar, Vitória faz parte de um grupo de empreendedores em seu município, onde participa de reuniões para trocar novas perspectivas e gerar insights para sua clínica.

Geovana, sentiu a ausência das pessoas mais próximas às quais ela considerava, como amigos e familiares. Já Luísa, por sua vez, contou que teve apenas a ajuda de seu marido e sogra, e que não recebeu apoio de redes de empreendedores. Estes relatos contrastam com os resultados da investigação de Silva, Mainardes, Lasso, (2016), ao mencionarem o apoio que as empreendedoras percebem em seu círculo familiar, sendo o do marido o mais recorrente, seguido dos filhos, os pais e por penúltimo os amigos.



RELISE

A falta de uma rede de apoio também se estende na questão da maternidade, com Luísa e Geovana enfrentando dificuldades em conciliar os cuidados com os filhos e os compromissos profissionais, levando-os frequentemente para suas lojas, onde os supervisionam enquanto trabalham, embora isso não seja produtivo para elas. Essa sobrecarga reflete o que Jonathan (2005) e Vilela (2018) descrevem sobre o papel social das mulheres como principais cuidadoras, aumentando o conflito entre responsabilidades familiares e profissionais.

Luísa, compartilhou que na época vendia roupas diretamente do carro, com seu filho esperando no bebê conforto. Mesmo grávida, fazia viagens a São Paulo e, após o nascimento do filho, sacrificou momentos importantes para investir em sua loja. Geovana, que atualmente é mãe solo, enfrenta desafios semelhantes, não tendo apoio para equilibrar a criação dos filhos com a gestão do negócio. Com um filho autista e a mãe doente, ela divide seu tempo entre cuidados familiares e trabalho, sacrificando lucros e tempo de qualidade com sua família para manter o empreendimento. Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), essas dificuldades refletem dilemas como conflitos de responsabilidade, sentimentos de culpa e pressões sociais sobre o papel das mulheres como mães e cuidadoras.

A intersecção entre maternidade e trabalho destaca os conflitos enfrentados pelas mulheres empreendedoras, onde o trabalho afeta a vida familiar e vice-versa, resultando em baixa produtividade e presença irregular em seu ambiente doméstico, conforme apontado por estudos de Vilela (2018), Strobino e Teixeira (2014), Barbosa et al. (2021), e Greenhaus e Beutell (1985).

Neste sentido, Geovana enfrentou desafios pessoais e profissionais, como o divórcio e os cuidados com a saúde da mãe em tratamento, que afetaram sua empresa e sua rotina, incluindo alimentação e descanso. De forma semelhante, Luísa se deparou com conflitos na sua vida pessoal ao delegar parte



RELISE

dos cuidados de seu filho ainda bebê para sua mãe, com o propósito de se dedicar ao início da Maya Modas, o que a fez perder momentos importantes das primeiras fases dele. Com a perda da mãe, que era sua principal rede de apoio, o desafio de equilibrar trabalho e vida familiar se intensificou. Essa sobrecarga refletiu diretamente na vida destas duas mães empreendedoras, que enfrentam o desafio de equilibrar suas responsabilidades profissionais e pessoais.

Para que seja viável a operação destas funções exercidas pelas mulheres, nos estudos de Hall (1972) e Shelton (2006) são destacadas ações que se aplicam para atenuar estes conflitos. Dentre estas ações, Luísa encontrou apoio em seu marido após o falecimento de sua mãe, eles dividem as tarefas domésticas e os cuidados do filho, e tem apoio de sua sogra quando acontecem eventos da loja e precisam realizar viagens para reposição de estoque. Ela também conta com um quadro de colaboradoras de sua loja, o que lhe permite mais tempo com a família e reduz os conflitos entre trabalho e vida pessoal.

Vitória, embora não tenha filhos, reconhece que ainda dedica mais tempo ao trabalho do que à família e a si mesma, mas planeja reduzir a carga horária da clínica para melhorar sua qualidade de vida. Essa percepção da empreendedora reflete ações sugeridas por Hall (1972) e Shelton (2006) para reduzir conflitos, focando em eliminar, minimizar ou compartilhar seus fatores geradores.

Paralelamente, equilibrar responsabilidades familiares e profissionais foram uma constante nas entrevistas, evidenciando a complexidade de conciliar múltiplos papéis (Jonathan, 2005). Esta dinâmica persiste após o fechamento das lojas, pois, Geovana e Luísa continuam trabalhando, Luísa planejando estratégias e conteúdos e Geovana focando nas costuras, ambas demonstrando a habilidade feminina de lidar com várias tarefas simultaneamente.

Apesar das adversidades, Geovana e Luísa destacam a liberdade como a principal vantagem do empreendedorismo. Geovana valoriza a possibilidade



RELISE

de conciliar maternidade e trabalho, enquanto Luísa aprecia a autonomia de não depender de um superior hierárquico ou das restrições do regime celetista que possa limitá-la, refletindo as motivações identificadas por Bandeira et al. (2020).

Essa capacidade de equilibrar as esferas pessoal e profissional reflete o compromisso das empreendedoras em construir negócios bem-sucedidos e duradouros, com a visão de transmitir suas histórias às próximas gerações. Vitória e Luísa destacam a importância de uma gestão financeira sólida, elas afirmaram que destinam os lucros exclusivamente a investimentos, evitando dívidas e impulsionando o crescimento das empresas. Essa abordagem, reflete a ideia de que, para ter sucesso no empreendedorismo, é fundamental saber onde se quer chegar, definir o propósito da jornada e focar em como impactar positivamente o negócio (Dornelas, 2008; 2021).

A visão de continuidade está presente nas aspirações das empreendedoras. Geovana e Luísa almejam que seus filhos deem sequência aos negócios que construíram. Luísa, expressou o desejo de ver seu filho seguir seus passos no empreendedorismo e, futuramente, assumir a gestão da Maya Modas. Enquanto Vitória, revelou que considera sua missão ensinar e apoiar outras mulheres, ressignificando a falta de suporte que teve no início de sua jornada. Ela agora busca ser mentora e exemplo, demonstrando um compromisso com o futuro do empreendedorismo feminino ao promover um ambiente mais colaborativo e inspirador.

As empreendedoras buscam, no futuro, transformar seus negócios em exemplos de resiliência e inovação. Para Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), o empreendedorismo feminino é marcado por obstáculos que vão além dos enfrentados pelos homens, já que as mulheres muitas vezes acumulam múltiplas funções, conciliando demandas familiares e profissionais.

A partir das histórias das empreendedoras, destaca-se que a subjetividade das mulheres empreendedoras é moldada por suas trajetórias,



contextos culturais e experiências de vida, o que influencia a forma como enfrentam desafios e atribuem significado à sua jornada, corroborando com o estudo de Ferreira e Nogueira (2013). Por fim, no Quadro 2, são apresentadas quatro dimensões que foram identificadas nas narrativas das participantes, sendo estas contrastadas com as definições dos autores apresentados no Quadro 1.

QUADRO 2. Categorisa de análise a partir das narrativas das empreendedoras

DIMENSÃO	FRAGMENTOS DAS NARRATIVAS DAS EMPREENDEDORAS	
Motivação Empreendedora	Vitória	“[...] Com o recebimento do seguro-desemprego, achei que pudesse abrir uma grande clínica de estética, mas não foi bem assim, então comecei com uma clínica de nove metros quadrados”.
	Geovana	“Eu parei de atuar como assistente social devido a pandemia e a gravidez. Depois que tive ótimos resultados das vendas dos vestidos que comprei e não me serviram, então criei uma logo, um site, e também um estoque. Assim, nasceu a Floratta”.
	Luísa	“Eu falei assim: ‘Ah eu não quero ficar aqui [último emprego], não quero isso para mim’ e então eu saí de lá. Na época eu trabalhava 6 horas e ganhava 3 mil reais, mas não valia a pena, e foi onde eu larguei mão [...] me vi sem saída, falei: ‘Não, eu tenho que fazer algo para mim e por mim’, e foi nesse momento que eu comecei a ir para São Paulo comprar as roupas e começar a encarar, do nada”.
Rede de Apoio	Vitória	“Meu pai me ajudou de forma braçal, eles nunca me ajudaram financeiramente, mas sempre com essa questão de ‘vou fazer algo para você’ [...] Agora eu percebo que tenho mais apoio não só da família, mas também de outras pessoas”.
	Geovana	“Eu nunca tive apoio de ninguém, assim, nem familiar, nem de amigos, até porque não sou uma pessoa de ter muitos amigos”.
	Luísa	“Eu tenho um marido muito bom. Ele me ajuda em tudo, e um é o apoio do outro, tanto na relação de trabalho quanto em casa, a gente divide as nossas tarefas, e isso me ajuda muito, o apoio é primordial [...]”.
Equilíbrio Entre Vida Pessoal e Profissional	Vitória	“Então às vezes eu saio lá pelas 21h30, mas às 20 horas já deu o meu horário. Até o final do ano quero diminuir para as 18 horas, porque quando chego em casa a cabeça continua trabalhando. Eu ainda quero ajustar tudo na agenda e realmente bloquear, impor limite em mim mesma”.
	Geovana	“Em 2022/2023, eu vivi um <i>burnout</i> . Eu não dormia, não comia, era só tentando resolver, solucionar as questões de estoque. [...] Quando a gente veio para cá [ponto atual Floratta], esse ano aconteceu de tudo: minha mãe ficou doente, eu me separei [...]”.
	Luísa	“Hoje em dia posso me dar o luxo de ter duas colaboradoras na minha loja e posso ter um pouquinho de tempo de qualidade para meu filho. [...] E ao mesmo tempo eu me dei o luxo de viajar na sexta-feira, de ficar sexta e sábado fora da loja”.

**QUADRO 2.** Categoria de análise a partir das narrativas das empreendedoras

DIMENSÃO	FRAGMENTOS DAS NARRATIVAS DAS EMPREENDEDORAS	
Perspectiva de Futuro	Vitória	“Eu trago mais como uma missão para mim, ensinar outras pessoas”.
	Geovana	“Eu não sei pensar em encerrar. Isso aqui [Floratta] é uma extensão de quem eu sou. Eu quero passar isso para os meus filhos [...]”.
	Luísa	“Quando meu filho crescer, pretendo deixar meu negócio para ele. Amo empreender e quero que ele siga meus passos. Meu esposo e eu queremos deixar um legado para ele, mostrando que ser CLT não é a única opção”.

Fonte: Os autores (2024).

Essas narrativas evidenciaram a forma como as experiências pessoais e sociais moldaram suas trajetórias profissionais. Cada uma das entrevistadas, compartilhou as dificuldades iniciais até as estratégias adotadas para conciliar vida pessoal e profissional, revelando a complexidade do papel das mulheres no empreendedorismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa investigou a subjetividade de mulheres empreendedoras, com foco nas vivências pessoais e coletivas, buscando enriquecer as ciências sociais aplicadas e refletir sobre o impacto das experiências individuais na formação das subjetividades. Embora o tema seja amplamente discutido internacionalmente, há uma carência de estudos sobre a subjetividade feminina na literatura brasileira, o que motivou este estudo.

O objetivo foi identificar e descrever as dimensões da subjetividade das empreendedoras, destacando a importância do apoio emocional e da gestão financeira, que muitas vezes exige sacrifícios na vida pessoal em prol do crescimento sustentável dos negócios. Os procedimentos adotados revelaram como o apoio emocional familiar é importante para o sucesso das empreendedoras, como ilustrado nos exemplos de Geovana, Vitória e Luísa.

A pesquisa demonstrou que, com ou sem apoio externo, as empreendedoras buscam motivações internas para seguir em frente, sendo que



RELISE

o suporte externo fortalece a resiliência. Além disso, as empreendedoras demonstraram flexibilidade para superar desafios e adaptaram seus negócios com inovação e criatividade. A conciliação entre vida pessoal e profissional se mostrou um grande desafio, mas as mulheres ajustaram-se para minimizar conflitos, com destaque para a disciplina e capacidade de definir prioridades. A pesquisa não visa generalizar, mas apresentar como a identidade de cada empreendedora se forma por meio de suas experiências.

A compreensão da subjetividade feminina vai além do sucesso financeiro, envolvendo a construção de uma identidade que desafia barreiras de gênero e inspira outras mulheres. Os resultados podem orientar políticas públicas, programas de apoio e práticas de instituições financeiras, além de fortalecer a inclusão de gênero no mercado.

Para futuras pesquisas, sugere-se investigar a subjetividade de empreendedoras maternas, explorando como a maternidade influencia suas identidades. Também é recomendado expandir a pesquisa para outras regiões e realizar análises comparativas com diferentes contextos sociais, incluindo o impacto das redes de apoio e da pandemia.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo fez: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2014v16n40p221>. Acesso em: 10 jan. 2025.

BANDEIRA, et al. Estratégias de atenuação do conflito trabalho-família utilizadas por empreendedoras. **Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, 18(15), 208-226, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.19094/contextus.2020.44134>. Acesso em: 10 jan. 2025.



RELISE

BAUER; M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som:** um manual prático. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BOJE, D. M. Narrative methods for organizational and communication research. London: Sage Publications, 2001.

BOLSON, S. B.; OLIVEIRA, L. M. P. de; VALE, M. P. do. Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 3, n. 02, p. 84-102, mai./ago. 2018. Disponível em: <https://revistas.editoraenterprising.net/index.php/regmpe/article/download/176/250>. Acesso em: 10 jan. 2025.

CRESWELL, J. W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa:** Escolhendo entre Cinco Abordagens. Penso Editora, 2014.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo:** Transformando Ideias em Negócios. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2021.

IBGE. **Cidades e Estados - Paranaguá.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pr/paranagua.html>. Acesso em: 14 fev. 2025.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 4, p. 398–417, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-6552013000400002>. Acesso em : 10 jan. 2025..

GEM. Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo, 2008. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM-Brasil-2008.pdf> .

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos.** Tradução: Roberto Cataldo Costa; consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição Lorí Viali. E-book: Minha Biblioteca. Porto Alegre: Artmed, 2009.

HALL, D. T. A Model of Coping with Role Conflict: The Role Behavior of College Educated Women. **Administrative Science Quarterly**, 17(4), 471, 1972. Disponível em: doi:10.2307/2393827.



RELISE

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**; 19 (1): 77-84, jan/abr. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822007000100011>. Acesso em: 14 jan. 2025.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, p. 65-85, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-56652011000100005>. Acesso em: 14 jan. 2025.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos. E-book: Minha Biblioteca. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

REY, F. L. G. Pesquisa qualitativa e subjetividade: os processos de construção da informação. Tradução: M. A. Silva. São Paulo: Pioneira Thomson Learning. 2005. Título original: *Obra original publicada em 2005*.

RIESSMAN, C. K. *Narrative analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2008.

SCHUMPETER, J. **Os economistas**: Teoria do desenvolvimento econômico. Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SHELTON, L. M. Female Entrepreneurs, Work–Family Conflict, and Venture Performance: New Insights into the Work–Family Interface. **Journal of Small Business Management**, 44(2), 285-297, 2006. Disponível em: doi:10.1111/j.1540-627x.2006.00168.x. Acesso em: 10 jan. 2025..

SILVA, M. S. da; MAINARDES, E. W.; LASSO, S. V. Características do empreendedorismo feminino no Brasil. **Revista do ICSA Gestão e Desenvolvimento**, Novo Hamburgo, a. XIII, v. 13, n. 2, p. 150-167, 2º sem. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.25112/rgd.v13i2.370>. Acesso em: 10 jan. 2025.

VILELA, N. G. S. Conflito Trabalho-Família: uma Revisão Sistemática da Produção Científica Nacional. **Revista Linceu on-line**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 27-49, jan./jun. 2018. Disponível em: https://liceu.fecap.br/LICEU_ON-LINE/article/view/1782. Acesso em: 14 jan. 2025.



RELISE

162

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução: Cristhian Matheus Herrera. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.