

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

KARINE DAFNE RAMALHO FURTADO

**ANÁLISE DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL
EMPREENDEDORA: ESTUDO DE CASO REALIZADO COM AS
PROPRIETÁRIAS DO SETOR DE DOCERIAS DE JOÃO PESSOA**

João Pessoa
2018

KARINE DAFNE RAMALHO FURTADO

**ANÁLISE DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL
EMPREENDEDORA: ESTUDO DE CASO REALIZADO COM AS
PROPRIETÁRIAS DO SETOR DE DOCERIAS DE JOÃO PESSOA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, na Universidade Federal da Paraíba - UFPB.

Professor Orientador: Dr.
Rosivaldo de Lima Lucena

Coordenador (a) do curso: Ana
Carolina Kruta de Araújo Bispo

João Pessoa

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R165a Ramalho Furtado, Karine Dafne .

Análise do processo de aprendizagem experiencial empreendedora:
Estudo de caso realizado com as proprietárias do setor de docerias de João
Pessoa / Karine Dafne Ramalho Furtado. – João Pessoa, 2018.
53f.: il.

Orientador(a): Prof^o Dr. Rosivaldo de Lima Lucena.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo Feminino. 3. João
Pessoa-PB. 4. Aprendizagem Experiencial Empreendedora. 5. Docerias. I.
Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

"Em todas as lágrimas há uma esperança."

Simone de Beauvoir

FOLHA DE APROVAÇÃO

KARINE DAFNE RAMALHO FURTADO

**ANÁLISE DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL
EMPREENDEDORA: ESTUDO DE CASO REALIZADO COM AS
PROPRIETÁRIAS DO SETOR DE DOCERIAS DE JOÃO PESSOA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em: _____ de _____ de
2018.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Rosivaldo de Lima Lucena
Orientador

Examinador (a)

Examinador (a)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus por ter me dado forças, em vários momentos me veio à vontade de desistir e o pensamento de que eu não era capaz, mas graças a sua misericórdia, consegui conquistar mais essa etapa.

Agradeço a minha mãe que do jeito dela, me motivou e me deu puxões de orelhas, agradeço a minha irmã que sempre me apoiou.

Agradeço ao professor Rosivaldo que nunca deixou de me ajudar, sempre entendeu minha situação e esteve presente para me orientar da melhor forma possível.

Sou muito grata ao meu amigo Gustavo Cabral que me ajudou demais, sempre me apoiou, e a minha amiga Giullya Oliveira por ter sempre ficado presente e também me ter me ajudado nos momentos mais difíceis, e ao meu amigo Moisés que também me ajudou quando precisei.

Aos meus amigos do trabalho que estavam torcendo por mim, Sinthia, Bruna, Allan, Ryan, Adjaiane, como também aos meus amigos da igreja por todo apoio e torcida, Jecylle, Mayara, Manu, Emmily, e a pessoa que inspirou a minha pesquisa Hannah.

Agradeço a minha amiga Verônica que sempre me deu força e me ajudou.

A minha coordenadora Cláudia e ao meu gerente Joctã por terem sido flexíveis, me entendido, como também me ajudado.

As empreendedoras que se dispuseram a me ajudar, sempre muito prestativas, a participação delas foi essencial para o meu trabalho.

FURTADO, Karine Dafne Ramalho Furtado. **Análise do Processo de Aprendizagem Experiencial Empreendedora: Estudo de caso realizado com as proprietárias do setor de docerias de João Pessoa.** Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Graduação em Administração) Universidade Federal da Paraíba, Campos I, João Pessoa-PB.

RESUMO

O empreendedorismo, principalmente no Brasil, é uma opção que vem crescendo cada vez mais, esse evento pode ser dado por vários motivos, oportunidade e incentivo para este tipo de atividade, como também uma opção de se obter recursos, principalmente em países de crises, que ainda se enquadram como em desenvolvimento onde a taxa de desemprego é considerável, e com isto, a população para se manter, busca principalmente informalmente a abertura do seu próprio negócio. O crescimento do ramo de doces é notório, principalmente na cidade de João Pessoa-PB. Para entendermos melhor esse crescimento e opção pela atividade, foi realizada uma pesquisa de cunho qualitativa, utilizando-se da história oral, buscando das empreendedoras relatos de como foi sua trajetória no mercado, a fim de compreendermos os objetivos propostos da pesquisa. Neste trabalho foi necessário buscar informações na teoria para compararmos como anda a dinâmica do empreendedorismo no Brasil, como também a busca por dados relacionados ao ramo de doces para visualizarmos também o crescimento deste ramo. A pesquisa é composta por três empreendimentos de sucesso iniciados por mulheres que estão no mercado a mais de dez anos cada, e utilizamos do depoimento das mesmas para analisarmos os resultados, podendo através das suas experiências na área identificar os motivos que as levaram para abertura do negócio, como também suas dificuldades, estratégias e quais ensinamentos obtiveram em sua trajetória.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. João Pessoa- PB. Aprendizagem Experiencial Empreendedora. Docerias.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Resumo dos confrontos da teoria.....	20
Quadro 2: Taxas de representatividade de gênero	25
Quadro 3: Clico de Aprendizagem de Kolb	28
Quadro 4: Resumo das dificuldades	40
Quadro 5: Resumo das estratégias.....	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

ABIP – Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria

IBQP – Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade

PIB – Produto Interno Bruto

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

MEI – Microempreendedor Individual

SUMARIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Delimitação do Tema e Especificação do Problema	12
2 OBJETIVOS	15
2.1 Objetivo Geral	15
2.2 Objetivos Específicos	15
3 JUSTIFICATIVA	16
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
4.1 História do empreendedorismo e o seu conceito	18
4.2 Empreendedorismo no Brasil	22
4.3 Empreendedorismo Feminino.....	25
4.4 Aprendizagem	26
2.4.1 Aprendizagem Empreendedora	27
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	29
5.1 Abordagem da pesquisa.....	30
5.2 Sujeito da pesquisa	30
5.3 Nível da Análise	31
5.4 Instrumento de coleta de dados	31
6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	32
6.1 Resultados da pesquisa referente ao primeiro objetivo específico (identificar os fatores motivacionais para a abertura do empreendimento)	32
6.1.1 Empreendimento A	32
6.1.2 Empreendimento B	33
6.1.3 Empreendimento C	34
6.2 Resultados referentes ao segundo objetivo específico (Identificar as dificuldades vivenciadas pelas empreendedoras)	35
6.2.1 Empreendimento A	35
6.2.2 Empreendimento B	37
6.2.3 Empreendimento C	38
6.3 Resultados referentes ao terceiro objetivo específico (Detectar as estratégias utilizadas pelas empreendedoras para superar as dificuldades).....	40
6.3.1 Empreendimento A	40
6.3.2 Empreendimento B	42

6.4 Resultados referentes ao quarto objetivo específico (Verificar como o processo de aprendizagem interferiu positivamente para a continuação do empreendimento durante todo o seu percurso).	43
6.4.1 Empreendimento A	43
6.4.2 Empreendimento B	45
6.4.3 Empreendimento C	46
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICE	55
Roteiro da Entrevista.....	55

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo irá ser explanado sobre a delimitação do tema e a especificação do problema desenvolvido com base no contexto que iremos ver a seguir, seguido do objetivo geral, objetivos específicos e a justificativa.

1.1 Delimitação do Tema e Especificação do Problema

O empreendedorismo tem se tornado tema cada vez mais abordado por diversas áreas e cada vez mais explorado no sentido científico com o intuito de melhor compreender como pode influenciar o mercado e a economia de um determinado local.

“A noção de empreendedorismo considera aquelas pessoas que geram ou aproveitam oportunidades na sociedade e, a partir disso, desenvolvem uma atividade econômica organizada, criando valor para si e para a sociedade ” (CARREIRA *et. al.*, 2015, p. 7).

A arte de empreender, conforme o avanço do tempo passou por muitas evoluções decorrentes de ideias predominantes da época e de acordo com as perspectivas de pensamento Verga e Da Silva (2015). Hoje conseguimos compreender a variedade de empreendimentos e os diversos serviços ofertados, principalmente focando em um perfil específico de cliente.

Dentro do contexto do empreendedorismo, independente do ramo, precisamos entender como acontece o processo de crescimento de um empreendimento com o intuito de melhor compreendermos a dinâmica do mercado e quais estratégias são utilizadas para que determinado empreendimento consiga superar as dificuldades, satisfazendo seus clientes, como também atraindo novos. Para tanto, faz-se necessário refletirmos sobre o percurso vivido até o seu ponto atual, com isto, podemos analisar como as experiências adquiridas por um empreendedor durante

toda a sua trajetória, e seu poder de análise podem influenciar na sua permanência no mercado e ter o reconhecimento do seu negócio.

Diante das mudanças geradas pela velocidade com que a informação chega às pessoas, seja através das mídias sociais, internet, ou televisão, o aprendizado e a capacidade de aprender é um item importante no que se refere ao empreendedorismo. Dentro do processo da aprendizagem vale considerar de forma significativa a ligação entre os conhecimentos já adquiridos e os novos conhecimentos, aprendizado esse que é obtido pela compreensão da experiência e de sua transformação, levando-o a desenvolver o modelo que o denominou de aprendizagem experiencial (SONAGLIO; GODOI; SILVA, 2013).

“No atual ambiente de rápidas mudanças no mundo dos negócios, a habilidade para aprender tem se tornado importante no contexto do empreendedorismo” (DIAS e MARTENS, 2015, p. 174). Ou seja, com o dinamismo do mercado, os empreendedores precisam estar atentos para as mudanças e como reagir a elas, para que o seu negócio possa desenvolver e driblar as dificuldades encontradas, como também as estratégias que não contribuem positivamente, como também compreender as que possuem um retorno significativo para que possa sofrer melhorias.

Percebemos nitidamente esta ação no ramo alimentício, onde temos também como principal destaque o ramo de doces, que vem ganhando cada vez mais espaço com a aceitação do público pelas suas diferentes formas de produtos e de serviço, seja este recurso realizado no serviço de pronta entrega ou até mesmo em pontos físicos.

Juntamente com esta perspectiva de crescimento do empreendedorismo e seus ramos, mais especificamente a linha de produção de doces tem também como destaque o crescimento do empreendedorismo feminino que desencadeou devido à evolução da sociedade e a quebra dos tabus no que se refere à figura da mulher no mercado de trabalho. Segundo Sanches *et al.* (2013, p. 136) “o gênero feminino tem desempenhado papel ativo nas organizações, gerando emprego e renda em diversos setores de atuação.” Porém deve-se lembrar

que este processo continua sofrendo mudanças, pois ainda existem fatores que dificultam o ingresso da mulher no ramo do empreendedorismo, como destaque, observa-se a questão cultural para determinados cargos e tipos de negócios, dificuldade por vezes em conseguir recursos para abertura de um empreendimento (Ferreira e Nogueira, 2013).

As questões culturais pode-se afirmar, que estão relacionadas em como a sociedade reflete sobre suas ações e quais os impactos que estas geram dentro de um ambiente, a mulher vem ganhando espaço devido a sua visão do seu papel dentro do mercado, e com isto, uma reflexão de suas atitudes e assim uma reação após a sua experiência vivida.

Para Guardani e Romito (2008):

A aprendizagem é concebida como um processo, no qual as idéias são formadas e transformadas através da experiência, o que implica em que toda aprendizagem leva a uma reaprendizagem, através da experiência, da observação reflexiva, da conceituação abstrata, da experimentação ativa, e da adaptação do indivíduo aos diferentes contextos. (GUARDANI; ROMITO, 2008, p. 3).

Com base no aspecto da aprendizagem experiencial e também com a observação no crescimento da implantação de confeitarias que vem cada vez mais ganhando espaço principalmente no mercado de João Pessoa, devido às diferentes formas de serviço e tendo como base empreendimentos de sucesso no mercado que possuem sua marca em destaque e principalmente como referência nos dias atuais neste nicho de negócio, juntamente com a perspectiva do crescimento do empreendedorismo feminino, temos como problemática de pesquisa:

Como se deu o processo de aprendizagem experiencial empreendedora das proprietárias do setor de docerias de João Pessoa?

2 OBJETIVOS

Nesta etapa do trabalho serão expostos os objetivos que irão nortear o desenvolver da atual pesquisa.

2.1 Objetivo Geral

Analisar o processo de aprendizagem experiencial empreendedora das proprietárias do setor de docerias de João Pessoa.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar os fatores motivadores para a abertura do empreendimento;
- Identificar as dificuldades vivenciadas pelas empreendedoras;
- Detectar as estratégias utilizadas pelas empreendedoras para superar as dificuldades;
- Verificar como o processo de aprendizagem interferiu positivamente para a continuação do empreendimento durante todo o seu percurso.

3 JUSTIFICATIVA

A justificativa para esta pesquisa está relacionada às questões atuais de quebras de tabus quanto ao ingresso da mulher no mercado, mais precisamente no seu empoderamento para cargos de chefia, em específicas implantações de empreendimentos.

O ramo do empreendedorismo tornou-se assunto de bastante destaque nos últimos anos, porém quando analisamos sobre negócios implantados por iniciativas femininas ainda estamos falando de um assunto pouco abordado.

Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (SEBRAE) mostram que o número de mulheres empreendedoras cresceu 34% nos últimos quatorze anos. Já a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2016) afirma que 51,5% dos empreendimentos são iniciados pela classe feminina, contribuindo desta maneira para a independência financeira das mulheres.

Com base nestes resultados podemos entender a importância de um melhor aprofundamento neste ramo de pesquisa, pois contribui de forma impactante para uma maior compreensão dos motivos que favorecem o aquecimento econômico do país, ajudando de forma inspiradora e motivadora a outras mulheres que almejam implantar de forma formal, ou até mesmo informal um negócio.

Dentro da perspectiva relacionada ao ramo de negócio, podemos perceber o crescimento do investimento para empreendimentos relacionados às questões alimentícias.

Outra pesquisa realizada pela GEM 2016 coordenada pelo SEBRAE mostra que os setores de serviços domésticos correspondem a 13,5%, cabeleireiros ou tratamento de beleza 12,6%, comércio varejista de vestuário e acessórios 12,3% e catering e bufê 10,3%.

Apesar da taxa de catering e bufê está apenas relacionada a 10,3% de todos os outros ramos iniciados por mulheres, podemos perceber ainda assim um crescimento, devido às questões pertinentes às datas comemorativas como por exemplo casamentos, aniversários, eventos, entre

outros; e dentro deste grupo, destacamos o ramo de docerias e confeitarias, serviço este muito requerido para os casos citados, que também compete não apenas como algo relacionado ao ramo alimentício, porém hoje, existe uma grande procura como forma de presente em determinadas datas principalmente.

A Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) (2016) afirma que o mercado de varejo só tem crescido, e que houve um maior consumo dos produtos relacionados à padaria e confeitaria. Neste caso, as docerias estão incluídas dentro do ramo de confeitaria, porém pouquíssimos são os estudos relacionados à área específica de doce, e como podemos observar atualmente não podemos o considerar apenas como um ramo alimentício, mas também está em competitividade com o mercado de presentes, existe uma aceitação do público para este tipo de comércio e que se é pouco explorado na academia.

Para a pesquisadora este estudo é relevante devido ao interesse para a idealização da implantação do seu próprio negócio na área de confeitaria/doceria, utilizando desta pesquisa para melhor compreender as estratégias utilizadas com base nas experiências vivenciadas pelas empreendedoras que fizeram parte deste trabalho.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresenta-se a discussão teórica relacionada aos objetivos da pesquisa, seccionada da seguinte maneira: (1) História do empreendedorismo e o seu conceito, (2) Empreendedorismo no Brasil, (3) Empreendedorismo Feminino e (4) Aprendizagem.

4.1 História do empreendedorismo e o seu conceito

De uma maneira simples e objetiva a arte de empreender está ligada ao novo, reinventar ideias, implantar ações das quais ninguém ousou arriscar ou enxergar oportunidades onde ninguém viu. Para Leite (2012) o empreendedor é um indivíduo que se lança em novas empreitadas empresariais, é criativo, arrojado e procura sempre fazer coisas diferentes.

De acordo com Dantas (2008), Richard Cantillon foi um economista irlandês muito reconhecido pelos historiadores como um grande teórico da economia, um dos primeiros a se referir, em 1755, sobre o termo empreendedor, este que derivado do francês *entrepreneur* significa indivíduo que assume riscos. Porém, o termo “empreendedorismo” segundo Baggio e Baggio (2014), teve sua origem na língua inglesa tradução proveniente do termo *entrepreneurship*, junção da palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*, o sufixo neste caso, categoriza uma posição, um grau, ou até mesmo uma qualidade, ainda também significando uma habilidade. Para Faria e Silva (2006) até o século XVIII *entrepreneur* era utilizada nas jornadas militares que tinha como sentido “assumir a empreitada que era exigida muito esforço e dedicação”.

Segundo Baggio e Baggio (2014), o empreendedorismo dentro do seu contexto histórico, divide-se em duas esferas: a teoria econômica e a teoria comportamentalista. Baseada principalmente na ideia de entender o papel do empreendedor e como seu papel pode impactar na economia, os economistas foram os primeiros a entenderem a importância do empreendedor como mecanismo influenciador no sistema econômico, esta linha de pensamento se encontra dentro da perspectiva da teoria econômica, também conhecida como schumpeteriana.

Os precursores que se destacam dentro desta de linha de pensamento da teoria economista são: Richard Cantillon, Jean Baptiste Say e Joseph Schumpeter.

. De acordo com Faria e Silva (2006) a visão de Cantillon relaciona o ato de empreender às questões de incerteza, principalmente quando relacionamos ao retorno, quando nos referimos ao lucro.

Outro economista chamado Jean-Baptiste Say utilizou-se do termo para relacionar todo ser que consegue transferir os recursos de um setor de produtividade baixa para outro setor de produtividade elevada, com isto, ressaltou-se a importância do empreendedor para alavancar o sistema econômico de um dado local.

Para Bittar, Bastos e Moreira (2014) a perspectiva de Say, surgiu-se no decorrer dos anos diversas linhas de pensadores que se propuseram estudar sobre o assunto e melhor definir o que por ventura seria o ser empreendedor. Em 1921 um pesquisador do século XX chamado Frank Knight teve como definição de empreendedor todo aquele que consegue lidar com a incerteza, surgindo assim uma das primeiras definições de risco e incerteza, risco é quando se pode medir o resultado, antecipando-se ao problema, e podendo assegurar-se contra ele, incerteza é toda situação que não se pode medir, nem identificar a probabilidade do seu resultado. (Dantas, 2008)

Segundo Rodrigues (2007) é importante identificar a base histórica onde às teorias de Cantillon e Say foram desenvolvidas, devido a Revolução Industrial ter se solidificado na Inglaterra por volta do século XVIII e XIX, meados à crise inflacionária na Europa, onde temos o surgimento dos assalariados como também o surgimento da burocracia como tecnologia na sociedade, originando-se a ideia do aumento da produtividade como também os lucros da sociedade industrial. A grande migração para centros urbanos se torna o ponta pé para uma nova roupagem onde há o crescimento do surgimento de novos negócios, temos assim, uma breve contextualização e explicação do fenômeno do grande crescimento e nascimento de negócios empreendedores maiores da história.

Para Martes (2010) Schumpeter entendia que empreender está relacionado a capacidade de inovação, dentro da perspectiva neoclássica, o empreendedor atua como incentivo de um novo ciclo de crescimento, rompendo o fluxo econômico. Estimulando uma transformação brusca de um determinado setor, atividade, território, realizando novas combinações dos meios produtivos, propiciando introdução de um novo bem, introdução de um novo bem de produção, abertura de novos mercados.

Apesar de todas as contribuições históricas serem consideravelmente importantes para melhor compreensão do que entendemos hoje sobre empreendedorismo, foi Schumpeter com suas ideias que nos deixou o legado até os dias atuais sobre o que poderia ser um empreendedor ou uma atividade empreendedora. Para ele o empreendedor é compreendido, sobretudo, como sujeito inovador que impulsiona o desenvolvimento econômico e social por intermédio da reforma ou da revolução nos padrões de produção (Costa, Barros e Carvalho, 2011).

Quadro 1 – Resumo dos confrontos das teorias

Autores	Cantillón (1775)		Say (1880)		Knight (1921)	
	Intersecções	Divergências	Intersecções	Divergências	Intersecções	Divergências
Schumpeter (1ª fase - 1934)	Empreendedores como agentes de mudanças nas estruturas de produção, contribuindo para o desenvolvimento da nação.	Schumpeter não explicita, nessa fase, a questão do julgamento em situações de incerteza defendida por Cantillón.	Funções do empreendedor: "a função do empresário é combinar os fatores produtivos e reuni-los".	Schumpeter dá ênfase apenas ao indivíduo, deixando o ambiente em segundo plano.	O empreendedor como o agente que deve promover a inovação, rompendo o estado estacionário (situação defendida pela teoria do equilíbrio geral).	Schumpeter baseia-se na quebra do equilíbrio Walrasiano para expor a importância do empreendedor e não devido à existência de situações de incertezas, expostas por Knight.
Schumpeter (2ª fase - 1946)	Reforça a questão do empreendedor, o qual possui a função de desestruturar o equilíbrio econômico.	Perda para Schumpeter, ao longo do tempo, da importância do empreendedor na promoção das inovações no ambiente econômico.	Apesar de acreditar na obsolescência do empreendedor, ainda reconhece as funções do mesmo no processo de "destruição criativa".	Schumpeter não faz a distinção entre os empreendedores e os capitalistas, através das análises dos lucros, conforme feito por Say.	O empreendedor como agente principal do processo de "destruição criativa", enquanto o ambiente econômico estiver inserido no capitalismo.	Devido à sua teoria de obsolescência do empreendedor, Schumpeter não considera a importância do julgamento intuitivo do empreendedor como base primordial para a tomada de decisão em situações de incerteza.
Peter Klein (2008)	Elo entre a Teoria do Empreendedorismo e a Teoria da Firma baseado no julgamento, com empreendedores sendo os agentes de mudança.	Klein traz a importância da heterogeneidade do capital, característica não abordada por Cantillón.	Importância do papel do empreendedor e de suas funções no ambiente econômico.	Klein defende uma nova função do empreendedor, a de captador de oportunidades, muito importante em um ambiente onde o capital é heterogêneo.	Dentro do conceito principal do julgamento, o elo entre o lucro e a firma é a incerteza.	Klein expôs o conceito de "julgamento delegado" que se diferencia do conceito do "julgamento original" de Knight.

Fonte: Bittar et al (2014)

Como visto anteriormente, além da teoria economista, temos a teoria comportamentalista, segundo Paulino e Rossi (2003) temos como destaque David McClelland, que estudou os aspectos comportamentais dos empreendedores e quais suas principais motivações. A sua linha de pesquisa defende a teoria que a motivação está interligada de como podemos entender o empreendedorismo. Segundo Dias, Neto e Boas (2010) suas pesquisas relatam que as pessoas são estimuladas por três tipos de necessidade:

(a) A primeira necessidade refere-se às questões pessoais, os humanos são estimulados pela sensação de realização e pela procura. Explica-se pelos perfis de pessoas que se realizam através de desafios, colocando-se em situações que o levem a competitividade. Os estudos de McClelland comprovam que este tipo de necessidade é identificada entre os empreendedores de sucesso, sendo assim o fator motivacional para iniciar um empreendimento. Segundo Matias e Martins (2012) Gordon entendia que a necessidade de realização está ligada a necessidade de demonstrar a competência profissional, assumindo cada vez mais tarefas difíceis e a resolução destes desafios levam ao reconhecimento.

(b) A segunda necessidade está relacionada ao poder exercido sobre outras pessoas, neste caso, reflete-se sobre as questões da capacidade influenciadora. Segundo Matias e Martins (2012) cita que Gouveia e Batista afirma este tipo de necessidade que exprime o desejo de influenciar ou controlar, associando essa característica principalmente em pessoas que almejam cargos de liderança, como também pessoas interessadas em prestígios, boa reputação.

(c) E por fim, a terceira necessidade está ligada a afiliação, criações de vínculos. Este tipo de afiliação está ligado ao fado de ser popular, utilizar-se de artifícios para estar em evidência por meio de interações que ajudem neste tipo de processo. Segundo Matias e Martins (2012) Bowtich e Buono retrata a necessidade de afiliação, onde a mesma influencia as ações dos indivíduos nas tarefas que desempenha uma organização. Ou seja, por exemplo, este tipo de necessidade impacta diretamente de maneira influenciadora em decisões

tomadas por gestores, na medida em que a necessidade de aceitação pessoal influenciará no nível de agressividade, no aspecto de competição nos negócios.

Paulino e Rossi (2003) com o avanço e crescimento do empreendedorismo houve a necessidade de entender melhor o papel do empreendedor na sociedade, e com isto, a figura do empreendedor tornou-se fonte de pesquisa de várias linhas e vertentes da ciência, sociologia, economia, psicologia, administração.

4.2 Empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2005) em 1990 foi o ano em que o empreendedorismo começou a se desenvolver no Brasil, principalmente com os apoios de entidades que proporcionam meios que incentivam este tipo de atividade, como por exemplo, o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Os dados são da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2015. Apoiado pelo Sebrae, e realizado pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), o estudo detectou que o Brasil atingiu nos dois últimos anos uma das maiores taxas de empreendedorismo inicial de sua história “Com o aumento do desemprego, mais pessoas procuram o empreendedorismo como forma de ganhar a vida”, destaca o presidente do Sebrae, Guilherme Afif Domingos. (REVISTA PENG. Brasil é o país mais empreendedor do Brincs. Em: <http://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2016/11/brasil-e-o-pais-mais-empreendedor-do-brincs.html>. Acesso em: 17 junho 2017).

Na classificação determinada pelo GEM o empreendedor dentro da classificação por motivação, eles subdividem em dois grupos: Aqueles que empreendem por necessidade e aqueles que empreendem por oportunidade. Freitas e Teixeira (2016) afirmam que as oportunidades são identificadas dentro do conhecimento prévio que o indivíduo possui sobre determinado assunto, seja ele o mercado em que pretende inserir, ou o serviço, produto, ramo que deseja atuar. Dentro da perspectiva do Brasil que ainda é

enquadrado como um país em desenvolvimento a grande maioria dos empreendedores investem em um negócio próprio devido à falta de oportunidade no mercado e seu empreendimento gera renda para si mesmo. Em países desenvolvidos, os negócios possuem planejamento prévio e o empreendedor traça metas para atingir seus objetivos, como também geração de lucro e empregos. (DORNELAS, 2005)

Porém, vale também salientar das dificuldades que enfrentadas pelos empreendedores, principalmente quando os mesmos não possuem tanto acesso a informação, ou acesso a renda para investimento. Bronoski (2007) confirma que uma das maiores dificuldades para que o empreendimento consiga se manter no mercado, é pelo fato da iniciativa de negócio ser realizada pela necessidade, e com isto haver um despraparo para iniciar uma atividade comercial, efeitos externos do ambiente que não foram previstos, como também uma má gestão financeira e de seus recursos, ou seja, devido a falta de conhecimento sobre questões mais técnicas referentes a ferramentas administrativas, como também a própria administração do negócio. Machado, Guedes e Gazola (2017) confirma em suas análises que um dos motivos presentes em sua pesquisa foi a falta de conhecimento e qualificação pessoal na área, como também questões relacionadas, como também o medo por assumir riscos está em evidência.

Segundo GEM (2016) existe uma correlação de indicadores que servem para medir como anda o aquecimento do empreendedorismo nos países. A correlação e análise desses fatores são realizadas pelo Fórum Econômico Mundial – WEF (Global Competitiveness Report). Os indicadores são formados pelo tamanho do Produto Interno Bruto (PIB) de um determinado País, a sua renda per capita e a quota de exportação de produtos primários. Isso faz com que se estabeleça três determinados grupos:

1. Países Impulsionados por fatores – dentro deste grupo estão os países que possuem predominância nos quesitos de atividades que são dependentes de recursos naturais e fatores de trabalho;

2. Países Impulsionados pela eficiência – estão classificados os países que se destacam pelo avanço da industrialização, contendo um quantitativo em sua maioria de organizações de capital intensivo.
3. Países Impulsionados pela Inovação – neste grupo destacam-se os países que possuem empreendedorismo em informação e pelo crescimento e pela tecnologia no setor de serviços.

O Brasil segundo a pesquisa da GEM (2016) classifica-se o grupo dos países Impulsionados pela eficiência.

Dentro do aspecto de iniciativas de empreendimentos no Brasil, segundo dados levantados nos últimos 4 anos com base no crescimento de organizações da RAIS, alguns desses segmentos possuem sucesso mesmo em um quadro econômico comprometido não favorável, Lojas de conveniência possui um crescimento de 36% a.a, serviços de comunicação e multimídia 26%, Marketing direto 18% a.a, promoção de vendas 17% a.a, e dentro dos segmentos com crescimento igual ou superior a 8% a.a. temos também fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar com 12% a.a, fabricação de alimentos e pratos prontos 9% a.a, comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios 8%, comércio atacadista especializado em outros produtos alimentícios não especificados anteriormente 8% a.a. e quando colocamos de forma generalizada, identificamos a área de alimentação que engloba fornecimento de alimentos preparados, fabricação de alimentos e pratos prontos, como também comércios de produtos alimentícios na lista de segmentos que possuem potencial de crescimento no ano de 2018, porém essa expansão deve ser considerada de forma moderada devido o ritmo e crescimento da economia de maneira geral.

As áreas de alimentação e bebida seguem também como destaque dentro do grupo MEI, como segmento com potencial de expansão e crescimento no ano de 2018.

4.3 Empreendedorismo Feminino

É notório perceber diante da nossa contextualização cultural, que os homens em boa parte da história sempre estiveram em destaques empresariais e no ramo dos negócios.

Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014) afirmam que apesar do espaço que a mulher vem ganhando dentro da sua trajetória no decorrer dos anos, a questão que envolve o empreendedorismo feminino não se resume apenas a este tipo de crescimento, o papel feminino vai além da questão de complementação da renda e segue uma perspectiva de transformação social, que durante décadas, sua construção histórica vinculada ao gênero feminino, encarou dificuldades representativas.

Para Teixeira e Bomfim (2016) a sociedade admira as pessoas que se arriscam e possuem o dom para empreender, mas ainda sim, nos dias atuais e com as grandes quebras de tabus que estamos enfrentando, a arte de empreender ainda é vista como uma prática masculina em sua maior parte, e principalmente em ramos em que se é estipulada tarefas para determinados gêneros, seja ele masculino ou feminino.

Pesquisa realizada pela GEM (2016) afirma que em relação ao gênero grande parte dos empreendimentos representa uma grande massa masculina, porém nos países como Brasil e México as taxas relacionadas a gênero no empreendedorismo é de forma mais balanceada.

Abaixo segue quadro que define em forma de porcentagem de empreendedores por gênero em determinados países, nota-se que o Brasil é um dos primeiros países dentro da pesquisa que representa menor diferença entre as taxas de desigualdade dentro da perspectiva do empreendedorismo:

Quadro 2 – Taxas de representatividade de gênero

Países	Masculino	Feminino	TEA
Brasil	19,6	14,3	16,9
África do Sul	3,8	1,2	2,5
Alemanha	9,6	4,4	7,0
China	8,5	6,4	7,5
Estados Unidos	10,9	7,6	9,2
Índia	5,7	3,4	4,6
México	8,7	6,5	7,5
Rússia	6,0	4,6	5,3

Fonte: GEM (2016)

Quando analisada a conjuntura do Brasil de acordo com a pesquisa realizada a GEM (2016) identificamos que a taxa de empreendimentos por iniciativa feminina torna-se levemente superior a taxa de empreendimentos por iniciativa masculina, principalmente nos anos de 2009, 2013, 2014 e 2016. Em 2016 o percentual feminino foi de 51,5% e o percentual masculino de 48,5%.

Porém, o contexto sofre mudanças quando a análise é referente ao cenário de estabelecimentos mantidos, o ponto com maior diferença foi no ano de 2009 onde a taxa de empreendimentos com mais de 3,5 anos no mercado, representou 62,7% homens, e 37,3% mulheres. Essa diferença passou a ser inferior a partir do ano de 2010, onde a diferença passou a decrescer, em 2014 foi o ano onde esse desnível foi menor, os homens representavam 54,9% e as mulheres 45,1%, porém a taxa feminina nunca conseguiu ultrapassar o índice masculino. No ano de 2016, dado do último ano em que a pesquisa foi realizada, os homens representavam 57,30% e as mulheres 42,7%.

Essa diferença pode ser justificada devido questões culturais, onde a mulher ainda é vista como responsável pelos afazeres domésticos, onde seu tempo é dividido pela família, casa, trabalho, como também preconceito em ser uma figura traçada por ser um perfil caracterizado por fragilidade, apesar que podemos perceber, é claro, uma evolução no decorrer dos anos devido à mulher ter se posicionado de maneira mais incisiva durante a história para também conquistar seus direitos.

Segundo Carreira *et. al* (2015) a sociedade contemporânea é muito mais aberta à figura da mulher empreendedora, se comparada às configurações sociais anteriores, embora em determinadas situações a posição de referências feminina nos negócios ainda represente um paradigma a ser superado.

4.4 Aprendizagem

Segundo Tabile e Jacomento (2017) o processo de aprendizagem pode ser adquirido por diferentes formas, como por exemplo, através do conhecimento, por algum tipo de habilidade, valores e através de estudos, seja

por ensino ou por algum tipo de experiência adquirida. Dentro desta perspectiva podemos perceber um maior interesse em diversas vertentes, sejam em organizações, em metodologias de ensinos, para estimular um melhor repasse das informações e fazer com que o processo de aprendizagem seja efetivo.

2.4.1 Aprendizagem Empreendedora

A aprendizagem empreendedora está ligada fortemente a aprendizagem experiencial que consiste em obter reflexões sobre vivências adquiridas e com isto realizar análises em cima daquilo que foi vivido ou até mesmo, podemos dizer, sentido.

Segundo Pimentel (2007) nem toda experiência irá no final consistir em um aprendizado, faz-se necessário realizar processos contínuos de ações e reflexões sobre saberes provenientes da experiência vivenciada. Ou seja, vivenciar uma situação e não analisar os impactos que as suas ações irão resultar, segundo a autora, não caracteriza como aprendizagem dentro de suas experiências, já que as experiências servem como meio de informações para melhorias de processos, estratégias, comportamentos em qualquer seguimento de nosso cotidiano, seja ele em nossa vida profissional ou pessoal.

Para Dias e Martens (2014) o empreendedorismo é um processo identificado pelo somatório de acontecimentos de pesos relevantes que estão relacionados à aprendizagem. Podemos identificar isso nos negócios informais ou formais, em empresas de porte estruturado ou não, onde a estratégia para promoção do seu produto ou serviço, por exemplo, é proveniente de estudos e ações, e com isso uma reflexão do impacto após a ação da estratégia utilizada para obtenção do êxito do propósito estabelecido, sendo este realizado de forma mais estruturada ou de forma menos estruturada.

Segundo KrauKaer, Santos e Almeida (2017) dentro da perspectiva afirmada por Corbett (2005) o conhecimento na sua forma experiencial foi estudado como fator predominante para identificar oportunidades para o empreendedorismo. A autora ainda expande sua linha de pensamento ao

afirmar que a aprendizagem também envolve questões de sentimentos, comportamentos e tudo aquilo que pode ser sentido diante do que se foi vivido. Principalmente dentro do ramo dos negócios onde os empreendedores lidam com cenários diversificados devido a variados fatores, sejam eles econômicos, culturais, tendências de mercado, entre outros, Villardi e Vergara (2011) diz que “o encontro com a diversidade fornece aos envolvidos estímulos para reflexão e o processo de aprendizagem que emerge do processo de ensino, revela sua natureza intrinsecamente social.”

DeAquino (2007, p. 27) reforça que a aprendizagem experiencial como o próprio o nome induz a pensarmos está relacionada a vivencia, praticando, também chamada de aprender fazendo ou aprender colocando a mão na massa. Como também o autor explana sobre o ciclo da aprendizagem de Kolb onde a mesma está dividida em:

Quadro 3 – Ciclo de Aprendizagem de Kolb

Experiência concreta (EC)	Relacionada diretamente às questões de aprendizados ligados ao envolvimento direto com o material ao invés de apenas acrescentar conhecimento
Observação Reflexiva (OR)	Neste etapa o aprendiz irá realizar reflexões sobre tudo que presenciou e viveu, sobre suas experiências
Conceituação Abstrata (CA)	É a parte do ciclo onde a conexão do que foi refletido da experiência vivenciada será ligada com a teoria, a busca pelos conceitos que podem fundamentar a ideia obtida
Experimentação Ativa (EA):	Neste módulo é a etapa da aplicação, ter a capacidade de aplicar os novos conhecimentos a novas situações e novos desafios que são enfrentados na vida real

Fonte: DeAquino (2007, p. 27)

Com este ciclo podemos compreender melhor a maneira como o próprio empreendedor tende a se comportar mediante o cenário que está inserido, e com isto ir à busca de novas ações que ajudem no atrativo do consumidor do seu produto e/ou serviço, já que o mesmo também sofre esse processo de aprendizagem, para Samara e Morsch (2005, p. 107) “o consumidor recorre a

experiências passadas e a várias fontes de informações para tomar sua decisão de compra, estaria, a longo prazo, desenvolvendo um aprendizado.”

Na próxima seção será abordado o procedimento metodológico de como a pesquisa foi realizada e quais os métodos utilizados para o atingimento dos resultados.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta etapa, iremos explicar sobre a metodologia de pesquisa aplicada para realização dos levantamentos necessários, afim de analisarmos os dados fundamentais para o atingimento dos objetivos deste estudo. Para Demo (2013, p. 17), a metodologia “ é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos.”

5.1 Abordagem da pesquisa

A pesquisa utilizada para o desenvolvimento deste trabalho é de cunho qualitativo. Para Fernandes *et. al* (2018, p. 145) “Assim, visa entender, descrever e explicar os fenômenos sociais de modos diferentes, através da análise de experiências individuais e grupais.”

Com base neste tipo de abordagem e método utilizado, buscaremos relatar as experiências vividas das empreendedoras de confeitarias da cidade de João Pessoa, localizada no estado da Paraíba, vivência descritas pelas mesmas, afim de entendermos como se deu o processo de aprendizagem experiencial empreendedora.

5.2 Sujeito da pesquisa

Neste estudo obtivemos a participação de três empreendedoras que se dispuseram a fazer parte da pesquisa, todas trabalham no ramo de docerias, e possuem seu próprio estabelecimento físico na cidade de João Pessa/PB, incluindo a realização de trabalhos por encomenda, com mais de dez anos de mercado e marca consolidada, a escolha foi baseada na análise da quantidade de seguidores que as mesmas possuem em suas redes sociais, como também tempo de mercado, e referência no ramo, e que iniciaram suas atividades sem nenhum tipo de formação ou conhecimento teórico para abertura do seu negócio.

5.3 Nível da Análise

A análise proposta para o trabalho foi realizada individualmente, conforme cada particularidade de história e vivência de cada empreendedora, a fim de conseguirmos avaliar os objetivos específicos da problemática.

5.4 Instrumento de coleta de dados

A coleta de dados, segundo Marconi e Lakatos (2017, p. 20) é referente a etapa inicial da aplicação do instrumento de pesquisa e das técnicas utilizadas para que o objetivo final seja cumprido que é analisar os dados adquiridos.

O instrumento utilizado para o recolhimento dos dados necessários para avaliação dos dados necessários com o objetivo de responder a problemática proposta no estudo foi a entrevista. Na entrevista, segundo Barbosa (2008) o entrevistador precisa ter um conhecimento prévio do assunto em questão para que possa conduzir com perguntas objetivas e que atendam o que foi proposto, é um recurso flexível para obter informações de projeto, como também uma quantidade bem maior e aprofundada do que em um questionário.

A entrevista seguiu um padrão semi-estruturada, ou seja, segundo Fraser e Gondim (2004) segue-se um roteiro, existem tópicos a serem seguidos e o entrevistador introduz com o tema podendo deixar o entrevistado discorrer sobre o assunto, realizando apenas intervenções pontuais, temos como exemplo a história oral.

A história oral utilizada nesta pesquisa, segundo a Joaquim e Carrieri (2018) pode ser dividida em quatro categorias, como a história oral temática onde o narrador, neste caso, expõe o seu pensamento sobre determinado assunto; a tradição oral que é de forma independente dos narradores, que mesmo que estejam vivos, ela sempre irá remeter a um passado distante que se fundamenta em mitos e tradições; a tradição testemunhal está relacionada a traumas, experiências vividas pelos narradores que tenham deixado marcas; e por último, a realizada neste estudo que é a história oral de vida, onde o entrevistado descreve sobre suas experiências de vida.

6 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

A presente pesquisa, teve como entrevistadas, três empreendedoras que atuam no ramo de docerias na cidade de João Pessoa- PB, ambas possuem um tempo de mercado considerável neste ramo, e que são referências dentro da cidade. A pesquisa tem como objetivo analisar o processo de implantação e crescimento de algumas confeitarias e docerias de sucesso com base nas experiências vivenciadas por elas. Através das respostas fornecidas pelas mesmas, coletamos informações importantes que serviram como norte para análise do processo de implantação e crescimento dos negócios, buscando identificar os fatores motivacionais para a abertura do empreendimento, como também, verificando como o processo de aprendizagem interferiu positivamente durante sua trajetória para a sua continuação, como também, identificando as dificuldades encontradas no caminho e as estratégias utilizadas para superação.

Como podemos identificar, o motivo pelo qual as empreendedoras optaram por seguir com seu próprio negócio são similares, como também as trajetórias das mesmas, ambas passaram por dificuldades na abertura do negócio, como também durante sua trajetória no mercado, e aprenderam a administrar seus negócios mediante as suas experiências.

A fim de mantermos preservadas a identidade dos empreendimentos, adotamos as letras A, B e C para identificarmos cada negócio implantado.

6.1 Resultados da pesquisa referente ao primeiro objetivo específico (identificar os fatores motivacionais para a abertura do empreendimento)

6.1.1 Empreendimento A

A empreendedora responsável pelo empreendimento A, teve como motivação para abertura do negócio a sua demissão no trabalho. Ela e seu esposo trabalhavam na mesma organização, e por este motivo, ocasionou o

seu desligamento. Desempregada, decidiu realizar uma pesquisa de mercado e identificar um negócio promissor:

A gente estava escolhendo, é, qual segmento atuar, se era o ramo de alimentação ou confecções, então fiz o curso de culinária e aí, a gente optou por confeitaria. A gente optou por doceria, aí era uma doceria assim, a nível pequeno. E aí desde a abertura, do nome fantasia que a gente escolheu e aí fomos, ahh, aperfeiçoando, né, a doceria.

Dornelas (2005) retrata bem essa questão quando aborda em relação ao empreendedorismo no Brasil, onde o país ainda sim é classificado como em desenvolvimento e dentro desta perspectiva, os empreendedores investem nesse negócio devido ao desemprego ou falta de oportunidade no mercado.

Mesmo ainda não consolidado o negócio, a empreendedora decidiu junto com seu esposo começar com um espaço físico e buscar uma marca para o seu negócio, neste caso, utilizou-se do próprio nome como estratégia atrativa para divulgação.

Tivemos uma ideia de botar o nome que seria o nome que por trás realmente fosse uma pessoa, o... nome feminino, uma pessoa que tivesse, se identificasse com o tipo de segmento de doceria, normalmente não é que o homem não tenha essa aptidão, né? Esse dom! Mas esse nome foi sugestivo para gente botar como fantasia.

Como podemos analisar, Dornelas (2005) em sua teoria traz a reflexão dos motivos que levam um empreendedor arriscar em ter seu próprio negócio. Na situação do Empreendimento A, devido à necessidade financeira ocasionada pelo seu desligamento na organização em que trabalhava, a mesma optou por se especializar na área e começar as suas vendas informalmente como recurso para a família, confirmando a teoria abordada.

6.1.2 Empreendimento B

Para a empreendedora do empreendimento B a abertura do seu negócio também foi devido à necessidade financeira, a mesma relatou que devido ao

desligamento do esposo a situação passou a ficar difícil, financeiramente o orçamento ficou reduzido, e apesar da mesma trabalhar na época como professora, aproveitou sua experiência com a mãe, informalmente quando mais jovem, e começou a realizar a confecção de doces e salgados para ajudar na renda familiar.

...Mas aí veio a necessidade financeira, meu esposo trabalhava na caixa e se metia muito na greve, nas coisas, eu sei que ele perdeu a função dele, e o nosso orçamento ficou curto, daí eu comecei a fazer algumas coisas para minha mãe vender na caixa econômica que também trabalhava lá, e é.. Eu acordava de madrugada, fazia pães, fazia bolo, fazia alguns salgados e ela levava, escondidinho lá e vendia, as vezes ligava de novo dizendo que acabou tudo e assim foi aumentando a minha renda.

Essa reflexão nos faz melhor compreender a afirmação destacada pelo presidente do Sebrae, Guilherme Afif Domingos “Com o aumento do desemprego, mais pessoas procuram o empreendedorismo como forma de ganhar a vida”.

Com isto podemos perceber até o presente momento, como o desemprego é um dos motivos principais para o início da implantação de algum negócio, confirmando mais uma vez a teoria dita por Dornelas (2005) que afirma que a tendência dos empreendimentos implantados no Brasil vem crescendo por conta da necessidade.

6.1.3 Empreendimento C

O contexto referente à empreendedora do empreendimento C foi um pouco diferente dos casos anteriores, a mesma optou iniciar o seu negócio por identificação com a área. Aos doze anos aprendeu a trabalhar com doces e salgados, ela afirma que: “olhando uma vizinha que fazia me interessei a fazer, então com quinze anos eu já fazia pra mim mesma, aí a gente, aí eu nunca mais parei”. E apesar de ter parado por conta de questões como faculdade e

trabalho, decidiu voltar a trabalhar na produção dos doces, pois percebeu que era uma atividade que gostava de realizar e seguiu com o ramo:

...Aí foi aos poucos, aí dei um tempo depois que comecei a trabalhar, eu fazia faculdade e tudo, mas aí eu vi que era realmente o que assim, o que se encaixava melhor comigo, que se realmente era o que eu queria, né? E foi quando a gente resolveu abrir, que antes era só, não tinha nome, não tinha nada. Mas quando a gente resolveu realmente voltar, aí sim, a gente resolveu colocar o nome fantasia e tudo, desde então tamos aí.

Neste caso temos uma iniciativa de empreendedorismo por identificação do que por necessidade do mercado de trabalho.

Observamos que o empreendimento C as questões motivacionais para abertura do seu próprio negócio e principalmente no ramo de doces e salgados foi devido a sua identificação com a atividade, a mesma trabalhava, porém sentiu a necessidade de retornar. Também consideramos o fato de que a empreendedora obteve contato muito cedo com a área, como também ter iniciado informalmente a venda, podemos dizer que seu empreendimento pode ter sido devido a oportunidade que ela encontrou.

Freitas e Teixeira (2016) afirmam que as oportunidades são identificadas dentro do conhecimento prévio que o indivíduo possui sobre determinado assunto, seja ele o mercado em que pretende inserir, ou o serviço, produto, ramo que deseja atuar. Neste caso, podemos perceber que a empreendedora devido ao seu conhecimento prévio do produto, e contato com os clientes que atendia informalmente, houve um estímulo para que a mesma optasse por iniciar o seu negócio de fato.

6.2 Resultados referentes ao segundo objetivo específico (Identificar as dificuldades vivenciadas pelas empreendedoras)

6.2.1 Empreendimento A

A empreendedora A relatou dificuldades no início do negócio, principalmente no que se refere ao capital de giro, ao realizar pesquisas sobre os concorrentes na época que em que decidiu abrir o empreendimento, a estratégia inicial era utilizar preços baixos, atingindo também a Classe C, porém com os produtos de boa qualidade. A mesma afirmou o seguinte:

...Então a gente entendia que por mais que a gente viesse se apresentar no mercado com qualidade, nós precisaríamos ter um preço menor, um preço mais competitivo, porque já se tinha, é, estabelecido três empresas do ramo que eram fortes.

Porém mesmo com a estratégia de impulsionar as vendas com os preços inferiores aos concorrentes, com o passar dos anos houveram dificuldades de se manter no mercado, principalmente no que se refere as questões de manutenção, e crises financeiras, pois com o aumento do empreendimento, surgiram necessidades de maiores investimentos, e com isto uma maior necessidade de retorno para as despesas:

...Nós percebemos que o fluxo de venda ele não tava sendo satisfatório para pagar os custos fixos que seriam aluguéis, folha de pagamento, funcionário, é, os impostos, e aí, a demanda criava como a gente estava, era nós estávamos recém-inaugurados, em período de adequação para encontrar o ponto de equilíbrio, da loja a gente tinha dificuldade de pagar os compromissos.

Neste caso, a empreendedora do empreendimento A confirma que não sentiu dificuldades por ser mulher e por estar a frente de um empreendimento, os momentos difíceis relatados pela mesma, foram sempre voltados as questões relacionadas administrativas, no que se refere a um conhecimento mais aprofundado sobre finanças, e questões de um fluxo de caixa para despesas.

Bronoski (2007) confirma que uma das maiores dificuldades para que o empreendimento consiga se manter no mercado, é pelo fato da iniciativa de

negócio ser realizada pela necessidade, e com isto haver um despraparo para iniciar uma atividade comercial, efeitos externos do ambiente que não foram previstos, como também uma má gestão financeira e de seus recursos. Com isto podemos afirmar que o empreendimento A pode ser confirmado pela teoria de Bronoski.

6.2.2 Empreendimento B

Em relação a empreendedora do Empreendimento B o medo foi uma das principais dificuldades que a ela vivenciou no início do negócio, o receio de arriscar, e isso influenciou diretamente no crescimento e ampliação do empreendimento, que se estruturou de forma mais lenta e comedida.

A dificuldade, acho que primeiro assim, meu medo, (risos), de ficar devendo, não era medo, era assim, eu nunca gostei muito de dever, então eu não arriscava muito, segundo, é eu acho que assim, é a parte realmente de estruturar onde a gente tava, neh? E foi o que dificultou um pouco, esse nosso crescimento, e também assim, eu nunca quis dar um pulo muito grande, eu sempre construí tijolo por tijolo, entendeu?

Conforme o empreendimento foi crescendo, houve uma questão peculiar, que devido ao não conhecimento da área administrativa, ocasionou em uma contratação de um serviço terceirizado para o trabalho contábil, pagamento de impostos, dentre outros serviços relacionados a área financeira e burocrática. A pessoa ou a empresa que fornecia este tipo de serviço, que não foi identificada na entrevista, não cumpriu com determinadas normas e fez com que a empreendedora tivesse um dos seus períodos mais críticos durante sua trajetória, e com isto um prejuízo considerado pela mesma, muito alto:

É..a falta de conhecimento, assim, da parte mais burocrática, a parte de contabilidade, né? Então a gente entrega na mão de pessoas que a gente acredita, né? É uma coisa que eu não conheço muito, e a gente, e as pessoas querem passar o pé, deixar de pagar um imposto, alguma coisa, então, foi uma época assim, muito ruim pra gente, né? E que eu olhei assim e disse: Pronto, e agora? A dificuldade foi muito grande, mas como sempre, corria atrás do prejuízo.

Em relação a questões a dificuldades por ser do sexo feminino, a mesma disse que não sentiu essa indiferença, afirma até que hoje tem se tornado mais fácil essa questão:

É, eu acho que tem mudado, mas eu também, mas eu sempre me impus como mulher, entendeu? Sempre coloquei minha cara a tapa, né? Sempre fui, eu sou uma pessoa muito simples, muito na minha, mas assim, onde me chamam pra eu aparecer, pra eu mostrar eu sempre vou e acho que dou conta, sabe? Eu não me coloco atrás de homem não, eu sempre me posiciono como mulher guerreira que fui a vida toda.

Como relatado no empreendimento A, mais um caso onde além das questões financeiras, tivemos mais uma dificuldade relacionada às questões administrativas. Como afirmado por Bronoski (2007) que devido a falta de conhecimento sobre questões mais técnicas referentes a ferramentas administrativas, como também a própria administração do negócio, Machado *et. al.* (2017) confirma em suas análises que um dos motivos presentes em sua pesquisa foi a falta de conhecimento e qualificação pessoal na área, como também questões relacionadas, como também o medo por assumir riscos está em evidência.

6.2.3 Empreendimento C

O empreendimento C também sofreu por dificuldades iniciais, apesar da identificação com o ramo de docerias, e por ter escolhido empreender nesta área, as questões financeiras foram pontos que desfavoreceram o negócio.

É que tem algumas coisas assim, de que no início, tipo, questão de crédito, entendeu, as vezes você quer fazer um investimento, mas, é, você não ta com dinheiro na mão, você não ta com capital de giro, então assim, no início ninguém vai lidar crédito.

Outro ponto crucial e que ficou marcado dentro de sua trajetória, foi a crise que a mesma evidenciou durante os anos de 2013 à 2015 onde houve baixa nos níveis de procura, e conseqüentemente de compra, a mesma relatou que o negócio vinha em um ritmo muito bom, agitado e de vendas e com esta

quebra, comprometeu um pouco o andamento da administração das financeiras:

Foi a procura, diminuiu muito, a gente vinha num ritmo muito forte, mas em 2013, 2014, até 2015, até o ano passado, até o ano de 2016, o ano passado pra cá foi que voltou, voltou aos poucos, ainda ta voltando, mas ainda não voltou ao que era.

Ao entrarmos no assunto do empreendedorismo feminino, e saber se a mesma sentiu algum tipo de dificuldade nas questões pertinentes ao fato de ser mulher e estar se arriscando em abrir seu próprio negócio, a mesma também informou que não sentiu dificuldades, na verdade, relatou que existe mais preconceito em relação a homens neste tipo de ramo, por haver uma predisposição das pessoas que este tipo de trabalho manual que exige delicadeza está direcionado a figura feminina:

Tem colegas que são homens mas eles são delicados na questão assim, de... da pasta americana, da arte em açúcar, mas as vezes as pessoas tem um pouco pé atrás, aí quando vai conhecendo o trabalho, quando vai expondo o trabalho, aí sim, você conhece, mas as vezes as pessoas tem aquele... quando... antes de conhecer o trabalho fica: Esse aqui? Esse cara? Vai fazer essa delicadeza? E faz!

Teixeira e Bomfim (2016) relatam que as pessoas que arriscam no ramo do empreendimento, ou que busca crescer com seu próprio negócio, são admiradas pela sociedade, porém existe um certo preconceito quanto a área em que se vai atuar, como se existisse padrões estipulados de atividade para cada gênero.

Outro aspecto e fator citado como dificuldade foram as questões de rotatividade de funcionário, a mesma explica que é muito complicado lidar com essas questões devido ao tempo de treinamento.

Mas é uma rotatividade muito grande, há uma rotatividade muito grande nesse ramo, então assim, isso complica um pouco, de você manter um funcionário em longo prazo, eu acho que é a maior dificuldade.

Com base nos dados levantados para análise dos três empreendimentos, podemos entender as dificuldades da seguinte forma:

Quadro 4 – Resumo das Dificuldades

Empreendimento A	Empreendimento B	Empreendimento C
<ul style="list-style-type: none"> • Capital de Giro • Crise Financeira; • Falta de Conhecimento Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Medo de Arriscar no Negócio; • Falta de Conhecimento Administrativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Questões Financeiras; • Crise Financeira; • Rotatividade de Funcionários

Fonte: Elaboração própria (2018)

6.3 Resultados referentes ao terceiro objetivo específico (Detectar as estratégias utilizadas pelas empreendedoras para superar as dificuldades).

6.3.1 Empreendimento A

Durante toda a trajetória, a empreendedora buscou formas de inovação para superar as dificuldades que surgiram desde o início da implantação do seu empreendimento. Como já informado anteriormente, em relação a estratégia da baixa do preço para que se torne mais acessível a classe C, onde segundo ela, no ramo de docerias e confeitarias, principalmente no que se refere a doces finos, os preços eram apenas acessíveis a uma classe com melhores condições aquisitivas.

Aí a gente tinha, também apesar da dessa deficiência, dessa situação, a gente criou exatamente o self-service pra agregar valor, agregar...

fluxo de gente dentro da loja, e mais complemento; melhorar a receita, faturamento e posterior a isso, também houveram mais uma atividade dentro do ramo nosso, que foi o Buffet, nós inicialmente, é... compramos todo material adequado pra fazer atendimentos.

Em relação às questões do preço, a estratégia permaneceu até o presente momento, o motivo se tornou para que conseguissem espaço no mercado de trabalho, porém, perpetuou devido ao ganho em massa, o lucro passou a não ser tão alto quanto a outros serviços que também são fornecidos paralelamente, entretanto, o retorno é realizado devido ao volume de pedidos.

Buscar uma classe social numerosa, e onde a gente, realmente tem na carteira de clientes, essa a Classe C, ela foi beneficiada por frequentar uma loja organizada, uma loja com ar condicionado, bem estruturada, e criar-se uma demanda para isso, investindo em máquinas, produzindo em grande escala, preço arrojado, lucro menor e ganhando na demanda.

Outra estratégia utilizada foi utilizar não somente as vendas relacionadas a varejo, mas também investir no atacado e na pronta entrega, houveram investimentos em máquinas para grande produção, e com isso atender a demanda, como também trabalhar sempre com promoções e forte divulgação.

Dentro da nossa empresa um conceito diferenciado das demais docerias, porque somos uma doceria que vende varejo, mas ela tem um conceito de pronta entrega e atacado, por que esses três produtos nós nos especializamos em produzir em grande escala, e aí temos um preço arrojado, bem competitivo no mercado que as demais empresas não acompanham. Então a gente tem uma produção que nós temos estoque regulador que independentemente da venda feita cada loja ela tem seu estoque que absorve qualquer quantidade de clientes diariamente.

Machado *et. al* (2017) afirma que um dos fatores que contribuem para o crescimento e desenvolvimento de um negócio é sempre investir na qualidade do produto, como também, sempre diversificar seu produto e serviço, e investir em divulgação, caso que conseguimos identificar no empreendimento A, onde

apesar da dificuldade financeira, houve um grande investimento em novas abordagens, na própria forma de promoção do produto e variedades de serviços que foram implantados para atender um público maior.

6.3.2 Empreendimento B

Uma das principais estratégias utilizada pela empreendedora do empreendimento B foi em relação à qualidade do produto, segundo a mesma, se colocar no lugar do cliente e produzir com cuidado foi sempre sua grande marca:

Eu acho que a qualidade do produto, a gente nunca abriu mão da qualidade dos nossos produtos, né? Dos ingredientes, da limpeza, da organização, da credibilidade de trabalhar certo, respeitando os nossos clientes, então eu acho que isso aí... foi sempre.. eu acho que tem sido o nosso impulso, que a gente vê no mercado tanta coisa errada.

E ao relatar sobre sua maior dificuldade em toda sua trajetória depois do prejuízo mediante a má qualidade do serviço que havia contratado para cuidar a respeito das questões administrativas do empreendimento, não houve outra alternativa que intensificar o trabalho, e atender todas as demandas que chegassem em suas mãos:

Minha filha, só tem uma estratégia, trabalho! (risos) Agora eu vou trabalhar mais do que eu trabalhava, né? É, assim, sempre surge a oportunidade, tinha dia que eu fazia cinco festas, saía correndo de uma pra outra, e isso aí, sempre assim, a honestidade, você pagar o que você pode, você negociar, e com o trabalho, conseguir vencer. Negociei minhas dívidas, fui pagando, pagando, pagando, e sanei com esse problema que foi grande. Quando você descobre às vezes a bomba já tá muito grande.

6.3.3 Empreendimento C

No cenário do empreendimento C as estratégias utilizadas pela mesma no início do seu negócio foi divulgar seu trabalho e conquistar o máximo de

clientes possíveis para poder ter capital de giro. Para ela a melhor arma para qualquer dificuldade, como também alavancar suas vendas e com isso obter lucro, é o fato de estar sempre aprendendo coisas novas, e investindo em datas comemorativas para ampliar as vendas, e com isto, utilizou-se da criatividade como arma.

Você tem que ta se reciclando, você tem que ta buscando não permanecer na mesma, porque se você não procurar crescer, se você não procurar melhorar a cada dia, vai ter alguém que vai “ta”, então quando eu comecei, eu comecei com determinados produtos, aí fui pra uma outra linha, como te falei, de tortas, de doce mais sofisticado, de bolo em pasta americana, de bolo de casamento, etc, etc...

Desta maneira, pode-se enxergar as estratégias da seguinte forma:

Quadro 5 – Resumo das Estratégias

Empreendimento A	Empreendimento B	Empreendimento C
<ul style="list-style-type: none"> • Investimento para realizar outros tipos de serviços; • Melhor Preço 	<ul style="list-style-type: none"> • Foco na qualidade do Produto; • Foco no Cliente; • Intensificação do Trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> • Investir em conhecimento; • Criatividade; • Busca de Clientes (Divulgação)

Fonte: Elaboração própria (2018)

6.4 Resultados referentes ao quarto objetivo específico (Verificar como o processo de aprendizagem interferiu positivamente para a continuação do empreendimento durante todo o seu percurso).

6.4.1 Empreendimento A

Mediante as dificuldades vivenciadas pela empreendedora do empreendimento A, a mesma afirma que suas experiências vivenciais foram de grande valia para que ela pudesse crescer e hoje ser referência como um caso de sucesso na cidade de João Pessoa/PB:

Um dos maiores aprendizados é você, é tratar o cliente de forma diferenciada, é você não ter, não fazer normas generalizadas, é você procurar fugir um pouco do que seria, exemplo: Horário de abertura e encerramento da loja, você também atender um cliente fora desses horários, ou seja, é você se doar para com eles.

Outro aspecto importante foram os aprendizados mediante as abordagens de produtos diferentes, foi a partir de suas tentativas, aceitação do público, e retornos de suas ações que pode ser avaliado como o seu empreendimento estava crescendo ou declinando, já que a mesma não possuía conhecimentos empresariais para utilizar de ferramentas para analisar de forma mais crítica o andamento do seu negócio.

Segundo Pimentel (2007) afirma que para que o processo da aprendizagem seja definido e chegado a sua finalidade, não basta apenas agir, é necessário refletir suas ações e assim aprender com sua vivencia.

A mesma também afirma que um dos seus principais aprendizados, como também conselho para aqueles que se interessam em ingressar no mercado do empreendedorismo ou que sempre teve desejo de criar seu próprio negócio é sempre ter cautela e buscar sempre conhecimento principalmente na área administrativa, e correr atrás em buscar de um melhor aperfeiçoamento. “Então não é fácil você montar um negócio, não é só empreender, não é só ter boas ideias, têm que ter tino administrativo, porque tem muita gente que tem boas ideias, mas não sabe administrar.”

Podemos então analisar como as questões de suas experiências tanto positivas quanto negativas influenciaram diretamente no andamento de seu negócio. Hoje tanto ela, quanto seu marido se especializaram em questões relacionadas a gestão, suas filhas também trabalham na doceria e que também

estão em busca de conhecimentos voltados na área administrativa, realizando curso superior.

6.4.2 Empreendimento B

Com base nas vivências que a empreendedora obteve durante sua trajetória, a mesma afirma que todas foram de grande importância para ela, principalmente no que se refere aos erros cometidos. Tanto os seus, como os dos seus concorrentes. “Tudo que eu fiz na minha vida, eu acho que me ajudou, me ajuda, a administrar.”

Um dos principais recados que a mesma deixou para todos aqueles que possuem o desejo de empreender é nunca desistir, persistir e sempre ir à busca de conhecimento para que não se torne alguém limitado. Sempre estar o par de todo o seu negócio e ter consciência que se faz necessário estar dedicado de corpo e alma no seu negócio. Como também mencionado pela empreendedora do empreendimento A, esforço e dedicação e sempre fazer tudo com zelo para melhor atender o cliente.

Dentro de sua maior dificuldade já mencionada anteriormente, o entendimento sobre questões administrativas também foi um ponto a ser pontuado pela empreendedora.

“A parte administrativa mesmo, você sempre está presente, eu não acredito muito assim, nesse empreendedor que não administra seu próprio negócio, eu conheço de tudo um pouco, fui estudar muito, porque alimentação é diferente até de outros ramos, né? Você precisa, eu acho, que a gente precisa conhecer.”

Para Dias e Martens (2014) afirma que o empreendedorismo é um processo identificado pelo somatório de acontecimentos de pesos relevantes que estão relacionados à aprendizagem, podemos perceber isto também na vivência da proprietária do empreendimento B, que diante de situações

diversas, sendo elas não somente financeiras, mas como também serviços prestados ao seu empreendimento que a levou para um momento crítico, pode lhe alertar para a busca do conhecimento não somente na área da realização da produção do produto, mas também de entender seu negócio como um todo e o acompanhar de perto.

6.4.3 Empreendimento C

No empreendimento C como foi citada, uma das principais dificuldades enfrentadas pela mesma, inclusive continua sendo uma dificuldade pontuada, é a questão de rotatividade dos funcionários neste ramo. A mesma informou que com as experiências adquiridas, aprendeu a lidar melhor com essa questão, informou que hoje se torna mais fácil a articulação, como também a maneira de tratar as pessoas.

Sua experiência no ramo melhorou as questões no atendimento ao público, e também a alertou nas questões pertinentes a reciclagem, a mesma relata que um dos seus maiores aprendizados foi referente ao fato de que toda pessoa precisa se reinventar, adquirir novos conhecimentos e sempre está em alerta ao que o mercado pede quais as tendências, o que se pode melhorar.

Outra questão abordada pela mesma foi referente a total dedicação ao seu empreendimento, estar de perto nos negócios.

Estude! Estudar, muito, porque se você procurar todos os meios, hoje em dia, ao contrario de dez anos atrás, quando eu comecei, você tem muitos, muitos, muitos canais. Você tem muita informação, você tem internet, você tem youtube, você tem o educar que é ótimo, então assim, você tem muitos canais, o próprio instagram, tem muitos canais. Estudar, fazer uma faculdade, se você não quiser fazer uma faculdade, procure outros canais pra você estudar e estudar, e em nenhuma hipótese a pessoa quer abrir um negócio seja qual for, principalmente no ramo de gastronomia, no ramo de confeitaria, jamais, jamais pense que sua vida vai permanecer a mesma, porque é... é um ramo que ... exige de você, o seu máximo, exige porque, principalmente hoje em dia que a concorrência é muito grande, então exige de você o seu máximo, você chega, eu chego aqui de manhã, eu não tenho hora pra sair.

Podemos analisar de maneira geral, refletindo sobre cada objetivo proposto, como ambos relatos vividos pelas empreendedoras são parecidos no que se refere as dificuldades vivenciadas relacionadas a finanças, como também o estímulo para abertura do seu negócio e as limitações que começaram, todas sem nenhum tipo de informação administrativa, apenas a vivencia da produção do seu produto, e a partir da vivência das mesmas conseguiram extrair também, um forma de visão parecida no que se refere a busca de conhecimento, a entender seu cliente e mercado, a dedicação pelo seu negócio.

DeAquino (2007, pag. 27) reforça que a aprendizagem experiencial como o próprio o nome induz a pensarmos está relacionada a vivencia, praticando, também chamada de aprender fazendo ou aprender colocando a mão na massa.

Desta forma, a análise evidencia com base nos resultados adquiridos e relatados pelas próprias empreendedoras que como relatado anteriormente, dentro dos dados levantados em GEM (2016) onde o Brasil é um país ainda com empreendedorismos incentivados pela necessidade, em uma amostra de três empreendimentos, dois iniciaram por dificuldades financeiras familiar, como as estratégias utilizadas foram de acordo com as reflexões obtidas mediante as ações realizadas, como mostra no ciclo de aprendizagem criado por Kolb, e como essa capacidade de reflexão pode ajudar na superação dos obstáculos encontrados pelo caminho.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve por finalidade entender como se deu o processo de aprendizagem experiencial empreendedora das proprietárias do setor de docerias de João Pessoa, para isto, utilizamos a análise de cada objetivo proposto na pesquisa.

É possível identificar uma semelhança em determinados pontos da trajetória das entrevistadas, como por exemplo, no primeiro objetivo da pesquisa, identificamos os fatores motivacionais para abertura de negócio, de três empreendedoras, duas responderam que por dificuldades financeiras após a situação de desemprego, resolveram arriscar no ramo de doces, a terceira entrevista foi a única que optou por identificação com a área a ponto de deixar seu emprego para seguir carreira no seu próprio negócio.

Segundo objetivo analisado foi às dificuldades encontradas pelas mesmas, de forma unânime as questões financeiras e a falta de conhecimento sobre a área administrativa foram questões pontuadas por todas as entrevistadas, como também questões financeiras, cada um neste caso, com sua particularidade, como por exemplo, na situação do empreendimento A houveram dificuldades devido a investimentos para que o negócio crescesse. No empreendimento B as questões foram relacionadas a um desfalque de terceiros, e o empreendimento C sofreu com a crise e a falta de incentivo.

No terceiro objetivo identificamos as estratégias utilizadas pelas mesmas, que podemos dizer assim, foram aprendidas devido à experiência na vivência com o mercado. O empreendimento A apesar da dificuldade financeira, mesmo assim, arriscou para que conseguisse realizar novo mix de produto e que pudesse atender o máximo de público possível. O empreendimento B utilizou da demonstração de uma ótima qualidade dos produtos, como também atendimento aos clientes, como relatado pela mesma que no período mais crítico do negócio ela necessitou trabalhar

dobrado, aceitando todo tipo de encomenda, festa para suprir às necessidades, e o empreendimento C focou na divulgação e estudo da concorrência para que sempre estivesse por dentro das tendências de datas comemorativas, etc.

E por último, o quarto objetivo que relata sobre o aprendizado das entrevistas e como isso influenciou na sua gestão de hoje, todas responderam que o aprendizado que adquiriu durante sua trajetória é de extrema importância para se manter no mercado. No empreendimento A aprenderam e aconselharam a todos aqueles que querem iniciar seu próprio negócio, estude e entenda de mercado, como também se capacite para gerir de forma mais estratégica, mesmo que ainda não seja de grande porte. O empreendimento B deixou como recado para os demais que nunca desistam, que se esforce e trabalhe redobrado para obter sucesso. E por fim, o empreendimento C informou que é necessário estudar e se dedicar ao máximo ao seu trabalho, estar sempre presente, verificando como tudo está ocorrendo, dizeres também percebidos pelo empreendimento B e que deixou como recado para todos aqueles que possuem esse desejo.

Por fim, a pesquisa serve como início de um estudo mais aprofundado sobre as dificuldades financeiras presentes para quem está iniciando seu empreendimento, avaliando as alternativas, sejam elas falta de incentivo ou até mesmo informação, como também, uma pesquisa sobre o ramo de docerias, já que ainda não possuímos material o suficiente para entender melhor o ramo de mercado.

REFERÊNCIAS

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Relatadas em Histórias de Vida. **Rev. De Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 35-38, 2014.

BARBOSA, E. F. **Instrumentos de Coleta de Dados em Pesquisas Educacionais**. Disponível em: http://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2013_2/Instrumento_Coleta_Dados_Pesquisas_Educacionais.pdf. Acesso em: 03 de Maio de 2018

BITTAR, F. S. O.; BASTOS, L. T.; MOREIRA, V. L. Reflexões Sobre o Empreendedorismo: Uma análise Crítica na perspectiva econômica das organizações. **Rev. Adm. UFSM**, v. 7, n. 1, p. 65-80, 2014.

BRONOSKI, Marilene. O Empreendedorismo no Brasil: Um Ensaio para o seu Desenvolvimento. **Rev. Capital Científico do Setor de Ciências Sociais Aplicadas**, v.5, n. 1, p. 75-86, 2007.

CARREIRA, S. D. *et al.* Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. **Navus-Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 5, n. 2, p. 06-13, 2015.

COSTA, A. M. da; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A Dimensão Histórica dos Discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. **Rev. De Administração Contemporânea.**, v. 15, n. 2, p. 179 - 197, 2011.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Empreendedorismo e Intra-Empreendedorismo: É preciso voar com os pés**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=923>. Acesso em: 15 de dezembro 2017.

DE AQUINO, Carlos Tasso Eira. **Como Aprender: Andragogia e as Habilidades de Aprendizagem**. 1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. 2. ed. – São Paulo : Atlas, 2013.

DIAS, T. R. F. V.; MARTENS, C. D. P. Competências e Aprendizagem Empreendedora no Contexto de Insucesso Empresarial: Proposição de um Modelo Conceitual. **Desenvolvimento em Questão**, v. 14, n. 33, p. 172-202, 2014.

DIAS, T. R. F. V.; NETO, S. P. de S.; BOAS, A. A. V.. **Características Comportamentais Empreendedoras Relevantes: Estudo de Caso dos Ganhadores do Prêmio TOP Empresarial 2007**. In: VI Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2010. Disponível em: <
<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/recife/EMP103.pdf>>. Acesso em: 02 de Janeiro de 2018

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 2.edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FARIA, M. H. F. d.; SILVA, C. E. S. da. **Elementos de Educação Empreendedora no Contexto da Engenharia de Produção: a universidade estimulando novos negócios**. In: XIII SIMPEP; 2006. Disponível em: <
http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/836.pdf>. Acesso em: 15 de dezembro de 2017

FERNANDES, A. M.; BRUCHÊZ, A.; D'ÁVILA, A. A. F.; CASTILHOS, N. C.; OLEA, P. M. Metodologia de Pesquisa de Dissertações Sobre Inovação: Análise Bibliométrica . **Desafio Online**, v. 6, n. 1, p. 141-159, 2018.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S.. Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino/Women and Their Stories: Reason, Sensibility and Subjectivity in Women Entrepreneurship. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 17, n. 4, p. 398-417, 2013.

FRASER, M. T. D.; GONDIM, S. M. G. **Da Fala do Outro ao Texto Negociado: Discussões sobre a Entrevista na Pesquisa Qualitativa**, v. 14, n. 28, p. 139-152, 2004.

FREITAS, R. K. V.; TEIXEIRA, R. M. Identificação de Oportunidades Empreendedoras por Mulheres. **Rev. Economia e Gestão**, v.16, n. 44, p. 81-108, 2016.

GUARDANI, F.; ROMITO, F.. O processo de aprendizagem dos empreendedores: Uma análise da forma como gestores de micro empresas aprenderam a administrar seus negócios. **V Egepe**, 2008. Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/273_trabalho.pdf>. Acesso em: 7 de junho de 2017.

ITPC: Indicadores 2016. Desempenho de Empresas de Panificação e Confeitaria Brasileiras em 2016. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD <acesso em 05 de Janeiro de 2018.

JOAQUIM, N. de F.; CARRIERI, A. de P. Construção e Desenvolvimento de um Projeto de História Oral em Estudos sobre Gestão. **Revista Organizações e Sociedades**, v. 25, n. 85, p. 303-319, 2018.

KRAKAUER, P. V. C.; SANTOS, S. A. D.; ALMEIDA, M. I. R. Teoria da Aprendizagem Experiencial no Ensino de Empreendedorismo: Um Estudo Exploratório. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 101-127, 2017.

LEITE, Emanuel. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. 1. ed. – São Paulo: Saraiva, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2017

MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Rev. Econ. Polit.**, v. 10, n. 2, p. 254-279, 2010.

MACHADO, H. P. V.; GUEDES, A.; GAZOLA, S. Determinantes e Dificuldades de Crescimento para Mulheres Empreendedoras. **Rev. Pensamento Contemporâneo da Administração**, v.11, n. 1, p. 85-99, 2017.

PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. **Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor- Características e Traços de Personalidade Empreendedora.** In: EGEPE- Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. p. 205 - 220, 2003.

Pesquisa GEM: empreendedorismo no Brasil. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundodestaque9,5ed713074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD> Acesso em: 05 de Janeiro de 2018.

PIMENTEL, Alessandra. **A Teoria da Aprendizagem Experiencial como Alicerce de Estudos sobre Desenvolvimento Profissional.** Estudos de Psicologia, v.12, n. 2, p. 159-168, 2007.

PORTAL BRASIL. **Empreendedorismo feminino cresce 34% em 14 anos:** mais de 7,9 milhões de mulheres abriram micro e pequenas empresas como forma de alcançar autonomia financeira. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>>. Acesso em: 17 de junho 2017.

PORTAL BRASIL. **Mulheres superam homens na criação de novos negócios:** Segundo pesquisa do Sebrae, mulheres correspondem a 15,4% entre os que têm um negócio com até três anos e meio de existência. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/08/mulheres-superam-homens-na-criacao-de-novos-negocios>>. Acesso em: 20 de setembro 2017.

RODRIGUES, Marco Túlio. **O fenômeno do Empreendedorismo e as Teorias Organizacionais: Identificando a Interseção Teórica dos Domínios.** In: XXXI Encontro da ANPAD; 2007. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-C1701.pdf>>. Acesso em: 18 de dezembro de 2017.

SAMARA, Beatriz; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do Consumidor: Conceitos e Casos.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SANCHES, F. C. *et. al.* Empreendedorismo Feminino: Um Estudo sobre sua Representatividade no Município de Toledo-Parana. **Revista de Gestão e Secretariado**, v. 4, n. 2, p. 134, 2013.

SONAGLIO, A. L. B.; GODOI, C. K.; DA SILVA, A. B.. Estilos de aprendizagem experiencial e aquisição de habilidades: um estudo com discentes de graduação em administração em instituições de ensino superior. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 14, n. 1, p. 123-159, 2013.

TABILE, A. F.; JACOMETO, M. C. D. Fatores influenciadores no processo de aprendizagem: um estudo de caso. **Rev. psicopedagógica**, v. 34, n. 103, p. 75-86, 2017.

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**, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016

VERGA, E.; DA SILVA, L. F. S. Empreendedorismo: Evolução Histórica, Definições e Abordagens. **REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas-ISSN 2316-2058**, v. 3, n. 3, 2015.

VILLARD, B. Q.; VERGARA, S. C. Implicações da Aprendizagem Experiencial e da Reflexão Pública para o Ensino de Pesquisa Qualitativa e a Formação de Mestres em Administração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 5, p. 794- 814, 2015.

APÊNDICE

Roteiro da Entrevista

1. Qual foi a principal ideia para abertura do empreendimento neste ramo de doces?
2. Como era a questão do empreendedorismo feminino? Havia dificuldades?
3. Nos tempos atuais, ainda existem dificuldades relacionadas ao empreendedorismo feminino?
4. Quais os fatores que favoreceram para que a abertura do negócio se consolidasse?
5. Quais os fatores que desfavoreceram a abertura do negócio?
6. Qual foi o ponto mais crítico que já sofreu e que ameaçou o fechamento do empreendimento?
7. Quais foram às estratégias utilizadas para manter o empreendimento neste período mais crítico?
8. Quais são as principais atitudes a serem tomadas para que um empreendimento atinja seu sucesso?
9. As suas experiências durante sua vida profissional impactam de forma significativa em sua forma de gestão nos dias de hoje?
10. Qual foi o maior aprendizado que tirou durante sua trajetória?
11. O que um empreendedor precisa ter para se manter no mercado?
12. Qual o conselho que você daria para alguém que quer abrir um empreendimento neste ramo nos dias atuais?