



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

TALITA DE LIMA VIANA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE COM A GERAÇÃO Y

**CAMPINA GRANDE
2022**

TALITA DE LIMA VIANA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE COM A GERAÇÃO Y

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção
do título de bacharel em Administração.

Área de concentração:
Empreendedorismo.

Orientadora: Prof^a. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira

CAMPINA GRANDE
2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

V614e Viana, Talita de Lima.
Empreendedorismo feminino [manuscrito] : uma análise
sobre a geração Y / Talita de Lima Viana. - 2022.
30 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro
de Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Profa. Dra. Viviane Barreto Motta
Nogueira, Coordenação do Curso de Administração -
CCSA."

1. Empreendedor. 2. Empreendedorismo feminino.
3. Geração Y. I. Título

21. ed. CDD 650.1

TALITA DE LIMA VIANA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE COM A GERAÇÃO Y

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à obtenção
do título de bacharel em Administração.

Área de concentração:
Empreendedorismo.

Aprovada em: 18 / 07 / 2022.

BANCA EXAMINADORA

Viviane Barreto Motta Nogueira

Prof^ª. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Jaysa Eliude Aguiar dos Santos

Prof^ª. Jaysa Eliude Aguiar dos Santos
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Brunno Fernandes da Silva Araújo

Prof. Dr. Brunno Fernandes da Silva Araújo
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE COM A GERAÇÃO Y

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: AN ANALYSIS WITH GENERATION Y

Viana, Talita de Lima.

RESUMO

Tendo em vista a atualidade da temática, empreendedorismo feminino, e considerando nesta equação a geração Y, o presente estudo busca responder a seguinte problemática: qual a relação entre o aumento do empreendedorismo feminino na cidade de Campina Grande, PB e a geração Y? Por meio de empreendedoras que se encaixam no perfil posto pelos estudiosos da área, que delinearam características próprias a esta geração, buscou-se identificar pontos de conexão entre as duas temáticas através de uma metodologia qualitativa, entrevista semiestruturada, posteriormente, confrontando o apurado na literatura e as respostas das entrevistadas. Por fim, os resultados encontrados apresentaram muitas características afins, tais como, a busca pela liberdade e satisfação no âmbito do trabalho, entretanto, identificou-se alguns pontos que não condizem com os traços da geração.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Geração Y;

ABSTRACT

In view of the current issue, female entrepreneurship, and considering in this equation the Y generation, the present study seeks to answer the following problem: what is the relationship between the increase in female entrepreneurship in the city of Campina Grande, PB and the Y generation? Through entrepreneurs who fit the profile set by scholars in the area, who outlined characteristics specific to this generation, we sought to identify points of connection between the two themes through a qualitative methodology, semi-structured interview, later, confronting what was found in the literature and the responses of the interviewees. Finally, the results found showed many similar characteristics, such as the search for freedom and satisfaction in the scope of work, however, some points were identified that do not match the traits of the generation.

Key-words: Entrepreneurship; Female entrepreneurship; Y generation;

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	5
2.	O EMPREENDEDOR	6
3.	Geração Y	11
4.	METODOLOGIA	14
5.	RESULTADOS E DISCUSSÕES	17
5.1.	Área de formação e experiência profissional antes do negócio	17
5.2.	A decisão de empreender, história do negócio e as motivações	19
5.3.	Vantagens e desvantagens	21
5.4.	O papel da mulher enquanto empreendedora	22
5.5.	Visão sobre o trabalho	23
5.6.	As redes sociais e a geração Y	25
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
	REFERÊNCIAS	28
	APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE PESQUISA	30
	ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO	32

1. INTRODUÇÃO

Dado o contexto social em que vivemos quanto à ascensão das mulheres no mercado de trabalho, muitos são os caminhos percorridos por elas para alcançar tal posição, entretanto, empreender tem se mostrado uma saída cada vez mais recorrente para esse gênero. Pode-se atribuir muitas razões para isso, conforme um levantamento feito pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), as mulheres ainda encontram dificuldades para se inserir no mercado e, por essa razão, empreendem, em grande parte, por necessidade. Outro ponto a ser considerado, é que essas empreendedoras fazem parte da geração onde surgiram órgãos apoiadores do movimento, a exemplo do SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, que incentiva a abertura de novos empreendimentos.

Sendo, então, empreender uma grande oportunidade para alcançar aquilo que almejam. Conforme pontua Dolabela, “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (Dolabela, 2006, p. 25), definição esta que em tudo se assemelha à geração Y, público alvo da pesquisa. Como também descreve Chiavenato (2008), o empreendedor é aquele que consegue fazer as coisas acontecerem, com sensibilidade para os negócios e capacidade de identificar oportunidades. O autor ainda cita três características básicas que um empreendedor deve possuir, e que se encaixa no perfil do jovem da geração Y. São elas: *Necessidade de realização, como uma necessidade pessoal, que o diferencia dos outros; Disposição para assumir riscos, sejam financeiros ou das demais ordens; Autoconfiança, sentir que pode enfrentar os desafios e problemas que surgirão.*

Tendo em vista o que concordam os especialistas da área, a geração Y não teme a demissão ou a mudança de carreira, ainda que tardia. Pelo contrário, parecem enxergar como uma oportunidade de buscar a realização e satisfação pessoal sem relacioná-las a uma carreira profissional consolidada. Antes, almejam o bem-estar, a autonomia, o sonho e a liberdade, em detrimento da estabilidade financeira e do crescimento profissional, conforme destaca a consultora de Recursos Humanos, Sofia Esteves em entrevista para a revista Veja. Na verdade, esta geração demonstra ter conceituado de forma diferente o sentido de sucesso, reorganizando valores postos na geração de seus pais, onde dedicar-se arduamente em prol da construção da

imagem profissional diante do mercado competitivo era sinônimo de êxito profissional.

O interesse por esta temática partiu de uma percepção empírica, e consequente curiosidade, em verificar a possível relação entre o aumento do empreendedorismo em meio às jovens mulheres e a geração a qual elas fazem parte, tendo em vista as características apontadas a este grupo pelos estudiosos do assunto. Alguns serviços e produtos observados no cotidiano são, majoritariamente, prestados e promovidos por mulheres que despontaram com seus micro negócios em poucos anos. Por consequência disso, considerou-se verificar a problemática a fim de identificar se tal observação pode se provar um fenômeno científico, bem como, se as motivações que levaram as empreendedoras a assumirem esse risco possuem aproximação às características da geração Y elencadas pelos especialistas.

Portanto, esta pesquisa tem como objetivo principal identificar a conexão entre a geração Y e o aumento do empreendedorismo feminino na cidade de Campina Grande, Paraíba. Pretende-se, então, apontar, através de um estudo de caso, se pertencer a esta geração tem alguma influência nas decisões de empreender. Investigou-se nas respostas concedidas em entrevistas a convergência entre as características que os estudiosos definiram para cada geração.

A dinâmica deste trabalho está dividida da seguinte forma: logo após a introdução, a segunda parte do artigo apresenta uma síntese bibliográfica a respeito das características do empreendedor, empreendedorismo feminino, seguida da terceira parte onde consta o apurado literário sobre as discussões acerca da geração Y, alvo da pesquisa; a quarta parte está descrita a metodologia utilizada na pesquisa; em seguida, a quinta parte apresenta os resultados e discussões; sendo a sexta, e última parte, com as considerações finais.

2. O EMPREENDEDOR

Analisando a etimologia da palavra empreendedor, temos que ela deriva essencialmente do latim *interprehendere*, onde *inter* significa entre e *prehendere* significa comprador, que traduzindo seria “entre o comprador”, ou seja, algo como um

intermediário. Segundo o que define Dornelas (2008) empreendedor é aquele que observa uma oportunidade e desenvolve um negócio para capitalizar, assumindo riscos inerentes a ela.

As características dos empreendedores de sucesso são: visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; ficam ricos; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados (networking); são organizados; planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade. (Baggio, 2014, p. 31, *apud*, Dornelas 2008)

Degen (2009), sugere papéis que o empreendedor precisa estar preparado para assumir e dominar ao abrir o seu próprio negócio. Segundo ele, existem quatro papéis, o de empreendedor, que é aquele tem a visão do negócio e assume todos os riscos comerciais, legais e pessoais do empreendimento; o de empresário, que é quem procura um bom negócio para investir o seu dinheiro e espera obter lucros, seu intuito é fazer o empreendimento lucrar, dessa forma, assume de maneira passiva os riscos financeiros; existe ainda o papel do executivo, que executa de fato os planos para desenvolver o negócio, mas não assume nenhum risco sendo motivado pela remuneração prefixada e em fazer a equipe atingir as metas do plano de negócio pré estabelecido pelas figuras representadas nos papéis anteriores; o último papel seria o do empregado, que realiza as tarefas necessárias para desenvolver o negócio orientado pelo executivo, sua realização está em ser reconhecido pelo trabalho prestado e isto geralmente se dá através de uma remuneração pré-fixada, prêmios de participação, reconhecimento verbal, benefícios, entre outros. Degen prevê que “apesar de os empreendedores iniciantes assumirem os quatro papéis, há uma grande variação nas exigências de cada um dos papéis em função do tipo de empreendimento escolhido.”

O Brasil está entre os países que despontam no quesito empreendedorismo. Chiavenato (2004, p. 11) mostrou uma pesquisa feita em 2001, envolvendo cerca de 29 países, onde o Brasil apareceu em 5º lugar, apresentando um percentual de 14,2% da população entre 18 e 64 anos que se dedicam ao empreendedorismo. Nosso país também ocupa a 15ª posição do Ranking do Empreendedorismo por Oportunidades e a 4ª posição no Ranking do Empreendedorismo por Necessidades, segundo pesquisa

da GEM – *Global Entrepreneurship Monitor realizada* em 2005 em 36 países. De acordo com (Bulgacov, et al, 2011) os jovens em países como o Brasil, se vêm impelidos a entrarem mais cedo no mercado de trabalho a fim de garantir sua sobrevivência e/ou formação, e empreender se configura uma oportunidade de empregabilidade e renda. Um contraponto com os jovens de países desenvolvidos, com nível elevado de renda, estrutura de produção estável e padrão tecnológico elevado, procuram aumentar o tempo de formação e retardar a entrada desses profissionais em potencial no mercado.

Quando refletimos acerca dos motivos que levam alguém a empreender e assumir todos os riscos inerentes a esta decisão, percebemos que podem se mostrar bastante pessoais, porém Degen (2009) aponta, definindo por grau de importância, algumas das motivações contumazes coletadas em entrevistas informais que ele realizou. A *“vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado”* está no topo dessa lista, seguida do *“desejo de sair da rotina do emprego e levar suas próprias ideias adiante”*, outro motivo indicado pelos entrevistados foi a *“vontade de determinar seu futuro e não dar satisfação a ninguém sobre os seus atos”* além da *“necessidade de provar para si e aos outros que é capaz de realizar um empreendimento”*, por último, o *“desejo de desenvolver algo que traga reconhecimento e benefícios, não só para si, mas para a sociedade”*. Na grande maioria dos casos, são ponderadas todas estas e ainda acrescidas de motivações pessoais. No entanto, o autor relaciona os dois primeiros motivos ao êxito da grande maioria das empresas de sucesso.

Partindo para tipologia dos empreendimentos, temos que são classificados considerando o porte, a formalidade com que se apresentam e o faturamento. Os agentes classificadores IBGE, SEBRAE e BNDES, classificam como micro e pequenas empresas aqueles em que a receita bruta anual é igual ou inferior a R\$ 360 mil, são as microempresas, sendo superior a esse valor até R\$ 3.600 mil, são consideradas de pequeno porte, de acordo com a Lei Complementar nº 139/2011 (BRASIL, 2011). Há também os conhecidos como empreendedores informais, que são aqueles que não possuem vínculo com nenhuma instituição, quer seja pública ou privada, atuam por conta própria, muitas vezes levados pelas oportunidades. Cleps (2009) avalia que o termo informal pode representar diferentes sentidos, a exemplo da terceirização,

comércio de rua/ambulante, contratação ilegal de trabalhadores assalariados, ou de caráter temporário, avulso, ou a domicílio, e até mesmo, pode significar sonegação fiscal.

Diversos autores concordam que a informalidade no país despontou na década de 90 com a crise no mercado de trabalho. Segundo Corrêa (2009) bem nesta década a informalidade cresceu significativamente, em termos percentuais, na década de 80, os 36,6% da população ocupada passou para 40%, sendo que nos anos 90 essa porcentagem alavancou para 59%. Pode-se atribuir tal aumento ao surgimento de instituições como o SEBRAE que apoiam empreendedores iniciantes na abertura de seus próprios negócios, pois antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e abertura de pequenas empresas, como afirma Dornelas (2005, p. 26). Silva (2009) atribui a informalidade a um reflexo de alterações sofridas no setor trabalhista, somadas ao desemprego e reestruturações no processo de produtividade.

A regulamentação dos empreendedores informais foi incentivada pelo Estado no ato da criação da Lei complementar nº 123/06, ou como é comumente conhecida, simples nacional, que visa, justamente, formalizar a empresas que operam na informalidade e unificar tributos em todas as esferas, isto para Microempresas - ME e Empresas de Pequeno Porte - EPP. No entanto, perante as dificuldades enfrentadas pelo pequeno administrador em efetivar a contabilização tributária, o número de trabalhadores permaneceram na informalidade (BRASIL, 2006).

Diante desse cenário, o governo criou em 2009, através da Lei Complementar 128/08, que modifica o Art. 18 da Lei Complementar 123/06, mais um programa para estimular a adesão de um maior número de trabalhadores informais, o MEI - Microempreendedor Individual, possibilitando a formalização de empreendedores autônomos como costureiras, artesãs, quiosqueiros, quituteiras, etc tornando-os microempreendedores. Objetivando provar que o trabalho formal é muito mais rentável do que o informal, e garante não só deveres, como também direitos e benefícios. Como o Sebrae (2013) endossa, “surgiu para melhorar a vida de muitos brasileiros que estão na informalidade e sonhavam com o momento de serem reconhecidos pela lei.”

2.1 Empreendedorismo Feminino

Ao contrário do que se pode pensar, devido ao tema estar ainda mais em pauta atualmente, o empreendedorismo feminino já é alvo de estudo desde pelo menos a década de 70. Um dos primeiros trabalhos sobre o empreendedorismo feminino data de 1976, realizado por Schawrtz, que buscou compreender aspectos voltados à motivação, características de personalidade e as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras. Na pesquisa, observou-se que as mulheres enfrentavam mais barreiras que impediam o sucesso de suas organizações, principalmente em função das dificuldades na obtenção de crédito (Gomes et al, 2012), algo muito natural à época se pensarmos no papel que a mulher exercia na sociedade contemporânea ao estudo.

As pesquisas eram voltadas a elucidar questões acerca das motivações, características e traços da personalidade, a fim de criar o perfil da mulher empreendedora. No entanto, Jonathan (2011), além de conhecer as motivações desejava identificar através da sua pesquisa as “consequências e dificuldades enfrentadas, além das estratégias para lidar com as demandas vinculadas à multiplicidade dos papéis femininos”, algo relevante a ser observado tendo em vista o papel da mulher moderna.

De acordo com a pesquisa divulgada em 2009 pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), 53% dos investimentos novos são exercidos por mulheres, referente à abertura de Micro e Pequenas empresas, em contraponto dos homens, que representam 47%, entretanto, esse percentual tem se tornado cada vez mais equilibrado, conforme mostra a pesquisa de 2016, trazendo a empreendedora inicial com 51,5%, enquanto a taxa masculina é de 48,5%. Segundo o que comenta Barreto (2014), grande parte dessas empreendedoras avaliam o empreendedorismo não apenas como uma oportunidade de trabalho, mas também objetivam a satisfação pessoal. Tal argumento, corrobora com o que Silva (2007) também afirma, que as motivações essenciais que levam as mulheres a começar um negócio próprio, estão diretamente ligadas com a auto realização que está no topo da pirâmide de necessidades de Maslow.

A pesquisa da GEM ainda mostrou o segmento onde essas mulheres mais

costumam atuar. O comércio varejista representa (37%), artigos de vestuário (27%), fabricação de malas e bolsas (22%), e por último, a fabricação de produtos alimentícios (14%). Entretanto, apesar de estar em maior número que os homens empreendedores, Marques (2016) nos mostra que as mulheres ainda enfrentam alguns dos desafios identificados nas pesquisas dos anos 70, a respeito de preconceitos sobre o trabalho feminino, falta de apoio na família, além de flexibilidade para conciliar seus múltiplos papéis.

3. Geração Y

Outro fator a ser discutido no quesito empreendedorismo, é o fator geracional. Diferentes autores conceituam geração como sendo um grupo definido por uma delimitação etária somados a um conjunto de comportamentos e características inerentes ao grupo, que acreditam estar diretamente relacionados a vivências históricas em comum. Para Karl Mannheim (1993), as gerações são dimensões analíticas importantes para a compreensão da dinâmica das mudanças sociais, formas de pensar e agir de uma determinada época. Essas gerações produzem resultados específicos que, pela ação dos tempos históricos e biográficos, podem produzir mudanças sociais, todavia, também podem ser fruto de uma mudança provocada a partir de uma geração anterior a sua. Podemos inferir, portanto, que o que constrói uma geração, não será apenas uma mera limitação cronológica, sendo o tempo apenas uma demarcação genérica, pois é o processo histórico que aproxima os jovens de uma mesma geração.

Para que haja, no entanto, essa aproximação, dois fatores serão relevantes: os eventos históricos que quebram a continuidade formando uma ideia de antes e depois na vida social, como também, a forma como tal evento é vivenciado pelos diferentes grupos etários, que, por sua vez, estão em momentos distintos da vida social, e por esse motivo, também são sentidos de diferentes maneiras. Estes eventos podem ser tanto grandes problemas sociais ou catástrofes naturais, mas também mudanças econômicas, políticas e culturais, que vão tornando o modo de vida anterior questionado. (TOMIZAKI, 2010). Pessoas que vivem um mesmo período histórico formam e assimilam valores semelhantes, segundo o conceito de

coorte histórica que definiu Noble e Schewe (2003). Guerras, crises econômicas e transformações políticas separam uma *coorte* da outra.

É importante ressaltar, porém, que não há bem um consenso entre os pesquisadores quanto a divisão entre as gerações, muito embora haja cada vez um interesse científico por essa temática, não são poucas as divergências. Segundo Veloso et al, 2008 *apud* Comazzetto et al, 2016), os autores que pesquisam os perfis das gerações nem sempre apresentam exatamente os mesmos períodos para identificar o nascimento dos integrantes de cada um dos grupos, no entanto, não divergem de forma antagônica quanto à descrição das características dos indivíduos que as compõem.

Segundo McCrindle e Wolfinger (2010), e sendo também a linha de pensamento adotada nesta pesquisa, a geração Y tem como marco cronológico os nascidos entre 1982 a 2000, e um dos marcos históricos mais relevantes, foram as tecnologias em amplo desenvolvimento, começando a fazer parte do dia a dia das pessoas comuns. Analisando profundamente, esta foi a geração que viveu as modificações estruturais mais significativas da história do Brasil, até mesmo no mercado de trabalho, como acesso à internet, moeda estável no Plano Real e consolidação da democracia, de acordo com Bonifácio (2014). Por essa razão, Claro (2010) afirma que os jovens dessa geração carregam os traços dessa imprevisibilidade em sua personalidade.

Alguns autores delineiam características próprias a esta geração. Treff (2012) define, velocidade, crescimento rápido, ansiedade, alto grau de escolaridade e familiaridade com a tecnologia. Direcionada à vida profissional, Stillman e Lancaster (2011) apontam, necessidade de dinamismo, espírito de colaboração, grandes expectativas de realização e sucesso. Vasconcellos (2010), destaca que se trata de uma geração ainda mais capacitada que as anteriores, com altos níveis de formação superior. Oliveira (2011), coloca que os jovens desta geração não querem postergar a satisfação profissional, enquanto Lafuente (2009) agrega a ideia de que eles também não estão dispostos a serem leais a uma empresa se isso atrapalhar seus planos de desenvolvimento pessoal. Comazzetto (2016), em sua pesquisa concluiu que gostar do que faz, prezar pela liberdade e buscar qualificação profissional, são

marcas dessa geração.

Em entrevista para a revista *Veja*, 2012, a consultora de Recursos Humanos, Sofia Esteves, afirma que os “Ys” são marcados por propósito e por prazer, diferente das gerações antecessoras a ela, seus avós, os babyboomers, dedicavam uma vida inteira a exercer seu posto na empresa, pois era aquilo que aprenderam e sabiam fazer. Seus pais, a geração X, buscavam estabilidade financeira e por isso também não alternavam muito em empregos. A geração Y, entretanto, guia seu caminho profissional em busca de um propósito e principalmente, em direção ao próprio bem estar e qualidade de vida. Não se detendo em nenhum cargo, empresa ou carreira que não seja capaz de promovê-lo. Costa et al (2016) corrobora, afirmando que a geração Y não tem medo da rotatividade constante de empregos, a liberdade é algo muito mais valorizado por eles. Por esse motivo, conforme Lemos, Mello e Guimarães (2014), a área de Recursos Humanos precisou se adaptar e buscar compreender esse novo perfil que adentrava nas organizações.

A geração criadora do uber, do ifood, do smartphone, o que por si só, já demonstra algumas de suas características principais. Observando por esta linha, pode-se inferir que não ambicionam bens materiais, determinados a ter o carro do ano ou a melhor casa do quarteirão, preferem simplesmente pagar pelo conforto de ter alguém dirigindo para eles, ou entregando a comida na porta de casa. Tulgan (2009 apud Oliveira, Piccinini e Bitencourt, 2012) reforça que esta é uma geração de jovens altamente qualificados e, principalmente, voltada para o imediatismo. Na sociedade ocidental, o ingresso do jovem no mundo do trabalho está entre os marcos de passagem para vida adulta (Galland, 2007) Porém, as transformações ocorridas no mercado de trabalho trouxeram mudanças significativas para os jovens, levando a ampliação do tempo de estudos e conseqüente adiamento no ingresso no mercado de trabalho, tal como também pensa Cohen (2007).

De acordo com a pesquisa de Comazzetto et al (2016), a descrição dada pelas gerações anteriores a Y, ou seja, Baby boomers e X, corroboram com as características descritas pelos autores. Afirmam que o Y's dominam as tecnologias como se fosse algo natural e orgânico, o senso de imediatismo é visto de forma positiva pois traz um senso de renovação para as organizações, entretanto, são questionados por não levar em

consideração as vivências, experiências e cautela dos mais velhos, a rapidez e o senso de urgência, pois segundo as gerações anteriores, eles acabam por serem agentes de mudança, ao mesmo tempo que esse fator se apresenta como um ponto negativo, pois representa para eles, como uma ameaça à continuidade dos negócios, pelo fato da geração Y não quererem operacionalizar, almejam os cargos superiores e rejeitam o “chão de fábrica”. Por fim, afirmam que os jovens são menos comprometidos e responsáveis, dessa maneira, são incapazes de criar vínculo com as organizações.

4. METODOLOGIA

A metodologia adotada para esta pesquisa tem natureza qualitativa, que, de acordo com Denzin e Lincoln (2006), é um tipo de pesquisa que aborda de forma interpretativa o mundo, estando o pesquisador inserido nos cenários naturais objetos do seu estudo, compreendendo os fenômenos pesquisados de acordo com as percepções que os voluntários a eles atribuem. Este modelo de pesquisa preza pela descrição detalhada da problemática e dos elementos que a envolvem. Conforme completa Vieira e Zouain (2005), a pesquisa qualitativa confere valor significativo aos depoimentos e significados apontados pelos atores sociais envolvidos no estudo.

Creswell (2007) aborda, que o ambiente natural é a fonte direta da apuração dos dados para pesquisa, e o pesquisador é o principal instrumento para obtenção desses dados, que por sua vez, são majoritariamente descritivos. O pesquisador qualitativo sempre vai em busca dos dados no local onde está o participante, pode ser a casa, escritório ou empresa, visto que, isso permite uma ambientação em um nível de detalhes, como também, possibilita estar envolvido nas experiências reais dos participantes, tendo como um dos métodos reais de coleta, a entrevista. Outro aspecto colocado por Creswell, é que a pesquisa tem caráter indutivo, sem seguir um modelo estritamente pré-estruturado, ao invés disso, ela segue um modelo emergente, onde as questões podem mudar e serem refinadas de acordo com o fluxo percebido pelo pesquisador.

Acrescenta que a pesquisa qualitativa é especialmente válida em situações em que se evidencia a importância de compreender aspectos psicológicos cujos dados não podem ser coletados de modo completo por outros métodos, devido à complexidade que encerram (por

exemplo, a compreensão de atitudes, motivações, expectativas e valores) Richardson, 1999, apud Augusto, Souza, Dellagnelo e Cario, 2013.

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas, ou seja, que seguiam um roteiro a fim de garantir que a linha de investigação fosse amplamente contemplada, porém as questões surgiam de forma emergente, como uma conversa, onde eram guiadas de acordo com a percepção da pesquisadora. Estas entrevistas foram gravadas mediante a assinatura de um Termo de Consentimento, anexo A, para posteriormente serem transcritas, tendo uma duração total de sessenta e três (63) minutos, todas feitas entre 6 e 13 de junho, na cidade de Campina Grande, Paraíba. As participantes foram selecionadas a partir de uma questão de acessibilidade e disponibilidade, sendo dentre as três participantes, duas empreendedoras informais e uma micro empreendedora individual, todas obviamente, dentro da geração Y, ou seja, nascidas entre 1982 a 2000.

Tendo em vista a garantia do anonimato e salvaguardando a privacidade das mesmas, conforme firmado no Termo, as entrevistadas estarão representadas por codinomes, tendo como verídicos todos os demais dados apresentados a seguir: idade, formação acadêmica, área de atuação e porte da empresa.

Quadro 1 - Caracterização das participantes da pesquisa

Codinome	Idade	Graduação	Pós-graduação	Área de atuação	Porte do negócio
Maria	30	Bacharel em Enfermagem	Formação integrada multiprofissional em educação permanente em saúde	Fabricação e venda de pijamas cirúrgicos, fardamentos, jalecos e toucas.	MEI
Carla	30	Graduanda em Análises de Sistema	-	Design de sobancelhas	Informal

Alice	25	Bacharel em Contabilidade	-	Pintura em parede e objetos de decoração e lettering.	Informal
-------	----	---------------------------	---	---	----------

Fonte: Empreendedorismo na Geração Y: motivações, influências e práticas de gestão.

Como posto por Creswell (2007), a pesquisa qualitativa não deve possuir uma estrutura rígida, as perguntas podem ir sendo feitas de acordo com o que vai sentindo o pesquisador na hora da entrevista. No entanto, foi elaborado um roteiro com questões que, do ponto de vista metodológico, não poderiam deixar de serem feitas, e que apontavam uma linha de raciocínio tendo em vista o objetivo da pesquisa.

A primeira entrevistada, Carla, serviu como um teste para validar ou aprimorar as questões, observadas no apêndice A. Durante a primeira entrevista, surgiram algumas questões que não faziam parte do roteiro inicial, tais como: “Acredita que o fato de ter crescido junto com o desenvolvimento da internet garanta alguma vantagem sobre empreendedores de outra geração?” e que foi incluída nas demais entrevistas. Já questões como: “Supondo que o seu empreendimento não vigorasse, empreenderia novamente ou voltaria a ser empregada?”, “O que te faria voltar a ser empregada?” e “Como você enxerga o seu negócio no futuro?” não houve necessidade de fazê-las, pois as respostas dadas eram bastantes completas.

Por esse motivo também, foi necessário voltar a fazer a entrevista com Carla para que ela respondesse perguntas que surgiram nas entrevistas posteriores e se mostraram cruciais para o desenvolvimento da pesquisa. Como por exemplo: “Partindo do pressuposto da multiplicidade dos papéis femininos, acredita que empreender seja um ponto positivo para conciliá-los?”

Quadro 2 - Estrutura da entrevista

PARTE 1	Assinatura do Termo de consentimento e explanação sobre a finalidade da pesquisa;
PARTE 2	Caracterização da entrevistada: Nome, idade, formação acadêmica, área de atuação e tempo de negócio.

PARTE 3	Entrevista (Área de atuação antes do negócio, decisão sobre empreender, história do negócio, motivações, vantagens e desvantagens, o papel da mulher enquanto empreendedora, a visão sobre o trabalho, a geração e as redes sociais para o negócio, visão para o futuro do negócio);
PARTE 4	Agradecimento e colocações pessoais acerca da temática por parte das entrevistadas;

Fonte: Empreendedorismo na Geração Y: motivações, influências e práticas de gestão.

Após as entrevistas, seguindo o modelo da pesquisa realizada por Lima Neto et al 2018, partiu-se para uma análise temática das respostas, onde foram definidos os fragmentos principais para esse estudo e separados para responder o questionamento feito na introdução. Os temas abordados foram previamente definidos tendo como base o apurado em referencial teórico, de acordo com as pesquisas realizadas em artigos científicos acerca das características principais da geração Y, onde buscou-se elucidar as motivações das entrevistadas considerando os traços apontados pelos autores.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta parte da pesquisa, serão confrontadas as temáticas oriundas das leituras realizadas para construção do referencial teórico e que foram lançadas na entrevista a fim de identificar conexão com a realidade encontrada em campo, tendo como base as respostas das entrevistadas. Os temas abordados foram: Área de atuação antes do negócio; a decisão sobre empreender; a história do negócio; as motivações que levaram a empreender e na escolha do ramo do empreendimento; vantagens e desvantagens observadas; o papel da mulher, se enquanto empreendedora são facilitados ou dificultados; a visão sobre o trabalho no geral; a geração e as redes sociais aplicadas ao negócio; visão para o futuro do negócio.

5.1. *Área de formação e experiência profissional antes do negócio*

Os autores caracterizam esta geração como melhor capacitada com altos níveis de formação superior, se comparada às antecessoras, como afirma Vasconcellos (2010). Sobre isto podemos atribuir algumas razões. Primeiro, ao desenvolvimento de políticas públicas nos governos de Fernando Henrique Cardoso e Luís Inácio Lula da

Silva, onde houve uma flexibilização da legislação visando a ampliação do ingressos na educação superior, isto através de programas de incentivo, tais como FIES, ProUni e mudanças nos processos seletivos, que se tornaram mais simplificados, Barreyro e Costa (2014), como também ao afrouxamento na burocracia imposta pelo *Conselho Federal da Educação* - CEF, que em meados de 1999, simplificou a abertura de instituições particulares e novos cursos, provocando assim um aumento de 314% entre 1970 a 2004, preenchendo as lacunas deixadas pelas universidades públicas que não davam conta de escoar a demanda por vagas, segundo o que nos mostra (Rigotto e Souza, 2005, p. 360). Outro ponto importante a levar em consideração, são os valores que foram inculcados pelos pais, outra geração, de que só se encontrava um bom emprego e sucesso na carreira através de uma graduação.

Como colocado no quadro 1, todas as entrevistadas possuem experiências acadêmicas. Maria tem pós-graduação em sua área, Alice chegou a iniciar, porém não concluiu, justamente por se encontrar em um período de sua vida profissional em que não se identificava mais com a carreira que inicialmente havia escolhido, enquanto Carla iniciou a pouco tempo sua jornada acadêmica. Enquanto experiências profissionais, elas relataram:

Maria: “Atuei durante 6 anos. Atuei na área hospitalar, atuei dando aula em curso técnico. [...] trabalhei também em unidade básica de saúde como enfermeira na equipe, durante 4 anos.”

Alice: “Eu trabalhei 3 anos na área de contabilidade, [...] em escritório, emprego formal de carteira assinada e antes de atuar, eu trabalhei em alguns estágios em empresa fechada na parte financeira.”

Carla: “Já trabalhei com vendedora, como atendente de telemarketing, recepcionista e assistente administrativa [...] Tô fazendo Análise de Desenvolvimento em Sistemas, comecei agora em abril.”

Este é um ponto em que pode-se encontrar total semelhança com o atributo designado à geração Y, todas as entrevistadas possuem formação acadêmica. Ou estão cursando, ou são pós graduadas, ou ainda, iniciaram um pós graduação, e justamente por não sentirem satisfação na área inicialmente escolhida, desistiram. Dessa maneira, podemos ver uma clara conexão entre a característica apontada pelos especialistas e a prática observada em campo.

5.2. A decisão de empreender, história do negócio e as motivações

Corroborando com o que nos mostra a pesquisa de Degen (2009), na qual ele elenca como primeira motivação para empreender a parte financeira, *“vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que seria possível na condição de empregado”* seguida do *“desejo de sair da rotina do emprego e levar suas próprias ideias adiante”*, nossas entrevistadas responderam:

Carla: “Na verdade, é porque meu último emprego, que eu trabalhava com vendas, eu já *tava* muito saturada, foi uma área que eu sempre gostei de trabalhar, mas de uns tempos pra cá eu não *tava* conseguindo mais, era algo que me desestabilizava psicologicamente, e eu disse: “Não quero mais isso, eu quero algo pra mim!”

Foi então que navegando nas redes sociais, Carla se deparou com uma postagem e se encantou com o trabalho de design de sobrancelhas, e como sempre foi apaixonada pelo mundo da beleza, conforme relata, resolveu procurar uma filiada na Paraíba da profissional que despertou esse desejo, e fez o curso profissionalizante.

Quando perguntada se o dinheiro era um fator motivacional para empreender, Carla disse:

Carla: “Com certeza! É como eu te falei, eu ainda não cheguei lá, quando eu comecei todo mundo dizia: “olha não é fácil!”, mas você não imagina que é tão difícil chegar naquele patamar que você tanto quis, de salário, mas é assim... persistir, um dia eu vou chegar lá.”

Para Maria, o fator motivacional tem total relação ao fato de sentir que era mal remunerada. Vejamos:

Maria: “Assim, claro que primeiramente né, o financeiro. Quando eu comecei a empreender eu ainda trabalhava como enfermeira, no hospital e na unidade básica da família, então eu tinha um tempo muito restrito pra me dedicar ao meu negócio. Eu comecei a empreender em 2017, e assim, surgiu bem informalmente. Porque eu trabalho com pijama cirúrgico e jaleco que o pessoal usa pra trabalhar. [...] Eu comecei a usar as roupas que minha mãe fazia, e aí o pessoal começou a gostar das roupas que eu usava e começaram a perguntar por quanto que ficava, e aí eu comecei bem discretamente, vendendo pra minhas colegas de plantão. Só que aí eu vi que era uma coisa boa, que tinha potencial, porque muita gente no hospital já me conhecia por conta disso, aí quando foi em 2017 eu comecei a me dedicar, mas a decisão de sair da enfermagem completamente e me dedicar totalmente a empresa só veio em 2019, [...] e eu vi que *tava* tendo uma resposta muito boa e em contrapartida, eu era muito mal remunerada na enfermagem, e meu emprego era por contrato, eu não tinha nenhum direito, nunca trabalhei de carteira assinada, nunca tive férias, nunca tive décimo terceiro, ou seja, eu *tava* trabalhando muito e ganhando mal, fora de casa e aquele

tempo que eu passava lá eu poderia tá em casa investindo no meu negócio. [...] Então assim, principalmente foi financeiro, mas eu acredito que essa parte, de plantão, ter um dia fixo complementos nos finais de semanas, feriados, assim isso tudo sempre foi muito pesado pra mim, talvez se eu não tivesse que trabalhar nesses plantões, se eu não tivesse perdido uma viagem em família, aniversários, talvez eu ainda tivesse, se fosse um emprego de horário comercial talvez eu não tivesse saído.”

A resposta de Maria destoa um pouco do que afirmam os pesquisadores da área. Eles atribuem à busca pela satisfação como o que rege a vida profissional desses jovens, e no entanto, Maria afirma que o ponto crucial para decidir empreender foi o fator financeiro, algo que não combina com os valores da geração, que busca primeiramente prazer e propósito, em detrimento do financeiro. Ela se via satisfeita em exercer sua profissão, porém, a remuneração defasada a fez desistir.

Alice, no entanto, se mostra adequada aos padrões elencados pelos especialistas no que diz respeito ao que buscam os Y 's em sua vida profissional.

Alice: “Eu comecei de forma informal, e ainda estou até hoje, mas quando eu comecei eu também trabalhava na área de contabilidade, e como eu sempre gostei dessa parte de arte, pintura e tudo mais, então eu comecei a me interessar por isso e também surgiu bem de repente, eu comecei a postar arte que eu fazia na minha própria casa e aí uma pessoa teve o interesse de fazer no estabelecimento dela, e foi aí que eu pensei que havia oportunidade de trabalhar com isso, e aí eu comecei a divulgar, mas ainda trabalhava na contabilidade, isso foi em 2019. [...] a decisão de trabalhar com isso, de fazer essas coisas, veio tanto pela questão do interesse na área artística, que a contabilidade não me possibilitava atuar nessa área, de criar, eu sempre gostei muito disso, e também a insatisfação do meu próprio trabalho, mais essa questão assim de tempo de você ter aquele horário fixo, comercial que você fica se desgastando muito, como também, essa questão do interesse. Eu não me interessava muito por essa parte de contabilidade aplicada ao escritório, eu me interessava muito mais por essa parte criativa de arte tudo mais e tudo mais, e a insatisfação do próprio ambiente de trabalho, porque a gente tinha muitas coisas que geravam insatisfação, a forma como a gente era tratado, a falta de reconhecimento, o bem-estar no ambiente de trabalho não era uma preocupação do patrão. [...] E aí foi quando veio a decisão de sair completamente da área de contabilidade, porque eu vi que existia uma oportunidade de trabalhar com isso. [...] quando eu vi que dava pelo menos o básico pra me sustentar...”

Para Alice, a motivação está em conseguir expressar algo que sempre foi muito latente nela e a contabilidade não permitia, a criatividade. Nesse sentido, pode-se inferir que a resposta de Alice se enquadra dentro do espectro estabelecido pelos estudiosos das gerações, a satisfação, o bem-estar são pontos motivacionais para ela.

Neste ponto, fator motivacional, não há total aproximação com as características da geração Y. Duas das entrevistadas, Carla e Alice, se mostram mais afinadas aos

padrões da geração, enquanto Maria se distancia quando aponta o financeiro como principal motivação para empreender.

5.3. Vantagens e desvantagens

Este é um ponto muito particular, onde cada empreendedor terá suas impressões de acordo com suas vivências, personalidades, visão de mundo e estilo de vida, e, por esse motivo definirá vantagens e desvantagens pautadas naquilo que julgam importante. No entanto, é possível observar uma certa padronagem nas respostas, que pode ser atribuída, também, à questão de aproximação promovida pelo agrupamento da geração.

Carla: “Vantagem né, é essa questão do horário, por exemplo, às vezes você precisa resolver alguma coisa que é de urgência, ou no trabalho normal você fica doente e precisa pegar um atestado com medo de ser demitido e quando é seu não, você explica pra sua cliente, ela vai entender e vida que segue. [...] Questão de dinheiro também, eu controlo meu dinheiro aqui, eu sei quanto que eu vou ganhar, mas também não ter um salário fixo se torna uma desvantagem, você depende de fidelizar suas clientes.”

Maria: “Com certeza, o horário, a flexibilidade de horários.” Outro ponto colocado por Maria foi a diminuição de gastos, pois como a sua empresa se trata de um *e-commerce*, ela não precisa de um ponto físico, e gastar com tudo mais que isso envolve (luz, internet, aluguel, deslocamento, etc.), tudo pode e é feito da sua própria casa. Como desvantagens ela menciona a responsabilidade, “Porque quando a gente trabalha fora, a gente acorda, vai pro nosso trabalho, volta e deixa os problemas lá. Quando a gente empreende a gente não consegue né, às vezes a gente precisa trabalhar de final de semana. [...] você também tem essa preocupação de atender a necessidade da mudança de mercado, entender que o mercado vai se modificando [...] os preços mudam semanalmente, e a gente tem que repassar para o consumidor [...] e também a questão da divulgação.”

Alice: “A flexibilidade de horário para mim é uma das maiores vantagens, porque foi um dos pontos que eu quis sair do escritório [...] também tem essa questão de deslocamento, que pra mim era um gasto muito grande né [...] A questão de trabalhar com aquilo que eu gosto e de poder ser a minha própria patroa. Como desvantagem tem a questão assim, principalmente pra mim, o meu público tem essa questão de datas sazonais, então você tem essa incerteza de parte financeira, [...] tem meses que tem um faturamento muito maior por questões de datas comemorativas e tudo mais, e tem meses que não são tão bons assim. [...] Outra desvantagem é essa questão também da formação de preço, que você tem que tá sempre atento assim, você tem que tá sempre lidando com esse aumento de preço e você tá passando isso pro consumidor sem que isso afete seu trabalho [...]”

Neste quesito, as respostas foram unânimes em apontar a flexibilidade de horários como a principal vantagem observada por elas. Dessa forma, pode-se

relacionar a flexibilização com a liberdade, como conclui Comazzetto (2016) em sua pesquisa, que prezar pela liberdade é uma marca forte dos Y 's.

5.4. O papel da mulher enquanto empreendedora

Partindo para a multiplicidade dos papéis femininos, vejamos o que nossas empreendedoras responderam sobre como a escolha de ter o próprio negócio pesa nesse sentido.

Maria: “Assim, pelo menos pra mim, o meu trabalho, hoje eu empreendendo, me dá muito mais flexibilidade de horários e muito mais possibilidades principalmente sendo mulher, pensando na questão da maternidade, porque quando eu trabalhava fora eu teria que deixar meu filho com uma pessoa pra trabalhar, hoje eu já não preciso mais, e isso já é muito bom. Em relação a questão do tempo, em relação às tarefas e tudo mais, eu acredito que também empreender é muito melhor porque você consegue flexibilizar o seu horário, organizar as suas coisas de forma que você tenha mais disponibilidade. Existem momentos nas nossas vidas que a gente precisa se dedicar mais à nossa família, existem momentos que a gente pode se dedicar mais ao nosso empreendimento. Eu acho que empreendendo é muito mais fácil você dividir essas tarefas [...]”

Alice: “Não, com certeza né, que na verdade uma das vantagens é que eu trabalho em casa, então assim por mais que alguns trabalhos são externos, como a pintura de uma parede tudo mais, mas a maior parte do meu trabalho ele é feito em casa, então é, eu tenho né essa liberdade de atuar na minha casa e arcar com essas responsabilidades de casa né. [...] antes eu chegava em casa praticamente pra dormir, então todas essas outras demandas era muito apertado pra eu conseguir cumprir, e a remuneração que eu tinha não era suficiente pra eu pagar uma pessoa *pra* suprir essas demandas de casa, então eu tinha que fazer essas demandas de casa e demanda do trabalho, então eu estando eu casa eu consigo me organizar melhor quanto a isso. E também, já pensando né, essa questão da maternidade, era algo que eu pensava como seria a criação dos meus filhos se eu venho em casa só pra dormir né, então, ter essa questão de trabalhar em casa e ser flexível quanto aos horários é muito bom nessa questão dessas várias demandas que a gente tem no dia a dia.”

Carla: “Na verdade, assim, eu não acho que empreender facilite a mulher a cumprir com seus diversos papéis femininos, não, eu acho que ele não impossibilita de você cumprir [...] porque no meu caso, eu tenho os meus horários, e eu respeito os meus limites, então, quando eu não tô atendendo, eu consigo facilmente cumprir com os meus papéis, entendeu? Não é que ele vá me facilitar, mas ele também não impossibilita.”

Enquanto mulheres empreendedoras, e considerando o acúmulo de funções, as entrevistadas concordam que empreender facilita o desempenho das multitarefas femininas, principalmente se considerarmos a flexibilidade de horários, tão apontada por elas, como um fator preponderante para escolha do próprio negócio.

5.5. Visão sobre o trabalho

Como característica marcante dessa geração, os autores nos mostram que a visão sobre o trabalho é diferenciada das suas antecessoras. Propósito e prazer norteiam o sentido de trabalho, como coloca a consultora de Recursos Humanos, Sofia Esteves. Comazzeto (2016), em sua pesquisa conclui que gostar do que faz, prezar pela liberdade e buscar qualificação profissional, são marcas dessa geração.

Maria: “O papel que o trabalho exerce na minha vida é a forma de ter o meu dinheiro, o meu sustento. Eu nunca fui uma pessoa que ambicionou muitas coisas assim, [...] eu penso que a minha empresa é uma condição que Deus me deu de ter o meu sustento, graças a Deus eu hoje é o sustento da minha família, a gente vive, vamos dizer assim, *pra* uma classe média baixa, a gente vive de uma forma muito confortável e eu agradeço muito a Deus porque toda essa possibilidade vem através da minha empresa, tenho a possibilidade de ajudar também outras pessoas, eu não tenho empregados formais, mas eu tenho pessoas que prestam alguns serviços em horários cortados, e eu consigo ajudar essas pessoas, manter alguns empregos informais.”

Maria diz que não ambiciona construir uma grande empresa, que não vê essa condição de empreendedora como a grande oportunidade de sua vida, e que se preciso for encerrar essa etapa e seguir para outra, ou até mesmo voltar a trabalhar com a enfermagem, ela irá. Afirma que a filosofia “trabalhe enquanto eles dormem” não é algo que ela acredita, enxerga o trabalho apenas como sustento e se dedica a ele na medida que pode e acha saudável.

Alice: “Pra mim, o trabalho, de forma geral né, ele é uma forma de servir ao outro com uma capacidade que você desenvolve. [...] É óbvio que também é o sustento, através daquilo é o que eu ganho o dinheiro *pra* né, me sustentar, mas eu também vejo dessa forma, que o trabalho é um meio de você servir a sociedade, [...] demonstrar sua utilidade a partir do que você sabe fazer.”

Alice diz compreender que existem trabalhos que a sua utilidade são mais urgentes, mas que a arte também exerce um papel de utilidade, ela enxerga a beleza como um serviço à sociedade.

Carla: “Então, pra mim, o trabalho é essencial, porque assim, ele é um meio de você realizar seus sonhos né, de você ir em busca de também alcançar os seus objetivos pessoais e sem o trabalho você não consegue fazer isso, porque você não tem o dinheiro *pra* alcançar. Como que você vai comprar um carro por exemplo, uma casa, se você não tiver trabalhando? Então assim, pra mim o trabalho é muito isso, assim, um meio de você, também, realizar sonhos e metas pessoais. [...] Ele é um meio de sobrevivência, mas não deve ser só isso. [...] vou trabalhar pra atingir meus objetivos, metas pessoais e realizar sonhos.”

Quando perguntadas, nenhuma delas pensa em voltar ao ambiente organizacional, a menos que seja de estrita necessidade. Nesse quesito, a liberdade pesa mais. Maria, entretanto, ressalta a falta que lhe faz a rotatividade de pessoas, a rotina dinâmica do hospital, pois trabalha de casa a maior parte do tempo.

Sobre atrelar o trabalho à satisfação pessoal, afirmam:

Carla: “Você precisa estar satisfeita, se não você não consegue produzir mais, chega um tempo que você não *tá bem* psicologicamente e você não vai produzir por mais que você tente. [...] Então assim, eu precisava disso pra minha vida, eu precisava mudar, até mesmo por mim, era algo que eu queria pra mim: ser dona do meu próprio negócio!”

Maria: “Eu acho que precisa né, de alguma forma você tem que sentir prazer no que você *tá* ofertando. [...] Por exemplo, quando o cliente vem aqui, elogia o produto, diz que é de boa qualidade, diz que tem uma boa durabilidade, eu me sinto muito bem, porque eu sei que eu tô, através do meu serviço, trazendo bem estar pra vida daquele funcionário que tá numa conjuntura bem complicada porque eu já estive conjuntura dele, de dificuldade financeira, de não reconhecimento, mas pelo menos eu to dando uma roupa confortável pra ele trabalhar, então isso gera prazer em mim. [...] é prazeroso, e você prestar esse serviço as pessoas, de certa forma você se sente útil né.”

Alice: “Eu acredito que sim. É óbvio que tipo, a gente não pode romantizar o trabalho como se tipo, até tem aquela frase que o pessoal gosta né “*trabalhe com o que você gosta que você nunca terá que trabalhar na sua vida*” não, isso não é verdade, porque mesmo com o que você gosta, sempre vai existir problemas, conflitos, inúmeras dificuldades e vai ter dias que você vai tá completamente estressado e tudo mais, porque o trabalho sempre vai gerar essas questões. Mas também, eu não acredito assim, você olhar simplesmente a parte financeira você vai conseguir fazer um bom trabalho. Eu acho que se você não tiver satisfação naquilo que você faz, se você não se identificar com aquilo que você faz, você não vai conseguir gerar um bom trabalho, você pode até trabalhar, mas gerar um bom trabalho só visando essa parte financeira, não dá. E assim, a questão da satisfação vai trazer o seu bem estar. [...] isso foi o que eu vi na minha vida né, mesmo que eu estivesse trabalhando e tivesse até a possibilidade financeira maior, mas como não era algo que me satisfazia e me identificava, eu nunca iria sentir esse bem estar, mesmo tendo uma situação financeira melhor, porque eu não estava satisfeita com o que eu fazia, não só a remuneração, então isso pra mim conta muito.”

A visão que as entrevistadas possuem acerca do sentido geral do que é o trabalho, no caso de Carla e Alice, se assemelham entre si e com os princípios da geração que fazem parte. A geração Y possui uma visão mais romantizada do trabalho, como bem responde Carla “é um meio de realizar seus sonhos” e Alice “é um meio de servir a sociedade”, entretanto, Maria atribui ao trabalho um meio de sustento e nada mais, sua resposta não tem conexão com a geração Y. No entanto, todas concordam que o trabalho, de alguma forma, precisa estar atrelado à satisfação pessoal para que

possam continuar gerando motivação para entregar um bom produto e serviço ao cliente.

5.6. As redes sociais e a geração Y

Por terem crescido junto com o desenvolvimento da tecnologia, é plausível que tenham mais facilidade no manuseio delas. A pesquisa realizada por Comazzetto et al (2016), é certa na descrição apontada pelas gerações anteriores a Y, ou seja, Baby boomers e X, “Eles dominam as tecnologias como se fosse algo natural e orgânico”.

Sobre essa questão, nossas entrevistadas enxergam como, de fato, uma vantagem sobre os demais que não tiveram essa oportunidade de participar de todo o desenvolvimento, especialmente, das redes sociais, um ponto forte no que diz respeito ao marketing e vendas online. Entretanto, Maria enxerga também como um ponto negativo. Vejamos:

Carla: “Eu vejo a rede social como uma ferramenta muito importante, mas tem que saber usar, tem que saber fazer marketing. [...] O marketing é o carro chefe, é o ponto principal, se eu não tenho postagem e sou esquecida, é aquele ditado “quem não é visto, não é lembrado” Então quando eu faço postagem, as clientes se lembram, “Eita! Tenho que fazer a sobancelha.”

Quando perguntadas se, por terem nascido no momento em que a era digital estava em desenvolvimento se configurava algum tipo de vantagem sobre os empreendedores de outras gerações anteriores, elas disseram:

Carla: “Com certeza! Eu acho que sim. Porque quando você tem um conhecimento maior, você sabe fazer a postagem, sabe o horário de postar para conseguir likes, e sabe mais ou menos o que postar, porque você tá ligado no que outros empreendedores maiores fazem. [...] Então a gente sai na frente de quem não teve acesso.”

Maria: “Eu acredito que dá um extra, porque hoje em dia, principalmente pras pessoas da nossa idade e as pessoas mais jovens, você divulgar o produto dizendo “ó, o instagram é esse!” você pode ver fotos, você pode ver ali o dono daquela empresa, humanizando [...] isso é muito bom né. E outra, a tecnologia possibilita que a gente vença essas barreiras de distância.”

Maria relatou também uma história que viveu com a mãe e que retrata bem o conflito geracional. Ela conta que na primeira vez que foi criar uma estampa, sua mãe descreditou que aquele investimento, alto para uma iniciante, daria certo. Era preciso contratar um design especial e a impressão seria feita no tecido branco. Sua mãe

trabalhou a vida toda com confecção, mas comprava seus tecidos em loja física, no modo convencional. Quando o tecido estampado chegou, ela cortou um pedaço e foi lavar certa de que junto com o sabão, sairia também a estampa. Só se deu por vencida quando observou que o tecido era como os que ela comprava em loja. Foi então que Maria viu uma vantagem competitiva sobre aqueles que ainda se prendiam ao modelo tradicional de produzir. Mas ela também confessa que isso se configurava uma desvantagem, justamente por conhecer como funciona, ela tinha ciência de que as coisas continuariam mudando e em uma velocidade cada vez maior, e diz ser um grande desafio seguir acompanhando essas mudanças. Ela admite que, por mais que se priorize a divulgação, o marketing, o digital, se o produto ou serviço não tiver qualidade, um bom atendimento e um preço justo, pressupostos aprendidos com os mais antigos, não é possível fidelizar o cliente. “O principal continua, o principal.”, finaliza.

Alice: “Ser parte dessa geração que teve esse acesso proporciona assim, maior facilidade [...] dá mais possibilidades nessa questão de vendas, a gente sabe né, hoje em dia a questão tecnológica, principalmente de divulgação, marketing, tudo mais, ela conta muito, e no caso de um trabalho que é online, de vendas online, é tudo que você tem, a sua loja é ali, a rede social. Então, ter essa familiaridade desde cedo dá essa vantagem de você sair um passo à frente de quem não tinha esse acesso, mas você sempre tá atualizado com as tendências do mercado, também se moldando *pra* satisfazer o cliente.”

Todas as entrevistadas admitem que ter crescido junto com o desenvolvimento da tecnologia, da internet e das redes sociais conferem a elas uma certa vantagem em relação aos demais empreendedores de outras gerações.

Uma das perguntas feitas a Carla, mas que não aprovou fazê-la as demais, é sobre a percepção dela em relação ao aumento do empreendedorismo no meio da juventude, onde prontamente concordou com a visão lançada. Perguntada sobre quais causas ela elencava para isso, respondeu:

Carla: “Eu acredito que, primeiramente, o dinheiro né... pra muitos deles, porque é algo que enche os olhos, e a vontade de querer ter seu próprio negócio [...] mas eu acho que mais o dinheiro mesmo, porque hoje em dia pra você conseguir um dinheiro bom é preciso ter um bom emprego, um curso superior, e no seu próprio negócio não. Às vezes você não precisa nem ter um curso superior, você só precisa ter o curso daquela área e ser um curso autenticado e às vezes nem é tão caro quanto um curso superior, então eu acho que eles vêm dessa forma.”

Talvez, a percepção das entrevistadas não seja condizente com a realidade dos fatos,

sendo imbuídas pelos próprios conceitos e vivências a respeito dos outros empreendedores da sua geração, por esse motivo, julgou-se desnecessária a pergunta às demais entrevistadas.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se destinou a identificar a relação entre o aumento do empreendedorismo feminino na cidade de Campina Grande, Paraíba, sendo as jovens empreendedoras agrupadas na geração Y, a saber, nascidas de 1982 a 2000, tendo como pressuposto as características próprias da geração. Para tanto, buscou-se observar por meio da literatura apurada como também em prática, no campo de pesquisa, como se comporta essa temática. A fim de elucidar tal problemática, foram entrevistadas empreendedoras dentro desse perfil, onde foi encontrado alguns pontos levantados no referencial teórico que se provaram fidedignos também na prática.

Confrontando as respostas obtidas de nossas entrevistadas e as características delineadas pelos autores acerca da geração à qual pertencem, alguns resultados semelhantes foram encontrados. Observa-se uma afinidade entre o que foi apontado pela Consultora de Recursos Humanos, Sofia Esteves, quando menciona a necessidade de trabalho por prazer e propósito, algo também indicado pelos autores referenciados, e que foi notado na prática das entrevistas. Identificou-se que empreender surge não só como uma possibilidade de realização profissional, mas para realização pessoal, colocando em prática sonhos e propósitos de vida.

Outro ponto de conexão entre os membros da geração Y e as empreendedoras entrevistadas, foi o fator tecnológico. O acesso preliminar às tecnologias, crescer junto com o desenvolvimento tecnológico e da internet, de fato, configura certa vantagem competitiva sobre as demais gerações. As empreendedoras têm nas redes sociais a principal força motriz para divulgação do negócio, vendas e lançamento no mercado, e revelam ciência disso, até por estarem inseridas e também serem influenciadas por elas. Por esse motivo, toda essa aposta nas redes, reforça ainda mais o que foi colocado pelos autores sobre a questão do domínio e da facilidade em trabalhar com elas.

Algumas características destoam um pouco do grupo Y. A primeira, concernente a motivação para empreender, apontada quase que em unanimidade pelas entrevistadas, o fator financeiro. A busca por uma crescente financeira foi colocada como a principal razão para abrir o próprio negócio, seja por insatisfação salarial no mercado de trabalho, ou até mesmo como uma possível causa para o crescente desenvolvimento entre os jovens. Não é o que concordam os especialistas, pois afirmam que a geração Y tem mais interesse em bem-estar, liberdade e desafio, do que na parte financeira. A segunda, o sentido de trabalho. Uma das entrevistadas demonstra ter uma visão equilibrada sobre o trabalho, tendo ele como um meio de sustento e apenas isso. Já outra, confessa atribuir a ele sentido em servir o outro, sendo esse o propósito, também há aquela que confessa enxergá-lo como meio de realizar seus sonhos, as últimas estão alinhadas ao perfil do jovem Y.

Dentre os fatores limitantes para este estudo, observa-se o número reduzido de entrevistadas e, conseqüentemente, de resultados. Para pesquisas futuras, recomenda-se, então, uma ampliação, tanto no caráter quantitativo da pesquisa, quanto no caráter geográfico, expandindo também as fronteiras. Sugere-se o desenvolvimento de um questionário, por meio da identificação de uma matriz comparativa, dessa forma, viabiliza a inclusão de mais empreendedores e otimiza a apuração dos resultados. Ademais, em estudos futuros é possível também incluir os homens da geração Y e comparar os resultados da pesquisa com os resultados obtidos só com o gênero feminino.

REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, Jeanete Carla de Assunção. ANJOS, Mayara Abadia Delfino dos. Empreendedorismo Feminino: Um estudo no estado de Minas Gerais. **GETEC**, v. 7, n. 16, p. 112-133, 2018.

AUGUSTO, Cleiclele Albuquerque. SOUZA, José Paulo de. DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento. CARIO, Silvio Antonio Ferraz. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Piracicaba, SP, v. 51, n. 4, p. 745-764, out/dez, 2013. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0103-20032013000400007>> Acesso em 08 de julho de 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco. BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014. Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/viewFile/612/522>> Acesso em 28 de junho de 2022.

BARREYRO, Gladys Beatriz e COSTA, Fábio Luciano Oliveira. Expansão da educação superior brasileira (1999-2010): políticas, instituições e matrículas. 2014, Anais.. Porto: ANPAE, 2014. Disponível em: http://www.anpae.org.br/IBERO_AMERICANO_IV/GT2/GT2_Comunicacao/GladysBeatrizBarreyro_GT2_integral.pdf.> Acesso em: 17 jun. 2022.

BULGACOV, Yára Lúcia M. CUNHA, Sieglinde Kindl da. CAMARGO, Denise de. MEZA, Maria Lucia. BULGACOV, Sergio. Jovem empreendedor no Brasil: a busca do espaço da realização ou fuga da exclusão?. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 45, p. 695-720, maio/junho, 2011.

COMAZZETTO, Letícia Reghelin. PERRONE, Cláudia Maria. VASCONCELLOS, Silvio José Lemos. GONÇALVES, Júlia. A geração Y no Mercado de Trabalho: um Estudo Comparativo entre Gerações. **Psicologia: Ciência e Profissão**, v. 36, n. 1, p. 145-157, janeiro/março, 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo, SP: Saraiva, 2008.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos**. Tradução Luciana de Oliveira da Rocha, 2ª edição. Porto Alegre, RS: Artmed, 2007.

DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: Empreender como opção de carreira**. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2009.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 1ª edição. São Paulo, SP: De cultura, 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 2ª edição. Rio de Janeiro, RJ: Campus-Elsevier, 2005.

GEM-Brasil 2008. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil. Relatório Executivo 2008**. Curitiba: IBQP, 2009. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2009-Relat%C3%83%C2%B3rio.pdf>> Acesso em 16 jun. 2022.

GEM-Brasil 2008. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil**.

Relatório Executivo 2015. Curitiba: IBQP, 2016. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AF-GEM-Nacional-BAIXA.pdf>> Acesso em 16 jun. 2022.

GOMES, Almira Ferraz. SANTANA, Wesley Gusmão Piau. ARAÚJO, Uajará Pessoa. MARTINS, Caroline Miriã Fontes. Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v.16, n. 51, p. 319-342, abril/junho, 2014.

GOULART, Nathália. 'O jovem guia sua carreira por um propósito e por prazer'. **VEJA**, 21 abr. 2012, Acesso em:<<https://veja.abril.com.br/educacao/o-jovem-guia-sua-carreira-por-um-propósito-e-por-prazer/>> Acesso em: 23 mai. 2022.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

LIMA NETO, João Alves de; LIMA, João Gabriel Carneiro Costa; LIMA, Maria Eleiziane Batista de; SANTOS, Ana Cristina Batista dos. **Empreendedorismo na Geração Y: motivações, influências e práticas de gestão. In: ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS**. 2018, São Paulo.

MATOS, Cássia Maria Freire de. SANTOS, João José Anselmo dos. Empreendedorismo Informal Desenvolvido em uma Instituição de Ensino Superior: Estudo de Caso. **Id on Line Rev. Mult. Psic.** v. 13, n. 48, p. 904-918, dezembro, 2019.

OLIVEIRA, Sidinei Rocha de. PICCININI, Valmiria Carolina. BITENCOURT, Betina Magalhães. Juventude, gerações e trabalho: É possível falar em geração Y no Brasil?. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v.19, n.62, p.551-558, julho/setembro, 2012.

RIGOTTO, Márcia Elisa. SOUZA, Nali de Jesus de. Evolução da educação no Brasil, 1970-2003. **Análise**, Porto Alegre, RS, v. 16, n. 2, p. 351-375, ago/dez, 2005. Disponível em:<<file:///C:/Users/Particular/Downloads/278-Texto%20do%20artigo-1033-2-10-20110523.pdf>> Acesso em: 17 jun. 2022.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE PESQUISA

1. Como foi a decisão de empreender?
2. Porque decidiu empreender na área que empreende?
3. Quais vantagens você enxerga em ser dona do seu próprio negócio?
4. Quais desvantagens?
5. Como, hoje, você enxerga o trabalho prestado a terceiros?
6. Como você enxerga o trabalho?
7. Qual grau de importância você julga que o trabalho exerce sobre a sua vida?
8. Você acredita que o trabalho precisa gerar satisfação pessoal?
9. Como você vê as redes sociais para o seu trabalho?
10. Acredita que o fato de ter crescido junto com o desenvolvimento da internet te garanta alguma vantagem sobre empreendedores de outra geração?
11. Numa suposição onde o seu empreendimento não vigorasse, empreenderia novamente ou voltaria a ser empregado?
12. O que te faria voltar a ser empregado?
13. Como você enxerga o seu negócio no futuro?

ANEXO A – TERMO DE CONSENTIMENTO

Eu, _____, consinto em participar como livre voluntária do estudo que tem como pesquisadora a discente Talita de Lima Viana, do curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, e como orientadora a Profa. Viviane Bezerra Motta. Afirmando ter ciência que o estudo se destina a um trabalho de conclusão de curso da referida graduação e adota a metodologia qualitativa através de entrevista por pautas que será gravada e, posteriormente, transcrita. Compreendo que este estudo tem como finalidade uma pesquisa de teor acadêmico e que os dados obtidos serão divulgados resguardando, porém, o anonimato da voluntária sendo assegurada a sua privacidade.

Assinatura da voluntária

Campina Grande - PB, _____ de _____ de 2022.