



**CAROLINE TONINI PANTAROTTO**

**AUTOEFICÁCIA APLICADA NO EMPREENDEDORISMO  
FEMININO: UM ESTUDO DE CASO**

**CAMPO LIMPO PAULISTA**

**2023**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA**  
**MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO DAS MICRO E**  
**PEQUENAS EMPRESAS**

**CAROLINE TONINI PANTAROTTO**

**Autoeficácia aplicada no empreendedorismo feminino:  
um estudo de caso**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Mestrado em Administração das Micro e Pequenas Empresas do Centro Universitário Campo Limpo Paulista para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Hashimoto.

Linha de Pesquisa: empreendedorismo feminino.

**CAMPO LIMPO PAULISTA**  
**2023**

**Ficha catalográfica elaborada pela  
Biblioteca Central da UNIFACCAMP**

P222a

Pantarotto, Caroline Tonini

Autoeficácia aplicada no empreendedorismo feminino: um estudo de caso / Caroline Tonini Pantarotto. Campo Limpo Paulista, SP: Unifaccamp, 2023.

76 p.: il.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Hashimoto

Coorientadora: Profa. Dra. Maria Aparecida Sanches

Dissertação (Programa de Mestrado Profissional em Administração) – Centro Universitário Campo Limpo Paulista – Unifaccamp.

1. Autoeficácia. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Influência familiar. 4. Educação e mentoria. 5. Experiência profissional. I. Hashimoto, Marcos. II. Sanches, Maria Aparecida. III. Centro Universitário Campo Limpo Paulista. IV. Título.

CDD – 658.42

**CAMPO LIMPO PAULISTA**

**CAROLINE TONINI PANTAROTTO**

**Autoeficácia aplicada no empreendedorismo feminino: um estudo de caso**

Dissertação de Mestrado aprovada em 20/12/2023

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Marcos Hashimoto  
Centro Universitário Campo Limpo Paulista

---

Profa. Dra. Maria Aparecida Sanches  
Centro Universitário Campo Limpo Paulista

---

Profa. Dra. Vânia Nassif  
Universidade Nove de Julho

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar agradeço a Deus que me deu forças e coragem para trilhar esse caminho.

A minha família que me apoiou.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Marcos Hashimoto, pela orientação durante todo o processo.

Às professoras Dra. Maria Aparecida Sanches e Dra. Vânia Nassif por tudo que agregaram através de comentários e de sugestões durante a banca.

A todos os professores da UNIFACCAMP que compartilharam seus conhecimentos.

Aos colegas que conheci nessa caminhada e que me incentivaram.

À empreendedora que esteve disposta a divulgar sua trajetória em prol da ciência, podendo, assim, contribuir com outros empreendedores e interessados no tema.

Aos entrevistados que acompanharam a trajetória da empreendedora e que cederam tempo para essa pesquisa.

Agradeço também à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo eficaz acompanhamento e desenvolvimento dos programas stricto sensu brasileiros. O processo de avaliação contínua mantido pela entidade é peça fundamental ao desenvolvimento dos grupos de pesquisa, bem como dos conhecimentos especializados no que se refere à Gestão das Micro e Pequenas Empresas, disponíveis nos programas de mestrado e doutorado em Administração da UNIFACCAMP.

## RESUMO ESTRUTURADO

**Contextualização:** Analisar a trajetória de uma mulher empreendedora que atua em um ramo tradicionalmente masculino, bem como investigar seus principais problemas e dificuldades e o quanto a autoeficácia contribuiu no processo empreendedor.

**Objetivo:** Esse estudo objetiva trazer aporte ao empreendedorismo feminino através da pesquisa sobre autoeficácia e seus antecedentes, buscando reduzir as diferenças de gênero no empreendedorismo.

**Abordagem metodológica:** Essa pesquisa é qualitativa, do tipo 'estudo de caso único'. Foi feita entrevista pessoalmente com a empreendedora que incorporou questões e estímulos narrativos. Além dessa entrevista, foram realizadas outras com duas pessoas que estiveram presentes durante seu processo empreendedor, a fim de obter a triangulação. Os dados obtidos nesse estudo foram processados por meio da análise de conteúdo.

**Resultados alcançados:** Essa pesquisa demonstrou como uma empreendedora aplica a autoeficácia em seu processo empreendedor, incluindo uma análise sobre o desenvolvimento através da influência e do apoio familiar, educacional e de mentoria e experiência profissional; com isso, pôde ser elaborado um termômetro dos antecedentes da autoeficácia empreendedora.

**Contribuições teóricas:** Essa pesquisa gerou teor para esclarecer a autoeficácia e seu desenvolvimento e também o quanto ela pode auxiliar no processo empreendedor. Contribuiu, outrossim, para um conhecimento mais sólido sobre a autoeficácia empreendedora.

**Palavras-Chave:** Autoeficácia, empreendedorismo feminino, influência familiar, educação e mentoria, experiência profissional.

## **Self-efficacy Applied to entrepreneurship: a case study**

### **ABSTRACT**

**Background:** To analyze the trajectory of a woman entrepreneur who works in a traditionally male field, as well as to investigate her main problems and difficulties and how much self-efficacy contributed to the entrepreneurial process.

**Objective:** This study aims to contribute to female entrepreneurship through research on self-efficacy and its antecedents, seeking to reduce gender differences in entrepreneurship.

**Methodological approach:** This research is qualitative, of the single case study type. A personal interview was conducted with the entrepreneur, which incorporated questions and narrative stimuli. In addition to the interview with the entrepreneur, other interviews were conducted with two people who were present during her entrepreneurial process in order to obtain triangulation. The data obtained in this study were processed through content analysis.

**Results:** This research demonstrated how an entrepreneur applies self-efficacy in her entrepreneurial process, including an analysis of development through family influence and support, education and mentoring, and professional experience, with this, a thermometer of the antecedents of entrepreneurial self-efficacy can be elaborated.

**Theoretical contributions:** This research generated content to clarify self-efficacy and its development and how much it can help in the entrepreneurial process. It contributed to a more solid knowledge about entrepreneurial self-efficacy.

**Key words:** Self-efficacy, female entrepreneurship, family influence, education and mentoring, professional experience.

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 Modelo teórico.....	15
Figura 2 Condicionantes da iniciativa empreendedora.....	19
Figura 3 Modelo de definição para uma decisão.....	20
Figura 4 Fontes de autoeficácia e processamento cognitivo.....	26
Figura 5 Modelo heoretical do efeito do apoio interno na superação de barreiras ao empreendedorismo. Mulheres com maior percepção de autoeficácia têm maior probabilidade de superar as barreiras exigidas para estabelecer sua própria empresa, representada pelo sinal de "+" .....	28
Figura 6 Termômetro dos antecedentes da autoeficácia empreendedora .....	55



**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 Taxas específicas (em %), percentuais e estimativas empreendedores iniciais e estabelecidos segunda as características sociodemográficas - Brasil - 2019 .....	22
---	----

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CLT Consolidação das Leis do Trabalho

GEM Global Entrepreneurship Monitor

ODS Orientação de Dominância Social

PIB Produto Interno Bruto

UNSD United Nations Statistics Division

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. REFERENCIAL TEÓRICO .....	15
2.1. Intenção empreendedora .....	16
2.2. Empreendedorismo e a iniciativa empreendedora .....	17
2.3. Empreendedorismo feminino no Brasil e suas dificuldades .....	21
2.4. Autoeficácia empreendedora .....	24
2.5. Influência familiar e o ambiente cultural .....	31
2.6. Educação e mentoria .....	33
2.7. Experiência profissional .....	35
3. METODOLOGIA .....	38
4. RESULTADOS .....	40
4.1. Autoeficácia empreendedora .....	40
4.1.1 Influência familiar e o ambiente cultural .....	43
4.1.2 Educação e mentoria .....	45
4.1.3 Experiência profissiona .....	48
4.2. Intenção empreendedora, empreendedorismo, empreendedorismo feminino e suas dificuldades.....	50
5. CONCLUSÕES.....	54
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÕES PARA FUTUROS ESTUDOS ...	57
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	58
APÊNDICE A – Questões para entrevista da empreendedora.....	74
APÊNDICE B – Questões feitas para o entrevistado 1 .....	75
APÊNDICE C – Questões feitas para o entrevistado 2 .....	76

## 1. INTRODUÇÃO

De extrema importância na gestão estratégica é o empreendedorismo para uma nação, pois interfere no desenvolvimento socioeconômico através da geração de empregos e estímulo ao PIB (Produto Interno Bruto), uma vez que pode ser definido como a capacidade de transformar oportunidades e ideias em produtos e serviços de valor (Doran, McCarthy e Marie O'Connor, 2018), gerando o crescimento de diversas empresas.

Esse crescimento é vital não só para a geração de empregos, mas também para impulsionar a inovação, melhorar a eficiência econômica e a competitividade em muitas áreas, além de promover o empoderamento social (REHAN et al., 2019).

Estando vinculado à prosperidade econômica de um país, o volume de empreendedorismo existente se torna, portanto, vital e demanda que os governos se concentrem na promoção de tais atividades econômicas (Comissão Europeia Bruxelas, Bélgica, 2013).

Todavia, empreender não é uma tarefa fácil, pois, em sua trajetória, várias dificuldades surgem, como encontrar mão de obra qualificada, obter recursos financeiros, formar equipe, ser aceito no mercado, bem como a existência de concorrência, entender a legislação trabalhista, entre outros, o que demanda muito trabalho, dedicação e persistência (PEREIRA; VERRI, 2014).

A despeito desse processo, a participação feminina vem ganhando destaque no empreendedorismo (Cisneros, 2015). O GEM - Global Entrepreneurship Monitor (2019) - vem pontuando, em seus últimos relatórios realizados no Brasil, a participação ativa das mulheres em empreendimentos iniciais, com taxas muito semelhantes a dos homens: 23,1% contra 23,5%, respectivamente. Os índices de empreendedorismo feminino em estágio inicial encontrados no Brasil superam países como Estados Unidos (16,6%) e China (7,9%), sendo uma grande contribuição ao PIB brasileiro.

Para Machado, Gazola e Anez (2013), tais índices se justificam pela entrada das mulheres no mercado de trabalho e pela crescente procura por qualificação; todavia, de acordo com Strobino e Teixeira (2014), deve-se levar em consideração o

cenário em que as mulheres estão inseridas, uma vez que ainda a maior parte do trabalho doméstico pode ser atribuído às mulheres, baseado na cultura do patriarcado, levando a uma sobrecarga de tarefas por elas desempenharem diversos papéis na sociedade - mãe, esposa, profissional, dona de casa - que desfavorecem seu reconhecimento social e geram uma série de estressores. Devido a isso, as dificuldades para a mulher empreender são ainda superiores se comparadas as dos homens, pois demandam uma jornada de trabalho maior para dar conta de diversos papéis, sofrem pressões familiares, possuem sentimento de culpa, além de terem acesso mais restrito a redes e financiamentos (WINN, 2005).

Apesar disso, algumas mulheres ultrapassam as circunstâncias mesmo em segmentos tradicionalmente masculinos e superam tais dificuldades (NASSIF *et al.*, 2020). Molina-López *et al.*, (2021) aconselham o desenvolvimento da autoeficácia para que as mulheres possam ser mais resilientes e superar as barreiras ligadas ao empreendedorismo. Tal crença ainda é pouco explorada pela literatura e seu conhecimento pode ser vital para gerar novos empreendimentos, bem como para manter empreendimentos existentes e impulsionar a economia.

A autoeficácia é julgamento pessoal sobre a capacidade de enfrentamento de determinada situação, segundo Bandura (1977); quando aplicada ao empreendedorismo, é a confiança que um indivíduo possui de abrir e gerir seu próprio negócio (CHEN *et al.*, 1998). Pessoas com níveis elevados de autoeficácia são mais resilientes, positivas, atentas a oportunidades, além de terem objetivos maiores e utilizarem eficazmente recursos cognitivos (BANDURA, 1982).

Ela pode ser desenvolvida através da experiência de trabalho, da influência familiar e da educação e mentoria empreendedora e possui uma relação recíproca com a educação empreendedora. Enquanto essa direciona a tendência dos indivíduos de se tornarem empreendedores e buscarem conhecimento no assunto, reciprocamente, a educação aumenta a autoeficácia devido às habilidades adquiridas (BERGMAN *et al.*, 2011) e, juntas, são fundamentais para fortalecer a intenção empreendedora (ANWAR *et al.*, 2020).

Já a influência familiar pode contribuir também no desenvolvimento da autoeficácia (MOLINO *et al.*, 2018), ela espelha questões psicológicas, econômicas e culturais que são transmitidos dos pais para os filhos, sendo a criação familiar de intensa importância, pois um ambiente familiar sadio cria um ambiente favorável de

transmissão de valores e modelos (Milenkova; Nakova, 2023), além da experiência de trabalho favorecer o empreendedor por meio de conhecimentos adquiridos e pelo acesso a redes (MUHAMMAD; AHMAD, 2020).

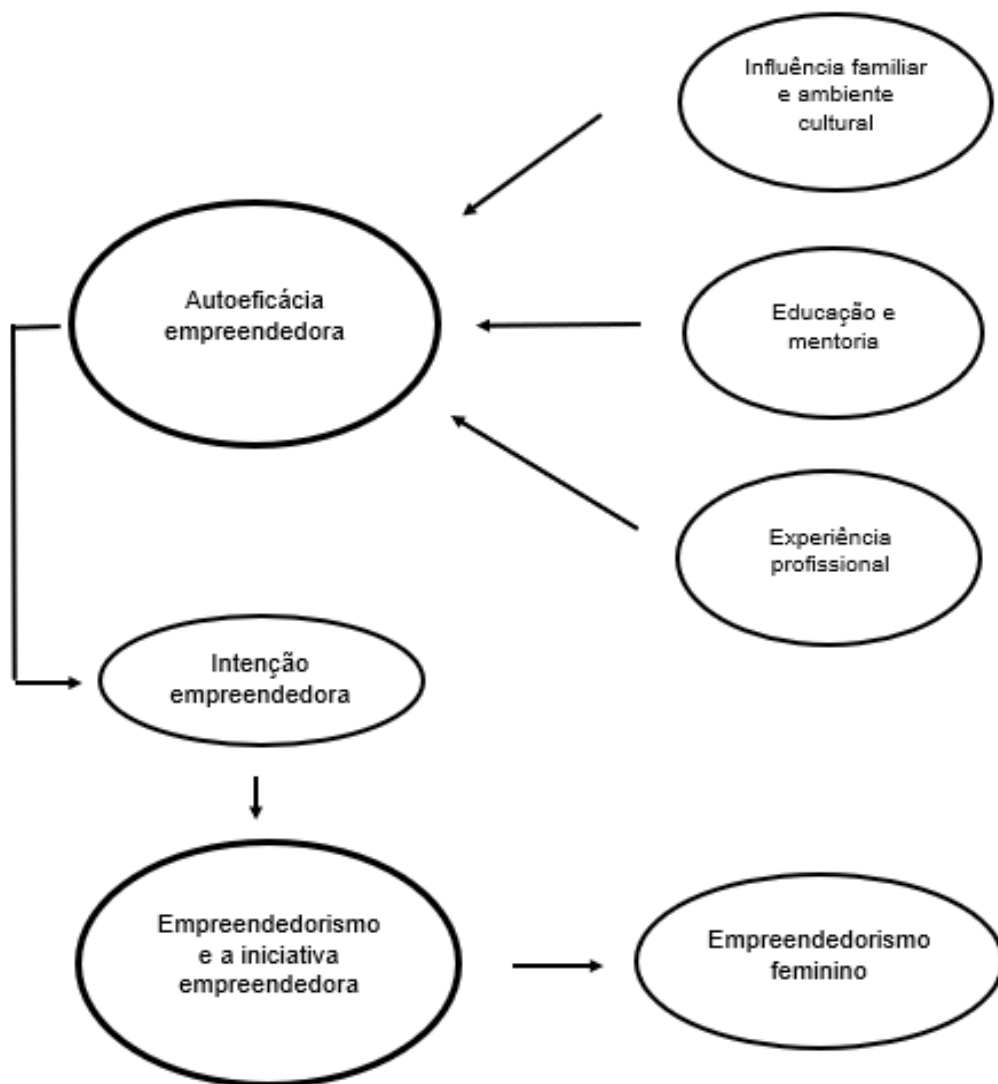
Nesse contexto, um estudo de caso foi realizado com uma empreendedora que atua no segmento de máquinas e equipamentos (tradicionalmente masculino), a fim de investigar seus principais problemas e dificuldades, bem como, sua autoeficácia durante a trajetória empreendedora. Baseado nisso, tem-se a seguinte questão de pesquisa: como a autoeficácia ajuda a minimizar os problemas e dificuldades relacionados com gênero em empreendedorismo?

Desse modo, este estudo busca trazer aporte ao empreendedorismo feminino através da pesquisa sobre autoeficácia e seus antecedentes, objetivando reduzir as diferenças de gênero no empreendedorismo por meio de compreender a autoeficácia, investigar sua aplicação no processo empreendedor e analisar os resultados obtidos, trazendo, por ora, a revisão da literatura que será subsidiada para análise dos dados coletados.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Esse capítulo está estruturado de acordo com o modelo teórico abaixo.

Figura 1 Modelo teórico



Fonte: De autoria própria.

## 2.1. Intenção empreendedora

A intenção empreendedora pode ser definida como o autorreconhecimento do propósito de criar um negócio futuro (KRUEGER; CARSRUD, 1993). Ela sofre influência direta e indireta do ambiente social e familiar, da educação, dos valores e da cultura, e é a combinação de traços de personalidade, de percepções e de experiências de um potencial empreendedor (LIÑÁN; FAYOLLE, 2015). Para Schlepphorst *et al.* (2020) essa intenção é a ambição influenciada por uma gama de motivações que geram um comportamento real e tais motivações podem ser necessidade de aprovação, de desenvolvimento pessoal, de independência, de geração de riqueza, entre outras (SCHEINBERG; MACMILLAN, 1988).

Ela também precede a criação de novos negócios e desperta os comportamentos das pessoas para iniciar a carreira empreendedora (LEE; WONG, 2004). Sendo a intenção a premissa de um comportamento, quanto mais forte for a intenção, mais chances se têm de transformar a intenção em negócio próprio (AJZEN; 2020), acabando por ser um indicador do quanto o indivíduo está disposto a tentar e quanto esforço planeja investir para conduzir seu comportamento (AJZEN; 1991). Para Krueger *et al.* (2000) a intenção empreendedora provou ser o principal preditor do comportamento empreendedor futuro, pois representa a base para ações empreendedoras consequentes (MOLINO *et al.*, 2018).

Novas empresas florescem com o tempo e se faz necessário um planejamento considerável envolvendo pensamento e processamento das sugestões do ambiente, a fim de projetar a oportunidade percebida em um plano de negócio viável; trata-se de um processo cognitivo (BIRD, 1988) no qual a literatura prova que as intenções são o melhor preditor do comportamento planejado (KRUEGER *et al.*, 2000).

Um fator importante também para ser discutido na intenção empreendedora é a educação empreendedora, pois, através de conhecimento, da motivação e do desenvolvimento de habilidades é possível aumentá-la (FERNÁNDEZ-PÉREZ *et al.*, 2019). Outro fator de fundamental importância é a autoeficácia empreendedora, que é o elemento pessoal mais importante, tendo impacto significativo na intenção empreendedora (SCHMUTZLER; ANDONOVA; DIAZ-SERRANO, 2019). A crença de



um indivíduo em suas habilidades e aptidões aumenta essa intenção (HASSAN *et al.*, 2020) e indivíduos com autoeficácia são mais inclinados a aprender sobre métodos e técnicas empreendedoras (CHEN *et al.*, 1998).

Dessa forma, a educação empreendedora fornece competências empreendedoras aos indivíduos, desenvolvendo e ampliando o efeito da autoeficácia e reforçando a intenção empreendedora (SAOULA *et al.*, 2023).

Tais competências são necessárias uma vez que empreender não é uma tarefa fácil, ainda mais para as mulheres que precisam desempenhar diversos papéis na sociedade (Alperstedt; Ferreira e Serafim, 2014), empreender envolve uma série de desafios como burocracia, gestão financeira, carga tributária, gestão de pessoas, marketing e vendas, convencimento e credibilidade, concorrência, inovação o que se faz necessário ter preparo para superar objetivando a sobrevivência do negócio (SEBRAE, 2023).

## **2.2. Empreendedorismo e a iniciativa empreendedora**

De acordo com Hisrich e Peters (2004), empreendedorismo é definido como o processo de criar algo com valor, despendendo de tempo e de esforço, e assumindo riscos financeiros, sociais e psíquicos em troca de recompensas como satisfação, independência econômica e social.

Para Anokhin, Grichnik e Hisrich (2008), o empreendedorismo é o principal meio de movimentar o desenvolvimento econômico através da criação de empregos e aumento da diversidade de produtos e serviços. Já Cavalcanti (2013) o classifica como um fenômeno social que envolve transformação do indivíduo e da sociedade e crescimento sustentável para as organizações.

Para Schumpeter (1961), o agente social do empreendedorismo é o empreendedor, que impulsiona a economia por meio de reforma ou de revolução do modelo de produção através de novas combinações e de novos usos de recursos, como a criação de um novo produto ou a introdução de um mesmo produto com uma nova característica; a inovação de um método de produção; a abertura de um novo mercado; a descoberta de outras fontes de suprimentos e de novas formas de organização.

Assim, o empreendedor é um ser inovador que impulsiona mudanças, alterando o equilíbrio do sistema através de novas oportunidades. Ele é aquele que desenvolve a capacidade visionária, identifica oportunidades e realiza o gerenciamento de riscos a fim de obter prosperidade e realização (CAVALCANTI, 2013), realizando um impacto social significativo com a identificação de oportunidades e conversão dessas em valor econômico (COSTA; BARROS; MARTINS, 2008).

Para Drucker (1986), a principal habilidade do empreendedor é a identificação de oportunidades ainda não exploradas. Já para Mintzberg (1983), o empreendedor é aquele que enxerga uma possibilidade, reage a ela e a explora como oportunidade, coordenando e organizando recursos através de sua visibilidade diferenciada de associação. Trata-se de um processo cognitivo de identificar, avaliar e explorar oportunidades que venham a resultar em bens ou serviços futuros (SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Essas são decisões profundamente subjetivas, nas quais se têm uma ação através de uma oportunidade reconhecida que se julga valer a pena seguir (MCMULLEN; SHEPHERD, 2006).

Assim, refere-se a uma ação que envolve escolhas por meio de um estado mental objetivado a identificar oportunidades (GIANTURCO, 2014), denominado por Kirzner (2012) como “estado de alerta”. McMullen e Shepherd (2006) alegam que o estado de alerta por si só não resulta no empreendimento. Por sua vez, Shane e Venkataraman (2000) e Autio *et al.* (2013) discorrem que, junto a esse estado de alerta, devem ser empregados propriedades de informações (conhecimentos com informações complementares) e atributos cognitivos para avaliá-las.

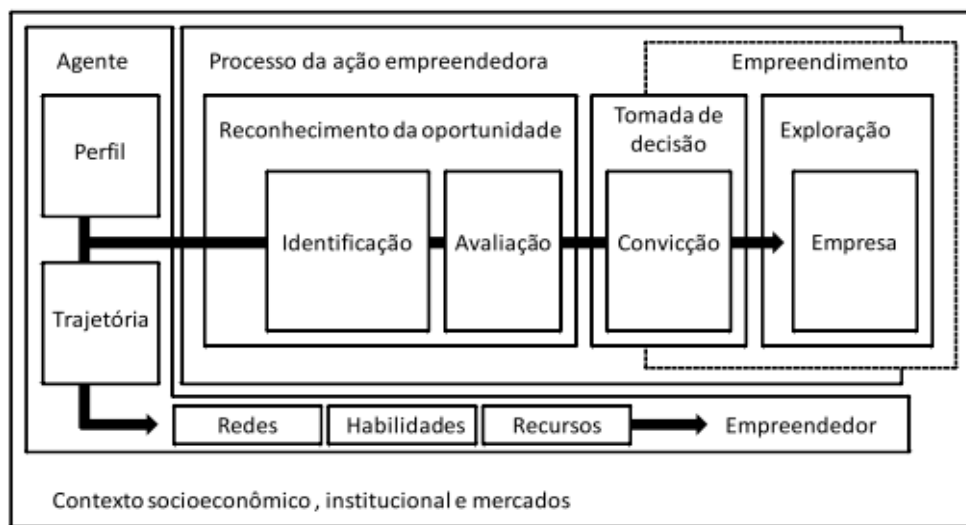
Kirzner (1997) e Burt (2004) afirmam que a participação em redes de interações espessas colabora com a decisão de empreender dos indivíduos pois nelas muitas vezes circulam informações privilegiadas que contribuem com a descoberta de oportunidades. Já Granovetter (1973, 1985) alega que a economia se beneficia com o acesso dos indivíduos às redes, devido às informações e ideias que por elas transitam e aborda a importância da participação nas redes sociais.

O aspirante a empreendedor, através de processos cognitivos, deve elaborar uma linha regular de ação, desprendendo de tempo e recursos. Nessa linha, devem-se prever as consequências de suas ações através da visualização de cenários possíveis e seu controle. O processo empreendedor trata-se de identificar, de decidir,

de agir e de monitorar a linha de ação através de informações obtidas, a fim de transformá-las em empreendimento, segundo Mocelin e Azambuja (2017).

Para esses autores, a figura 2 resume as condicionantes da iniciativa empreendedora, já que a ação de empreender vem de indivíduos com determinado perfil e trajetória com acesso a redes e recursos diversos, o que beneficia a iniciativa empreendedora.

**Figura 2 Condicionantes da iniciativa empreendedora**



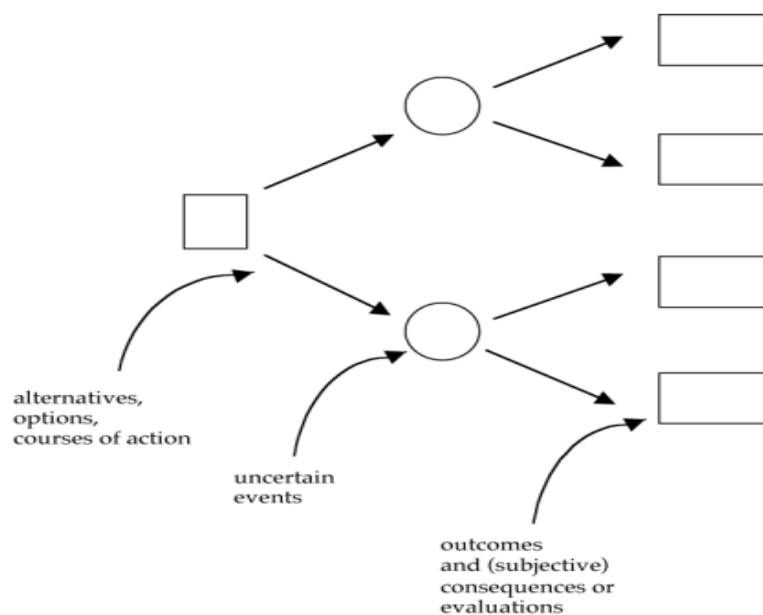
Fonte: MOCELIN; AZAMBUJA (2017).

A iniciativa empreendedora passa a ocorrer na fase de identificação e avaliação. É na fase de identificação que os pretensos empreendedores se deparam com uma série de problemas e desenvolvem suas possíveis soluções, encontrando, assim, as oportunidades e realizando uma análise profunda para determinar se é viável e desejável ir adiante com a oportunidade encontrada (MCMULLEN; SHEPHERD, 2006). Gaglio (2004) afirma que é na etapa de avaliação das oportunidades que ocorrem as simulações mentais, desenvolvendo um plano de ação realista que possa ser praticado, atentando-se aos recursos existentes e às perspectivas de acesso. Para Mocelin e Azambuja (2017), a etapa de avaliação e decisão exige intensa carga emocional e momentos de muita reflexão, objetivando escolher um caminho dentre inúmeros outros.

O processo de decisão envolve três elementos: (i) escolha entre opções encontradas, (ii) crenças sobre objetivos e processos (incluindo como alcançá-los),

(iii) desejos e valores encontrados para cada combinação de episódios de execução, conforme demonstrado na figura 3. Sendo uma carga de informações selecionadas, analisadas, estimadas e direcionadas para a ação, na qual o indivíduo se convence de que é viável seguir adiante com o plano de ação depois de controlar as incertezas, tornando-as em riscos que podem ser gerenciados e colocando o plano em prática para atingir o fim ansiado refletindo sua vontade (HASTIE, 2001).

**Figura 3 Modelo de definição para uma decisão**



Fonte: HASTIE (2001).

McMullen e Shepherd (2006) afirmam que, para o empreendedor seguir com o plano, a dúvida não pode permanecer como resposta, uma vez que apenas a identificação da oportunidade não realiza a ação empreendedora, sendo a minimização de incertezas fundamental no processo decisório. É necessário identificar retorno maior que os custos da operação para constatar que a oportunidade é atraente.

Dessa forma, para que um país seja capaz de fomentar a economia torna-se necessária a existência de empreendedores capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011), sendo de extrema importância a criação e o desenvolvimento de empresas, a fim de gerar empregos e renda de forma sustentável, aumentar a produção de bens e serviços e, conseqüentemente, melhorar o bem-estar da

população e obter uma melhor eficiência na distribuição de renda (REHAN *et al.*, 2019).

### **2.3. Empreendedorismo feminino no Brasil e suas dificuldades**

Com o passar do tempo, estudiosos foram se aprofundando nos diversos ramos do empreendedorismo, incluindo, de maneira impactante, grupos específicos como o das mulheres (SAMPAIO *et al.*, 2022). De acordo com Rindova *et al.* (2009), empreendedorismo é uma ferramenta que pode mudar a posição social da mulher na busca de liberdade e autonomia, desencadeando processos de mudanças socioculturais.

Bastante abordadas pela literatura são as barreiras e dificuldades que as mulheres enfrentam a mais se comparado aos homens na atividade de empreender. Não é mais mistério que as mulheres precisam ser mais determinadas e despendem de maiores esforços do que os homens para criar e gerir um negócio (LIMA, 2018).

Essas barreiras podem ser de cunho social, cultural e/ou econômico. A questão cultural do patriarcado é algo que vem se dissipando, mas, em alguns lares, ainda persiste, nos quais a mulher desempenha diversos papéis que normalmente são atribuídos apenas a elas, como responsabilidades domésticas e educação dos filhos e por que se faz necessária dedicação para a sua realização profissional. Essa realização, de acordo com Padovez *et al.* (2019), é de extrema importância na vida dos indivíduos, dada a quantidade de tempo e de energia investidos e sua importância como geradora de relacionamentos sociais.

As mulheres buscam empreender por diversos motivos: realização pessoal; percepção de uma oportunidade de mercado; necessidade de sobrevivência; dificuldade de ascensão na carreira; renda extra; possibilidade de conciliar trabalho e família tendo, dessa forma, flexibilidade de horários para que possam exercer seus diversos papéis na sociedade (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016).

Para Strobino e Teixeira (2014) é exatamente essa flexibilidade de horários uma das principais razões que motivam o empreendedorismo feminino, pois as mulheres acreditam que poderão compatibilizar trabalho com família de forma mais eficaz sendo empreendedoras. Contudo, isso pode gerar frustrações nas

empreendedoras, uma vez que essa fronteira acaba não sendo tão bem definida e, para gerir o negócio, elas devem dispor de mais horas de trabalho e capacitação.

Tais frustrações geram custos não mensuráveis, visto que as pressões exercidas sobre o desempenho de diversos papéis acarretam estresse, afastamento do trabalho por doenças físicas e emocionais e até mesmo divórcio (PLECK; STAINES; LANG, 1980). Dessa forma, no contexto social, os recursos de tempo e de energia que a mulher deve despender para a família entram em conflito com o desenvolvimento de uma carreira empreendedora eficaz (MARLOW, 1997).

Para Machado, Gazola e Anez (2013), como os níveis de qualificação das mulheres vêm aumentando, é comum elas ansiarem por desenvolver seu próprio negócio; por esse motivo, é crescente o número de mulheres que buscam empreender. De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2019), existem proporções semelhantes de empreendedorismo inicial entre homens e mulheres, todavia, ainda é notável a presença de homens à frente de negócios estabelecidos, resultando em uma diferença de 4,5 pontos percentuais, ou seja, aproximadamente três milhões de homens a mais, conforme nota-se na Tabela 1.

**Tabela 1 Taxas específicas (em %), percentuais e estimativas empreendedores iniciais e estabelecidos segunda as características sociodemográficas - Brasil - 2019**

Características sociodemográficas	Iniciais			Estabelecidos		
	TEA (23,3%)	Estimativa do número de empreendedores		TEE (16,2%)	Estimativa do número de empreendedores	
		Nº (em milhões)	Percentual		Nº (em milhões)	Percentual
<b>Sexo</b>						
Masculino	23,5	16,1	50,0	18,4	12,6	56,5
Feminino	23,1	16,1	50,0	13,9	9,7	43,5
<b>Total</b>	<b>23,3</b>	<b>32,2</b>	<b>100,0</b>	<b>16,2</b>	<b>22,3</b>	<b>100,0</b>

Fonte: GEM, 2019.

Ainda segundo o GEM (2019), esse fenômeno ocorre provavelmente porque (i) anteriormente a presença masculina no empreendedorismo era superior, o que consolidou os homens como o maior número nos empreendimentos estabelecidos; (ii) as mulheres enfrentam maiores desafios e obstáculos (por exemplo: a concorrência) em um mesmo setor de atuação, como o alimentício e de serviços domésticos; (iii) índices anteriores apontam que as mulheres acabavam empreendendo mais por

necessidade, o que possibilitava que abandonassem a atividade quando tinham uma melhora na renda familiar, (iv) aspectos socioculturais como as tarefas do lar são voltados, na maioria das vezes, às mulheres.

Diversos estudos apontam que a vida familiar tem um papel comovente na vida das mulheres empreendedoras (WINN, 2004). Aspectos negativos são pontuados por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), tais como sentimento de culpa, conflitos perante o papel tradicional da mulher na sociedade como mãe e cuidadora, agenda profissional conflitante com a agenda familiar etc.

Também de acordo com o estudo realizado pelos mesmos autores, que avaliaram histórias de 86 empreendedoras catarinenses, as barreiras mais comuns que elas identificaram foram o preconceito por serem mulheres, jovens e atuarem em um ambiente predominantemente masculino quando iniciaram seu próprio negócio, além da necessidade de conciliação de múltiplos papéis, corroborando Nassif *et al.* (2020).

Além das questões de natureza cultural e social, há barreiras econômicas que também devem ser enfrentadas: reduzido acesso a fontes de financiamento e redes e falta de capital de giro e de ativos são característicos das mulheres que buscam abrir seu próprio negócio, embora isso venha melhorando ao longo do tempo (DATTA, 2003). Em casos em que o investimento inicial vem do marido, isso pode ser tanto de grande ajuda para alavancar o negócio, ou então se revelar um entrave para tal (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Baron e Shane (2007) ressaltam, ainda, diversas outras barreiras: falta de um plano de negócio, ausência de conhecimento e pesquisa para a escolha do local, ignorância perante leis, dificuldade para encontrar um sócio, inexperiência no recrutamento de colaboradores e baixo nível de assistência.

Shragg, Yacuk e Glass (1992) abordam também a falta de apoio de familiares, a falta de experiência em gestão e a falta de tempo. Outra barreira que as mulheres devem superar é o ínfimo capital social, então suas redes de relacionamentos devem ser expandidas (SAPPLETON, 2009). Renzulli *et al.*, (2000) atribuem que parte do crescimento e sucesso das empresas lideradas por mulheres, nas últimas décadas, é devido ao aumento do capital social que vêm adquirindo com a ascensão feminina ao mercado de trabalho. O capital social contribui com dados importantes ao empreendedor, como informações sobre o setor, indicações de clientes e de equipes

de trabalho e fornecedores etc. Para Anderson e Miller (2003), as mulheres tendem a ter maiores dificuldades em empreender em áreas relativamente masculinas devido à falta de contatos com homens que já trabalham e possuem experiências nessas áreas.

Assim, nota-se que as mulheres podem estar em desvantagem em relação aos homens já que há dificuldades de ascensão na carreira devido à discriminação sofrida nos ambientes corporativos (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016) e a necessidade de desempenhar seus diversos papéis, desafiando o potencial empreendedor feminino (GOMES; GUERRA; VIEIRA, 2011).

Todavia, é necessário citar que tais barreiras e dificuldades são invisíveis diante da sociedade (NASSIF *et al.*, 2020). Os discursos sobre empreendedorismo abordam uma atividade econômica positiva e imparcial quanto ao gênero, caracterizando, em alguns casos, um preconceito velado (CALÁS, SMÍRCÍCH, BOURNE, 2009). Uma vez que características masculinas são tidas como qualidades indispensáveis para empreender, tais como racionalidade e competição (OGBOR, 2000), esse discurso pode se concretizar socialmente empoderando os homens e subordinando as mulheres (BRUNI *et al.*, 2004).

Contudo, apesar do evidente progresso nos últimos anos destacado pelo GEM (2019), no mercado de trabalho, a desigualdade de gênero e a posição secundária das mulheres no empreendedorismo ainda são uma realidade (GÜNEY-FRAHM, 2018). Elas estão conquistando espaços de poder, mas ainda há um longo caminho para alcançar a igualdade empresarial, segundo a UNSD - United Nations Statistics Division (2022).

#### **2.4. Autoeficácia empreendedora**

A autoeficácia é definida como a percepção que uma pessoa tem de possuir capacidade para realizar ações que permitam obter os resultados desejados, ou seja, é o julgamento pessoal sobre as capacidades de enfrentar determinadas situações (BANDURA, 1977). Pessoas com níveis maiores de autoeficácia são mais atentas às demandas de determinada situação imposta, além de terem objetivos mais altos e desafiadores e persistirem neles mesmo em situações adversas, sendo mais resilientes. Elas conseguem elevar os níveis de motivação e empenho mesmo após



um fracasso, podendo se recuperar rapidamente, o que as difere de pessoas com baixos níveis de autoeficácia (BANDURA, 1982). Para Pajares (1997) a alta autoeficácia está conectada a sentimentos de serenidade e domínio, uma vez que está associada à concentração e ao uso eficaz dos recursos cognitivos, enquanto a baixa autoeficácia pode ocasionar depressão, estresse e ansiedade.

Esses indivíduos, geralmente, evitam tarefas as quais possuem baixa autoeficácia e dão preferência a tarefas as quais acreditam mais terem capacidades de realizá-las; assim, as pessoas avaliam suas capacidades pessoais também para definir carreira, sendo a autoeficácia um importante direcionador (FORBES, 2005).

Aplicada ao empreendedorismo, a autoeficácia é a confiança que os indivíduos têm de realizar a atividade empreendedora (CHEN *et al.*, 1998). Pesquisas apontam que pessoas que são mais confiantes nesse quesito identificam oportunidades empreendedoras e tendem a seguir tal carreira objetivando lucro, realização e reconhecimento (NEWMAN *et al.*, 2019).

Por outro lado, pessoas com baixa eficácia empreendedora têm menos probabilidade de empreender devido a suas percepções limitadas de capacidades e associação do empreendedorismo a imagens de fracasso, falência e estresse (MCGEE *et al.*, 2009).

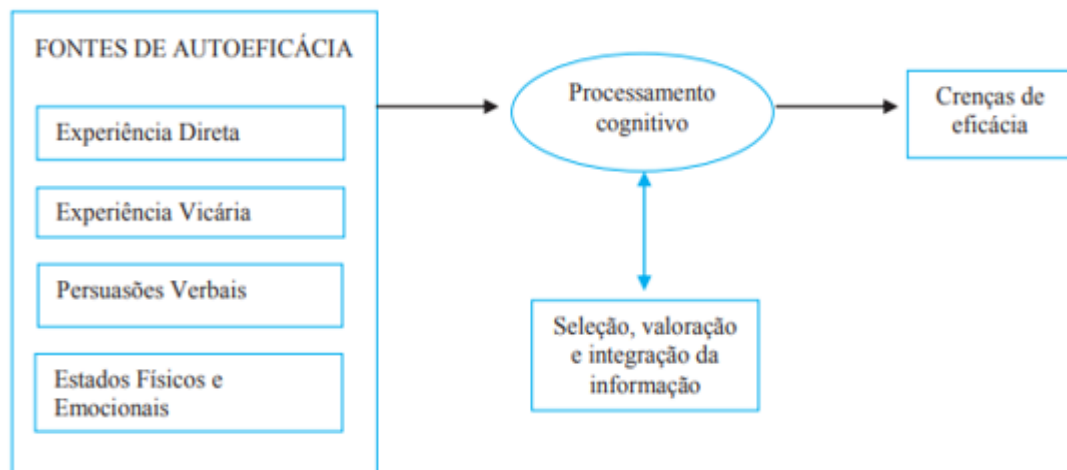
Então, um ambiente empreendedor pode ser visto como cheio de oportunidades para pessoas com alta eficácia e um mesmo ambiente empreendedor pode ser visto como cheio de riscos e incertezas por pessoas com baixa eficácia (CHEN *et al.*, 1998).

De acordo com Arghode *et al.* (2021), isso ocorre porque a autoeficácia influencia a decisão, a intensidade e a força de vontade de uma pessoa para empreender, sendo um mecanismo de autodireção, uma vez que se tem uma medida de controle sobre os pensamentos, sentimentos e ações do indivíduo, podendo impactar positivamente seu desempenho (BANDURA, 1997).

Em seus estudos, Newman *et al.* (2019) obtiveram informações relevantes nas quais destacam que os principais antecedentes da autoeficácia são a experiência profissional, a educação e mentoria, a influência dos ambientes cultural e institucional incluindo a família e as diferenças individuais. Tais antecedentes são baseados na teoria social cognitiva de Bandura (1997) que explica como a autoeficácia se desenvolve (conforme figura 4) através da experiência direta, aprendizado vicário,

persuasão social/verbal e julgamento dos estados fisiológicos de alguém, sendo o desempenho anterior e o que se pensa sobre ele a fonte mais influente de autoeficácia (BANDURA, 1986).

**Figura 4 Fontes de autoeficácia e processamento cognitivo**



Fonte: MARTINÉZ; SALANOVA, (2006)

Desempenho e autoeficácia formam um ciclo de reforço recíproco pois enquanto a autoeficácia influencia o desempenho através da motivação, perseverança e interesse o desempenho regula a autoeficácia através de informações de feedback onde os indivíduos avaliam seu desempenho e ajustam seu senso de autoeficácia (CHEN et al., 1998).

Existem vários estudos que abordam a relação positiva de autoeficácia com desempenho: Baum e Locke (2004) constataram que a autoeficácia tem resultado direto com o crescimento do empreendimento; Snell *et al.* (2015) identificaram que a criatividade para o marketing de uma empresa está ligado à autoeficácia do empreendedor; Miao *et al.* (2017) descobriram que a autoeficácia do empreendedor pode prosperar o desempenho financeiro de uma empresa.

De acordo com Zimmerman (2010), a autoeficácia é essencial para quem quer empreender, pois mantém o indivíduo firme em seus objetivos mesmo diante dos riscos, dos contratemplos e das pressões inerentes da atividade. Com isso, a autoeficácia empreendedora é um importante preditor de intenções e comportamentos empreendedores, sendo um dos antecedentes mais citados da intenção empreendedora (MCLAUGHLIN, 2017), o que denota que acreditar nas próprias

capacidades de gerenciar um negócio próprio direciona os indivíduos ao caminho empreendedor através da percepção de que se é viável e desejável (HASSAN *et al.*, 2020). Para Boyd e Vozikis (1994) a autoeficácia empreendedora afeta significativamente a escolha e o desenvolvimento da carreira empreendedora e para Krueger e Brazeal (1994), a autoeficácia é uma das premissas principais do potencial empreendedor.

Uma vez que se faz possível identificar o potencial empreendedor por meio da autoeficácia e da intenção, mecanismos podem ser utilizados e melhorados para fomento do empreendedorismo. Um deles é a melhoria dos cursos voltados ao empreendedorismo, nos quais não se deve apenas instruir quanto à parte técnica, mas também quanto à cognição e ao reforço da autoeficácia empreendedora através, por exemplo, de levar empreendedores de sucesso para palestras no ambiente acadêmico, mobilizando a persuasão verbal.

Outra ação de melhoria é trabalhar o ambiente desses potenciais empreendedores, uma vez que esse ambiente é capaz de influenciar a autoeficácia em detrimento de recursos, de obstáculos e de oportunidades percebidas, sendo mais facilmente desenvolvida em ambientes favoráveis. Como exemplo, os locais de estágio desses potenciais empreendedores devem ser em ambientes de empreendedores reais e experientes onde, através da experiência vicária possam intencional ações para o empreendedorismo (CHEN *et al.*, 1998).

O desenvolvimento da autoeficácia também se aplica a empreendedores já estabelecidos, para quem a carência de autoeficácia pode levar à estagnação por medo de diversificar, executar etc.. Nesse caso, uma autoeficácia enérgica permitirá que o empreendedor seja mais ativo mesmo diante de situações críticas (CHEN *et al.*, 1998).

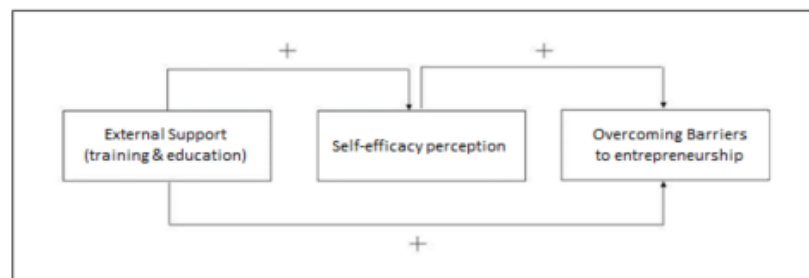
Uma vez que a autoeficácia pode mover o interesse no indivíduo de empreender, além de melhorar a performance de empreendedores já estabelecidos, se torna extremamente necessário compreendê-la a fim de contribuir com informações relevantes para o desenvolvimento econômico (FORBES, 2005)

Baseado no contexto do empreendedorismo feminino, Bosak e Sczesny (2008) citam que a autoeficácia é bastante relevante para compreender o fenômeno, dados os estereótipos de papel e gênero impostos pela ODS -Orientação de Dominância Social. Para Koellinger, Minniti e Schade (2013), após analisarem 30 países, a falta

de autoeficácia feminina é uma das principais razões para a diferença de gênero no empreendedorismo, uma vez que os achados de seus estudos são de que 33% dos homens alegam que o medo do fracasso os impediria de abrir um negócio, contra 40% das mulheres. Por sua vez, Dempsey e Jannings (2014) atribuem a menor autoeficácia empreendedora das mulheres a sua menor experiência e a maior crença em obter fracasso.

Coleman e Kariv (2014), que avaliaram 1.214 empresas, afirmam que as mulheres precisam desenvolver níveis mais altos de percepção de autoeficácia a fim de superar as barreiras de gênero, o que corrobora com os estudos de Molina-López *et al.*, (2021), no qual concluíram que a percepção de autoeficácia tem um efeito significativo e positivo no sucesso empreendedor, conforme figura 5, pois aumenta a percepção de viabilidade, sendo de grande valia para o empreendedorismo feminino.

**Figura 5 Modelo heoretical do efeito do apoio interno na superação de barreiras ao empreendedorismo. Mulheres com maior percepção de autoeficácia têm maior probabilidade de superar as barreiras exigidas para estabelecer sua própria empresa, representada pelo sinal de "+"**



Fonte: Molina-López *et al.* (2021).

Uma vez abordado o constructo de autoeficácia e o impacto positivo dela no empreendedorismo, é de suma importância entender como ela é formada (SHINNAR *et al.*, 2014).

Para Hoeltje *et al.* (1996) o convívio familiar de uma criança é um dos primeiros ambientes que fornecem padrões de pensamentos, de comportamentos e de crenças. O que é entendido no ambiente familiar como ideia de mundo e problemas rotineiros se reflete em relações pessoais ao longo da vida, o que indica a importância da família no desenvolvimento de crenças do indivíduo (BENIGHT *et al.*, 2004).

Hoeltje *et al.* (op. cit.) alegam, também, através de seus estudos, que crianças e adolescentes que convivem em um ambiente familiar sadio e equilibrado com

comunicação adequada, recebimento de afeto e acolhimento provavelmente desenvolverão crenças em habilidades que ajudarão a lidar melhor com os impasses da vida. No mesmo sentido, Oliver e Paull (1995) avaliaram 186 estudantes universitários e os achados foram de que quanto maior o apoio familiar, maior as pontuações encontradas de autoeficácia.

O contrário também se aplica. Benight *et al.* (2004) realizam estudos em crianças maltratadas e não encontraram escores significativos de autoeficácia, pelo contrário, identificaram poucas estratégias de enfrentamento, falta de otimismo e um psicológico não saudável. Kim e Cicchetti (2003) obtiveram achados semelhantes em seus estudos com 500 crianças, dentre as quais 305 eram maltratadas e 195 não. As crianças que não tiveram a atenção devida dos pais apresentaram déficits no desenvolvimento de independência, além de terem crenças limitadas quanto as suas capacidades.

O psicológico abalado pelo estresse e ansiedade, assim como o cansaço físico e o sono limitam o julgamento da capacidade de enfrentamento de certa situação (BANDURA, 1997), de modo que indivíduos com mesmas capacidades, a depender de suas crenças sobre eficácia (elevadas ou reduzidas), podem obter resultados distintos (MARTINÉZ; SALANOVA, 2006).

Betz (2004) também considera que as crenças de autoeficácia são desenvolvidas, a princípio, no contexto familiar, e que variáveis como acesso à educação de qualidade, gênero, etnia, e contexto socioeconômico familiar são determinantes para o desenvolvimento de crenças de autoeficácia através da experiência obtida do indivíduo nesse contexto, e que essas crenças influenciam o desempenho e escolhas de carreira.

Quanto à questão de gênero, Betz e Hackett (1981), em seus estudos, descobriram que as mulheres não apresentaram diferenças de desempenho nas habilidades testadas, mesmo assim, encontraram uma diferença significativa de percepção de capacidade comparada a dos homens, ou seja, as mulheres apresentaram menor autoeficácia referente à escolha de carreiras consideradas tipicamente masculinas, como engenharia e matemática subestimando suas capacidades.

Para Williams e Subich (2006) isso se justifica, pois, as experiências de aprendizado são distintas entre homens e mulheres, e isso afeta a autoeficácia

ocupacional e a perspectiva de resultado, diminuindo escolhas de carreiras de acordo com o gênero, o que corrobora estudos de Lapan *et al.* (1996) e de Lent *et al.* (1996), que também encontraram autoeficácia mais baixa nas mulheres do que nos homens em uma amostra de estudantes universitários quanto à escolha de graduação em matemática.

Koumoundourou (2004), em sua pesquisa feita em uma amostra de estudantes gregos do ensino médio, identificou a autoeficácia mais elevada em homens, se comparado com as mulheres, para carreiras de habilidades lógicas, de negócios e de força física; em contrapartida, identificou autoeficácia elevada das mulheres, se comparada a dos homens, em habilidades estéticas, sendo, portanto, os interesses de carreira manifestados de maneira diferenciada quanto ao gênero (LENT; BROWN; HACKETT, 1994)

Para Bandura (1997) as crenças de autoeficácia são desenvolvidas de formas distintas entre homens e mulheres de acordo com o contexto sociocultural e existem diversas práticas sociais que enfraquecem a autoeficácia feminina quanto à carreira quantitativa. De acordo com ODS, pais, professores e outros atores influenciam os jovens conforme o gênero na escolha das atividades ocupacionais (NUNES; NORONHA, 2009) e os estereótipos são abrangentemente transmitidos na sociedade (HEILMAN; OKIMOTO, 2007).

Heilman (1983) afirma que os indivíduos buscam profissões que são socialmente aceitas de acordo com o gênero e tendem a evitar profissões associadas ao sexo antagônico. Isso influencia a autoeficácia e, conseqüentemente, a intenção empreendedora, uma vez que o empreendedorismo está fortemente relacionado a traços masculinos (AHL, 2006), e tais definições socioculturais prejudicam o empreendedorismo feminino (MARLOW; PATTON, 2005). Para Bird e Brush (2002), as mulheres obtêm menos apoio social e modelos para se basear no empreendedorismo, já que os modelos típicos apresentados na mídia são geralmente homens, além de terem menor experiência de carreira.

Os indivíduos expectam um desempenho melhor quando a atividade está de acordo com o estereótipo de gênero sobre seu grupo social; o contrário também é válido: expectam um desempenho ruim quando a atividade está em desacordo com o estereótipo de gênero sobre seu grupo social (EAGLY; KARAU, 2002).

Dada as definições de autoeficácia e sua importância, baseado em Newman *et al.* (2019) que abordam seus antecedentes seguem os capítulos subsequentes.

## **2.5. Influência familiar e o ambiente cultural**

A família exerce influência na resiliência, no locus de controle, na autoeficácia, na personalidade, em suma, nos indivíduos (MOLINO *et al.*, 2018). Essa influência é fundamental para o desenvolvimento dos filhos e, se bem estruturada, fornece apoio e assistência entre os membros e cria um ambiente favorável de transmissão de valores e modelos (Milenkova; Nakova, 2023).

Ela também espelha questões psicológicas, econômicas e culturais que são transmitidos dos pais para os filhos, sendo a criação familiar de intensa importância, pois um ambiente familiar sadio fornece recursos para que a criança desenvolva atitudes positivas com relação a ela e ao mundo (Milenkova; Nakova, 2023).

Os valores e normas transmitidos pela família são orientativos e permanecem com os indivíduos, tornando-se a estrutura para tomadas de decisões e atitudes no decorrer de toda a vida (SARTI, 2004).

Do mesmo modo, para Osório (1996), a família desenvolve um papel de extrema relevância no desenvolvimento de funções biológicas, psicológicas e sociais dos indivíduos: (a) biológicas, pois fornece o que é necessário para o desenvolvimento e criação da criança; (b) psicológicas, porque proporciona afeto, além do ambiente acolhedor diante das intempéries da vida, e sustenta o desenvolvimento cognitivo e (c) social, uma vez que é o primeiro ambiente em que a criança socializa e adquire parâmetro para formação de sua identidade.

Mishkin (2021) e Moreno-Gómez *et al.* (2019) alegam que os pais são os principais agentes socializadores que despertam os interesses de carreira nos filhos. Esses interesses ocorrem pela observação dos pais e pela interação social com eles, podendo constituir o ambiente familiar como um importante condutor de cognições e intenções empreendedoras (WYRWICH, 2015).

Turner *et al.* (2003) apontam quatro fatores chaves de suporte dos pais: afetivo (apoio emocional); financeiro (assistência instrumental); de estímulos, como comentários e elogios (incentivo verbal) e de atitudes e comportamentos dos pais

como referência (modelagem relacionada a carreira). Assim sendo, pais empreendedores exercem ainda uma influência maior do empreendedorismo nos filhos (MISHKIN, 2021), que pode ser justificada por fatores como genética (NOFAL *et al.*, 2018) e transmissão de valores (WYRWICH, 2015).

Para Staniewski e Awruk (2021), a influência dos pais não é consensual e depende do contexto familiar, da forma como interagem, da comunicação, das atitudes e da satisfação do indivíduo diante da família, podendo ou não fazer com que a criança desenvolva traços psicológicos que serão favoráveis à carreira empreendedora.

Hopp *et al.* (2019) e Zelekha (2021) mencionam, também, que crianças que conviveram em um ambiente familiar harmonioso, com um bom relacionamento com os pais e sendo esses empreendedores são mais inclinados à abertura de uma empresa.

Nesse sentido, a literatura aborda a homofilia, na qual os indivíduos têm seus modelos através da semelhança de gênero, sendo que pais influenciam mais os filhos e as mães, mais as filhas (HOFFMANN *et al.*, 2015). Na contramão, outros estudos apontam que ter um modelo empreendedor do mesmo sexo não está obrigatoriamente associado a ter intenções empreendedoras mais intensas (AUSTIN; NAUTA, 2016) e que as mulheres são mais inclinadas a obter modelos masculinos (WOHLFORD *et al.*, 2004).

A influência familiar pode promover otimismo, identidade e paixão empreendedora, além de proporcionar mais leveza a momentos de estresse e enfrentamento provenientes do empreendedorismo (KLYVER *et al.*, 2018).

Em seus estudos, Said e Enslin (2020) entrevistaram 16 empreendedoras consolidadas no Sudão e concluíram que a influência familiar é a principal razão de elas chegarem aonde estão, pois as encoraja a trabalhar mais e seguir em frente, mesmo diante dos contratemplos da profissão, fornecendo a essas mulheres sentimentos de poder e encorajamento.

Para auxiliá-las no processo empreendedor e a desempenhar seus diversos papéis Shelton (2006), sugere a delegação das tarefas do lar a familiares e/ou terceiros para que elas possam se concentrar mais em seus negócios e, dessa forma, atenuar o conflito trabalho-família. Para Heilbrunn e Davidovitch (2011) o apoio familiar e também o conjugal são cruciais para equilibrar os papéis das mulheres e



evitar conflitos entre responsabilidades. Os resultados da pesquisa de Welsh *et al.* (2014) também chegaram à conclusão de que o apoio familiar é um importante incentivador das mulheres durante todo o processo empreendedor, auxiliando-as a florescer.

## **2.6. Educação e mentoria**

Os estereótipos de gênero e a masculinidade hegemônica, tradicionalmente, apontam o empreendedorismo como uma atividade relativamente masculina (ALONSO-GALICIA *et al.*, 2015) devido às habilidades que são demandadas, como racionalidade e competição (OGBOR, 2002). Tal apontamento, em muitos casos, acaba desencorajando o empreendedorismo feminino ou, então, reprimindo a atuação das mulheres em algumas áreas, por um mito em que a sociedade acredita (HECHAVARRIA; INGRAM, 2016).

Sidanius e Pratto (1999) chamam isso de orientação de dominância social (ODS), que se caracteriza por crenças estáveis sobre os papéis tradicionais de gênero e de raça na sociedade, e alegam que podem ser transmitidos por meio da lei, da economia, da educação e de certos aspectos da vida social, religiosa e familiar e assim se perpetuam.

Dessa forma, a ODS nada mais é que a variante individual que expõe as atitudes que os indivíduos têm em relação a sua disposição de tolerar a hierarquia, ou seja, pessoas com ODS baixa não notam ou não dão importância à hierarquia imposta na sociedade e, conseqüentemente, não se limitam e sentem a discriminação (SIDANIUS; PRATTO, 1999).

Bandura (1986) argumenta que é do meio ambiente que obtemos a maioria das pistas do que podemos realizar. A percepção e os fatores cognitivos ajudam a impulsionar a criação de empresas (EDELMAN; YLI-RENKO, 2010), de modo que pessoas que são criadas por pais empreendedores ou que são instruídas a essa atividade possuem maiores chances de seguir essa carreira. Mulheres com locus de controle interno e consciência podem obter sucesso da mesma forma que os homens mesmo obtendo um papel desfavorável na sociedade (MULDOON; LUCY; LIDZY, 2019).

Estudiosos descobriram que através da educação, da mentoria e da produção de modelos mentais precisos é possível superar a ODS (KULIK; ROBERSON, 2008). Devido a isso, é de extrema importância a educação e a mentoria para as mulheres, a fim de promover o crescimento pessoal e profissional (Blickle et al, 2010).

St-Jean *et al.* (2018), através de seus estudos, apontam que o nível de intenção empreendedora aumenta por causa da interação com mentores da área. Os mentores podem ajudar de diversas maneiras: com experiência, coaching, patrocínio, proteção, promoção de visibilidade, aconselhamento e modelagem de papéis (RAGINS, 1995). Muldoon, Lucy e Lidzy (2019) afirmam que é possível incentivar o empreendedorismo feminino com um mentor imparcial através de experiências vicárias, de oportunidades de domínio e de persuasão social.

A experiência vicária acontece quando se é inspirado pela observação do comportamento de outras pessoas que a desempenham bem, sendo de extrema importância na construção da autoeficácia, pois desfaz percepções incorretas sobre habilidades (BANDURA, 1997). Por conta disso, Muldoon, Lucy e Lidzy (2019) incitam a mentoria e a socialização de mulheres empreendedoras, para que elas obtenham conhecimento do ecossistema empreendedor e incentivam a participação de empreendedoras de sucesso, uma vez que, de acordo com a teoria de aprendizagem social elaborada por Bandura (1977), empreendedoras de sucesso promovem a percepção de autoeficácia através da identificação. Isso faz com que as mulheres acreditem que também possuem capacidade para atingir objetivos comparáveis, sendo os principais influentes do empreendedorismo outros empreendedores, familiares ou mentores (MOLINA-LÓPEZ; 2021).

Para Farashah (2013) programas informais como entrevistas, consultorias e mentorias com empreendedores de sucesso, além de cursos de desenvolvimento de habilidades e cursos teóricos formais são fatores-chave para incentivar a iniciativa empreendedora. A educação empreendedora, bem como a interação com modelos femininos que obtiveram êxito também são cruciais para as mulheres que buscam empreender (SAINZ; GARCÍA-CUESTA, 2012).

Molina-López *et al.* (2021) afirmam que, quanto maior a educação específica de uma pessoa, mais habilidades ela terá na identificação de oportunidades e construção de seu negócio, não se tratando apenas de impulsionar a iniciativa empreendedora, mas de obter empreendedores mais bem sucedidos através de

habilidades desenvolvidas pela educação. A educação para o empreendedorismo é fundamental para criar competências e comportamentos empreendedores (FAYOLLE; KLANDT, 2006) e se refere a programas pedagógicos ou processos educacionais que promovam atitudes e competências empreendedoras (FAYOLLE *et al.*, 2006).

Também Jimenez *et al.* (2015) declaram que o efeito da busca por educação e mentoria empreendedora é consequência de uma maior percepção de autoeficácia. Já Wilson *et al.* (2007) informam que, quando indivíduos passam por um treinamento em empreendedorismo, obtêm uma percepção mais favorável da atividade e parte disso pode ser atribuída a autoeficácia, sendo a educação de fundamental importância para aumentar a autoeficácia (MOLINA-LÓPEZ *et al.*, 2021).

A autoeficácia e a educação empreendedora possuem uma relação recíproca: enquanto a autoeficácia direciona a tendência dos indivíduos de se tornarem empreendedores e buscarem conhecimento no assunto, a educação aumenta a autoeficácia devido às habilidades adquiridas (BERGMAN *et al.*, 2011) e, conseqüentemente, fortalece a intenção empreendedora (ANWAR *et al.*, 2020). Desse modo, Dehghanpour Farashah (2013) concluiu que, após um curso de empreendedorismo, a intenção empreendedora é aumentada cerca de 1,3 vezes.

Então, são de extrema importância os mentores e a educação no desenvolvimento de intenções empreendedoras, porque desenvolvem a autoeficácia que, por sua vez, amplia o que as pessoas podem e devem fazer, ou seja, criam e formam crenças individuais sobre habilidades (BANDURA; 1977), como concluíram Hassan *et al.* (2021) em seus estudos: a educação voltada ao empreendedorismo estimula as competências individuais, dota os indivíduos de conhecimentos necessários, potencializa a autoeficácia formando, assim, a intenção empreendedora, que impulsiona o indivíduo a obter o empreendedorismo como opção de carreira.

## **2.7. Experiência profissional**

Menezes (2021) considera que a experiência é o que desperta o poder de conhecer. Para Breton e Alves (2021), a experiência “é vivida antes de ser captada pelo pensamento, apreendida pela reflexão, caracterizada em seus componentes” (BRETON; ALVES, 2021, p. 40). Assim, “o processo de aprendizagem advindo da experiência determina e atualiza o desenvolvimento potencial” (KOLB, 1984, p. 133).

Politis (2005) discorre que a aprendizagem empreendedora se trata de um processo contínuo e que a experiência do empreendedor auxilia o avanço do conhecimento para iniciar um negócio e administrá-lo. Dessa forma, a experiência profissional potencializa o empreendedor, assim como também a vivência familiar sadia e o aprendizado com especialistas e mentores (MUHAMMAD; AHMAD, 2020).

Com a experiência adquirida em determinada função, tem-se uma série de conhecimentos laborais que podem levar o profissional a atuar de forma mais confiante e a ser mais resiliente (LIU; REED; GIRARD, 2017). Rauna Eтуhole *et al.* (2023) constatam, em seus estudos com 10 radiologistas, que a confiança laboral é aumentada através da experiência de trabalho. Portanto, fazer uso de experiências profissionais anteriores parece ser considerável para acelerar as conquistas de empreendedores (CHRISMAN; MCMULLAN; HALL, 2005), uma vez que tais experiências contribuem com o acúmulo de conhecimento, auxiliando no discernimento e facilitando decisões diante de riscos inerentes (JOVANOVIC, 1982).

Ademais, a experiência de trabalho em determinada área leva a compreensão desse mercado, além de um profundo conhecimento técnico sobre o produto e/ou serviço, o que facilita a exploração de lacunas e oportunidades, além de fomentar relações interpessoais diversas que fortalecem o networking e contribuem para o desenvolvimento de competências (PENG; CHEN; LIU, 2020).

De acordo com o Sebrae (2022), muitas empresas são fundadas através das competências adquiridas pelo futuro empreendedor em sua experiência profissional e, se bem exploradas, as chances de sucesso se tornam maiores. Assim, as competências se revelam através da ação (BOTERF, 2003) e potencializam o recurso do indivíduo a partir de conhecimento, experiências acumuladas ao longo do tempo de sucesso e insucesso e da observação de outros empreendedores (RAE, 2005; FEUERSCHÜTTE & ALPERSTEDT, 2008).

Shakir (2009) alega que indivíduos com boa performance geralmente possuem competências técnicas cabíveis e comportamentais e o desenvolvimento de tais competências está correlacionado ao processo de aprendizagem empreendedora (BARINI FILHO, 2008). Já a aprendizagem empreendedora diz respeito a “um processo que envolve repetição e experimentação que aumentam a confiança do empreendedor em certas ações e desenvolvem o conteúdo de seu estoque de conhecimentos” (MINNITI; BYGRAVE, 2001, p. 7). Logo, trata-se de um processo de

reflexão, experiência, teoria, ação e associação e é vinculado e elementos culturais, sociais e históricos (TAYLOR; THORPE, 2004).

Essa aprendizagem é um processo experiencial em que a vivência profissional de um indivíduo é remodelada em conhecimento entre a exploração do conhecido e a exploração de novas possibilidades (POLITIS; GABRIELSSON, 2005). Com isso, “percebe-se com clareza o vínculo entre experiência, conhecimento e competência” (ZARIFIAN, 2001, p. 152). Quando se trata de competências, as experiências ganham destaque pelos desenlaces que delas são extraídas (LE BOTERF, 2003).

Em suma, a experiência profissional é vista como uma vivência, o que é de extrema importância ao empreendedorismo a fim de criar conhecimento e gerar competências, no intuito de preparar o futuro empreendedor e auxiliá-lo no processo criativo (MORRIS *et al.*, 2013), bem como na gestão de mudanças (SCHAEFER; MINELLO, 2016).

Para Moraes e Hoeltgebaum (2003), era (2004) e Politis (2005), a fim de compreender melhor o empreendedor - que é o coração do empreendedorismo -, faz-se necessário avaliar sua história de vida, sua carreira, suas experiências e sua formação.

### 3. METODOLOGIA

Essa pesquisa é qualitativa, do tipo estudo de caso único. O estudo de caso é uma estratégia metodológica apropriada para compreender processos nas ciências sociais em que o elemento humano está presente, a fim de compreender e descrever em sua totalidade a complexidade de um caso real e contemporâneo através de um estudo profundo (YIN, 2001).

Trata-se, então, de compreender um fenômeno social por relatos de experiências ou vivências de natureza individual com o objetivo de obter maior compreensão e desvelar aspectos essenciais desse fenômeno (BOEMER, 1994).

Dessa maneira, haja vista as dificuldades que todos enfrentam para empreender, buscou-se compreender a trajetória de 30 anos de uma empreendedora e como ela as superou, observando ainda se a autoeficácia contribuiu para esse processo.

Assim, trata-se de compreender um fenômeno pouco conhecido, visando entendê-lo completamente (HOON, 2013). Tal estratégia presume a existência de teoria que foi testada no decorrer da investigação (YIN, 2001).

Para a realização desse estudo, foi feita entrevista com a empreendedora que incorporou questões e estímulos narrativos, com base em três critérios centrais: centralização no problema social pesquisado, orientação ao objeto pesquisado e orientação ao processo de pesquisa e no entendimento do objeto pesquisado. Durante o processo, o pesquisador pôde formular perguntas e aprofundar a investigação, a fim de levantar dados biográficos sobre um determinado problema (DE SORDI, 2017).

Além da entrevista com a empreendedora, outras entrevistas foram realizadas com pessoas que estiveram presentes durante o processo empreendedor dela para convergir e, dessa forma, obter a validade e fidedignidade das informações prestadas por meio de triangulação de informações, por meio da qual é possível obter maior confiabilidade das descobertas reduzindo possíveis vieses do indivíduo pesquisado, proporcionando maior rigor, riqueza e profundidade a pesquisa (YIN, 2001).

Desse modo, foram realizadas duas entrevistas com pessoas que acompanharam a trajetória da empreendedora. A primeira foi realizada com o gestor

da empreendedora na empresa em que ela trabalhou como CLT. Após a empreendedora abrir sua empresa, esse gestor veio trabalhar com ela novamente e trabalham juntos até os dias atuais, sendo esse denominado Entrevistado 1. A segunda pessoa entrevistada foi sua irmã que acompanha e fornece apoio a empreendedora desde o princípio, denominado entrevistado 2.

Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas. Os dados obtidos nesse estudo foram processados por meio da análise de conteúdo que é o conjunto de técnicas de análise das comunicações, que visa, através de procedimentos sistemáticos e objetivos, a descrição das mensagens pelas quais é possível expor os frutos sobre o caso estudado (BARDIN, 2009).

Por meio desse estudo de caso, buscou-se compreender como a autoeficácia pode contribuir com o fomento e suporte ao empreendedorismo.

No capítulo seguinte são apresentados e discutidos os principais resultados encontrados através da entrevista realizada com a empreendedora e com as duas outras pessoas que acompanham sua trajetória.

## 4. RESULTADOS

### 4.1. Autoeficácia empreendedora

Para Chen *et al.* (1998) a autoeficácia empreendedora é a confiança que certos indivíduos têm de realizar tal atividade. Já Newman *et al.* (2019) afirmam que tais indivíduos confiantes tendem a identificar oportunidades empreendedoras e a seguir tal carreira, o que ocorre, de acordo com Arghode *et al.* (2021) porque a autoeficácia influencia a decisão, a intensidade e a força de vontade de uma pessoa para empreender, sendo um mecanismo de autodireção, uma vez que se tem uma medida de controle sobre os pensamentos, os sentimentos e as ações do indivíduo (BANDURA, 1997), tudo o que foi encontrado na fala da empreendedora:

*[...] Eu acho que a gente tem que ter a consciência que a gente tá sempre podendo mudar as coisas [...] então quando eu comecei trabalhar que eu fui trazer uma nova tecnologia pro Brasil, eu vi que tinha espaço pra aquilo, porque ninguém tinha tentado mudar ainda, e eu tinha certeza de que eu tinha encontrado uma tecnologia que era melhor do que aquilo que tinha. Então naquele momento eu falei, puxa vida, essa possibilidade ela existe e ela tem muita chance de dar certo. E que nem a formiguinha, que é a surda, que não escuta ninguém falar: Ah, não, você vai largar uma coisa certa pela incerta, não escutei nada, eu só vi aquela possibilidade e falei vou trilhar esse caminho. Eu acho que né, como dizem por aí o que a vida quer da gente é coragem, coragem de fazer as coisas que a gente acredita. Foi nisso que eu me baseei. Em nenhum momento eu parei e falei ah, isso se der errado... não. Eu falei vai dar certo e fui em frente e deu certo. Eu acreditava firmemente que ia dar certo [...]*

e que está em conformidade com Mclaughlin (2017) quando discorre sobre a autoeficácia empreendedora como um importante preditor de intenções e comportamentos empreendedores. Isso denota que acreditar nas próprias capacidades de gerenciar um negócio próprio direciona os indivíduos ao caminho empreendedor através da percepção de que se é viável e desejável (HASSAN *et al.*, 2020).



Pessoas com níveis maiores de autoeficácia são mais atentas às demandas de determinada situação imposta, além de terem objetivos mais altos e desafiadores e persistirem neles mesmo em situações adversas. Sendo mais resilientes, elas conseguem elevar os níveis de motivação e empenho mesmo após um fracasso podendo se recuperar rapidamente (BANDURA, 1982). A resiliência esteve presente no discurso da empreendedora:

*[...] Olha a resiliência é uma palavra que ela vem junto com a primeira, que é coragem e resiliência. Porque se você no primeiro tropeço, achar que não vai, e os tropeços eles são um aprendizado. A hora que cê tropeça cê fala não pera aí isso não deu certo, por quê? Eu errei? Onde foi que eu errei? Eu tava com um parceiro ruim nesse momento? Eu tava com alguém que não me deu apoio? Eu errei porque fui míope? É nos tropeços que cê aprende pra não acontecer de novo. Eles não são gostosos. O gosto é amargo. Mas eles são importantes pra aprender.*

A empreendedora também cita a resiliência, a crença e as novas tentativas como primordiais para superar as dificuldades: “a resiliência, o acreditar, o não ter medo de ir de novo”. Aborda, outrossim, o quanto a autoeficácia foi fundamental para seu processo empreendedor:

*[...] cem por cento, se você não acredita que você consegue mudar as coisas, porque elas não estão aí escritas a ferro e fogo, quer dizer, se você tem ação nelas, se você não acreditar nisso, você não tem como vencer. Você tem que acreditar em você e que você consegue fazer as mudanças no mundo. Acho que é nisso que você tem que acreditar. É coragem, mas também você saber que você é capaz de fazer mudanças no mundo.*

e aborda que o acreditar faz parte de sua essência, no trecho do diálogo a seguir:

*[...] era uma coisa que já tava, era intrínseco, eu acho que ninguém tem esse problema de ah, eu não sou capaz. Por que que eu não sou capaz? Eu sempre vejo assim no mundo. Eu acho que a gente é capaz de tudo. Basta a gente querer e tentar entender aquilo. Eu não acho que existe grandes diferenças de um ser humano pro outro [...] Depende do esforço que cê pretende dar naquilo. Você pretende se dedicar? Cê pretende estudar? Cê*

*pretende ir atrás? Se você tem essa vontade, né. Eu acho que você tem o caminho aberto.*

Entrevistador: *“Ela sempre acreditou que ela ia empreender, que ia dar certo. Ou teve algum momento que ela ficou na dúvida, que ela titubeou?”*

Entrevistado 1: *“Nunca, nunca, sempre positiva, sempre vai dar certo.”*

Entrevistador: *“Então, a crença dela de acreditar no que quer fez ela seguir mesmo através de n dificuldades?”*

Entrevistado 1: *“Exatamente, mas também a gente tem que considerar que ela se preparou durante esse tempo todo, né? Ela se transformou numa CEO, ela era uma vendedora, depois ela passou a ser uma supervisora, uma gerente comercial né? E depois, ela se transformou numa CEO porque se preparou também dentro da própria empresa. Não foi por acaso, chegou agora você é CEO não [...] se preparando, esperando o momento dela assumir e ter oportunidade.”*

Entrevistado 2: *“É, ela sempre acreditou, no vai dar certo e eu vou, mas porque ela tinha capacidade, né! Ela estudou, entendeu? Ela era muito dedicada desde nova, ela sempre foi focada, então ela tinha aí o background necessário pra poder ir pra frente, então, ela ia, ela é corajosa, mas com respaldo aí intelectual, né!”*

Entrevistado 2: *“[...] ela sempre foi muito de fazer cursos sim, então ela foi aumentando mesmo. O repertório com tanta mudança também no mundo corporativo.”*

Em seus estudos, Newman *et al.* (2019) obtiveram informações relevantes nas quais destacam que os principais antecedentes da autoeficácia são a influência familiar e o ambiente cultural, a educação e mentoria e a experiência profissional.

A influência familiar pode contribuir no desenvolvimento da autoeficácia (MOLINO *et al.*, 2018), ela espelha questões psicológicas, econômicas e culturais que são transmitidos dos pais para os filhos, sendo a criação familiar de intensa importância, pois um ambiente familiar sadio cria um ambiente favorável de transmissão de valores e modelos (Milenkova; Nakova, 2023).

#### 4.1.1 Influência familiar e o ambiente cultural

A influência da família é fundamental no desenvolvimento dos filhos, uma vez que é através dela que se cria um ambiente favorável de transmissão de valores e modelos, espelhando questões psicológicas, econômicas e culturais que são transmitidos aos filhos (MILENKOVA; NAKOVA, 2023). Nesta perspectiva, o intuito neste trabalho foi o de verificar como ocorreu tal influência na empreendedora.

Destacam-se as seguintes descrições

*a minha mãe sempre trabalhou fora desde que eu me conheço por gente, ela saía toda manhã para trabalhar e voltava e sempre foi uma casa onde o estudo, o trabalho, eles eram prioridade [...] eu cresci com essa coisa nossa, o estudo e o trabalho são prioridades, sempre, né! (Empreendedora)*

De acordo com Sarti (2004), os valores e normas transmitidos pela família são orientativos e se tornam a estrutura para tomadas de decisões e atitudes no decorrer de toda a vida.

*[...] Meu pai era um cientista. Mais do que um empreendedor, ele era um cientista, ele era um imigrante italiano, veio engenheiro pra cá, ele desenvolveu uma máquina, então é, também via muito a engenharia ali dentro de casa, porque ele desenvolveu a colheitadeira de mandioca. Depois foi até vendida [...], mas então, eu sempre os via trabalhando, não empreendendo, no sentido que a gente usa hoje, de montar uma empresa, de começar uma empresa, mas sim realizando coisas. (Empreendedora)*

A fala da empreendedora corrobora estudos de Mishkin (2021); Moreno-Gómez *et al.* (2019) que alegam que os pais despertam os interesses de carreira nos filhos, podendo ser importantes condutores de cognições e intenções empreendedoras e tais interesses ocorrem pela observação e pela interação social com eles (WYRWICH, 2015). Para a empreendedora, ver os pais sempre ativos foi o que a influenciou:

*Mas eu acho que, pelo menos pra mim, que sempre vi minha mãe trabalhando, não era possível. Não era possível nem economicamente,*

*financeiramente, mas também não era possível pro meu tipo de pessoa falar vou ficar só em casa. Não, não cabia em mim aquilo [...]*

Outro ponto que a empreendedora abordou é a atenuação do conflito 'trabalho e família' para a dedicação ao trabalho. Conforme sugerido por Shelton (2006), a delegação de trabalhos do lar para familiares e terceiros é importante para que se possa atenuar o conflito trabalho-família, o que foi encontrado na seguinte fala da empreendedora quando se referiu aos pais:

*[...] eu tinha uma tia e um tio que morava do lado de casa, não tinham filhos e que a gente passava grande parte do tempo lá. Tinha uma porteirinha e a gente ia e voltava o tempo inteiro. Então tivemos o acolhimento deles durante o dia e sempre tinha alguém cuidando da casa, alguém contratado pela minha mãe, cuidando da casa e que também olhava a gente.*

Já o entrevistado 2, no trecho de diálogo a seguir, disse:

*[...] A gente é de uma família grande, né? Em que ela é a sétima e eu sou a oitava filha. Então, a educação lá era no atacado não era no varejo, né! Acho que a gente foi muito ligada, acabou ficando também muito ligada por conta disso, porque eu acho que uma acabava cuidando da outra por falta de cuidados maternos, materno e paterno, mas a gente tinha uma tia e tio presente demais também, que eram vizinhos que eram ótimas referências.*

Entrevistador: *“Então vocês consideram os tios como as pessoas que apoiaram vocês no desenvolvimento, como pessoas, uma vez que os pais mais ficavam focados no trabalho?”*

Entrevistado 2: *“Eu acho que sim, acho que foi complementar. Acho que ver os pais trabalhando bastante, se dedicando. A minha mãe também ela, ela sempre foi uma pessoa de vanguarda, sempre estudou muito, sempre gostou de estudar muito então, na área em que ela atuava, que ela era revisora de português, ela já dava muitas palestras na época, tudo por conta de se aprofundar bastante no assunto, de ter esse foco pra isso. Eu acho que isso tudo são referências que fizeram a gente também se dedicar bastante, saber que a gente precisa ter repertório, conteúdo para poder avançar.”*

Também foi encontrado, na fala da entrevistada, o apoio para atenuação do conflito trabalho-família em sua jornada: *“Mas olha, eu amamentava dentro da*

*empresa, quer dizer não é que eu consegui, fui fiquei em casa, não! Eu tinha os momentos de qualidade, mas eu também tinha uma estrutura por trás pra apoiar”.*

*[...] ela assume que ela não é uma mulher que consegue organizar uma casa, né? Mas ela leva isso numa boa através de pessoas que ela coloca. E os filhos principalmente o segundo que eu mais convivi, ela estava numa boa, ela fechava a sala pra dar de mamar um tempo, aí o pessoal trazia o neném, ela alimentava [...] ela era guerreira, ela dava mama no avião, levava o filho junto. Então, sempre foi uma coisa que dificultou pouquinho, mas nunca atrapalhou os projetos e objetivos dela. (Entrevistado 1)*

A seguir será abordado outro antecedente da autoeficácia. Enquanto a autoeficácia direciona a tendência dos indivíduos de se tornarem empreendedores e buscarem conhecimento no assunto, reciprocamente, a educação aumenta a autoeficácia devido às habilidades adquiridas (BERGMAN *et al.*, 2011).

#### **4.1.2 Educação e mentoria**

*Eu sou engenheira, eu me tornei engenheira de alimentos, mas logo eu já fui trabalhar com a parte de saneamento [...] gostava muito de trabalhar com máquina. Acho que herdei isso do meu pai, mas sendo uma pessoa comunicativa, extrovertida, a parte de vendas, ela veio logo pra mim assim, na minha primeira, quando eu entrei como estagiária fiquei um tempo trabalhando com máquina. Antes dos seis meses já me passaram, meu chefe, percebeu isso, já me passou pra área comercial que é a área que eu sou apaixonada [...] então me dei muito bem já no primeiro ano de formada, na no setor, da área comercial e ali fui subindo, fui me preparando, fiz administração em marketing pra entender como analisar mercado, né? Porque a gente tem muita coisa intuitiva, mas tem muita coisa que você tem que estudar, pra ter métodos, pra enxergar como você faz aquilo. (Empreendedora)*

Para Farashah (2013) programas informais como entrevistas, consultorias e mentorias com empreendedores de sucesso, além de cursos de desenvolvimento de habilidades e cursos teóricos formais são fatores-chave para o empreendedorismo.

*E depois conforme fui trabalhando, eu ia sempre, sempre fui uma pessoa que gosta de fazer cursos e gosto de aprender então eu vejo o que tá se falando. Ah inovação, deixa eu fazer curso de inovação que tá se falando. Ah de border de empresa, tomada de decisão... Então, eu fui estudando e me aprimorando naquilo que eu percebia que era importante pra fase do meu negócio. (Empreendedora)*

Molina-López *et al.* (2021) afirmam que quanto maior a educação específica de uma pessoa, mais habilidades ela terá na identificação de oportunidades e construção de seu negócio, não se tratando apenas de impulsionar a iniciativa empreendedora, mas de obter empreendedores mais bem sucedidos através de habilidades desenvolvidas pela educação. A educação para o empreendedorismo é fundamental para criar competências e comportamentos empreendedores (FAYOLLE; KLANDT, 2006). A empreendedora citou a educação como muito importante para o processo empreendedor:

*Muito, eu fiz muito, assim olha, eu perco o número. Não consegui anotar aí no outro dia, eu queria até pegar os diplomas que eu tenho, porque eu acho muito importante, a gente vive o mundo todos os dias, que é o mundo da empresa se você não pegar fora a informação, você começa a ficar com miopia, porque você começa a olhar uma coisa só, sem abrir a cabeça pra olhar o horizonte. Então eu gosto muito de ir pra fora pra conversar com gente de fora, porque isso é que te alimenta até você ir melhorando a sua própria empresa.*

Os principais influentes do empreendedorismo geralmente são outros empreendedores, familiares ou mentores (MOLINA-LÓPEZ, 2021). Os mentores podem ajudar de diversas maneiras com a experiência, coaching, patrocínio, proteção, promoção de visibilidade, aconselhamento e modelagem de papéis (RAGINS, 1995), conforme encontrado nas falas da entrevistada:

*Ah, eu o tive muitos mentores eu vou te falar, eu não tive um, eu tive o primeiro a me encorajar a me dedicar ao trabalho, ao mundo, às línguas, foi meu tio. Eu fiquei, eu na faculdade, ele falava, fez inglês, agora chega de inglês, faz alemão, faz italiano, quer dizer, ele já me mostrava assim, não fica parado num só. E depois, conforme eu fui vivendo, eu tive um professor importante*

*e depois pessoas que você vai encontrando no mercado que vão te agregando coisas, quer dizer, tem pessoas que podem ser mentores seu por alguns anos, porque estão convivendo aí com você, como meu primeiro chefe, que foi o Rico, que me ensinou muito, como fazer negócio como negociar, e até depois ele voltou quando eu vim pra cá e no meio do caminho, fez diretores de empresa, pessoas que eu encontrava que durante um tempo me mostravam como crescer. Então acho uma mentoria muito importante. Eu acho que você conversar com pessoas que tem experiência muito importante e isso vai acontecendo no longo da sua carreira. Não é uma coisa só, uma coisa contínua.*

Jimenez *et al.* (2015) declaram que o efeito da busca por educação e mentoria empreendedora é consequência de uma maior percepção de autoeficácia. Wilson *et al.* (2007) informam que, quando indivíduos passam por um treinamento em empreendedorismo, obtêm uma percepção mais favorável da atividade e parte disso pode ser atribuída à autoeficácia, sendo a educação de fundamental importância para aumentar a autoeficácia (MOLINA-LÓPEZ *et al.*, 2021).

A autoeficácia e a educação empreendedora possuem uma relação recíproca: enquanto a autoeficácia direciona a tendência dos indivíduos de se tornarem empreendedores e buscarem conhecimento no assunto, a educação aumenta a autoeficácia devido as habilidades adquiridas (BERGMAN *et al.*, 2011).

Renzulli *et al.* (2000) também atribuem parte do crescimento e sucesso das empresas lideradas por mulheres, nas últimas décadas, ao aumento do capital social que vem adquirindo com a ascensão feminina ao mercado de trabalho. O capital social contribui com dados importantes ao empreendedor, como informações sobre o setor, indicações de clientes, equipes de trabalho, fornecedores etc.

Granovetter (1973, 1985) alega que a economia se beneficia com o acesso dos indivíduos às redes, devido às informações e às ideias que transitam através delas e aborda a importância da participação nas redes sociais, o que também foi abordado pela empreendedora:

*Olha [...] vou puxar de novo o assunto do aprender, né? Hoje a gente teve uma mudança muito grande, né, quando entraram as mídias sociais. Hoje você não estar dentro de uma mídia social cê tá sozinho, né! Então você tem que estar acompanhando o que todo seu setor tá fazendo. Então, é o nível*

*de contatos, a gente tem que ter hoje dois tipos de network aquele que é presencial, aquele que você frequenta, que você vai uma associação de classe como a gente tá no Sindesan, Abimaq, Fiesp e depois tem aquela network da mídia social que você tá se relacionando, que você está se expondo e recebendo informações a todo momento. Então, ah, hoje eu acho que essas duas, vou chamar de dois tipos de network, né? [...] Quer dizer, você tem como acessar essas duas coisas elas têm que ser trabalhadas concomitantemente.*

Outro antecedente da autoeficácia é a experiência de trabalho que favorece o empreendedor por meio de conhecimentos adquiridos e pelo acesso a redes (MUHAMMAD; AHMAD, 2020).

#### **4.1.3 Experiência profissional**

Politis (2005) discorre que a aprendizagem empreendedora se trata de um processo contínuo e que a experiência do empreendedor auxilia o avanço do conhecimento para iniciar um negócio e administrá-lo, de forma que a experiência profissional potencializa o empreendedor, assim como também a vivência familiar sadia e o aprendizado com especialistas e mentores (MUHAMMAD; AHMAD, 2020).

*Eu era CLT. Ela foi rápida, foram seis anos, já entrei numa empresa como estagiária, numa empresa de bem de capital. É, entrei como seria técnica pra provas de máquinas, né! Pra fazer prova com máquina, pegar o resultado: entra tanto por cento, sai tanto, ficava no campo do lado da máquina e já me encantava. Gostava disso, mas logo eu já passei, em questão de menos de um ano, eu já estava no setor de vendas, já tava começando a atuar no setor de vendas, o setor de saneamento tava aberto e eu já entrei aí nesse setor. Foi aí que o meu bipe com o saneamento começou. (Empreendedora)*

Portanto, fazer uso de experiências profissionais anteriores parece ser considerável para acelerar as conquistas de empreendedores (CHRISMAN; MCMULLAN; HALL, 2005), uma vez que tais experiências contribuem com o acúmulo de conhecimento, auxiliando no discernimento e facilitando nas decisões diante de riscos inerentes (JOVANOVIC, 1982), como deixa claro a entrevistada: *“eu conhecia muito bem o mercado que eu tava trabalhando, já tava há seis anos nesse mercado.*



*Eu sabia que ele existia e que se eu trouxesse alguma coisa boa, eu teria muitas chances de ter um sucesso ali”.*

Ademais, a experiência de trabalho em determinada área leva à compreensão desse mercado, além de um profundo conhecimento técnico sobre o produto e/ou serviço, o que facilita a exploração de lacunas e oportunidades, além de fomentar relações interpessoais diversas que fortalece o networking e contribui com o desenvolvimento de competências (PENG; CHEN; LIU, 2020): *“Esse período que eu estava CLT foi que me deu a visão de mercado, né! Foi quem me deu, eu percebi que isso existia, então eu me permiti a essa aventura ponderada, essa aventura medida”,* na fala da empreendedora.

*[...] Fazia parte da minha equipe e dentro da minha equipe que era a parte industrial [...] uma das cadeiras era a química e dentro da química criaram o meio ambiente, então ela assumiu, ela vinha do departamento de processos, ela assumiu essa área e ela começou a revolucionar [...] na época a tendência e o que se usava pra desaguamento, pra concentração de lodo era um filtro prensa, uma coisa tecnologicamente já meio ultrapassada [...] mas essa prensa ela dava muita manutenção e contaminava muitas pessoas ao lado, então ela foi bastante agressiva [...] ela se envolveu com Paranhos na época, pessoal da antiga aí que dominava o mercado [...] e teve um plano do governo Fleury, na época de São Paulo, de despoluir o rio Tietê, olha naquela época, alguns aninhos atrás, mil novecentos e noventa alguma coisa e ela foi agressiva, ela aproveitou esse momento pra introduzir a marca, né? E a gente vendeu muitos decanters [...] e eles começaram a apresentar problema [...] então isso criou uma grande insatisfação, né? Perante o mercado que ela tinha criado e houve a oportunidade de uma representação vinda da Itália desconhecida ou muito pouco conhecida [...] ela foi em cima da marca e com o conhecimento de mercado que ela tinha e com tudo que estava acontecendo eles venderam praticamente cem máquinas em um ano. Foi um boom, foi a entrada realmente do decanter no mercado de meio ambiente, e saneamento. Foi através desse momento. [...] Então, depois de um tempo tive problemas também na base, apesar de gostar da empresa, mas tinha dificuldade, porque era em São Paulo, ponte Socorro, longe. E aí fiquei novamente no mercado sem uma camisa [...] e aí eu optei por trabalhar com ela, né? E novamente juntamos forças, já do passado que tínhamos trabalhado juntos, e aí foi um sucesso dentro da empresa. (Entrevistado 1)*

*[...] ela trabalhou em multinacional e aí ela viu uma oportunidade exatamente na área de saneamento, né, que quando ela começou a trabalhar na multinacional que tinha o departamento de saneamento, que era tímido e tinha os outros de alimentos [...] por isso que ela foi como engenheira de alimentos trabalhar lá. Ela teve um olhar. Eu acho que é aí que ela teve uma assertividade boa porque ela teve um olhar favorável para uma área que ainda estava muito tímida que era o saneamento, que era máquinas pra tratamento de lodo. (Entrevistado 2)*

De fundamental importância com impacto significativo na intenção empreendedora é a autoeficácia empreendedora (SCHMUTZLER; ANDONOVA; DIAZ-SERRANO, 2019). A crença de um indivíduo em suas habilidades e aptidões aumenta essa intenção (HASSAN et al., 2020)

#### **4.2. Intenção empreendedora, empreendedorismo, empreendedorismo feminino e suas dificuldades**

Empreender não é uma tarefa fácil, pois, na trajetória empreendedora, várias dificuldades surgem, o que demanda muito trabalho, dedicação e persistência (PEREIRA; VERRI, 2014). De acordo com a empreendedora entrevistada, uma das principais dificuldades encontradas no início do negócio foi passar credibilidade aos compradores, uma vez que ainda não se tinha referência para mostrar; ao contrário, muitas vezes havia a dos concorrentes:

*É porque quando você começa com uma empresa pequena, eu acho que a parte mais difícil de você vencer é você entregar credibilidade, é realmente convencimento do outro, de que pode confiar em você. Eu acho que essa é a parte que mais você tem que se doar, que mais você tem que entregar e mostrar confiança porque o lado que tá comprando, ele teria outras possibilidades [...] mais confortáveis. Então, assim o empreendedor novo, ele tem que tá preparado pro convencimento e pra mostrar consistência naquilo que ele tá oferecendo. Então eu acho que essa é a parte mais difícil, é você mostrar que você é capaz de fazer o que você tá falando, porque você ainda não tem uma referência pra mostrar. (Empreendedora)*

Além disso, diversos estudos apontam que a vida familiar tem um papel comovente na vida das mulheres empreendedoras (WINN, 2004). Aspectos negativos são pontuados por Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), tais como sentimento de culpa, conflitos perante o papel tradicional da mulher na sociedade como mãe e cuidadora, agenda profissional conflitante com a agenda familiar, e tais aspectos foram encontrados na fala da empreendedora:

*[...] É, eu tive filhos mais tarde, né. [...] trinta e seis o primeiro, quarenta e dois o segundo então de alguma maneira eu fiquei um pouco mais na minha carreira e fui ter filho quando eu já estava um pouco mais estruturada [...] mas já era uma época que eu já estava mais... a empresa já estava fortinha, ela já tinha condições. [...] Mas dizem que mãe já nasce com culpa, né? Então, tudo bem eu tô dentro do padrão da mãe que já nasce com culpa, que queria ter ficado mais. [...] Mas eu acho que, pelo menos pra mim, que sempre vi minha mãe trabalhando, não era possível. Não era possível nem economicamente, financeiramente, mas também não era possível pro meu tipo de pessoa falar vou ficar só em casa. Não, não cabia em mim aquilo, então, um pouquinho de culpa a gente leva mesmo [...]*

Empreender não é uma tarefa fácil, ainda mais para as mulheres que precisam desempenhar diversos papéis na sociedade (Alperstedt; Ferreira e Serafim, 2014), empreender envolve uma série de desafios como burocracia, gestão financeira, carga tributária, gestão de pessoas, marketing e vendas, convencimento e credibilidade, concorrência, inovação o que se faz necessário ter preparo para superar objetivando a sobrevivência do negócio (SEBRAE, 2023).

Os entrevistados 1 e 2 citaram outras dificuldades que a empreendedora enfrentou. Nas palavras do Entrevistado 1:

*[...] Eu convivi bem com ela na época do divórcio e o cara é um cara difícil [...] criou um monte de problema [...] eu acho que ele não aceitou isso direito, e ele também era uma pessoa de cabeça um pouco possessivo [...] e tentou envolver os filhos [...] é mais uma batalha que ela venceu, né, de uma maneira guerreira. E enfim, passou por cima, superou rapidamente tranquilamente [...] aconteceu uma coisa muito triste, ela chora hoje e amanhã, é tudo novo, começou de novo, ela vai e continua, então foi um impacto sim mas foi rápido.” “Eu acho que o mais difícil foi o que a gente acabou de comentar, foi*

*essa separação com o marido dela. Na verdade, eu tive dois filhos, né? Ninguém constrói uma família com dois filhos pra destruir depois, né, existe uma certa união e existe um certo objetivo e eu acho que ela estaria com ele até hoje. Mas são coisas da vida, mas eu acho que foi a maior dificuldade para ela.*

Já o entrevistado 2 narrou o seguinte, no trecho de diálogo a seguir:

*[...] Ah, eu acho que foi a separação, o divórcio, né. Assim é aquela tristeza né, a separação ela é difícil mesmo pra todo mundo, mas ela não se deixou cair não, ela foi brava. [...] teve o casamento que foi desfeito, então ela acabou sendo mãe e pai de família, então isso fez... É aquela coisa mais frustração, mais forte.*

*Entrevistador: “[...] você relatou que ela teve, enfim, vários desafios, né? E um deles, obviamente, era deixar os filhos pra poder fazer as viagens internacionais. Os filhos ficavam com você, como que era isso? Ela ia mais ou menos tranquila? Obviamente, por estar com você, mas ela sofria essa ausência? Ela chorava? Como que era isso?”*

*Entrevistado 2: “Muito. muito. Era um sofrimento, não era legal, era horrível pra ela, coitada. Ela ia assim, sofrendo demais, chorando [...] sempre foi muito difícil pra ela ir.”*

*Entrevistador: “É um sentimento meio que comum das mulheres que empreendem ou das que trabalham um sentimento de culpa por não conseguir se dedicar tanto ao lar, aos filhos. Você, em algum momento, notou esse sentimento na empreendedora?”*

*Entrevistado 2: “Nossa, muito, muito a mãe, ela está em falta sempre com todo mundo, né! Porque se ela tá se dedicando um pouco mais aos filhos ela tá em falta com a empresa ou com o próprio negócio. É uma falta constante.”*

Além disso, outras dificuldades também foram citadas pelo entrevistado 1:

*[...] Como no início da empresa, por exemplo, existia um representante, né? Ela também entrou como funcionária dele e de alguma maneira como você mesmo disse preconceito né? Como mulher, etc, etc. Mas ela venceu, depois teve financeiros, que vieram da Itália, que dificultavam o administrativo e ela sempre foi vencendo isso [...] na época, a maioria das pessoas das empresas eram homens, mas ela nunca se preocupou com isso. Ela sempre passou por cima, tá.*

Assim, nota-se que as mulheres podem estar em desvantagem em relação aos homens já que há dificuldades de ascensão na carreira devido à discriminação sofrida nos ambientes corporativos (TEIXEIRA; BOMFIM, 2016) e a necessidade de desempenhar seus diversos papéis, desafiando o potencial empreendedor feminino (GOMES; GUERRA; VIEIRA, 2011).

Apesar disso, algumas mulheres ultrapassam as circunstâncias, mesmo em segmentos tradicionalmente masculinos e superam tais dificuldades (NASSIF *et al.*, 2020). Molina-López *et al.* (2021) aconselham o desenvolvimento da autoeficácia para que as mulheres possam ser mais resilientes e superem as barreiras ligadas ao empreendedorismo. Como nota-se na fala da empreendedora:

*Mas eu acho assim, hoje eu vejo meus filhos me olhando, eu vejo que eles têm uma grande admiração e isso também é muito gostoso, porque quando eles falam de mim pra alguém, eu vejo que eles falam com muita admiração porque minha mãe faz isso, faz aquilo, fez isso. Então eu não sinto que eu fiquei devendo pra eles, nem amor, nem instrução e nem educação. Deu pra levar as coisas. [...] mas depois a gente vê que florescem, floresceram meninos tão preparados pra vida, tão bons que isso tudo passa. [...] E olha os tropeços, me serviram pra ver também quem estava ao meu lado, quem me apoiava [...] então, eles também vieram pro bem em relação a isso.*

Os entrevistados 1 e 2 citam as principais características da empreendedora:

*[...] ela sempre foi uma pessoa muito vibrante, uma energia simplesmente absurda, não sei, de onde ela tira tanta energia dessa pilha dela [...] é uma guerreira que eu sempre falo, você é guerreira. Talvez seja a pessoa mais resiliente que eu já conheci ou conheço. Sempre positiva. (Entrevistado 1)*

*É ela é uma pessoa muito positiva, é muito. Ela não fica parada, os desafios quando vem pra ela, ela vai pra cima, ela não recua não. [...] é uma pessoa destemida, assim ela é bem corajosa, ela é muito focada e quando ela tem foco numa coisa e ela por ser determinada assim, a coragem vem junto pra ela. [...] Determinação, a coragem. [...] Ela sempre foi focada. (Entrevistado 2)*

## 5 CONCLUSÕES

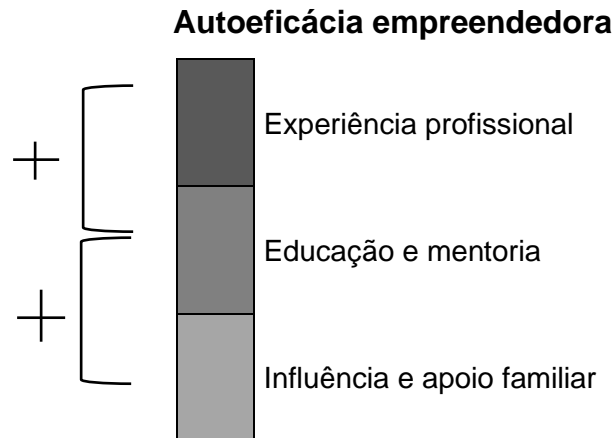
Depois de uma minuciosa avaliação dos dados coletados, são declaradas as conclusões finais provindas dessa pesquisa que teve como objetivo a abordagem da autoeficácia e seu desenvolvimento em prol de contribuições ao processo empreendedor feminino. Para isso, foram feitas pesquisas bibliográficas e de campo através de entrevista com a empreendedora e com pessoas que acompanharam sua trajetória para obter a fidedignidade das informações prestadas.

Os achados dessa pesquisa revelam a importância do desenvolvimento da autoeficácia no processo empreendedor da entrevistada para identificar oportunidade, manter o foco mesmo diante das dificuldades e obter resiliência, o que corrobora Bandura (1982) que discorre que pessoas com níveis maiores de autoeficácia são mais atentas às demandas de determinada situação, além de terem objetivos mais altos e desafiadores e persistirem neles, mesmo em situações adversas, sendo mais resilientes, ou seja, elas conseguem elevar os níveis de motivação e empenho mesmo após um fracasso, podendo se recuperar rapidamente.

A empreendedora teve diversos desafios e dificuldades em sua trajetória, conforme relatado; teve o preconceito citado pelo entrevistado 1, a influência de administradores estrangeiros, o convencimento e credibilidade na fase inicial do negócio, a possessão do marido, o divórcio, o envolvimento dos filhos no processo de divórcio, o fato de ser pai e mãe dos filhos, a ausência do lar devido às viagens internacionais de negócios e o sentimento de culpa, mas, mesmo assim, ela se manteve acreditando na sua capacidade de gerir toda a situação, bem como à empresa.

Os resultados revelam que a empreendedora obteve todos os antecedentes da autoeficácia empreendedora: influência familiar, educação e mentoria, bem como, experiência profissional, evidenciando os achados de Newman *et al.* (2019) e com isso, obteve aporte para desenvolver a autoeficácia. Portanto, conclui-se que, quanto maior a influência familiar, a educação e mentoria e a experiência profissional, maior a possibilidade do desenvolvimento da autoeficácia empreendedora, conforme demonstrado na figura 6.

Figura 6 Termômetro dos antecedentes da autoeficácia empreendedora



Fonte: De autoria própria.

Por meio dessa pesquisa foi possível identificar a forma como a empreendedora encara os desafios tendo ela a autoeficácia desenvolvida. Quando questionada sobre as principais dificuldades enfrentadas durante sua trajetória empreendedora, ela aborda a questão de fornecer credibilidade inicial do produto/serviço, já os entrevistados 1 e 2 abordaram diversas outras dificuldades, pontuando o divórcio como principal. Conclui-se, minimamente, que a forma como ela vê as dificuldades é diferenciada, ou seja, algo que poderia abalar a maioria das pessoas e até fazê-las desistir, em alguns casos, ela vê como algo não tão grande assim, algo que ela acredita na sua capacidade de superar.

Foi possível notar na empreendedora um grande otimismo, uma autoconfiança tão grande construída ao longo do tempo que ela aprendeu a ver as dificuldades como pequenas, como se capaz de vencê-las, sempre acreditando em sua capacidade de agir e mudar o rumo das situações de forma eficaz, mesmo em situações diversas.

É isso que as empreendedoras devem desenvolver, essa a autoeficácia, a fim de manter o foco mesmo mediante as intempéries do processo. *“É que nem a formiguinha, que é a surda, que não escuta ninguém falar: Ah, não, você vai largar uma coisa certa pela incerta, não escutei nada, eu só vi aquela possibilidade e falei vou trilhar esse caminho”*, como a empreendedora mencionou (obviamente, como abordado na teoria, essa deve ser uma decisão medida e calculada).

Pelo estudo foi possível identificar que a autoeficácia é de grande importância a todos que buscam empreender e para aqueles que já são empreendedores, dada as dificuldades inerentes, principalmente para as mulheres que devido aos diversos papéis que desempenham na sociedade possuem uma sobrecarga maior, além de sofrerem discriminação (WINN, 2005).

A autoeficácia contribui com o desenvolvimento da resiliência, da positividade, auxilia a manter o foco nos objetivos, podendo assim, minimizar os problemas e dificuldades relacionados ao gênero no empreendedorismo fazendo com que as mulheres acreditem em sua capacidade de gerir situações diversas a ponto de não se intimidarem com problemas e situações os fazendo ser pequenos diante da capacidade delas de resolver eficazmente (BANDURA, 1997). Para isso é preciso buscar os antecedentes para desenvolvê-la.

Pelo estudo, o desenvolvimento da autoeficácia se mostrou extremamente importante atingindo seu objetivo de trazer aporte ao processo empreendedor feminino. Os achados podem contribuir reduzindo as diferenças de gênero, auxiliando na sobrevivência das empresas geridas por mulheres podendo equalizar as estatísticas de negócios estabelecidos por elas e com isso tem potencial para alavancar o desenvolvimento econômico e social de uma nação.



## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS E CONCLUSÕES PARA FUTUROS ESTUDOS**

A autoeficácia pode desempenhar um papel significativo em quase todas as áreas da vida, trazendo mais confiança e resiliência. Nota-se, através deste estudo, como ela ajudou, de maneira eficaz, a empreendedora a lidar melhor com as dificuldades em sua trajetória.

Sugere-se, com isso, estudos com indivíduos que desistiram de empreender, a fim de identificar a ausência/presença da autoeficácia, em busca de uma compreensão mais profunda das dinâmicas vinculadas a esse contexto específico.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHL, H. Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2006. 30(5). p. 595–621. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x>. Acesso em: 13 ago. 2023.

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 1991. 50(2). p. 179–211. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T). Acesso em: 08 jul. 2023.

AJZEN, I. The theory of planned behavior: Frequently asked questions. **Hum. Behav. Emerg. Technol**, 2020. p. 314-324. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1002/hbe2.195>. Acesso em: 10 jun. 2023.

ALONSO-GALICIA, P. E *et al.* Entrepreneurial cognitions in academia: exploring gender differences. **Journal of Managerial Psychology**, 2015. 30(6), p. 630-644. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JMP-08-2013-0262>. Acesso em 31 mai. 2023.

ALPERSTEDT, G. D; FERREIRA, J. B; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, 2014. 16(40), p. 221-234. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n40p221>. Acesso em 31 mai. 2023.

ANDERSON, A.R; MILLER, C.J. “Class matters”: human and social capital in the entrepreneurial process. **Journal of Socio-economics**, 2003. p. 17-36. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S1053-5357\(03\)00009-X](https://doi.org/10.1016/S1053-5357(03)00009-X). Acesso em: 24 mar. 2023.

ANOKHIN, S; GRICHNIK, D; HISRICH, R. D. The journey from novice to serial entrepreneurship in China and Germany: Are the drivers the same? **Managing Global Transitions**, 2008. p. 117–142. Disponível em: [https://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/6\\_117-142.pdf](https://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1581-6311/6_117-142.pdf). Acesso em: 23 jul. 2023.

ANWAR, I. *et al.*. Traits and entrepreneurial intention: testing the mediating role of entrepreneurial attitude and self-efficacy. **Journal for International Business and Entrepreneurship Development**, 2020b. Disponível em: <https://doi.org/10.1504/JIBED.2021.112276>. Acesso em: 09 jul. 2023.

ATKINSON, C. *et al.* Being taken seriously – shaping the paths taken by Welsh women entrepreneurs. **Small Enterprise Research**. 2017. 24(2) p. 132-148. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13215906.2017.1337587>. Acesso em 03 jun. 2023.

AUSTIN M. J; NAUTA M. M. Entrepreneurial role-model exposure, self-efcacy, and women’s entrepre-neurial intentions. **J Career Dev**, 2016. p. 260–272. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0894845315597475>. Acesso em: 24 ago. 2023.

AUTIO, E; DAHLANDER, L; FREDERIKSEN, L. Information Exposure, Opportunity Evaluation and Entrepreneurial Action: An Empirical Investigation of an Online User Community. **Academy of Management Journal**, 2013. vol. 56. n. 5. p. 1348-1371. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2400411>. Acesso em: 05 ago. 2023.

BIRD, B; BRUSH, C. A. Gendered Perspective on Organizational Creation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2002. 26(3), p. 41–65. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/104225870202600303>. Acesso em: 13 ago. 2023.

BURT, R. S. Structural Holes and Good Ideas. **American Journal of Sociology**, 2004. 110(2), p. 349–399. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/421787>. Acesso em: 05 ago. 2023.

ARGHODE, V; HEMINGER, S; MCLEAN, G. N. Autoeficácia profissional e educação no exterior: implicações para a futura força de trabalho global. **Revista Europeia de Treinamento e Desenvolvimento**; 2021; 45, p. 1-13. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1108/EJTD-02-2020-0034>. Acesso em: 31 mai. 2023.

BANDURA, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. **Psychological Review**, 1977. 84(2), p. 191–215. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>. Acesso em: 23 ago. 2023.

\_\_\_\_\_. **Self-efficacy: The exercise of control**. New York: Freeman, 1997.

\_\_\_\_\_. **Social foundations of thought and action: A social cognitive theory**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1986.

\_\_\_\_\_. Self-Efficacy mechanism in human agency. **American Psychologist**, 1982. 37(2), p. 122-147. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>. Acesso em: 31 mai. 2023.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2009.

BAUM, J. R; LOCKE, E. A. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. **Journal of Applied Psychology**; 2004; 89, p. 587-98. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.587>. Acesso em: 03 ago. 2023

BENIGHT, C. C. *et al.* Development and psychometric validation of a domestic violence coping self-efficacy measure (DV-CSE). **Journal of Traumatic Stress**, 2004. 17(6), p. 505–508. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10960-004-5799-3>. Acesso em: 13 ago. 2023.

BERGMAN, N. *et al.* Gender and the effects of an entrepreneurship training programme on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial knowledge gain. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, 2011. 13, p. 38-54. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1504/IJESB.2011.040415>. Acesso em: 03 jun. 2023.

BARON, R; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: Uma visão de processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BETZ, N. E. Self-Efficacy: Contributions of Self-Efficacy Theory to Career Counseling: A Personal Perspective. **The Career Development Quarterly**, 2004. 52 (4), p. 340–353. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/j.2161-0045.2004.tb00950.x>. Acesso em: 13 ago. 2023.

BETZ, N. E.; HACKETT, G. The relationship of career-related self-efficacy expectations to perceived career options in college women and men. **Journal of Counseling Psychology**, 1981. 28 (5), p. 399–410. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0022-0167.28.5.399>. Acesso em: 13 ago. 2023.

BIRD, B. Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. **Academy of Management Review**, 1988. p. 442–454. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>. Acesso em: 04 ago. 2023.

BLICKLE, G. *et al.* Antecedents and consequences of perceived barriers to obtaining mentoring: a longitudinal investigation. **Journal of Applied Social Psychology**, 2010. v. 40. n. 8, p. 1897-1920. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.2010.00644.x>. Acesso em: 01 jun. 2023.

BOEMER, M. R. A condução de estudos segundo a metodologia de investigação fenomenológica. **Revista Latino-americana de Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 2, n. 1, p. 83-94, jan. 1994.

BOSAK, J; SCZESNY, S. Am I the Right Candidate? Self-Ascribed Fit of Women and Men to a Leadership Position. **Sex roles**, 2008; 58, p. 682-688. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1007/s11199-007-9380-4>. Acesso em: 03 jun. 2023.

BOYD, N. G; VOZIKIS, G. S. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 1994. p. 18:63–90. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>. Acesso em: 03 ago. 2023.

BRETON, H; ALVES, C. A. A narração da experiência vivida face ao “problema difícil” da experiência: entre memória passiva e historicidade. **Práxis Educacional**, Vitória da Conquista, v. 17, n. 44, p. 38-51, 2021. DOI: 10.22481/praxisedu.v17i44.8013. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/praxis/article/view/8013>. Acesso em: 10 out. 2023.

BRUNI, A; GHERARDI, S; POGGIO, B. **Gender and Entrepreneurship: An Ethnographic Approach**. Routledge: London, UK, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.4324/9780203698891>. Acesso em: 24 mar. 2023.

CALÁS, M. B; BOURNE, K. A. Extending the boundaries: reframing “entrepreneurship as social change” through feminist perspectives. **Academy Management Review**.

2009, 34, p. 552–569. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633597>. Acesso em: 30 mar. 2023.

CARDON, M. S; KIRK, C. P. Entrepreneurial Passion as Mediator of the Self–Efficacy to Persistence Relationship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2015. 39(5), p. 1027–1050. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/etap.12089>. Acesso em 03 jun. 2023.

CAVALCANTI, F. R. **Processo de Empreendedorismo Inovador no Polo Tecnológico de Florianópolis no Período de 1987 a 2012**. Tese de Mestrado - Universidade do Sul de Santa Catarina: Florianópolis, Brasil, 2011, p. 142. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/2959>. Acesso em: 23 jul. 2023.

CHEN, C. C; GREENE, P. G; CRICK, A. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? **Journal of Business Venturing**, 1998. 13(4), p. 295-316. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3). Acesso em: 31 mai. 2023.

CHRISMAN, J.J.; MCMULLAN, E.; HALL, J. The influence of guided preparation on the long-term performance of new ventures. **Journal of Business Venturing**, 2005, v. 20, p. 769-791. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.10.001>. Acesso em: 01 out. 2023.

CISNEROS, M. E. E. Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género. **Contaduría y Administración**, 2015. 60(2), p. 468-485. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30010-3](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30010-3). Acesso em: 24 mai. 2023.

COLEMAN, S; KARIV, D. Deconstructing entrepreneurial self-efficacy: a gender perspective on the impact of ESE and community entrepreneurial culture on the financial strategies and performance of new companies. **Ventur. Boné**, 2014. (16), p. 157-181. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1080/13691066.2013.863063>. Acesso em: 03 jun. 2023.

Comissão Europeia/EACEA/Eurydice, 2014. *A Modernização do Ensino Superior na Europa: Acesso, Retenção e Empregabilidade 2014*. Relatório Eurydice. Luxemburgo: Serviço de Publicações da União Europeia. Disponível em: [https://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=Moderniza\\_\\_o\\_do\\_ensino\\_superior\\_\\_\\_estudo.pdf](https://www.dgeec.mec.pt/np4/np4/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=192&fileName=Moderniza__o_do_ensino_superior___estudo.pdf). Acesso em 08 dez. 2023.

COSTA, A. M; BARROS, D. F; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do Empreendedorismo/The historical dimension of the discourses concerning the entrepreneur and entrepreneurship. **Revista De Administração Contemporânea**, 2011. 15(2), 179-197. Disponível em: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/dimensão-histórica-dos-discursos-acerca-do/docview/1471847584/se-2>. Acesso em: 26 jul. 2023.

COSTA, A. M; BARROS, D. F; MARTINS, P. E. M. Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho: A construção discursiva do conceito de empreendedorismo.

**Revista De Administração Pública**, 2008. 42(5), p. 995-1018. Disponível em: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/linguagem-relações-de-poder-e-o-mundo-do-trabalho/docview/1643152133/se-2>. Acesso em: 26 jul. 2023.

DATTA, R. From development to empowerment: the self-employed women's association in India. **International Journal of Politics, Culture and Society**, 2003. v. 16, n. 3, p. 351-368. Disponível em: <https://doi.org/10.1023/A:1022352227601>. Acesso em: 10 mar. 2023.

DEMPSEY, D; JENNINGS, J. Gender and entrepreneurial self-efficacy: a learning perspective. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 2014. v. 6. n. 1, p. 28-49. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2013-0013>. Acesso em: 03 jun. 2023.

DE SORDI, J. O. **Desenvolvimento de Projeto de Pesquisa**, São Paulo: Saraiva, 2017.

DORAN, J; MCCARTHY, N; O'CONNOR, M. The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries. **Cogent Economics & Finance**, 2018. 6(1). Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1080/23322039.2018.1442093>. Acesso em: 09 jul. 2023.

DRUCKER, P. F. **Innovation and entrepreneurship: practice and principles**. London: Pan Books, 1986.

EAGLY, A. H; KARAU, S. J. Role congruity theory of prejudice toward female leaders. **Psychological Review**, 2002. 109(3), p. 573–598. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>. Acesso em: 13 ago. 2023.

FARASHAH, A. D. The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention: Study of educational system of Iran. **Education + Training**, 2013. v. 55. n. 8/9, p. 868-885. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/ET-04-2013-0053>. Acesso em: 09 jul. 2023.

FERNÁNDEZ-PÉREZ, V. *et al.* Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: The moderating role of entrepreneurship education. **Int. Entrep. Manag. J.**; 2019; 15, p. 281-305. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1007/s11365-017-0438-7>. Acesso em: 10 jun. 2023.

FAYOLLE, A; KLANDT, H. **International entrepreneurship education: issues and newness**, 2006.

FAYOLLE, A; GAILLY, B; LASSAS-CLERC, N. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. **Journal of European Industrial Training**, 2006. v. 30. n. 9, p. 701-720. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>. Acesso em: 09 jul. 2023.

FORBES, D. The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2005; 29, p. 599-626. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00100.x>. Acesso em: 03 ago. 2023.

GAGLIO, C. M. The role of mental simulations and counterfactual thinking in the opportunity identification process. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, 2004. v. 28, p. 533-52. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00063.x>. Acesso em: 05 ago. 2023.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Relatório Global 2019-2020**. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK. Disponível em: <https://gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>. Acesso em: 24 mai. 2023.

GIANTURCO, A. **O Empreendedorismo de Israel Kirzner**. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2014.

GOMES, D. T; GUERRA, P. V; VIEIRA, B. N. O Desafio do Empreendedorismo Feminino. In: **Anais do Encontro da ANPAD**. 35. Rio de Janeiro, 2011.

GÜNEY-FRAHM, I. A New Era for Women? Some Reflections on Blind Spots of ICT-Based Development Projects for Women's Entrepreneurship and Empowerment. **Gender, Technology and Development**, 2018. 22. p. 130–44. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09718524.2018.1506659>. Acesso em: 25 mar. 2023.

GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. **American Journal of Sociology**, 1985. 91(3), p. 481–510. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2780199>. Acesso em: 05 ago. 2023.

Hassan, A. *et al.* Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education, *Education + Training*, 2020. v. 62. n. 7/8, p. 843-861. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033>. Acesso em: 10 jun. 2023.

Hassan, A. *et al.* Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. **Industry and Higher Education**, 2021. 35(4), p. 403–418. Disponível em: <https://doi:10.1177/09504222211007051>. Acesso em: 09 jul. 2023.

HASTIE, R. Problems for judgment and decision making. **Annual Review of Psychology**, 2001. v. 52, p. 653-83. Disponível em: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.653>. Acesso em: 05 ago. 2023.

HECHAVARRÍA, D. M. *et al.* Taking care of business: the impact of culture and gender on entrepreneurs' blended value creation goals. **Small Business Economics**, 2017. v. 48 n. 1, p. 225-257. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-016-9747-4>. Acesso em: 01 jun. 2023.

HEILMAN, M. E.. Sex bias in work settings: The lack of fit model. In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), **Research in organizational behavior**, 1983. 5, p. 269 - 298. Greenwich, CT: JAI Press.

HEILMAN, M. E; OKIMOTO, T. G. Why are women penalized for success at male tasks?: The implied communality deficit. **Journal of Applied Psychology**, 2007. 92(1), p. 81–92. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.1.81>. Acesso em: 13 ago. 2023.

HEILBRUNN, S; DAVIDOVITCH, L. Juggling Family and Business: Work–Family Conflict of Women Entrepreneurs in Israel. **The Journal of Entrepreneurship**, 2011. 20(1), p. 127–141. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/097135571002000106>. Acesso em: 16 ago. 2023.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOFFMANN, A; JUNGE, M; MALCHOW-MØLLER, N. Running in the family: parental role models in entrepreneurship. **Small Business Economics**, 2015. 44(1), p. 79-104. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9586-0>. Acesso em: 22 ago. 2023.

HOON, C. Meta-synthesis of qualitative case studies: An approach to theory building. **Organizational Research Methods**, 2013. 16 (4), p. 522–556. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1094428113484969>. Acesso em: 08 set. 2023.

HOPP, C; MINARIKOVA, D; SPEIL, A. A chip off the old block? How parent-child interactions affect the intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing Insights**, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00130>. Acesso em: 23 ago. 2023.

Jiménez, A. *et al.* The impact of educational levels on formal and informal entrepreneurship. **BRQ Business Research Quarterly**, 2015; 18, p. 204-212. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1016/j.brq.2015.02.002>. Acesso em 03 jun. 2023.

JOVANOVIC, B. Selection and the Evolution of Industry. **Econometrica**, 1982. 50(3), p. 649–670. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/1912606>. Acesso em: 01 out. 2023.

KIM, J; CICCHETTI, D. Social self-efficacy and behavior problems in maltreated children. **Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology**, 2003. 32(1), p. 106–117. Disponível em: <https://doi.org/10.1207/15374420360533103>. Acesso em: 13 ago. 2023.

KIRZNER, I. M. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. **Journal of Economic Literature**, 1997. 35(1), p. 60–85. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2729693>. Acesso em: 05 ago. 2023.

KIRZNER, I. **Competição e atividade empresarial**. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2012.



KLYVER K, HONIG B, STEFFENS P. Social support timing and persistence in nascent entrepreneurship: exploring when instrumental and emotional support is most effective. **Small Bus. Econ.** 2018. 51(3). p. 709–34. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1007/s11187-017-9964-5>. Acesso em: 11 jun. 2023.

KOELLINGER, P; MINNITI, M; SCHADE, C. Gender Differences in Entrepreneurial Propensity. **Oxf. Touro. Economy. Start**, 2013; 75, p. 213-234. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0084.2011.00689.x>. Acesso em: 03 jun. 2023.

KOUMOUNDOUROU, G. A. The reliability and validity of the Greek version of the task-specific occupational self-efficacy scale. **British Journal of Guidance & Counselling**, 2004. 32, p. 75-92. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/03069880310001648067>. Acesso em: 13 ago. 2023.

KULIK, C. T; ROBERSON, L. Diversity initiative effectiveness: what organizations can (and cannot) expect from diversity recruitment, diversity training, and formal mentoring programs. In BRIEF, A.P. (Ed.), **Diversity at Work**, Cambridge University Press, New York, NY 2008, p. 265-317. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/2008-11853-008>. Acesso em: 01 jun. 2023.

KRUEGER JR; N. F; BRAZEAL, D. V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. **Entrepreneurship Theory and Practice Spring**, 1994. n. 91–104. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>. Acesso em: 03 ago. 2023.

KRUEGER, N. F; CARSRUD, A. L. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. **Entrepreneurship & Regional Development**, 1993. 5:4, p. 315-330. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>. Acesso em: 09 jul. 2023.

KRUEGER, N. F; REILLY, M. D; CARSRUD, A. L. Competing models of entrepreneurial intentions. **Journal of Business Venturing**, 2000. v. 15 n. 5/6, p. 411-432. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0). Acesso em: 11 jun. 2023.

LAPAN, R. T; SHAUGHNESSY, P; BOGGS, K. Efficacy expectations and vocational interests as mediators between sex and choice of math/science college majors: A longitudinal study. **Journal of Vocational Behavior**, 1996. 49(3), p. 277–291. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.0044>. Disponível em: 13 ago. 2023.

LEE, S. H; WONG, P. K. An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. **Journal of Business Venturing**, 2004. 19(1), p. 7–28. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00112-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00112-X). Acesso em: 04 ago. 2023.

LENT, R. W; BROWN, S. D; HACKETT, G. Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. **Journal of Vocational Behavior**, 1994. 45(1), p. 79–122. Disponível em: <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>. Acesso em: 13 ago. 2023.

Lent, R. W. *et al.* Latent structure of the sources of mathematics self-efficacy. **Journal of Vocational Behavior**, 1996. 49(3), p. 292–308. Disponível em: <https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.0045>. Acesso em: 13 ago. 2023.

LIMA, C. Gênero, trabalho e cidadania: função igual, tratamento salarial desigual. **Estudos Feministas**, 2018. 26 (3), p. 1-20. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n347164>. Acesso em: 13 abr. 2023.

LIÑÁN, F; FAYOLLE, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 2015. v. 11. n. 4, p. 907-933. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>. Acesso em: 10 jun. 2023.

LIU, J. J; REED, M; GIRARD, T. A. Advancing resilience: an integrative, multi-system model of resilience. **Personality and Individual Differences**, 2017, p. 111-118. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.007>. Acesso em: 01 out. 2023.

MACHADO, H. P. V; GAZOLA, S; ANEZ, M. E. M. Criação de empresas por mulheres: um estudo com empreendedoras em Natal, Rio Grande do Norte. **Revista De Administração Mackenzie**, 2013. 14(5), p. 177-200. Disponível em: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/criação-de-empresas-por-mulheres-um-estudo-com/docview/1462828301/se-2>. Acesso em: 24 mai. 2023.

MARLOW, S. Self employed women: New opportunities, old challenges. **Entrepreneurship & Regional Development**, USA, 1997. v. 9, n. 3, p. 199-210. Disponível em: <http://doi.org/10.1080/08985629700000011>. Disponível em: 15 mar. 2023.

MARTÍNEZ, I. M; SALANOVA, M. Autoeficacia en el trabajo: el poder de creer que tú puedes. **Estudios financieros**, 2006. n. 45. Disponível em: [http://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/03/2006\\_Martinez-Salanova.pdf](http://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/03/2006_Martinez-Salanova.pdf). Acesso em: 13 ago. 2023.

McMULLEN, J. S; SHEPHERD, D. A. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. **Academy of Management Review**, 2006. v. 31, p. 132-52. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/20159189>. Acesso em: 05 ago. 2023.

MARLOW, S; PATTON, D. All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2005. 29(6), p. 717–735. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x>. Acesso em: 13 ago. 2023.

MIAO, C; QIAN, S; MA, D. The relationship between entrepreneurial self-efficacy and firm performance: A meta-analysis of main and moderator effects. **Journal of Small Business Management**; 2017; 55, p. 87-107. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1111/jsbm.12240>. Acesso em: 03 ago. 2023.

MILENKOVA, V; NAKOVA, A. Personality development and behavior in adolescence: Characteristics and dimensions. **Societies**, 2023. 13(6), p. 148. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/soc13060148>. Acesso em: 03 set. 2023.

MINTZBERG, H. **Structure in Fives: Designing Effective Organizations**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1983.

MISHKIN, E. Gender and sibling dynamics in the intergenerational transmission of entrepreneurship. **Management Science**, 2021. 67(10), p. 5969-6627. Disponível em: <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3790>. Acesso em: 22 ago. 2023.

MOCELIN, D. G; LUCAS, R. A. Empreendedorismo intensivo em conhecimento: Elementos para uma agenda de pesquisas sobre a ação empreendedora no Brasil / Knowledge-intensive entrepreneurship: outline for a research agenda on entrepreneurial action in Brazil. **Sociologias**, 2017. 19(46), p. 30-75. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/15174522-019004602>. Acesso em: 05 ago. 2023.

Molino, M; *et al.* Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. **Gender differences in Italy**. PLoS ONE, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0199924>. Acesso em: 11 jun. 2023.

MORENO-GÓMEZ, J; GÓMEZ-ARAUJO, E; CASTILLO-DE ANDREIS, R. Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, 2019. 12(3), p. 413-429. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2019-0048>. Acesso em: 22 ago. 2023.

MORRIS, M. H.; KURATKO, D. F.; CORNWALL, J.R. **Entrepreneurship Programs and the Modern University**, 2013.

MULDOON, J; LUCY, C; LIDZY, S. The impact of social dominance orientation on female entrepreneurial intention. **New England Journal of Entrepreneurship**, 2019. 22(2), p. 109-125. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/NEJE-05-2019-0025>. Acesso em 01 jun. 2023.

MUHAMMAD, N. I.; AHMAD, M. The entrepreneur's quest: a qualitative inquiry into the inspirations and strategies for startups in Pakistan. **Pakistan Economic and Social Review**, 2020. 58(1), 61. Disponível em: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/entrepreneurs-quest-qualitative-inquiry-into/docview/2635443691/se-2>. Acesso em: 01 out. 2023.

MCLAUGHLIN, E. The role of emotional intelligence and self-efficacy in developing entrepreneurial career intentions. **J. High. Educ. Theory Pract.** 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/ambpp.2010.54500673>. Acesso em: 31 mai. 2023.

McGee, J. E. *et al.* Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure. **Entrepreneurship theory and Practice**, 2009. 33(4), p. 965-988. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>. Acesso em 31 mai. 2023.

NASSIF, V. *et al.* Influência das ameaças de gênero e comportamento de superação na satisfação de empreendedoras. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies [FSRJ]**, 2020. 12(3), p. 416-437. Disponível em:

<https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2020.v12i3.540>. Acesso em: 24 mai. 2023.

Newman, A. *et al.* Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its antecedents and outcomes, and an agenda for future research. **Journal of Vocational Behavior**, 2019. 110, p. 403-419. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>. Acesso em: 31 mai. 2023.

Nofal, A. M. *et al.* Biology and management: a review, critique, and research agenda. **Journal of Management**, 2018. 44(1), p. 7-31. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0149206317720723>. Acesso em: 23 ago. 2023.

NUNES, M. F. O; NORONHA, A. P. P. Self-efficacy for occupational activities and professional interests in students. **Psicologia: Ciência e Profissão**, 2009. 29(1), p. 102-115. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1414-98932009000100009>. Acesso em: 12 ago. 2023.

OGBOR, J. O. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of Management Studies**, 2000. 37(5), p. 605-635. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00196>. Acesso em: 30 mai. 2023.

OLIVER, J. M; PAULL, J. C. Self-esteem and self-efficacy; perceived parenting and family climate; and depression in university students. **Journal of Clinical Psychology**, 1995. 51(4), p. 467-481. Disponível em: [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(199507\)51:4<467::AID-JCLP2270510402>3.0.CO;2-0](https://doi.org/10.1002/1097-4679(199507)51:4<467::AID-JCLP2270510402>3.0.CO;2-0). Acesso em: 13 ago. 2023.

OSÓRIO, L. C. **Família hoje**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

PADOVEZ-CUALHETA, L. *et al.* Na entrepreneurial career impacts on job and family satisfaction. **RAUSP Management Journal**, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/RAUSP-09-2018-0081>. Acesso em: 14 abr. 2023.

PAJARES, F. Current directions in self-efficacy research. In MAEHR, M.; PINTRICH, P. (Eds), **Advances in motivation and achievement**. Greenwich, CT: JAI Press, 1997. v. 10. P. 1-49.

PENG, H., CHEN, Z., & LIU, Y. Entrepreneurial experience and performance: From the aspect of sustainable growth of enterprises. **Sustainability**, 2020. 12(18), 7351. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su12187351>. Acesso em: 01 out. 2023.

PEREIRA, J. A; VERRI, R.A. Dificuldades na criação de empresas em diferentes momentos: um estudo multicaso a partir da ótica dos empreendedores. **Revista Da Micro e Pequena Empresa**, 2014. 8(2), p. 2-17. Disponível em: <https://doi.org/10.6034/646>. Acesso em: 09 set. 2023.

PLECK, J. H; STAINES, G. L; LANG, L. Conflicts between work and family life. **Monthly Labor Review**, 1980. 103(3), p. 29-32.

RAGINS, B. R. Diversity, power, and mentorship in organizations: A cultural, structural, and behavioral perspective. In CHEMERS, M. M.; OSKAMP, S.; COSTANZO, M. A. (Eds.), **Diversity in organizations: New perspectives for a changing workplace**, Sage Publications, Inc, 1995. p. 91–132. Disponível em: <https://doi.org/10.4135/9781452243405.n5>. Acesso em: 01 jun. 2023.

REHAN, F; BLOCK, J; FISCH, C. Entrepreneurship in Islamic communities: how do Islamic values and Islamic practices influence entrepreneurship intentions? **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy**, 2019. v. 13. n. 5, p. 557-583. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3405196>. Acesso em: 09 jul. 2023.

RENZULLI, L. A; ALDRICH, H; MOODY, J. Family matters: Gender, networks, and entrepreneurial outcomes. **Social Forces**, 2000. 79(2), p. 523–546. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/2675508>. Acesso em: 24 mar. 2023.

RINDOVA, V; BARRY, D; KETCHEN, D.J. Entrepreneurship as Emancipation. **Acad. Manag. Rev**, 2009, 34, p. 477–491. Disponível em: <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40632647>. Acesso em: 10 mar. 2023.

SAID, I; ENSLIN, C. Lived Experiences of Females With Entrepreneurship in Sudan: Networking, Social Expectations, and Family Support. **SAGE Open**, 2020. 10(4). Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2158244020963131>. Acesso em: 09 jun. 2023.

SÁINZ, M; PÁLMEN, R; GARCÍA-CUESTA, S. Parental and secondary school teachers perceptions of ICT professionals, gender differences and their role in the choice of studies. **Sex Roles**, 2012. 66, p. 235–249. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11199-011-0055-9>. Acesso em: 03 jun. 2023.

SAMPAIO, C. *et al.* Putting the Magnifying Glass on Minorities Groups in Entrepreneurship: What Can We Observe? **Strategic Change**; 2022; 31, p. 367-86. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1002/jsc.2510>. Acesso em: 10 mar. 2023.

SAOULA, O. *et al.* Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. **Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship**, 2023. 17(1), p. 20-45. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2022-0055>. Acesso em: 10 jun. 2023.

SAPPLETON, N. Women non-traditional entrepreneurs and social capital. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 2009. 1, p. 192-218. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/17566260910990892>. Acesso em: 29 mar. 2023.

SARTI, C. A. A família como ordem simbólica. **Psicologia USP**, [S. l.], 2004. v. 15, n. 3, p. 11-28. DOI: 10.1590/S0103-65642004000200002. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/psicousp/article/view/42289>. Acesso em: 3 set. 2023.

SEBRAE. O valor da experiência para empreender: hard skills e soft skills, 2022. **Portal SEBRAE**, 2022.

Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-valor-da-experiencia-para-empreender-hard-skills-e-soft-skills,3014c4ec9b805810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 01 out. 2023.

SEBRAE. Empreendedorismo brasileiro: quais são os desafios e as oportunidades, 2023. Portal SEBRAE, 2023.

Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/empreendedorismo-brasileiro-quais-sao-os-desafios-e-as-oportunidades,829bbbd38f896810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em 10 dez. 2023.

SCHAEFER, R; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, 2016. 10(3), p. 60-81. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.12712/rpca.v10i3.816>. Acesso em 01 out. 2023.

SHANE, S; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, 2000. v. 25, p. 217-226. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/259271>. Acesso em: 05 ago. 2023.

SHRAGG, P; YACUK, L; GLASS, A. Study of barriers facing Albertan women in business. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**, 1992. n. 9, v. 4, p. 40-49. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08276331.1992.10600412>. Acesso em 15 mar. 2023.

SHELTON, L. M. Female entrepreneurs, work-family conflict and venture performance: new insights into work-family interface. **Journal of Small Business Management**, 2006. 44(2), p. 285-297. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00168.x>. Acesso em: 11 jun. 2023.

SCHLEPPHORST, S. *et al.* International assignments of employees and entrepreneurial intentions: the mediating role of human capital, social capital and career prospects. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2020. v. 26. n. 6. p. 1259-1279. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJEER-11-2019-0637>. Acesso em: 09 jul. 2023.

SCHMUTZLER, J; ANDONOVA, V; DIAZ-SERRANO, L. How context shapes entrepreneurial self-efficacy as a driver of entrepreneurial intentions: A multilevel approach. **Entrep. Theory Pract**, 2019; 43, p. 880-920. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1177/1042258717753142>. Acesso em: 10 jun. 2023.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. (L. Schlaepfer, Trad.). Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961. (Obra original publicada em 1911).

SCHEINBERG, S; MACMILLAN, I. C. **An 11 country study of motivations to start a business**. In: KIRCHHOFF, B.A, 1988.

SHAKIR, R. Soft skills at the Malaysian institutes of higher learning. **Asia Pacific Education Review**, 2009. 10, p. 309–315. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12564-009-9038-8>. Acesso em: 01 out. 2023.

SHINNAR, R. S; HSU, D. K; POWELL, B. C. Self-efficacy, entrepreneurial intentions, and gender: Assessing the impact of entrepreneurship education longitudinally. **The International Journal of Management Education**, 2014. v. 12, n. 3, p. 561-570, ISSN 1472-8117. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.09.005>. Acesso em: 12 ago. 2023.

SIDANIUS, J; PRATTO, F. **Social dominance**: An intergroup theory of social hierarchy and oppression. Cambridge University Press, 1999. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175043>. Acesso em: 01 jun. 2023.

SNELL, L; SOK, P; DANAHER, T. S. Achieving growth-quality of work life ambidexterity in small firms. **Journal of Service Theory and Practice**, 2015; 25, p. 529-50. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1108/JSTP-04-2014-0064>. Acesso em: 03 ago. 2023.

STANIEWSKI, M. W; AWRUK, K. Parental attitudes and entrepreneurial success. **Journal of Business Research**, 2021. 123, p. 538-546. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.039>. Acesso em: 23 ago. 2023.

ST-JEAN, E; RADU-LEFEBVRE, M; MATHIEU, C. Can less be more? Mentoring functions, learning goal orientation, and novice entrepreneurs self-efficacy. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2018. v. 24. n. 1, p. 2-21. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2016-0299>. Acesso em 01 jun. 2023.

STROBINO, M; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: Estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista De Administração**, 2014. 49(1), p. 59-76. Disponível em: <https://www.proquest.com/docview/1534086510>. Acesso em: 24 mai. 2023.

TEIXEIRA, R. M., & BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 2016. 10(1), p. 44-64. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855>. Acesso em: 30 mar. 2023.

Turner, S. L. *et al.* The career-related parent support scale. **Measurement and Evaluation in Counseling and Development**, 2003. 36, p. 83-94. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/t41110-000>. Acesso em: 23 ago. 2023.

United Nations Statistics Division (UNSD). **The Sustainable Development Goals Report 2020**. New York: Department of Economic and Social Affairs. United Nations Publications, 2022. Disponível em: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2023.

VOSENBERG, S. Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What explains the gender gap in entrepreneurship and how to close it? **Working Paper**, 2013. n. 2013/08. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/Women-Entrepreneurship-Promotion-in-Developing-What-Vossenber/1da1ac54febcb80d65943cc22d20c22f62c8f54#citing-papers>. Acesso em: 31 mai. 2023.

Welsh, D. H. B. *et al.* Saudi women entrepreneurs: A growing economic segment. **Journal of Business Research**, 2014. v. 67, n. 5, p. 758-762, ISSN 0148-2963. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.040>. Acesso em: 25 ago. 2023.

WILLIAMS, C. M; SUBICH, L. M. The gendered nature of career related learning experiences: A social cognitive career theory perspective. **Journal of Vocational Behavior**, 2006. 69(2), p. 262–275. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2006.02.007>. Acesso em: 13 ago. 2023.

WILSON, F; KICKUL, J; MARLINO, D. Gender, Entrepreneurial Self–Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2007. 31(3), p. 387–406. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>. Acesso em: 03 jun. 2023.

WINN, J. Entrepreneurship: not an easy path to top management for women. **Women in Management Review**, USA, 2004. n. 19, n. 3, p. 143-153. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/09649420410529852>. Acesso em: 10 mar. 2023.

\_\_\_\_\_. Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers? **Entrepreneurship Mgt**, 2005. 1, p. 381–397. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11365-005-2602-8>. Acesso em: 08 set. 2023.

WYRWICH, M. Entrepreneurship and the intergenerational transmission of values. **Small Business Economics**, 2015. 45(1), p. 191-213. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9649-x>. Acesso em: 23 ago. 2023.

WOHLFORD, K. E; LOCHMAN, J. E; BARRY, T. D. The Relation Between Chosen Role Models and the Self-Esteem of Men and Women. **Sex Roles: A Journal of Research**, 2004. 50(7-8), p. 575–582. Disponível em: <https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000023076.54504.ca>. Acesso em: 25 ago. 2023.

WONG, S. H; LEE, P.K. An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective. **Journal of Business Venturing**, 2004. v. 19. n. 1, p. 7-28. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00112-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00112-X). Acesso em: 10 jun. 2023.

YIN, R.K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman. 2001.



ZELEKHA, Y. What stands behind the gender gap in entrepreneurship? Untangling the intergenerational parental role. **Plos One**, 2021. 16(12), e0261108. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261108>. Acesso em: 22 ago. 2023.

ZIMMERMAN, B. J. **Autoeficácia e desenvolvimento educacional. Autoeficácia em sociedades em mudança**. Cambridge University Press: Cambridge, 2010. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1017/cbo9780511527692.009>. Acesso em 31 mai. 2023.

## **APÊNDICE A – Questões para entrevista da empreendedora**

- 1) Fale livremente de sua infância e adolescência.
- 2) Qual era seu momento de vida quando decidiu empreender?
- 3) Fale sobre sua formação.
- 4) Fale um pouco do constante aprendizado. Você é muito ativa nisso? Em sua opinião quais as principais vantagens?
- 5) Fale de sua experiência profissional antes de empreender.
- 6) Fale de sua experiência como empreendedora. O que mudou?
- 7) Você sempre acreditou na sua capacidade de abrir e gerenciar seu negócio? Em algum momento chegou a duvidar?
- 8) O quanto essa crença foi importante para seu processo empreendedor?
- 9) Conte como foi sua trajetória, se aprofunde e entre em detalhes.
- 10) O que você considera que foi primordial para superar as dificuldades?
- 11) Dentre tantas dificuldades para empreender qual foi a maior/maiores?

**APÊNDICE B – Questões feitas para o entrevistado 1**

- 1) Você que acompanhou a história de vida da Estela como empreendedora me fala um pouco do momento quando ela decidiu empreender. O que você se lembra? Como ela estava? Se já era casada, era solteira? Como foi para ela os desafios?
- 2) Na sua opinião quais das inúmeras dificuldades de empreender foi mais difícil para ela superar? E como você acredita que ela conseguiu essa superação?
- 3) Você via ela tendo dificuldades em conciliar a casa com a empresa?
- 4) Sempre foi fácil encontrar pessoas para trabalhar? Pessoas idôneas?
- 5) Fale sobre pontos fortes da empreendedora?
- 6) Ela sempre acreditou na capacidade dela de empreender ou para você ela teve dúvidas em algum momento? Talvez em um momento de maior dificuldade?
- 7) O que você se lembra da experiência profissional dela antes de empreender? Fale um pouco da experiência como CLT.
- 8) Em algum momento ela relatou preconceito por estar nesse ramo de máquinas e equipamentos?
- 9) O que mudou depois que ela passou a empreender?
- 10) No que você acredita que ela se baseia para superar as dificuldades e alcançar seus objetivos?
- 11) Você acredita que a crença dela de que era capaz foi fundamental para motivá-la e mantê-la firme em seus objetivos empreendedores?

### APÊNDICE C – Questões feitas para o entrevistado 2

- 1) Eu queria entender um pouco como foi sua infância e sua adolescência. O que você se lembra do apoio familiar?
- 2) Seus pais eram empreendedores?
- 3) Quando seus pais saíam para trabalhar com quem vocês ficavam quando eram crianças? Seus tios tiveram um papel importante na vida de vocês?
- 4) Você que acompanhou a história de vida da empreendedora me fala um pouco do momento quando ela decidiu empreender, como ela estava? Já era casada? Como foi para ela os desafios?
- 5) Na sua opinião quais das inúmeras dificuldades foi mais difícil para ela superar?
- 6) Como foi para ela empreender e cuidar da casa, dos filhos?
- 7) Você via um sentimento de culpa pela escolha de empreender e não dar atenção integral ao lar?
- 8) Um ponto forte dela?
- 9) Ela sempre acreditou na capacidade dela de empreender ou teve dúvidas em algum momento?
- 10) Sobre as escolhas da Estela de formação e profissional quem você acredita que a motivou ou em quem ela se espelhou?
- 11) O que você se lembra da experiência profissional dela antes de empreender?
- 12) Ela em algum momento relatou preconceito por estar nesse ramo tipicamente masculino?
- 13) O que mudou depois que ela passou a empreender?
- 14) No que você acredita que ela se baseia para superar as diversidades?
- 15) Você acredita que a crença dela de que era capaz foi fundamental para motivá-la e mantê-la firme em seus objetivos?
- 16) Ela sempre busca estudar e adquirir conhecimentos? Você acredita que isso a faz se sentir mais confiante para poder atuar como empreendedora?