



RELISE

EMPREENDEDORISMO FEMININO E OS DESAFIOS PERCEBIDOS POR EMPREENDEDORAS DA GERAÇÃO Y DE CAXIAS DO SUL¹

*FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND THE CHALLENGES PERCEIVED BY
ENTREPRENEURS OF Y GENERATION AND CAXIAS DO SUL*

Tuani Richter²

Maria de Fátima Fagherazzi Pizzoli³

Rodrigo Dullius⁴

Paula Patricia Ganzer⁵

RESUMO

A pesquisa teve como objetivo identificar os desafios percebidos pelas empreendedoras da geração Y de Caxias do Sul. Quanto à metodologia foi utilizada a abordagem qualitativa, com objetivo exploratório, como estratégia de pesquisa foi utilizado um estudo qualitativo genérico. Para obtenção dos dados foi realizada entrevista semiestruturada com dez participantes empreendedoras que tem seu próprio negócio. Os resultados demonstraram que os desafios percebidos pelas entrevistadas foram conseguir espaço no mercado, a obtenção e fidelização do cliente, a prática da gestão do negócio, uma definição de horário de trabalho e ter autoconfiança. Os resultados permitiram ampliar os conhecimentos acerca do comportamento atual tanto do consumidor quanto da gestora da geração Y.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedorismo feminino, geração Y.

ABSTRACT

¹ Recebido em 26/04/2020. Aprovado em 28/04/2020.

² Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.
tuainin@yahoo.com.br

³ Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.
maria.pizzoli@caxias.ifrs.edu.br

⁴ Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.
rodrigo.dullius@caxias.ifrs.edu.br

⁵ Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.
ganzer.paula@gmail.com



RELISE

84

The research aimed to identify the challenges perceived by generation Y entrepreneurs in Caxias do Sul. As for the methodology, the qualitative approach was used, with an exploratory objective, as a research strategy a generic qualitative study was used. To obtain the data, a semi-structured interview was conducted with ten entrepreneurial participants who have their own business. The results showed that the challenges perceived by the interviewees were getting space in the market, obtaining and retaining customer loyalty, the practice of business management, a definition of working hours and self-confidence. The results allowed to expand the knowledge about the current behavior of both the consumer and the generation Y manager.

Keywords: entrepreneurship, female entrepreneurship, generation Y.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, por muito tempo, esteve ligado à imagem masculina, quando se falava sobre alguma empresa, logo vinha à mente quem estava à frente da organização era um homem, enquanto a mulher era tida como dona do lar e aquela que geraria os sucessores do negócio. Ao se realizar uma busca rápida na *internet* por “homens empreendedores” foram encontrados aproximadamente 2.620.000 resultados enquanto são encontrados 3.222.000 resultados para “mulheres empreendedoras”, o que significa 18% de diferença. Se a busca for por empreendedores da Região Sul, a diferença cai para 13%, mostrando o crescimento do número de mulheres à frente de um empreendimento em diversos segmentos, e isso funciona como uma das ferramentas de equilíbrio dos direitos entre os sexos, ao passo que, ao ocuparem posições mais elevadas no mundo dos negócios, demonstram ser personagens importantes no crescimento econômico.

No Brasil, os dados mostram que os percentuais de homens e mulheres entre os empreendedores iniciais têm variado nos últimos anos, sendo que em 2018 esses percentuais eram de 48,7% para mulheres e 51,3% para homens (GEM, 2018), com aumento na participação de jovens empreendedores entre 18 e 24 anos, representando 22,2%. Outro dado



RELISE

importante é a redução da participação de empreendedores com ensino fundamental incompleto ou sem grau de instrução, e o aumento do número de empreendedores com ensino superior completo, o que demonstra uma busca por qualificação por parte daqueles que desejam empreender.

Machado e Aguzzoli (2005) citam como os principais motivos que levam mulheres a empreenderem: a busca pela realização pessoal, oportunidade de mercado e problemas relacionados ao trabalho anterior. Somam-se a esses os motivos familiares, sejam pela continuidade do negócio da família, perda do marido, incentivo da família ou ter mais tempo disponível. O estado do Rio Grande do Sul já possui tradição em empreendedorismo. Segundo GEM (2016), dos empreendedores gaúchos 44% eram mulheres e 56% homens, muitos começaram seu empreendimento pelas razões apontadas por Machado e Aguzzoli (2005). A geração Y vêm tomando uma parcela dessas porcentagens, por estar ingressando no mercado de trabalho. Mas devido ao contexto histórico no qual estão inseridos, os motivos para empreenderem são diferentes do que os das gerações anteriores (OLIVEIRA, 2011).

Neste contexto, a questão que se pretende responder com este estudo é: quais são as motivações e desafios encontrados pelas mulheres da geração Y que empreendem em Caxias do Sul? O objetivo geral do estudo foi identificar as motivações e desafios para empreender em Caxias do Sul, na percepção das jovens empreendedoras da geração Y. Como forma de alcançar o objetivo geral, elencou-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar e definir a geração Y;
- b) Caracterizar os principais personagens no desenvolvimento do empreendedorismo em Caxias do Sul;
- c) Apontar o perfil das empreendedoras da geração Y;
- d) Verificar quem foram os influenciadores para o início do negócio;



RELISE

86

- e) Verificar quais práticas de gestão foram adotadas no empreendimento;
- f) Observar o quanto a rotina empreendedora interfere na rotina familiar;
- g) Relatar os conselhos dados para a mulher que deseja empreender em Caxias do Sul.

Com esse estudo pretendeu-se identificar o comportamento das mulheres ao empreender, e quais foram suas dificuldades, baseando-se em entrevistas com mulheres da geração Y e que estejam à frente de um negócio. O estudo delimitou-se em pesquisar jovens empreendedoras da geração Y de Caxias do Sul, visto que são encontrados apenas estudos referentes a empreendedorismo feminino de gerações passadas tanto em Caxias do Sul, quanto em outras regiões. Há, também, estudos sobre empreendedores de Caxias do Sul, mas focados na realidade metalmeccânica da região. Assim, entendeu-se como relevante estudar especificamente o empreendedorismo feminino da geração Y, na cidade de Caxias do Sul, atuantes nos vários segmentos.

Esse estudo faz-se relevante, por analisar a realidade local de uma geração ativa e com espírito inovador, que está ingressando no mercado de trabalho em um contexto tecnológico e com rápidas mudanças. É importante conhecer como essa geração percebe o ambiente de trabalho e como se comporta frente às adversidades. A bibliografia sobre a geração Y, em grande parte, é estrangeira, existindo em maior número, artigos e periódicos, o que mostra que é um assunto que desperta interesse e que há muito a ser pesquisado ainda. O estudo contribuirá para o entendimento da realidade local.

O documento está estruturado em cinco seções. A primeira apresenta a questão problema, os objetivos e a justificativa. Na seção dois é descrita a revisão bibliográfica sobre o tema abordado. A seção três apresenta a



RELISE

87

metodologia utilizada para coleta e análise dos dados. Na seção quatro é descrita a relação dos dados coletados e a análise dos mesmos, sendo divididos em seis categorias: perfil das empreendedoras, motivações e influências, práticas de gestão, interferência na rotina familiar, dificuldades para empreender e conselhos apresentados para futuras empreendedoras. Por fim, na seção cinco é descrita a conclusão da pesquisa com os resultados obtidos frente ao objetivo, limitações da pesquisa e sugestão de pesquisas futuras.

REFERENCIAL TEÓRICO

Geração Y

A geração Y abrange, segundo Oliveira (2011), jovens nascidos entre 1983 até 1994, compreendendo a faixa etária de 24 a 35 anos. Já Calliari e Motta (2012) consideram dessa geração os nascidos entre 1980 a 1995. Já para Lancaster e Stillman (2011), compreendem os jovens nascidos entre 1982 e 2000, sendo também chamados de *Millenium*, a Geração do Milênio, GenNext, Geração Google, Echo Boom e até Geração Tech. Nota-se que não há um consenso entre autores sobre qual o real período que a geração Y abrange. Para o objetivo da pesquisa foi considerada a abrangência de Oliveira (2011).

Contemporânea ao surgimento da *internet*, a geração Y é formada de jovens que possuem facilidade em dominar todas as tecnologias possíveis, pois desde que nasceram já possuíam contato com aparatos tecnológicos. Mantem-se conectados às redes sociais ao mesmo tempo em que conseguem realizar várias tarefas ao mesmo tempo. São considerados também imediatistas, curiosos, hiperativos, pouco preconceituosos, comunicativos e ambiciosos (OLIVEIRA, 2011; CALLIARI; MOTTA, 2012). Lancaster e Stillman (2011) apontam sete tendências, chamadas de Fator M, que podem ser



RELISE

88

encontradas na geração Y. A primeira é a educação em casa, segundo Oliveira (2011), em que muitos da geração Y resistem em sair de casa, algumas vezes pelos pais acreditarem que os filhos são imaturos e outras vezes pelo jovem querer permanecer no estilo de vida proporcionado pelos pais. Cria-se assim um sentimento onde a geração anterior precisa criar um ambiente com condições ideais para o desenvolvimento e padrão que desejam. O segundo é a garantia de direitos, pois jovens dessa geração foram criados com elevada autoestima e se julgam merecedores de tratamento especial ao entrarem no mercado de trabalho (LANCASTER; STILLMAN, 2011).

A terceira tendência é o significado. Gerações anteriores buscavam um trabalho que trazia segurança para o profissional, era comum jovens ingressarem na empresa e permanecerem nela por anos (OLIVEIRA, 2011). Já a geração Y busca um trabalho que traga um significado e onde possa contribuir de alguma forma para a empresa, uma causa ou comunidade (LANCASTER; STILLMAN, 2011).

Como quarta tendência estão as grandes expectativas, a geração Y começa a trabalhar buscando alcançar sucesso e reconhecimento e quando não consegue, troca rapidamente de emprego para um que melhor atenda suas expectativas (LANCASTER; STILLMAN, 2011). Em um caso apresentado por Oliveira (2011), jovens *trainees* argumentaram que essa troca rápida de emprego era natural no início da carreira, pois precisavam conhecer a realidade corporativa antes de se fixar em uma empresa.

A quinta tendência é a necessidade de dinamismo por parte das empresas, para reter funcionários dessa geração. A sexta tendência é a questão das redes sociais, onde ensinou essa geração a se comunicar de maneira diferente. São pessoas que modificaram o modo de comunicação nas relações pessoais, de consumo e de trabalho. E a última tendência é a colaboração que a geração Y deseja, ter voz dentro da organização com



RELISE

89

negociações e conversas francas em que as duas partes cedem (LANCASTER; STILLMAN, 2011).

Seguindo nessa linha, Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), aponta nove características dessa geração. A primeira trata da liberdade de escolha, pois jovens dessa geração querem decidir quando e onde trabalhar. A segunda característica aborda a customização, seja de trabalho, produtos ou serviços, para desenvolver as coisas de modo que seja individualizado e personalizado. O terceiro aspecto é o perfil investigativo, de diferenciar o certo do errado. E por terem essa característica investigativa, sabem quando alguém é verdadeiramente íntegro, o que corresponde à quarta característica, a integridade.

Como quinto atributo Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), aponta a colaboração. É uma geração menos competitiva e que deseja trabalhar em colaboração com outras empresas, para oferecer serviços e produtos melhores, dentro de uma rede de influência. A sexta característica é a do entretenimento dentro, também, do ambiente de trabalho, criando um ambiente mais descontraído e atrativo.

A sétima característica é da agilidade na obtenção de respostas, essa geração quer respostas instantâneas, por isso podem ser caracterizados como impacientes. E como última característica é a inovação, onde há uma busca por inovações mais rapidamente que a geração anterior. A necessidade de dinamismo nessa geração que mal conhece um mundo sem computador e com a característica de multitarefas, faz com que ela seja um desafio para gestores, que muitas vezes agem pela regra da estabilidade, deixando jovens entusiasmados abater-se pelas regras (OLIVEIRA, 2011).

Empreendedorismo

Houve evolução na definição de empreendedor com o avanço do



RELISE

90

tempo, inicialmente sendo aquele que estava à frente de grandes projetos de produção, depois passou a ser aquele que assumia riscos, até que no século XX passou a ser associado a um inovador. Empreendedor é o indivíduo que cria oportunidades de forma criativa, rompendo o modelo econômico de que se criam negócios apenas para suprir as carências e desejos do mercado. Eles forçam situações com o objetivo de mudar as coisas para melhor (SCHUMPETER, 1982). De acordo com Gerber (1990), por um período falou-se que uma pessoa já nascia com características empreendedoras, que ela agiria em frente a uma organização de forma instintiva.

Pode-se dizer que as pessoas nascem com o espírito empreendedor, e que com o tempo, vão adquirindo experiência, hábito, comportamento e formação para assim, tornarem-se empreendedores de êxito. A maior parte dos empreendedores necessita desenvolver e adquirir prática em áreas nas quais não teve experiência anterior. Desta maneira, podem ser observadas características associadas ao comportamento empreendedor que são adquiridas, praticadas e desenvolvidas, porém não se pode traçar um único perfil. São pessoas proativas, que por meio da observação, buscam e analisam as oportunidades, verificando quais delas oferecem maior possibilidade para inovar e, a partir disso, desenvolvem planos para realizar seus objetivos, não apenas visando o lucro da organização, mas também gerar valor para a sociedade, porque empreender é mais do que apenas abrir um negócio, é também contribuir para um todo (GERBER, 1990). Na visão de Leite (2012, p. 26) os empreendedores possuem outras características mais profundas: “[...] eles são mais propensos a aceitar riscos, possuem a habilidade para lutar e decifrar a sua vida profissional”. Além disso, esse autor destaca ainda o fato de trabalharem baseados em metas, usarem persuasão para criar uma rede de contatos e serem autoconfiantes.

Empreendedores precisam saber planejar e gerir seu próprio negócio.



RELISE

91

Gerber (1990) destaca que um empreendedor possui três personalidades distintas em uma pessoa – um empreendedor, um gerente e um técnico, sendo que cada uma dessas personalidades deve tomar à frente, dependendo da situação. A personalidade empreendedora é a que vive no futuro, a visionária, a criativa, transformando a condição mais insignificante numa ótima oportunidade.

O gerente é a personalidade da ordem e do planejamento, é a personalidade que vive no passado e se preocupa com o estado das coisas. Por fim, a personalidade do técnico é a que coloca em prática. Enquanto o empreendedor vive no futuro e o gerente no passado, o técnico é do presente. Adora saber que as coisas podem ser feitas e como ideias podem ser postas em prática, desde que sejam feitas uma por vez. Essas três personalidades, quando em harmonia, descrevem uma pessoa muito competente, que faz com que a empresa prospere (GERBER, 1990).

Ancôras de carreira

Segundo Schein (1993), criador do conceito, âncoras de carreira representam o “eu” profissional, uma combinação de competências, motivos e valores que foram acumulados desde a infância até a vida adulta e que elas evidenciam o objetivo real em relação ao trabalho. O autor afirma que a pessoa define sua autoimagem em função da âncora predominante em sua carreira. Baseado no estudo dessa combinação de competências e entrevistas de histórico de carreira de várias pessoas em diferentes estágios de carreira, Schein (1993) agrupou as âncoras de carreira em oito categorias: 1) Competência Técnica e Funcional; 2) Competência de Gerência Geral; 3) Autonomia e Independência; 4) Segurança e Estabilidade; 5) Criatividade Empreendedora; 6) Serviço e Dedicção a uma causa; 7) Puro Desafio; e 8) Estilo de Vida.



RELISE

92

Quanto à âncora de competência técnica e funcional, Schein (1993) afirma que pessoas ancoradas nessa categoria, são motivadas por serem especialistas em determinado assunto. Se o trabalho deles não os desafia a utilizar as habilidades, ele rapidamente se torna entediante, o que faz com que o profissional busque por outra atividade. Pessoas dessa categoria solicitam autonomia para a realização do trabalho, sem a restrição de recursos, e que sejam pagas de acordo com seu nível de habilidade, frequentemente definido pelo seu nível de estudo e experiência de trabalho.

Os membros do grupo da competência de gerência geral são interessados na gestão, por terem as competências necessárias para estarem no cargo de gerência e possuem ambição para subir os níveis organizacionais, onde eles possam ser responsáveis por uma maior política de decisão e os próprios esforços façam diferença entre o sucesso e o fracasso (SCHEIN, 1993). Não buscam a especialização como o grupo anterior, mas entendem que a visão ampla sobre todas as áreas da organização é necessária. Os valores e motivos chaves desse grupo estão focados em avançar na organização, até os altos níveis de responsabilidades, oportunidades de liderança e que possam contribuir para o sucesso da organização.

No que diz respeito à categoria de autonomia e independência, Schein (1993) afirma que esse grupo prefere buscar uma carreira que permita maior independência, para poder fazer as coisas da sua maneira e no seu tempo, preferindo profissões em que atuem como autônomos, e por isso irão organizar sua vida profissional em trabalhos que proporcionem maior poder de decisão. Para Schein (1993), pessoas que têm a âncora em estabilidade e segurança planejam sua carreira para ter segurança financeira e emprego estável. Buscam maior previsibilidade e carreiras onde se sintam seguras e protegidas. São atraídas por empresas que transmitam estabilidade e possuam um plano de carreira e aposentadoria. Eles querem ser reconhecidos pela sua lealdade e



RELISE

performance estável, preferencialmente com garantias de maior estabilidade e continuar empregado.

Os profissionais da âncora de criatividade empreendedora, segundo Schein (1993), possuem o espírito empreendedor para desenvolver novos serviços e produtos, sem necessariamente dominar a criatividade artística. São dotados de talento e motivação para provar que podem pôr suas ideias em prática, e desde cedo ganhar dinheiro com seu empreendimento. Normalmente não permanecem muito tempo nas organizações tradicionais, ou mantêm seus empregos somente enquanto não conseguem abrir seu próprio negócio. O que distingue da âncora de autonomia e estabilidade, não é a busca por autonomia, mas sim a obsessão em provar que podem ser pessoas de negócio criativas, o que pode gerar instabilidade no começo do negócio. Pessoas com a âncora de serviços e dedicação a uma causa escolhem seus empregos baseados na maneira como podem contribuir para um mundo melhor, através dele. Eles são mais orientados através de seus valores e se dedicam a causas, mais do que seus talentos e competências. Buscam um emprego que possibilite influenciar as organizações em que atuam ou permitam políticas sociais em direção aos seus valores. Mas nem todas as pessoas que prestam serviço, são motivadas por servir, elas podem ser da âncora da competência de técnica e funcional, ou autonomia ou segurança (SCHEIN,1993).

Para a âncora do puro desafio, Schein (1993) define que são indivíduos que podem conquistar qualquer coisa ou qualquer pessoa. Onde o sucesso vem superando qualquer obstáculo, resolvem problemas complicados ou de vencer oponentes difíceis. Geralmente as pessoas dessa âncora são motivadas pela variedade e intensos desafios que situações gerenciais proporcionam. Apesar de serem interpretadas como pessoas que consideram a carreira menos importante para elas, as pessoas da âncora de estilo de vida estão preocupadas em integrar as necessidades individuais, da família e de



RELISE

94

sua carreira. Desejam mais flexibilidade do que qualquer outro. Observam mais a atitude organizacional do que um programa de trabalho da organização, uma atitude que reflita respeito pela vida pessoal e família (SCHEIN,1993).

Importantes empreendedores caxienses

Caxias do Sul é uma cidade com colonização italiana, onde inicialmente a economia era baseada na agricultura de subsistência, mas como cita Cantillon (1755), apud Mello (2016, p. 79), “um empreendedor é alguém que conduz consigo o risco e que considera a renda, não a terra ou o salário, mas o lucro”. Desta forma, os imigrantes chegaram com o intuito de criar um mundo novo, e essa vontade de criar coisas novas, fez originar no caxiense, o espírito empreendedor, assim, não investiram somente na produção agrícola como base da economia, arriscaram-se também com produtos manufaturados, oficinas e artesanatos.

Esse foi o ponto inicial para Caxias do Sul entrar no processo de industrialização. Singer (1977), apud Mello (2016, p. 82), afirma que uma das causas para isso foi o aumento das taxas cambiais e alfandegárias, além da demanda consumidora, oferta de mão de obra, as matérias primas e energia elétrica. Diante dessas mudanças, Amadeo Rossi viu uma oportunidade para empreender, produzindo artigos de montaria, caldeira e alambique em sua funilaria, setor que se destacava em decorrência da grande produção de vinhos. Abramo Eberle deu continuidade ao ofício de Amadeo, e atrelou a atividade de funilaria ao comércio, o que lhe permitiu ingressar no mercado nacional (MELLO, 2016).

Como afirmam Gerber (1990) e Leite (2012), um empreendedor visa a contribuição para um todo, Joaquim Pedro Lisboa em 1931, juntamente com um grupo de empresários do setor da produção de uva, tiveram essa visão de empreendimento ao criar a primeira Festa da Uva de Caxias do Sul, o que mais



RELISE

95

tarde se tornaria um símbolo não somente dos imigrantes, mas da cidade. Com essa Festa, seu objetivo não era somente obter maior lucro, mas também a divulgação do município.

Outro nome importante no desenvolvimento da cidade foi Dante Marcucci, ex-prefeito, que durante o seu mandato conseguiu que o traçado da BR-116 fosse alterado para que passasse inclusive por Caxias do Sul, sendo comprovada por dados econômicos a viabilidade dessa alteração (MELLO, 2016). Como o perfil econômico de Caxias do Sul estava passando por um processo de modernização, as lideranças empresariais visavam atrair o setor automobilístico para a indústria caxiense, e quando isso aconteceu “favoreceu o crescimento da indústria de transformação que já estava instalada em Caxias do Sul” (MELLO, 2016, p. 106). O autor destaca que Paulo Pedro Bellini, um dos fundadores da Marcopolo nos anos 50, e Hugo Zatera, presidente da Agrale concordaram ao comentar que a introdução desse setor, fez aparecer maiores oportunidades de criar empresas e expandir as já existentes.

Em 1951, com a intenção de separar interesses dos comerciantes e industriais, um grupo de empresários criou o Centro de Indústria Fabril, com objetivo de ter uma instituição que pudesse intermediar a expansão da economia no município, e ao mesmo tempo, defender os interesses dos industriais. Mello (2016) ainda exemplifica uma ação do Centro de Indústria Fabril, onde fizeram o intermédio entre a Companhia de Energia Elétrica (CEEE) e autoridades públicas, solicitando a colocação de transformadores públicos, em locais definidos, visando melhorar as atividades produtivas. Sobre isso, o autor conclui que “é possível afirmar que o desenvolvimento econômico da região foi provocado pelas ações de empreendedores na criação de novos mercados” (MELLO, 2016, p. 113).



RELISE

Mulheres empreendedoras ao longo da história

Conhece-se a história de Abramo Eberle, empreendedor funileiro de grande importância para os caxienses, mas a história sobre sua mãe é pouco conhecida. Luigia Zanrosso Eberle chegou ao Brasil em 1884, vinda da Itália com seu marido, Giuseppe Eberle, que compra uma funilaria no centro de Caxias, onde aprende o ofício de funileiro. Por problemas de saúde, Giuseppe larga o trabalho, mas ensina para sua esposa, que além de fabricar os produtos, os comercializava. Com o tempo, ensina as tarefas para seu filho Abramo, que auxilia na funilaria (TESSARI; HERÉDIA, 2017).

Ainda na família Eberle, Elisa Venzon Eberle, esposa de Abramo, além de cuidar das tarefas domésticas, cozinhava para os empregados, consertava guarda-chuvas para complementar a renda familiar e assumia a direção da empresa quando seu marido se ausentava. As mulheres, como destacam Tessari e Herédia (2017), desempenhavam funções distintas, além de se dedicarem à família, à medida que a vida urbana foi se desenrolando.

No âmbito político, quem se destaca é Segismunda Pezzi, eleita ao cargo de presidente do Sindicato dos Bancários de Caxias do Sul em 1937, sofreu discriminação apenas pelo fato de ser mulher e tentar ocupar um cargo no legislativo municipal. Apesar disso, ela teve um desempenho significativo nas lutas pelos direitos sociais das mulheres (TESSARI; HERÉDIA, 2017). Tessari e Herédia (2017) ainda trazem a história de Ana Rech, nome abreviado para Anna Maria Pauletti Rech, viúva e com sete filhos, que chegou no Brasil em 1877. Já desde sua saída da Itália, enfrentou problemas para realizar a emigração, uma vez que se dependia de um homem para fazer a solicitação da viagem. Como ações empreendedoras, criou ponto de comércio e hospedagem para tropeiros, doou terreno para construção da igreja, do convento, do cemitério e do colégio. Hoje essa região leva seu nome como homenagem ao seu espírito empreendedor.



RELISE

97

Destaque também para Elisa Tramontina (1895-1961), que em 1939 após a morte de seu marido assumiu os negócios da família, investindo e expandindo a empresa em Carlos Barbosa. Maiores podem ser os exemplos de mulheres que fizeram parte importante na história de Caxias, porém Machado e Aguzzoli (2005, p. 15) afirmam que muitas se destacaram em diversos setores, “mas, nem por isso, seus nomes foram gravados entre os pioneiros ou entre as lideranças de Caxias do Sul”. Registros da abertura de empresas na cidade de Caxias do Sul, segunda maior economia do estado, permitem verificar que, até o final de 2016, 50% das novas empresas foram abertas por mulheres (TESSARI; HERÉDIA, 2017).

Mulheres empreendedoras na geração Y

Com a mudança dos padrões culturais e maior participação feminina nas universidades, foi viabilizado o acesso das mulheres a melhores oportunidades no mercado de trabalho, entretanto, elas continuam sendo as principais responsáveis pelas atividades domésticas e cuidados com os filhos (BRUSCHINI, 2007). Segundo Tanure, Andrade e Carvalor Neto (2010), o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho, é em razão das lutas femininas pela igualdade entre os sexos, juntamente com a necessidade de complementar o orçamento doméstico.

Uma pesquisa realizada pela Bridge Research, em 2011, apontou que os conflitos de mercado na geração Y são distintos entre homens e mulheres. Enquanto para os homens, os conflitos decorrem por questões financeiras, para as mulheres, os mesmos são originados por reconhecimento hierárquico. Esse comportamento é explicado pela forma que as mulheres veem o trabalho. Na geração anterior, as mulheres se dedicavam quase exclusivamente ao trabalho, já as mulheres da geração Y almejam um patamar importante, mas investem em cursos dentro e fora do país, tentando não repetir os erros da



RELISE

geração passada, tentando manter uma vida social ativa e equilibrando bem o tempo.

Minella, Borges e Karawejczyk (2013) apontam a mulher da geração Y mais comprometida ao trabalho do que os homens da mesma geração. Referentes às oportunidades de crescimento, a mulher da geração Y considera estar em igualdade com os homens, caso contrário do que na geração anterior, mostrando-se motivadas e otimistas, porém ainda queixam-se quando o assunto é desigualdade salarial e sobrecarga de atividades, principalmente fora da empresa. Um estudo apresentado por Lemos, Mello e Guimarães (2014) descreveu oito aspirações profissionais por mulheres empreendedoras da geração Y. O primeiro se referia ao desafio e crescimento profissional, onde as entrevistadas ressaltaram o desejo de serem desafiadas para crescerem profissionalmente nas organizações. O segundo trata-se do reconhecimento profissional, para assim construírem carreiras sólidas na organização. Como terceira aspiração, está o não desejo de manter uma longa rotina de trabalho, de forma que atrapalhe a qualidade de vida. Um bom clima organizacional e o desejo de fazer aquilo que gostam, são a quarta e quinta aspirações, respectivamente. A sexta aspiração trata sobre a remuneração, onde ter sucesso significaria ganhar bem. Assim como descrito anteriormente, a segurança e estabilidade são pontos importantes para jovens da geração Y, sendo esse, a sétima aspiração. E por último, a oitava aspiração aborda a responsabilidade social, que seria uma das razões para a escolha da organização na qual irão trabalhar.

METODOLOGIA

Para atingir o objetivo da pesquisa, foi utilizada a abordagem qualitativa, com objetivo exploratório, com o intuito de criar uma base de conhecimento sobre o tema. A estratégia de estudo adotada foi o estudo



RELISE

qualitativo genérico. Prodanov e Freitas (2013, p. 70) caracterizam o método qualitativo como uma abordagem descritiva que mais apresenta elementos condizentes da realidade estudada, onde os dados não requerem métodos estatísticos para serem analisados. O importante nesse método é a interpretação e “atribuição de significados”. O Quadro 1 apresenta a comparação entre o método quantitativo e qualitativo desenvolvido pelos autores.

Quadro 1 – Comparação entre pesquisa qualitativa x quantitativa Ponto de comparação
Pesquisa qualitativa Pesquisa quantitativa

Ponto de comparação	Pesquisa qualitativa	Pesquisa quantitativa
Foco da pesquisa	Qualidade (natureza, essência)	Quantidade (quantos, quanto)
Amostra	Pequena, não representativa	Grande, ampla
Coleta de dados	Pesquisador como principal instrumento (entrevista, observação)	Instrumentos manipulados (escala, teste, questionário)
Modo de análise	Indutivo (pelo pesquisador)	Dedutivo (pelo método estatístico)

Fonte: Adaptado de Prodanov e Freitas (2013).

De acordo com Appolinário (2012), a pesquisa exploratória tem caráter preliminar, sendo uma prévia pesquisa sobre aquilo que se deseja realmente pesquisar. Tem o objetivo de familiarizar o pesquisador com o problema estudado, com o intuito de criar hipóteses e torná-lo mais explícito para a realização de pesquisas futuras (LAKANTOS; MARCONI, 2003).

Segundo Gil (2002, p. 41), esse tipo de pesquisa normalmente envolve a revisão bibliográfica, “entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado” e análise dos dados. Merriem (1998, p.11) diz que “o estudo qualitativo genérico é aquele conduzido com o objetivo de descobrir ou entender um fenômeno, um processo ou as perspectivas e visões de mundo das pessoas envolvidas” (apud WEGNER, SANTOS e PADULA, 2007, p. 7). Possui características da metodologia qualitativa, mas não possui todos os requisitos para ser tratado como estudo de caso.

Participaram do estudo jovens empreendedoras com idades entre 25 e



RELISE

34 anos, que residam e tenham estabelecido seu empreendimento em Caxias do Sul. A faixa etária para seleção das participantes seguiu o critério estabelecido de acordo com Oliveira (2011).

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas em profundidade e, para facilitar a condução das entrevistas (LAKATOS, 2017), foi elaborado um roteiro semiestruturado. As entrevistas foram realizadas em Caxias do Sul, entre abril e maio de 2019, com duração média de quinze minutos cada uma. As participantes foram selecionadas por indicação, obedecendo ao perfil do estudo, sendo contatadas, previamente, para agendar o melhor horário para a entrevista. Após uma breve explicação sobre o objetivo do estudo e autorização pela entrevistada, as entrevistas foram gravadas. Tendo em vista ao anonimato das entrevistadas, elas foram indicadas por código, os demais dados apresentados são verídicos: tipo de empreendimento, idade, grau de instrução, se tem filhos e com quem divide a residência.

O Quadro 2 apresenta a estrutura utilizada para a condução da entrevista. A primeira entrevistada (E1) serviu como modelo para a pesquisa e melhoria do roteiro. Como a primeira entrevista teve os dados coletados considerados satisfatórios, a E1 foi utilizada para a análise dos dados.

Quadro 2 – Estrutura para condução da entrevista

Parte 1	Agradecimento, exposição do objetivo do trabalho e consentimento sobre a gravação
Parte 2	Caracterização da entrevistada (Idade, escolaridade, estado civil, se possui filhos e com quem divide a residência)
Parte 3	Questões introdutórias (Histórico da empreendedora e do negócio)
Parte 4	Questões objetivas (Motivações, gestão, recursos financeiros, interferência da rotina, preparação, desafios e conselhos)
Parte 5	Fechamento (Agradecimentos finais)

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Após a aplicação da pesquisa, realizou-se a transcrição completas das entrevistas, para melhor análise e obtenção dos principais fragmentos. Os dados coletados foram divididos em categorias que, segundo Gil (2002), servem para que o pesquisador possa tomar decisões e tirar conclusões a



RELISE

101

partir deles. As entrevistas se deram até que ocorresse a saturação teórica, que é quando o acréscimo de respostas, não gera novas informações significativas (GIL, 2002).

Para a análise dos dados, foi utilizado o método de análise de conteúdo, pois segundo Appolinário (2012), esse método busca o significado de materiais textuais, e no final da análise obtém-se a interpretação teórica das categorias previamente definidas pelo pesquisador.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Nesse capítulo são apresentados os dados coletados por categorias, para melhor caracterização do perfil empreendedor da geração Y. As categorias são: perfis das empreendedoras; motivações e influências; práticas de gestão; interferência na rotina familiar; dificuldades para empreender e conselhos para futuras empreendedoras.

Perfis das empreendedoras

Analisando o perfil das jovens empreendedoras, apresentando no Quadro 3, pode-se notar que são um grupo de mulheres que buscaram um maior grau de formação acadêmica, o que corrobora os dados indicados pelo GEM (2018), pois todas as entrevistadas possuem ou estão concluindo o nível superior, o que garante uma qualificação mais sólida.

Outro dado importante para destacar, é que todas as empreendedoras entrevistadas, abriram seu negócio na sua área de formação. A maioria das entrevistadas são mulheres solteiras, mas mantém união estável com seus companheiros. Um baixo número de empreendedoras ainda mora com os pais, em decorrência de não estarem estabilizadas financeiramente.



RELISE

102

Quadro 3 – Perfil das empreendedoras entrevistadas

Legenda	Tipo de empreendimento	Idade	Escolaridade	Estado Civil	Filhos	Com quem divide a residência
E1	Ateliê de costura	25	Superior incompleto em Arquitetura	Solteira	Não	Duas amigas
E2	Produtos personalizados	32	Superior completo em Designer de Moda	Solteira	Não	Companheiro
E3	Loja de cosméticos	28	Superior completo em Administração	Solteira	Não	Companheiro
E4	Consultório de psicologia	27	Superior completo em Psicologia	Solteira	Não	Companheiro
E5	Clínica veterinária	31	Superior completo em Medicina Veterinária	Casada	Um	Marido e filho
E6	Gráfica	26	Superior completo em Administração	Solteira	Um	Filha, tio e avô
E7	Escola de música	25	Pós-Graduação em Música	Solteira	Não	Pais
E8	Escola de inglês	25	Superior incompleto em Com. Internacional e Letras	Solteira	Não	Mãe, tio e namorado
E9	Estúdio fotográfico	27	Superior incompleto em Fotografia	Casada	Não	Companheiro
E10	Clínica de psicologia	27	Pós-Graduação em Psicologia	Solteira	Não	Pais

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Motivações e influências

Com relação às motivações para empreender, prevaleceu o desejo por ter um negócio que preenchesse uma lacuna existente e que demonstrasse os princípios da empreendedora, o que corrobora com o que apontam Lancaster e Stillman (2011), para quem jovens da geração Y buscam um trabalho onde possam colaborar com a empresa ou comunidade. Conforme relatos:

E4 – [...] eu já tinha o interesse de ter meu negócio, que era desenvolver conforme a minha proposta, pois minha visão do mundo é um pouco diferente.

E5 – [...] resolvi montar o meu negócio para fazer do jeito que eu gostaria.

E7 – [...] uma necessidade pessoal de construir algo com os valores com que a gente acreditava, com as coisas que a gente entendia que é importante, onde a gente acompanhava da nossa experiência



RELISE

103

prévia dando aula em outras escolas, o que a gente faria diferente, o que a gente iria colocar na nossa identidade.

E8 – [...] uma coisa que me chamava a atenção, era perceber todas as falhas que existiam nas escolas em que trabalhei [...] ver o aluno como alguém que quer aprender e também eu percebia que como eu, tentava preencher essas falhas na instituição.

Práticas de gestão

Em relação à parte de gestão do negócio, foi possível identificar que estão presentes nas entrevistadas as três personalidades empreendedoras apontadas por Gerber (1990), pois além de colocarem em prática o desejo de empreender, são as gestoras dos próprios negócios. A maioria das entrevistadas gerencia por conta própria, enquanto algumas contam com a ajuda de terceiros, conforme relatos:

E2 – [...] eu cuido da parte da criação que é o que eu tenho de base, e ele mais a parte de vendas, mais administrativa, um pouco a gente se divide ali no administrativo financeiro.

E3 – [...] meu namorado sempre ajuda em algumas coisas, mas hoje 90% sou eu que toco.

E5 – Meu marido, ele é financeiro, então ele que me auxilia nessa parte do financeiro e o resto eu que acabo fazendo com um pouco do conhecimento que eu tenho [...].

E6 – Eu faço toda a gestão.

E7 – A parte contábil é feita pela minha mãe e a parte de gerenciamento de custo, de investimentos, é eu e meu sócio que a gente se reúne e debate.

E8 – Eu basicamente sou do departamento pedagógico, professora no operacional, sou o financeiro, sou tudo. Então a gestão eu tento me dividir no tempo livre, para fazer o administrativo [...].

E10 – [...] sou eu que faço toda a parte da administração.

A partir desses relatos, é possível identificar a segunda característica apontada por Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), de que as empreendedoras desejaram abrir seu negócio que fosse personalizado e individualizado, da maneira como elas gostariam que fosse feito. Outro fator apontado como motivo para empreender foi a necessidade de ter uma renda própria, principalmente porque algumas entrevistadas abriram seus negócios quando estavam sem qualquer vínculo de trabalho, o que vai ao encontro de



RELISE

Tanure, Andrade e Carvalho Neto (2010), quando destacam que as mulheres participam do mercado para complementar o orçamento doméstico. Quando questionadas se já haviam aberto algum negócio anteriormente, apenas uma das entrevistadas afirmou ter tentado empreender, mas que em decorrência de ser um negócio sazonal, acabou fechando. Para algumas empreender surgiu como uma oportunidade de pôr em prática um desejo antigo, já para outras surgiu ao acaso. Conforme relatos:

E1 – [...] eu resolvi começar o negócio com isso. Foi bem por questão de sustento financeiro.

E2 – Na verdade foi meio ao acaso, porque eu saí de um emprego [...] e acabei ficando naqueles meses entre procurar emprego, aí comecei a fazer algumas coisas e começou a dar certo. Aí comecei a investir mais.

E6 – Foi meio que por um acaso. Começaram a me fazer pedidos e fui sendo indicada, e o negócio foi crescendo.

E10 – Quando me formei estava desempregada, então, ou eu iria largar currículo, ou iria para o consultório.

Foi possível também notar a participação da família no processo de implantação do negócio, como apoio motivacional. De acordo com as seguintes falas das entrevistadas, quando questionadas sobre quem as influenciou:

E1 – [...] da minha família acho que minha irmã, até porque foi alguém que mais motivou.

E3 – Quem me incentivou foi minha mãe.

E4 – Quem mais me incentivou foi minha irmã. A minha família me ajudou muito.

E5 – Foi uma vontade minha, mas meus pais me incentivaram bastante.

E7 – [...] eu acho que eles mesmos. Acho que acompanhou uma influência da família.

E10 – Tive apoio da minha mãe principalmente.

No Quadro 4 é apresentado o resumo dos motivos e influências para empreender relatados pelas entrevistadas.



RELISE

105

Quadro 4 – Síntese dos motivos e influências

	Motivo que a levou a empreender	Qual foi a influência/inspiração para empreender
E1	Necessidade de ter uma renda	Irmã
E2	Necessidade de ter uma renda	Ninguém, foi ao acaso
E3	Motivada pelo namorado	Mãe
E4	Pelo desejo de ter algo com as próprias propostas	Irmã
E5	Pelo desejo de ter algo com as próprias propostas	Vontade própria e os pais
E6	Foi pelo acaso, com o surgimento da demanda	Vontade própria
E7	Pelo desejo de ter algo com as próprias propostas	Pais
E8	Preencher uma lacuna no sistema de ensino	Família
E9	Para poder atender melhor o cliente num espaço próprio	Vontade própria e do noivo
E10	Por necessidade de ter uma renda	A mãe

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Práticas de gestão

Em relação à parte de gestão do negócio, foi possível identificar que estão presentes nas entrevistadas as três personalidades empreendedoras apontadas por Gerber (1990), pois além de colocarem em prática o desejo de empreender, são as gestoras dos próprios negócios. A maioria das entrevistadas gerencia por conta própria, enquanto algumas contam com a ajuda de terceiros, conforme relatos:

E2 – [...] eu cuido da parte da criação que é o que eu tenho de base, e ele mais a parte de vendas, mais administrativa, um pouco a gente se divide ali no administrativo financeiro.

E3 – [...] meu namorado sempre ajuda em algumas coisas, mas hoje 90% sou eu que toco.

E5 – Meu marido, ele é financeiro, então ele que me auxilia nessa parte do financeiro e o resto eu que acabo fazendo com um pouco do conhecimento que eu tenho [...].

E6 – Eu faço toda a gestão.

E7 – A parte contábil é feita pela minha mãe e a parte de gerenciamento de custo, de investimentos, é eu e meu sócio que a gente se reúne e debate.

E8 – Eu basicamente sou do departamento pedagógico, professora no operacional, sou o financeiro, sou tudo. Então a gestão eu tento me dividir no tempo livre, para fazer o administrativo[...].

E10 – [...] sou eu que faço toda a parte da administração.

Como são de uma geração contemporânea ao uso da *internet*, que possui facilidades em lidar com a tecnologia e está desde cedo conectada



RELISE

através de redes sociais (OLIVEIRA, 2011; CALLIARI; MOTTA, 2012), o meio de divulgação mais utilizado pelas entrevistadas foram as próprias redes sociais:

E2 – [...] a nossa divulgação é basicamente a rede social.

E4 – Minha maior ferramenta de atração é *Facebook* e *Instagram*, pois as pessoas vão vendo, vão conhecendo o trabalho.

E7 – [...] a gente está sempre respondendo coisas que surgem nas redes sociais, nos nossos celulares. [...] as redes sociais ajudaram muito nesse período, para divulgação da escola[...].

Quanto à fonte de recursos financeiros para iniciar o empreendimento, sete entrevistadas aplicaram as próprias economias para iniciar e, com o lucro gerado, foram investindo no seu negócio. Além de prestar o apoio motivacional, em alguns casos a família participou como agente financiador para a obtenção dos recursos financeiros para o início das atividades. Conforme citado:

E5 – Tinha uma parte que a gente tinha guardado e uma parte tive que fazer de empréstimo, mas empréstimo familiar.

E8 – Foi economia da minha mãe e minha. Mais dela do que minha.

E9 – Eu tinha um pouco de economias, mas a minha mãe ela ajudou a gente [...]. E da parte da minha sócia, ela tinha um pouco e os pais dela ajudaram ela também.

A forma de gestão e como os recursos financeiros para início do negócio são apresentados no Quadro 5:

Quadro 5 – Síntese das práticas de gestão e obtenção de recursos

Gestão do negócio		Obtenção dos recursos financeiros
E1	Empreendedora que faz	Com as próprias economias, e com lucros gerados
E2	Empreendedora que faz, com auxílio	Com as próprias economias, e com lucros gerados
E3	Empreendedora que faz, com auxílio	Por empréstimo
E4	Empreendedora que faz	Ajuda da família e pelo rendimento dos atendimentos
E5	Empreendedora que faz, com auxílio	Com as próprias economias, e com empréstimo
E6	Empreendedora que faz	Empréstimo pelo BNDES
E7	Empreendedora que faz, com auxílio	Economias pessoais dela e do sócio
E8	Empreendedora que faz	Com economias próprias e da mãe
E9	Empreendedora que faz, com auxílio	Com economias próprias e da sócia
E10	Empreendedora que faz, com auxílio	Com empréstimo familiar

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Interferência na rotina familiar

Para Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), a flexibilização



RELISE

107

de horários é uma característica da geração Y, que no ambiente de trabalho deseja decidir que horas e como trabalhar. As entrevistadas relataram que por serem donas do próprio negócio, a rotina é definida de acordo com a demanda de trabalho, o que faz com que levem trabalho para casa, principalmente aquelas que atuam no setor de serviços, privando-as de horários de lazer com a família e interferindo na rotina familiar:

E1 – [...] tem ponto ruim de trabalhar em casa que às vezes de noite, meia noite, estou lá costurando para terminar as coisas. Então interfere bastante, eu acho que ainda tenho que encontrar equilíbrio correto do meu horário e carga horária de trabalho [...].

E4 – Agora estou conseguindo equilibrar melhor, mas os horários são complicados, porque têm que ser horários bem flexíveis. Antes quando eu trabalhava, eu tinha o horário fixo, eu conseguia ter um maior contato familiar

[...]. Esse lado de ter que administrar horários, é um pouco mais complicado, porque não é eu que crio o meu horário, eu tenho que ir de acordo com a demanda [...].

E5 – Quando a gente é empresário, a gente vive para o trabalho, é um pouco diferente do que ser um funcionário, que você tem um horário de trabalho. Então os horários acabam sendo feitos de acordo com o negócio.

E6 – Dá muito mais trabalho do que você trabalhar numa empresa [...]. A gente trabalha, sábado, domingo e feriado.

O Quadro 6 apresenta o resumo da interferência do empreendimento na rotina familiar.

Quadro 6 – Síntese interferência na rotina familiar

Interferência na rotina familiar	
E1	Interfere bastante, pois trabalha em casa
E2	Interfere bastante
E3	Tenta separar, mas devido ao ramo, sempre acaba misturando um pouco
E4	Há um equilíbrio, mas devido aos horários flexíveis, não há como manter uma rotina
E5	Totalmente, pois os horários são feitos de acordo como negócio
E6	Interfere bastante, pois trabalha em casa
E7	Interfere pouco, pois a família trabalha no mesmo lugar
E8	Há um equilíbrio, mas as vezes acaba envolvendo
E9	Não interfere muito, pois mantem um horário
E10	Interfere bastante

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Desafios para empreender

Dentre os desafios para empreender, o mais apontado pelas



RELISE

108

entrevistadas foi a conquista de mercado e, conseqüentemente, de clientes, assim como manter a fidelidade deles. Conforme relatos:

E2 – O mais difícil é no início, agora meio que a gente já conquistou alguns clientes e tal, acho que o mais difícil é sempre manter esses clientes que a gente já conquistou.

E4 - Manter, atrair novos clientes.

E9 - Um dos nossos principais desafios da empresa é a gente conseguir mais espaço dentro do mercado e a gente conseguir não só a credibilidade, mas conseguir serviço dentro do mercado.

E10 – Eu não tenho um sobrenome de peso e vamos dizer assim, até que é um sobrenome de peso, mas talvez não seja tão levado em consideração. E boa parte dos meus colegas, que tinha uma família [...] empreendedora ou que já tinha uma empresa, com sobrenome reconhecido, eu percebia que eles tinham muito mais abertura no mercado, então eu tive que mostrar através do trabalho em si, independente de sobrenome, que o que vale mesmo é o trabalho que desenvolve.

Outro desafio que pôde ser identificado pela fala das entrevistadas, foi a gestão, e especialmente, por não ser um aspecto abordado durante o período da graduação, com exceção das graduadas em Administração, conforme relatos:

E5 – A parte de gestão. A parte de veterinária, cursos na área de saúde em geral, não falam nada de finanças e gestão, então, gestão de pessoas, gestão de negócios, esse é o maior desafio, de ter que conciliar tudo, entender o que está fazendo, é bem complicado.

E4 – Essa é a parte mais complicada. Nós não somos preparadas para ter um negócio. Eu passei a graduação inteira aprendendo a como ser psicóloga, mas não tive nada, nenhuma matéria que orientasse o mínimo de como administrar, o que deveria ser feito, que caminho tomar. A gente sai totalmente sem experiência.

E7 – E eu que sou da área de música e nunca estudei a área da administração nem nada, é aprender a como organizar as finanças, no que investe, o que é prioritário, o que é secundário.

Foi citada ainda a interferência do trabalho na rotina familiar. Algumas entrevistadas salientaram a necessidade de estipular um horário de trabalho, pois como citado pelas próprias entrevistadas, o fato de desempenharem uma atividade por conta própria, as torna refém do seu trabalho:

E1 - Acho que tem o desafio de eu colocar um horário, isso acaba sendo um desafio. Para mim uma coisa que é ruim, é trabalhar em casa.



RELISE

109

E7 – [...] acho que é a gestão do tempo, eu acho que é compreender como gerir o tempo dividindo-se a função de professora que a função do desempenho. Mas ao mesmo tempo como gerir sendo administradora e cuidando do marketing que eu acho que eu vejo um desafio para gente A gestão da nossa da nossa rotina, da nossa agenda [...]

O resumo dos desafios percebidos, é apresentado no Quadro 7.

Quadro 7 – Síntese dos desafios percebidos

Principais desafios	
E1	Estipular horário de trabalho
E2	Manter os clientes
E3	Ter um produto diferenciado
E4	Atrair e manter novos clientes
E5	Gestão do negócio
E6	O cliente entender os prazos
E7	Gestão do negócio
E8	Acreditar em si mesma
E9	Conseguir espaço dentro do mercado
E10	Atrair clientes e saber cobrar corretamente

Fonte: elaborado pelos autores (2019).

Conselhos para futuras empreendedoras

Nesta seção serão apresentados os conselhos que as entrevistadas apresentaram, baseadas na própria experiência de abrir o seu empreendimento:

E1 - Acho que a divulgação conta bastante, tentar desde o início fazer uma divulgação um pouco mais cuidadosa, já definir se tem uma logomarca, tentar, [...] ir atrás de meios que já te possibilitem se apresentar através daquele meio, uma boa imagem para o cliente. A imagem é tudo.

E2 – Eu acho que o principal sempre é primeiro tu ter uma base dessa parte de administração, de financeiro, de se for para fazer algum produto, saber cobrar o valor certo. Eu acho que é a parte mais difícil, primeiro se organizar bem e depois começar.

E3 - Acho que é importante cursos na parte financeira, na parte de marketing que é importante.

E4 - Ela tem que estar muito segura de si mesma, porque o mercado de Caxias é muito complicado. O machismo aqui é muito grande. É importante para as mulheres que elas tenham essa visão que elas podem, que elas devem, que elas não devem ter medo de empreender e que elas enfrentarem o mundo é sim difícil, mas se elas tiverem segurança na capacidade delas, no quanto elas podem ir além, mesmo se as pessoas digam que não, somente elas investirem nelas, conseguem chegar e ter sucesso no negócio, mas parte



RELISE

110

principalmente desse poder interno.

E5 – Acho que tem que conhecer do negócio, o principal é isso, sabe?! Não se arriscar, por exemplo numa área que você não tenha conhecimento, da área, do negócio. E investir num negócio que te dê prazer, que tu goste do que está fazendo e que tenha o conhecimento, e depois estudar a parte da gestão e finanças para fazer o negócio dar certo.

E6 - Sai de Caxias. A questão é que Caxias é muito concorrido, e não é nem a questão da concorrência, é a questão de valores. E em Caxias o povo está muito estagnado, na fidelidade com as lojas e serviços já existentes.

E7 - Não precisamos ter medo por ser mulher, primeira coisa, acho que ter medo é um erro, acho que é um fato que nos intimida, então não se deve ter medo. E acho que nós mulheres devemos ter uma consciência de nos relacionarmos mais, de nos indicarmos umas para as outras, trabalhar um pouco mais em rede. E também romper aquele ciclo de falarmos mal uma das outras, rompendo aquela retórica da competitividade, nós mulheres o ideal é nos unirmos invés de destruímos umas às outras.

E8 - Em Caxias do Sul, você precisa saber mais do que qualquer outro lugar, pelo menos essa é minha impressão, quem é seu público alvo, para você partir de um grande resumo de características do perfil, com quem você quer lidar, qual perfil que pode gerar mais problema. "eu vou poder me inserir nesse mercado? Eu vou poder ser eu mesma?" Como uma boa Millennial eu gosto de dar preferência aonde eu me sinta bem, aonde eu possa ser eu mesma, falante, que faz acontece, que mexe, que brinca. Então procura o teu mercado, que ele vai te acolher, do jeitinho que você é, com o que você oferece. E você também vai sempre procurar se esforçar para dar o melhor pra ele, porque você se identifica com o mercado que você atende.

E9 - Acredito que o ideal antes de começar a empreender, é procurar estudar e se profissionalizar o máximo possível, entender bem como funciona o negócio, para conseguir abrir e ter o máximo de sucesso e conseguir ter credibilidade no mercado com os clientes.

E10 - Eu acho que primeiro de tudo entender que independente do gênero ou do sexo, qualquer um é capaz de empreender e um segundo lugar poder entender a realidade da nossa cultura, porque a gente pode fazer curso de MBA e Pós-graduações, todo mundo aprendendo a mesma coisa sobre empreendedorismo, sobre planejamento estratégico, marketing tudo sobre o universo das empresas, só que se a gente não entender a cultura e a realidade da nossa região, não vamos conseguir prosperar em qualquer estratégia que a gente coloque em prática.

Dentre os conselhos dados, sobressaiu a sugestão de estudar assuntos relacionados a gestão, já que foi um uma das dificuldades apontadas pelas entrevistadas. Segundo elas, saber gerir, entender como funciona o



RELISE

111

mundo dos negócios e conhecer o próprio produto, farão a diferença para quem deseja estabelecer um empreendimento em Caxias do Sul.

Pode ser notado, na fala das entrevistadas, a presença do empoderamento feminino, o desejo de fazer com que a mulher seja presente no mercado, e que tenha destaque, saber que é capaz de empreender independentemente de qualquer adversidade, assim como descrito na fala das entrevistadas E4 e E7, respectivamente: “É importante para as mulheres que elas tenham essa visão que elas podem, que elas devem, que elas não devem ter medo de empreender” e “Não precisamos ter medo por ser mulher, primeira coisa, acho que ter medo é um erro, acho que é um fato que nos intimida, [...]”

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal das análises das entrevistas com as jovens empreendedoras da geração Y, foi identificar as motivações e desafios para empreender em Caxias do Sul, na percepção das jovens empreendedoras da geração Y. A análise dos dados, baseada na literatura, encontrou vários aspectos da geração Y que podem ser relacionados ao conteúdo das entrevistas. Os Quadros 4 e 5 apresentam uma síntese dos resultados alcançados.

Constatou-se que são mulheres que buscaram a formação acadêmica para melhor qualificação profissional. São ambiciosas e acreditam no seu potencial de trabalho, o que corrobora com a visão de Leite (2012). Foi possível identificar características descritas por Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), como a característica de liberdade de escolha, pois por serem donas do próprio negócio podem decidir como, quando e de qual maneira irão se dedicar ao trabalho. Esse aspecto de buscar uma atividade que permita maior independência remete à âncora de autonomia e independência, apresentada por Schein (1993), pois as entrevistadas atuam como autônomas.



RELISE

Em sua maioria, as entrevistadas indicaram que possuem a segunda característica de Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), a de customização, por expressarem o desejo de empreender de maneira em que a atividade seja da forma que gostariam que fosse e que possam colocar seus princípios em prática. O conteúdo permitiu ainda identificar indícios de que as jovens empreendedoras possuem a âncora da criatividade empreendedora, apresentada por Schein (1993), por estarem motivadas em pôr em práticas suas ideias de negócio.

Quanto às motivações para empreender, os dados permitiram identificar a presença da âncora de serviços e dedicação a uma causa descrita por Schein (1993), uma vez que as empreendedoras desejaram ter um serviço orientado pelos valores delas, para que possam contribuir para a sociedade, o que corrobora a afirmação de Gerber (1990), para quem empreender é mais do que abrir um negócio, é colaborar para um todo. Além disso, as entrevistadas citaram a necessidade de obtenção de renda, como apontado por Tanure, Andrade e Carvalho Neto (2010), quando afirmam que as mulheres participam do mercado para complementar o orçamento doméstico.

A participação familiar foi um ponto importante na fase inicial do negócio, pois as entrevistadas indicaram terem o incentivo da família, além de ajudarem financeiramente com uma parte do capital inicial necessário para o início das atividades. Além de desenvolverem a atividade, a maioria das entrevistadas faz a gestão por conta própria, sendo possível identificar uma das personalidades empreendedoras apontadas por Gerber (1990), a de gerente, pois além de colocarem em prática o desejo de empreender, são as gestoras dos próprios negócios. Algumas entrevistadas fazem a gestão do negócio com auxílio de terceiros.

Podem-se notar, também, como características das mulheres entrevistadas, a sexta tendência apontada por Lancaster e Stillman (2011), em



RELISE

que pessoas da geração Y se comunicam de maneira diferente, e a sétima característica da geração, atribuída por Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), relacionada à agilidade na obtenção de respostas, uma vez que o principal meio citado de divulgação dos seus negócios foram as redes sociais, inclusive algumas entrevistadas relataram que estão sempre conectadas para atender clientes, mesmo fazendo isso fora do horário comercial.

As entrevistadas expuseram que devido a serem donas dos próprios negócios, os horários são definidos pela demanda do trabalho, e que muitas vezes acabam levando trabalho para casa. No entanto, essa definição do próprio horário de trabalho, é tida por Tapscott (2010), apud Magnoni e Miranda (2012), como característica da geração. Quanto os desafios encontrados, os que mais prevaleceram foram a conquista pelo espaço no mercado, obtenção de novos clientes e a fidelização dos mesmos.

Como relatado nas entrevistas, tais desafios foram maiores na fase inicial do empreendimento, para ingressar no mercado e conseguir a confiança do cliente. Se fazer presente. As entrevistadas indicaram a prática de gestão sendo a parte mais complicada, pois não abordaram o tema durante o período da formação, mas que estão em busca de aperfeiçoamento para melhor prosperar no negócio. Fato que concorda com Gerber (1990) quando diz que a maior parte dos empreendedores necessita desenvolver e adquirir prática em áreas nas quais não teve experiência anterior. Outro desafio apontado foi a necessidade de estipular um horário de trabalho, devido à interferência na rotina familiar.

Com relação aos conselhos das empreendedoras, fica evidente uma característica principal nas empreendedoras: a âncora de gerência geral (SCHEIN, 1993), por entenderem que a gestão é um fator importante quando se deseja ser uma empreendedora, pois faz a diferença entre o sucesso e



RELISE

fracasso na organização.

As limitações encontradas durante a fase de estudo foram a escolha das entrevistadas, visto que a maioria delas, foram indicadas por terceiros, e algumas não se encaixavam na idade estudada. Além disso, o tempo para entrevista, pois todas desempenhavam suas atividades em horário comercial, o que ocasionalmente dificultava o contato e a disponibilidade para realizar a entrevista, fazendo com que muitas fossem realizadas fora do horário comercial, inclusive durante o final de semana. Por tratar-se de estudo qualitativo, as conclusões apresentadas limitam-se a jovens empreendedoras participantes do estudo, as quais possuem seu negócio em Caxias do Sul. O estudo não tinha por objetivo a generalização dos resultados, cabendo ressaltar, no entanto, que a pesquisa proporcionou ampliar a visão sobre o tema, a partir da análise da prática empreendedora à luz dos fundamentos teóricos.

Para estudos futuros sugere-se ampliar a pesquisa, adotando-se uma abordagem quali-quantitativa, o que possibilitará análise de uma amostragem de empreendedoras da geração Y, tanto em termos de tamanho da empresa, tempo de mercado ou tipo de negócio. Recomenda-se também um estudo comparativo com empreendedoras de gerações anteriores, a fim de compreender características, práticas, dificuldades e desafios intergeracionais.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência:** filosofia e prática de pesquisa. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

BRIDGE RESEARCH. **Mulheres de diferentes gerações enfrentam as dificuldades da profissão.** 2011. Disponível em <http://www.bridgeresearch.com.br/>. Acesso em: 24 nov. 2018.

CALLIARI, Marcos; MOTTA, Alfredo. **Código Y:** decifrando a geração que está



RELISE

115

mudando o país. São Paulo: Évora, 2012.

GEM Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2016**. Coordenação de Simara Maria de Souza. Silveira Greco; diversos autores - Curitiba: IBQP, 2017, 208 p.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2018**. SEBRAE e IBQP. 2019. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em: 19 mai. 2019.

GERBER, Michael E. **O mito do empreendedor**: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido. Tradução de Gunter Altmann. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1990, 139 p.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. - 8. ed. - São Paulo: Atlas 2017, 346 p.

LANCASTER, Lynne C.; STILLMAN, David. **O Y da questão**: como a geração Y está transformando o mercado de trabalho. Tradução de Leandro Woyakoski. São Paulo; Saraiva, 2011.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012, 361 p.

LEMO, Ana Heloísa Costa; MELLO, Giselle Rohr; GUIMARÃES, Mayara Farias. **Gerações produtivas e carreiras**: o que as mulheres da geração Y querem? Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. 7, número 1, p. 135-152, mar. 2014.

MACHADO, Maria Abel; AGUZZOLI, Leonor de Alencastro Guimarães. **Nossas mulheres...que ajudaram a construir Caxias do Sul**. Caxias do Sul, 2005, 360 p.

MAGNONI, Antonio Francisco; MIRANDA, Giovani Vieira. **Geração Y**: características de um novo ouvinte. Rev. Conexão – Comunicação e Cultura. UCS, Caxias do Sul, v. 11, n 22, p.63-80, jul/dez. 2012.

MELLO, Claudio Baltazar Corrêa de. **Empreendedorismo e desenvolvimento**



RELISE

116

econômico regional: As ações dos industriais de Caxias do Sul (1950-1970). São Leopoldo: Oikos, 2016, 224 p.

MINELLA, Katherine Maria; BORGES, Maria de Lourdes; KARAWEJCZYK, Tamara Cecília; **Gênero na geração Y:** características das mulheres no ambiente de trabalho. Revista de Gestão do Unilasalle, Canoas, v. 2, n. 1, p. 171-182, abr. 2013.

OLIVEIRA, S. **Geração Y:** ser potencial ou ser talento? São Paulo: Integrare, 2011.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SCHEIN, E. **Career anchors:** discovering your real values. San Diego: Pfeiffer & Company, 1993.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TANURE, Betania, ANDRADE, Juliana, CARVALHO NETO, Antônio Moreira de. Executivas: Carreira, Maternidade, Amores e Preconceitos. **RAE-eletrônica**, v. 9, n. 1, Art. 3, jan./jun. 2010.

TESSARI, Anthony Beux; HERÉDIA, Vania Beatriz Merlotti. **Mulheres empreendedoras:** a construção de uma caminhada. Caxias do Sul: EducS, 2017. 184 p.

WEGNER, Douglas; SANTOS, Manoela Silveira dos; PADULA, Antônio Domingos. **O papel da produção de biocombustíveis para o desenvolvimento local:** Uma Análise no Arranjo Fumageiro Gaúcho. Porto Alegre: UFRGS, 2007. 17p.