

A SUSTENTABILIDADE SOB A ÓTICA DE MULHERES EMPREENDEDORAS DO OESTE CATARINENSE

CRISTIANE DUARTE DE ARRUDA

RESUMO

O objetivo do presente estudo foi analisar a compreensão de mulheres empreendedoras do Oeste Catarinense em relação à sustentabilidade. O estudo foi orientado pelo conceito de sustentabilidade *Triple Bottom Line* (TBL). A pesquisa teve como *locus* a região Oeste Catarinense, delimitando-se aos municípios que constituem a Associação dos Municípios do Oeste de Santa Catarina (AMOSC). O estudo tem abordagem qualitativa, utilizando o método dialético. A técnica utilizada para a coleta dos dados e informações foi a entrevista por meio de um roteiro constituído de perguntas abertas e fechadas. Participaram da entrevista, 21 (vinte e uma) empreendedoras dos 20 (vinte) municípios pertencentes à AMOSC. A pesquisa permitiu conhecer o perfil das entrevistadas, caracterizar a atuação empreendedora dessas mulheres bem como identificar se percebem características diferenciadoras em relação ao gênero quanto à maneira de empreender. Buscou-se também identificar o conceito e a aplicação da sustentabilidade e os desafios que a sustentabilidade apresenta.

Palavras chave: Sustentabilidade. Empreendedorismo feminino. Mulheres empreendedoras. Micro e Pequena Empresa.

1 INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, as discussões na esfera mundial exigem compreensões de novos conceitos administrativos, dentre eles, a sustentabilidade que passa a exigir uma nova postura e atitude por parte do empreendedor, já que empreender corresponde a tornar viáveis e produtivas situações econômicas, sociais e ambientais anteriormente não observadas. Assim, a gestão econômica, social e ambiental contemporânea exige dos gestores a apropriação de novos conceitos, inclusive que incluam a compreensão da ótica da sustentabilidade nos negócios.

Elkington (1998) foi um dos autores que disseminou um dos conceitos de sustentabilidade mais difundidos, o conceito *Triple Bottom Line* (TBL) conhecido como o tripé da sustentabilidade, proporcionando diversas reflexões que colocam as organizações no centro de discussões sobre a sustentabilidade, em que os interesses empresariais não devem estar baseados apenas nos resultados econômicos e financeiros que produzem, mas também, nos contextos sociais e do meio ambiente, integrando estas três dimensões.

Portanto, frente à relevância que a sustentabilidade representa para a administração das organizações há de se mencionar outra realidade no mundo dos negócios: a crescente participação das mulheres no campo empreendedor. No início deste século, as mulheres já são a maioria frente à administração dos empreendimentos, no Brasil, entre 2001 e 2011, o número de mulheres empreendedoras aumentou 21% (vinte e um por cento) enquanto o número de homens empreendedores aumentou 10% (SEBRAE, 2013). Para Machado et al. (2003), a inserção feminina no mercado de trabalho e, conseqüentemente, o aumento do número de empreendedoras principalmente nas duas últimas décadas motivam o interesse de pesquisas sobre o exercício do papel empreendedor por mulheres.

Justifica-se assim a relevância em estudar a sustentabilidade aliada ao empreendedorismo feminino, tornando-se importante conhecer de que maneira as mulheres

enxergam a sustentabilidade assim como a reconhecem e aplicam nos seus empreendimentos visualizando-se no decorrer da trajetória deste estudo o cenário da região Oeste Catarinense, delimitando-se aos municípios que constituem a AMOSC. A mesma foi criada em 1968 com a finalidade de defender os interesses institucionais dos 20 (vinte) municípios da Microrregião Oeste: Águas de Chapecó, Águas Frias, Caxambu do Sul, Chapecó, Cordilheira Alta, Coronel Freitas, Formosa do Sul, Guatambu, Irati, Jardinópolis, Nova Erechim, Nova Itaberaba, Planalto Alegre, Pinhalzinho, Quilombo, Santiago do Sul, São Carlos, Serra Alta, Sul Brasil e União do Oeste. Juntos, esses municípios ocupam território de 2.955 Km² (dois mil novecentos e cinquenta e cinco metros quadrados) e abrigam uma população de 247.128 (duzentos e quarenta e sete mil, cento e vinte e oito) habitantes (AMOSC, 2013).

Ao analisar o crescimento do empreendedorismo em Santa Catarina em comparação ao crescimento do empreendedorismo feminino, percebe-se que de 2008 para 2009, segundo o SEBRAE (2011), o quadro de empreendedores que era dominado até então por homens se modificou passando de 51,3% (cinquenta e um vírgula três por cento) masculino e 48,7% (quarenta e oito vírgula sete por cento) feminino para 46,6% (quarenta e seis vírgula seis por cento) e 53,4% (cinquenta e três vírgula quatro por cento) respectivamente. Na região em que o estudo se desenvolveu, o processo emancipatório da mulher deu-se principalmente em razão do aquecimento econômico da região, respaldado pela economia agrícola e agroindústrias instaladas. Esse processo culminou em demandas diversas. A mulher sai da condição de trabalho doméstico para a condição de trabalhadora ou empreendedora, colabora para o crescimento econômico da região Oeste e contribui para o fortalecimento do Estado Catarinense.

Portanto, a partir da representatividade da região no Estado Catarinense aliada ao crescimento do empreendedorismo feminino apresenta-se a seguinte questão de pesquisa: Qual é a compreensão de mulheres empreendedoras do Oeste Catarinense em relação à sustentabilidade?

A partir da questão norteadora de pesquisa definiram-se para a realização do estudo o seguinte objetivo geral: analisar a compreensão de mulheres empreendedoras do Oeste Catarinense em relação à sustentabilidade, e, com a finalidade de atingir o objetivo geral traçou-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Apresentar o perfil das mulheres empreendedoras entrevistadas;
- b) Caracterizar a atuação empreendedora dessas mulheres;
- c) Identificar se as entrevistadas percebem características diferenciadoras de gênero quanto à maneira de empreender;
- d) Pesquisar a compreensão em relação ao termo sustentabilidade e sua aplicação nos empreendimentos no que compete a geração de valor econômico, social e ambiental;
- e) Conhecer os desafios que o equilíbrio sustentável representa para as mulheres empreendedoras;
- f) Fornecer subsídios para a formulação de estratégias para o fortalecimento do empreendedorismo sustentável junto às empreendedoras dos municípios da AMOSC.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 DEFININDO A SUSTENTABILIDADE

O termo “sustentabilidade” ganhou visibilidade nos últimos anos, sendo reconhecido pelas Nações Unidas como um dos desafios mais relevantes no contexto atual (GLEN; GORDON, 1998). A sustentabilidade no contexto do desenvolvimento sustentável foi definida pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1987) como formas de progresso que atendam às necessidades do presente sem comprometer a capacidade

das gerações futuras satisfazerem as suas necessidades. A sustentabilidade possui sua orientação para o futuro o que implica a utilização racional dos recursos naturais além de outros aspectos sobre o meio ambiente. Sachs (1993) divide a sustentabilidade em cinco classificações:

a) Sustentabilidade ecológica: Refere-se à base física do processo de crescimento objetivando a manutenção de estoques dos recursos naturais;

b) Sustentabilidade ambiental: Visa a manutenção da capacidade de sustentação dos ecossistemas implicando na capacidade de absorção e recomposição dos ecossistemas em face das agressões antrópicas;

c) Sustentabilidade social: Refere-se ao desenvolvimento objetivando a melhoria da qualidade de vida da população. Implica na adoção de políticas distributivas e a universalização de atendimento a questões como saúde, educação, habitação e seguridade social;

d) Sustentabilidade política: Processo de construção da cidadania que visa garantir a incorporação plena dos indivíduos ao processo de desenvolvimento;

e) Sustentabilidade econômica: Refere-se à gestão eficiente dos recursos com base na regularidade de fluxos do investimento público e privado havendo a avaliação da eficiência por processos macro sociais.

Um dos conceitos mais difundidos ficou conhecido como “*Triple Bottom Line*” (TBL - termo preconizado por John Elkington em 1998) ou “*Triple-P*” (*People, Planet, Profit*). Esse conceito enfatiza que a sustentabilidade está associada ao equilíbrio e harmonia entre as políticas econômicas, a sustentabilidade social e a sustentabilidade ambiental (ELKINGTON, 1998). Desse modo, o autor salienta que o conceito TBL é considerado um modelo para as organizações implementarem as premissas do Desenvolvimento Sustentável. Esse modelo pode ser uma ferramenta útil para a análise da gestão da sustentabilidade organizacional nos mais variados setores, pois integra as dimensões econômica, ambiental e social.

O pilar econômico de uma organização é a obtenção do lucro. Cada vez mais as organizações objetivam o máximo retorno financeiro buscando encontrar estratégias para melhor lhes garantir vantagem de competitividade. Portanto, esse pilar concebe além da vantagem competitiva, aspectos quanto à qualidade e custo, foco, mercado, resultados e estratégias de negócios (CORAL, 2002).

Com relação ao pilar ambiental, de acordo com Sehnem (2011), a preocupação das empresas quanto à adesão e prática de estratégias ambientais tem aumentado em especial nas duas últimas décadas em virtude dos seguintes aspectos: atendimento aos aspectos legais; a exigência de auditorias por parte de países compradores; pressão dos consumidores e ONG's (Organizações Não Governamentais) bem como efeitos da natureza que causam medo e geram uma sensibilização nas pessoas. Busca-se através do pilar ambiental tirar proveito de tecnologias limpas, reciclagem, utilização sustentável de recursos naturais, atendimento à legislação, tratamento de afluentes e resíduos, produtos ecologicamente corretos e redução de impactos ambientais.

Já o pilar incorpora a responsabilidade social, o suporte no crescimento da comunidade, compromisso com o desenvolvimento dos Recursos Humanos e a promoção e participação em projetos sociais. Assim, conforme Rico e Degenszajn (1999), o social passa a ser considerado um poderoso ‘articulador social’ ao passo que se constitui em parcerias que envolvam o setor estatal, organizações não governamentais e empresas privadas.

Convém ressaltar que há outras perspectivas que vão além do tripé proposto por Elkington, havendo outras referências para tal. Pode-se dizer que a Conferência de Estocolmo na Suécia ocorrida em 1972 foi um divisor de águas na maneira de conceber o desenvolvimento por parte das organizações, pois até aquele momento, o pensamento predominante da maioria das organizações centrava-se no crescimento econômico, passando,

a partir de então, a contemplar as questões de caráter social e ambiental, assim, o crescimento econômico deve ser um objetivo percorrido sem comprometer as demais esferas.

Conforme o Instituto Ethos (2012), desde a Conferência de Estocolmo, em 1972, até a Rio+20, muitos foram os assuntos que enriqueceram a pauta internacional sobre desenvolvimento sustentável. Nesse período de 40 anos aconteceram várias reuniões, conferências e deliberações, na tentativa de proporcionar um rumo mais consistente e efetivo às preocupações da humanidade com o futuro do planeta, ou seja, em prol do desenvolvimento sustentável.

Conforme Araújo (2006) para se avançar em direção ao desenvolvimento sustentável são necessárias políticas criativas e preocupadas com o longo prazo, pensando-se em gerações futuras e não apenas no imediatismo, já que ações sustentáveis costumam ter retorno ao longo prazo. Pimenta e Gouvinhas (2012, p.462) comentam que “o desenvolvimento sustentável requer que o setor empresarial adote uma política de proteção socioambiental consonante ao desenvolvimento econômico”.

Para Elkington (1998, p. 73) “guiar as empresas na direção da sustentabilidade exigirá mudanças drásticas no desempenho da linha dos três pilares. Alguns dos desafios mais interessantes não são encontrados no interior, mas *entre* as áreas envolvidas com os pilares [...]”. A sustentabilidade passa então a ser uma grande oportunidade, visualizada nas organizações como competência operacional, considerada como essência fundamental para se fazer negócios. Nesta perspectiva o autor também comenta que “a agenda do desenvolvimento sustentável [...] está se tornando uma questão estratégica de competitividade entre as principais preocupações da indústria e do comércio” (ELKINGTON, 2001, p. 45).

2.2 O EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO E O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Para Dornelas (2008) os empreendedores são considerados pessoas ou equipes com determinadas características consideradas especiais, visionários, que questionam, ousam, buscam por algo diferente, ou seja, fazem acontecer, sendo consideradas pessoas diferenciadas. O empreendedor é o indivíduo que apresenta determinadas habilidades e competências para criar, abrir e gerenciar um negócio, culminando em resultados positivos. Também busca por soluções inovadoras, novos negócios, bem como oportunidades de mercado, transformando-as em negócios lucrativos (DORNELAS, 2008).

De acordo com Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo originou-se na França e significa: aquele que assume riscos e começa algo novo mesmo que dentro da própria organização (o intraempreendedorismo). Ao se conceituar o empreendedorismo identificam-se diferentes abordagens e percepções, sendo que de acordo com o GEM (2012, p. 19) “entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

Estudos passaram a trazer outras definições já que muitos “relacionam o empreendedorismo sustentável com o processo de desenvolvimento de produtos, serviços e negócios inovadores” (BRUNELLI; COHEN, 2012). Conforme Boszczowski e Teixeira (2012) o empreendedorismo sustentável é considerado um tema de pesquisa recente bem como interdisciplinar buscando aproximar-se do campo de conhecimento do empreendedorismo ao da sustentabilidade emergindo a partir de uma vasta pesquisa sobre negócios, meio ambiente e responsabilidade social, publicadas como uma resposta às necessidades de mudanças empresariais com relação as suas práticas sociais e ambientais.

Dornelas (2008, p.35) comenta que “quando se fala em empreendedorismo é natural que se ligue o tema à criação de novas empresas, que começam pequenas, sem muita estrutura

e, aos poucos, vão tomando forma, sendo que algumas chegam ao sucesso”. Há duas categorias que originam os empreendedores: por necessidade ou oportunidade. Os empreendedores por necessidade conforme GEM (2013, p.6) são aqueles que “iniciam um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções de ocupação, abrindo um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias.” Quanto aos empreendedores por oportunidade, estes se caracterizam como sendo “os que identificaram uma chance de negócio e decidiram empreender, mesmo possuindo alternativas de emprego e renda” (GEM, 2013, p.6).

A pesquisa GEM (2013) também aponta que a cada 100 (cem) brasileiros que iniciam um negócio próprio no país, 71 (setenta e um) são motivados por uma identificação de oportunidade de negócios e não pela necessidade. O Brasil atingiu em 2012 o nível mais elevado de empreendedores por oportunidade dos últimos 12 (doze) anos, sendo 71% (setenta e um por cento) dos empreendedores iniciais por oportunidade e 28% (vinte e oito por cento) por necessidade.

Outro aspecto que se destaca frente à realidade empreendedora brasileira é o fato de que as mulheres estão comandando a abertura de novos negócios no Brasil. Conforme Lindo et al. (2007) as transformações culturais, a queda na taxa de fecundidade e um maior nível educacional são alguns fatores que têm contribuído para o aumento da presença das mulheres nos empreendimentos. Conforme Robbins (2003), as mulheres adotam um estilo de liderança mais democrático, encorajando a participação, a divisão do poder e das informações e na medida do possível aumenta a autoestima dos seus seguidores dando a preferência pela inclusão recorrendo ao carisma, experiência, contatos e habilidades interpessoais. Essa democracia tende a diminuir quando as mulheres tomam cargos predominantemente masculinos e atuam de modo mais autocrático, pois, os estereótipos masculinos sobre os líderes anulam as preferências pessoais.

Dentre os motivos que levam as mulheres a empreender estão: questões de sobrevivência, a insatisfação frente à liderança masculina, a identificação de um nicho de mercado, a satisfação em poder tomar suas decisões próprias, a percepção do desafio e a satisfação que se estabelece ao empreender. Já os fatores que fazem com que as mulheres deixem seus empregos formais para criar suas empresas são: a autodeterminação, a autonomia e liberdade; os desafios e atrações do empreendedorismo envolvendo aspectos de reconhecimento e oportunidade de controlar o seu destino e, por último, os obstáculos ao desenvolvimento dentro das corporações (JONATHAN, 2011).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A delimitação geográfica deste estudo foi a Região Oeste de Santa Catarina, composta por 34 (trinta e quatro) municípios, sendo que a pesquisa realizada considerou os municípios pertencentes à Região da AMOSC totalizando 20 (vinte) municípios e, quanto aos sujeitos sociais para o estudo foram as mulheres empreendedoras de MPE's instaladas nos municípios de: Águas de Chapecó, Águas Frias, Caxambu do Sul, Chapecó, Cordilheira Alta, Coronel Freitas, Formosa do Sul, Guatambu, Irati, Jardinópolis, Nova Erechim, Nova Itaberaba, Planalto Alegre, Pinhalzinho, Quilombo, Santiago do Sul, São Carlos, Serra Alta, Sul Brasil e União do Oeste.

Para fins de classificação de Micro e Pequenas Empresas das empreendedoras entrevistadas optou-se pelo mesmo critério do SEBRAE, que se utiliza por número de empregados (do IBGE). A indicação das mulheres entrevistadas aconteceu por meio de informações repassadas pelas ACIs (Associações Comerciais e Industriais) dos municípios em questão. Para os municípios que ainda não possuíam Associações Comerciais, a pesquisadora

entrou em contato com os Secretários Administrativos das Prefeituras Municipais para fazerem a indicação.

Foram solicitados os nomes de mulheres empreendedoras de MPE's consideradas referência nos municípios e que estavam à frente de organizações próprias ou eram sócias proprietárias de empresas (setor privado) com mais de 01 (um) ano de atuação no mercado nos segmentos de: comércio, indústria ou prestação de serviços. A seleção das mulheres empreendedoras aconteceu a partir dos nomes indicados repassados pelas entidades e, de forma aleatória bem como possibilidade de acesso. O primeiro contato ocorreu via telefone e, após convite e aceite de participação, as entrevistas foram agendadas de acordo com a data e horário convenientes.

O objeto de estudo considerado na pesquisa realizada foi a sustentabilidade na percepção das mulheres empreendedoras entrevistadas. Em relação à abordagem utilizada quanto ao procedimento metodológico, desenvolveu-se inicialmente uma pesquisa bibliográfica abrangendo publicações em geral relacionados a área de interesse: livros, artigos publicados em revistas e periódicos nacionais e internacionais, dissertações e teses e sites específicos. Quanto à abordagem adotada na realização da pesquisa de campo foi predominantemente a qualitativa. Para atingir os resultados propostos, e por tratar-se de um estudo de abordagem qualitativa, optou-se pelo estudo de natureza descritiva e exploratória, representando uma contribuição para se conhecer a situação desejada assim como aprofundar o conhecimento.

Em relação ao método, na pesquisa realizada, optou-se pelo Dialético, por possuir um enfoque sócio-histórico, visando correlacionar o contexto de inserção das mulheres entrevistadas e não somente investigar resultados, primando para “a compreensão dos comportamentos a partir da perspectiva dos sujeitos da investigação” (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p.16).

Em relação à técnica utilizada para a coleta de dados inicialmente houve a investigação em fontes secundárias (revisão da literatura, consultas as Associações Comerciais, SEBRAE, GEM, entre outros) e posteriormente a utilização de fontes primárias, sendo que para atender esta última houve a aplicação de entrevista estruturada, permeando um roteiro de questões devidamente preestabelecido e testado. O roteiro foi utilizado de maneira idêntica com todas as entrevistadas, onde a entrevista foi previamente agendada por telefone, realizada em data e horário definido e acontecendo nos municípios e locais de trabalho das participantes. Em média, cada entrevista teve duração de 30 (trinta) minutos e, ao todo, a aplicação das entrevistas compreendeu o período de maio 2014 a novembro 2014.

Fizeram parte do estudo 21 (vinte e uma mulheres), sendo 02 (duas) empreendedoras de Chapecó e 01 (uma) empreendedora de cada um dos demais municípios. Atualmente, não há informações disponíveis quanto ao número de empreendedoras de MPE's nos municípios pesquisados.

A partir de questões abertas que permitiram às entrevistadas relatar como atuam com o desenvolvimento sustentável, a entrevista procurou atender o objetivo geral e específicos possibilitando melhor conhecer a realidade dessas empreendedoras. Também permitiu fornecer subsídios para a formulação de estratégias em prol do fortalecimento do empreendedorismo sustentável junto às empreendedoras dos municípios da AMOSC.

Para a interpretação dos dados coletados utilizou-se da análise de conteúdo que é uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática, e quantitativa das informações evidentes na comunicação (LAKATOS; MARCONI, 1999). A análise de conteúdo oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade. Absolve e cauciona o investigador por esta atração pelo escondido, o latente, o não-aparente, o potencial de inédito (do não-dito), retido em qualquer mensagem. (BARDIN, 1977, p. 9). Desse modo, conforme Bardin (2009), as diferentes fases da análise de conteúdo organizam-se em torno de

três pólos: pré-análise, exploração do material; e, por último o tratamento dos resultados: a inferência e a interpretação.

Para tanto, as entrevistas foram agrupadas pela junção das respostas em cada uma das questões, nas quais, buscaram-se primeiro os temas, depois as palavras que apareceram com mais frequência. Essa especificação ou análise final é baseada em significações de palavras e frases que esclarecem comportamentos e opiniões dos sujeitos investigados (BARDIN, 1977).

Os critérios de escolha e de delimitação das categorias são determinados pelos temas relacionados aos objetos de pesquisa e identificados nos discursos dos sujeitos pesquisados. Portanto, para facilitar a Análise do Conteúdo mediante a compilação dos dados o quadro 1 demonstra as categorias de pesquisa e suas subcategorias:

Quadro 1 - Categorias de análise da pesquisa e subcategorias

Categorias de análise	Subcategorias
Perfil	Características socioeconômicas e demográficas
Empreendedorismo	Tempo de atividade Perfil do Empreendimento Razões para empreender As diferenças de gênero para empreender
Sustentabilidade	O conceito de sustentabilidade Os pilares da sustentabilidade TBL As ações sustentáveis aplicadas ao negócio Benefícios e desafios para empreender de forma sustentável

Fonte: a autora

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

O primeiro objetivo específico deste estudo buscou apresentar o perfil das entrevistadas identificando aspectos inerentes a: faixa etária, composição familiar e nível de escolaridade. Este perfil permite uma melhor compreensão acerca da realidade das entrevistadas nos aspectos que competem à trajetória pessoal e profissional das mesmas. Porém, tal perfil não pode ser levado a uma percepção reducionista já que poderá variar de acordo com a seleção das entrevistadas.

Das 21 (vinte e uma) entrevistadas, 14,0% (quatorze por cento) têm entre 26 (vinte seis) e 30 (trinta) anos, 19,0% (dezenove por cento) entre 31 (trinta e um) e 35 (trinta e cinco) anos, 29,0% (vinte nove por cento) entrevistadas possuem entre 36 (trinta e seis) e 40 (quarenta) anos, 19,0% (dezenove por cento) entre 41 (quarenta e um) e 45 (quarenta e cinco) anos, e 9,5% (nove vírgula cinco) entre 46 (quarenta e seis) e 50 (cinquenta) anos correspondendo também a este mesmo percentual (9,5%), acima de 50 anos.

O resultado vem ao encontro de uma pesquisa realizada em 2013 pelo Serasa Expeditian, revelando que o Brasil tem cerca de 6 milhões de mulheres sócias de empresas, são microempresárias, em sua maioria tem entre 31 (trinta e um) a 50 (cinquenta) anos. A faixa etária mais comum entre as empreendedoras brasileiras é entre 31 (trinta e um) e 40 (quarenta) anos, com 27,7% (vinte e sete vírgula sete por cento) do total. A segunda faixa mais expressiva é de 41 (quarenta e um) a 50 (cinquenta) anos, com 25,7% (vinte e cinco vírgula sete por cento). Conforme Hisrich, Peters e Shepherd (2009), as mulheres costumam iniciar o seu empreendimento com idade entre 35 (trinta e cinco) a 40 (quarenta) anos.

Em relação ao estado civil das entrevistadas 57,0% (cinquenta e sete por cento) são casadas, 33,0% (trinta e três por cento) convivem em união estável, 5,0% (cinco por cento) são solteiras e o mesmo percentual divorciadas. Quanto ao número de filhos das entrevistadas 43,0% (quarenta e três por cento) possuem 02 (dois) filhos, 19,0% (dezenove por cento) 01 (um) filho, valendo-se do mesmo percentual (19,%) de empreendedoras que ainda não possuem filhos, 14,0% (quatorze por cento) possuem 03 (três) filhos e uma, ou seja, 5% (cinco por cento) possui 04 (quatro) filhos.

Sobre a escolaridade das entrevistadas foi possível identificar que 43% (quarenta e três por cento) possuem curso de graduação e curso de pós graduação/especialização completo e 14,0% (quatorze por cento) superior completo. As que possuem o ensino médio completo totalizaram 29,0% (vinte e nove por cento), sendo que 9,0% (nove por cento) possuem o ensino superior incompleto e 5,0% (cinco por cento) possui o curso de graduação ainda incompleto.

Identifica-se dessa forma que as entrevistadas possuem formação elevada. Quanto aos cursos de graduação realizados, os citados foram: Administração, Economia, Comércio Exterior, Farmácia, Serviço Social, Psicologia, Pedagogia, Direito, Ciências Biológicas e Medicina. Já os cursos de Pós Graduação/Especialização mencionados foram: Gestão Empresarial, Gestão de Negócios, Sistemas Gerenciais, Saúde Pública, Educação, Direito Tributário, Planejamento Estratégico.

Identificou-se também que 24,0% (vinte e quatro por cento) empreendem há menos de 05 (cinco) anos, 39% (trinta e nove por cento) empreendem entre 06 (seis) a 10 (dez) anos, 14,0% (quatorze por cento) empreendem de 11 (onze) a 15 (quinze) anos, 19,0% (dezenove por cento) de 16 (dezesesseis) a 20 (vinte) anos, sendo que apenas 01 (uma) empreendedora, ou seja, 4,0% (quatro por cento) está no comando dos negócios há mais de 20 (vinte) anos. Convém ressaltar que o tempo questionado compreendeu todo o percurso de tempo que a entrevistada empreende, em alguns casos antes mesmo da idealização da atual empresa.

Em relação ao “perfil do empreendimento”, grande parte das entrevistadas classifica-se como sócia proprietária dos empreendimentos que atuam e a maior parte delas é responsável por realizar todas as atividades administrativas e de gestão. Em um número reduzido há as sócias proprietárias que contam com a ajuda de outro sócio para realizar as atividades administrativas, porém, ressalta-se que todas comandam as empresas pesquisadas. O segmento mais citado foi o comércio, correspondendo a 62,0% (sessenta e dois por cento), onde as atividades fim das empresas destinam-se a: loja de móveis, loja de confecção infantil, farmácia, supermercado, agropecuária, loja de confecções em geral, loja de enxovais, loja de material de construção/construtora, revendedora de automóveis e loja de móveis e eletrodomésticos.

O comércio, portanto, representou a atividade predominante das entrevistadas, também estando de acordo com a análise da Serasa Experian (2013) que no seu estudo identificou que a maior parte das mulheres sócias de empresas no Brasil está no grupo social “Empreendedores e Comerciantes”, categoria “Microempresários”, composta por comerciantes que cuidam de seu próprio negócio. Em seguida, 19,0% (dezenove por cento) das MPE's são pertencentes ao segmento de serviços que são fotografia, eventos e software. O segmento industrial também representou 19,0% (dezenove por cento) das empresas, destacando-se: alimentos, enxovais, confecções e indústria moveleira.

Quanto as “razões para empreender”, como já mencionado, existem duas razões: por necessidade ou oportunidade. Conforme GEM (2013), os empreendedores por oportunidade acabaram identificando uma chance de negócio e decidiram empreender, mesmo dispondo de outras alternativas de emprego e renda.

Foi com toda a certeza o sonho de construir uma empresa [...], ou seja, uma oportunidade de criar um projeto que fizesse a integração e uma visão comum – Itatiane

Na verdade aqui como a cidade é pequena, falta um pouquinho de tudo na verdade, o pessoal aqui tem uma visão de cidade abandonada, o pessoal não viaja, o pessoal não traz novidades né, então foi isso mesmo que me levou a buscar empreender aqui nesta cidade. Pela oportunidade mesmo [...] - Karla

Nos relatos de influência familiar, 76,0% (setenta e seis por cento) das entrevistadas possuem familiares empreendedores em um dos graus de parentesco: pais, avós, irmãos, tios e marido, sendo que 24,0% (vinte e quatro por cento) responderam não haver nenhum empreendedor na família além delas mesmas. Em relação ao apoio para empreender, 81,0% (oitenta e um por cento) receberam apoio principalmente do esposo, seguido dos pais ou irmãos e 19,0% (dezenove por cento) das entrevistadas afirmaram não ter recebido nenhum apoio de familiares.

Sobre as “as diferenças de gênero”, quando questionadas se o fato das mesmas serem mulheres refletia em uma maior cobrança e pressão por resultados, 67,0% (sessenta e sete por cento) das entrevistadas julgaram que sim e 33,0% (trinta e três por cento) responderam não perceber diferença. Nessa conjuntura, as falas vão ao encontro do contexto histórico, o qual retrata a diferença estabelecida entre os gêneros desde os primórdios, em que cabia à mulher o papel de submissão.

Na continuidade da exposição das respostas das entrevistadas, perguntou-se sobre a satisfação com a inserção da mulher no campo empreendedor todas foram unânimes em responder que sentem-se satisfeitas. Outras entrevistadas, porém, apontam para os vários papéis que as mulheres têm assumido, ressaltando que ainda há uma cobrança atribuída pela sociedade às mulheres como sendo as responsáveis pelos cuidados com a casa e com os filhos.

Ao serem questionadas sobre as características particulares do empreendedor masculino para o feminino, uma entrevistada considera não perceber diferenças, porém, as demais foram unânimes em considerar que há diferenças significativas, evidenciando principalmente o fato de serem mais detalhistas, sensíveis, flexíveis e focadas, podendo ser identificadas nas falas que seguem:

Eu acho assim, a mulher tem mais sensibilidade pra lidar com certas situações, desde lidar com o lado pessoal dos funcionários - Eliane

Acho, elas são mais flexíveis né. Na verdade eu percebo assim, o pessoal gosta mais de ser atendido por mulher porque ela é mais carismática né, então eu acho que ela tem mais facilidade de conquistar o cliente. Também ela ser mais organizada - Hilda

Na categoria de análise “Sustentabilidade”, buscou-se identificar “o conceito de sustentabilidade”. De acordo com os relatos identificou-se que o termo está diretamente associado à obtenção de lucro. Pode-se perceber que ainda não está claro para a maioria das entrevistadas de acordo com o conceito difundido pelos estudiosos da área, até pelo fato de ser um termo considerado novo. Autores a exemplo de Almeida (1998) já atentavam sobre a dificuldade em definir sustentabilidade, por se tratar de um tema polêmico e com distintas definições consideradas ainda pouco precisas.

Adquirir uma coisa e fazer com que ela cresça, de lucro, renda, que tu veja que aquilo que tu adquiriu não vai ser só pra adquirir, tu vai crescer, tu vai fazer, tu mudar o teu perfil [...] - Cassiane

Na verdade eu não sei te dizer o que é sustentabilidade - Karla

Tal resultado pode justificar-se pelo fato de que a palavra sustentabilidade geralmente está associada automaticamente a práticas voltadas à ecologia e à conservação do meio ambiente. Conforme Lage (2001), esta associação se deve pelo fato da sustentabilidade ter suas raízes na ecologia e estar relacionada com a recomposição bem como a regeneração do ecossistema.

Visando atender a subcategoria “os pilares da sustentabilidade TBL” questionou-se como estes pilares estão estruturados no processo de gestão das empreendedoras bem como a ordem de importância. As evidências identificadas demonstraram que os três pilares estão equilibrados no processo de gestão em apenas duas empresas, consideradas as mais profissionalizadas e estruturadas, com um maior número de colaboradores e proporcionalmente uma maior cobrança por parte dos seus *stakeholders*. Nas demais respostas, identificou-se um desequilíbrio entre os pilares. O fator econômico prevalece considerado prioridade e o mais importante pelas entrevistadas conforme as falas apresentadas a seguir:

O econômico é minha prioridade na gestão – Karla

O econômico com certeza vem em primeiro lugar ainda mais porque a empresa é pequena – Louise

No meu processo de gestão eu viço mais o econômico, porque o ambiental não tem na minha empresa - Andreia

Quanto à subcategoria de análise “ações sustentáveis aplicadas ao negócio” ainda sobre os aspectos econômicos, foi questionado como as entrevistadas buscam esse resultado no processo de gestão. As respostas evidenciaram que a maioria não dispõe de planejamento (financeiro, estratégico, comercial/vendas e marketing/comunicação) realizando suas atividades ao acaso. Algumas atentam para a necessidade de aplicar ferramentas de gestão e planejamento para melhorar o desempenho econômico de suas atividades.

[...] Nós não temos planejamento, tudo vai conforme o pedido, conforme a demanda daqui. Também não divulgamos a empresa, só temos catálogos. É, o boca a boca e os catálogos, mas, por exemplo, assim, propaganda de mídia não. Para gerar um resultado financeiro melhor a gente vai atrás de vendedores – Naldi

Olha, para ser bem sincera contigo não tenho estratégia, plano de vendas e planejamento, nada disso. A gente, assim, trabalha hoje para conseguir amanhã, tipo assim, sabe? É um dia depois do outro, não tem planejamento, nunca teve [...] - Tatiane

Apesar do nível educacional identificado pela maioria das entrevistadas como elevado – nível superior completo, especialização ou graduação incompleta – uma pequena parte possui formação em Administração ou áreas afins, sem mencionar as que ainda não têm formação superior. As áreas de formação apontadas foram: Farmácia, Enfermagem, Pedagogia, Medicina, Serviço Social, Psicologia, Direito, Ciências Biológicas e Informática, as quais não tiveram em suas graduações disciplinas voltadas à Administração que pudessem lhes auxiliar no processo de gestão especialmente com viés econômico.

Algumas entrevistadas necessitaram buscar na especialização o conhecimento complementar sendo que novamente destaca-se que o contexto identificado apresenta uma oportunidade para que as Universidades da região, SEBRAE, CDL dos municípios e a própria AMOSC possam propor capacitações que atendam às variadas necessidades das

microempresárias como, por exemplo: gestão comercial, gestão de custos/financeira, gestão de pessoas, planejamento estratégico, dentre outros.

Na continuidade das respostas, 14,0% (quatorze por cento) das entrevistadas dispõe e/ou utilizam de planejamento, a exemplo do planejamento estratégico e demais ferramentas de gestão de forma estruturada. Tais empresas caracterizam-se por ser mais bem estruturadas e profissionalizadas dentre as empresas conduzidas pelas pesquisadas. Identificou-se que a maioria diz realizar alguma ação nesta esfera, correspondendo a 57,0% (cinquenta e sete por cento) das entrevistadas. A prática mais citada foi a separação adequada do lixo (orgânico e inorgânico) e a prática de ações visando a economia de água e energia. Contudo, identificou-se que algumas entrevistadas realizam ações voltadas ao meio ambiente principalmente porque essas ações resultam em ganho econômico ou oportunidade identificada para suas empresas.

Um fato preocupante evidenciado por parte das empreendedoras que comentaram pouco ou até mesmo não realizar alguma ação no campo ambiental é a inexistência de coleta seletiva e descarte adequado dos resíduos na maioria dos municípios visitados, o que pode representar um desestímulo ou justificativa para não fazê-lo, além de representar um fator negativo principalmente para o meio ambiente e a saúde pública. Das entrevistadas, 57,0% (cinquenta e sete por cento) afirmaram realizar alguma ação atribuída ao social. Alguns relatos deixam claro que a maioria das entrevistadas ainda associa o social ao assistencialismo (doações):

A gente faz doações às vezes quando tem aqui, é, festas da comunidade, essas coisas, assim né, eles vêm fazer arrecadação e a gente acaba dando, sempre, toda vida a gente deu, doou, então, é essa forma assim, não sei se seria um social, mas já é uma doação – Tatiane

Aqui a gente faz aquelas campanhas de doação né, desde fraldas, essas coisas a gente ajuda. Quando precisa de uma cadeira de rodas, aí faz aquelas arrecadações, [...]. E assim a gente vê que o pessoal tem um coração grande, eles colaboram, eles se ajudam [...] - Valdomira

Por outro lado, há empreendedoras que realizam outros tipos de ações que vão além de doações mencionadas, sendo pontuadas ações de incentivo a educação, parcerias estabelecidas com ONG's e palestras realizadas junto à comunidade.

Na sequência dos aspectos de ações sustentáveis, também se questionou as entrevistadas em relação à vantagem competitiva, que, para Porter (1985) surge do valor que uma empresa consegue criar para os compradores além de ultrapassar o custo de fabricação pela empresa. Portanto, mediante elucidação, quando questionadas se consideram que as organizações que prezam pelo equilíbrio sustentável têm maiores vantagens no mercado, 90,0% (noventa por cento) das entrevistadas acreditam que sim. No entanto, as respostas que evidenciaram a associação da vantagem competitiva como forma da empresa promover-se no mercado por meio das ações sustentáveis ligadas ao âmbito social e ambiental sinalizam certo cuidado e devem ser destacadas. Com relação a isso, muitas empresas passam a usar a sustentabilidade como marketing na melhora da sua imagem com o mercado, o que causa preocupação.

Desse modo, dando continuidade ao desenvolvimento da pesquisa na subcategoria “Benefícios e desafios para empreender de forma sustentável”, quando questionadas sobre os benefícios que percebem na sustentabilidade, a maioria das entrevistadas mencionou o fato de a prática da sustentabilidade estar associada a um mundo melhor principalmente pelos benefícios que proporciona nos campos social e ambiental, correspondendo a 62,0% das entrevistadas. Já quanto às dificuldades e desafios identificados, sobressaíram-se a percepção da falta de apoio e envolvimento da esfera pública e de entidades; a falta de projetos de

sustentabilidade e, além disso, a necessidade de esclarecer e disseminar o conceito de sustentabilidade, bem como importância e maneiras para tornar uma empresa sustentável.

Vejo que para a maioria ainda não está claro o que é sustentabilidade. Deveria ter um maior esclarecimento – Andreia M.

Precisa do envolvimento de órgãos competentes, deixar mais claro o que se trata a sustentabilidade e dar mais apoio porque tem muita gente que está por fora ainda né, na verdade interior fora da realidade - Rose

Novamente esse resultado traz uma preocupação ao representar um *gap* existente por parte de entidades de classe, sindicatos patronais, Universidades, associações, Prefeituras e demais órgãos que teriam a responsabilidade de elucidar essas questões, de criar projetos e aplicá-los junto aos empreendimentos. Fica evidente que independentemente de gênero, essas mulheres empreendedoras carecem de vários instrumentos que possam tornar seus empreendimentos mais sustentáveis. Portanto, é de interesse dos municípios em questão, fomentar os empreendimentos que neles estão estabelecidos, pois esses empreendimentos são os que mais estão crescendo no país em sua maioria MPE's, lideradas por mulheres, impactando no desenvolvimento e crescimento dos municípios em questão.

Deve-se assim contar com o apoio de instituições parceiras que queiram transformar a Microrregião da AMOSC em municípios sustentáveis por meio da prática do empreendedorismo sustentável que, para Hockerts e Wüstenhagen (2010) é definido como a criação de negócios que combinam a geração de valor econômico, o social e o ambiental simultaneamente. O empreendedorismo sustentável vai além do objetivo econômico abrangendo também os benefícios sociais e ambientais (JACOBS, 1995).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo realizado, as evidências demonstram uma fragilidade na concepção e prática da sustentabilidade junto às empreendedoras entrevistadas. Apesar da sustentabilidade estar em debate nos mais diversos contextos, muitas ainda desconhecem a forma de colocá-la em prática, representando um desafio internalizar a sustentabilidade no dia a dia destas empresárias.

Constata-se que as entrevistadas vivenciam diversas dificuldades no processo de gestão de seus empreendimentos, lidando com fatores como a falta de planejamento, organização e controle de suas atividades, já que algumas vieram de áreas diferentes da Administração, além de lidarem com aspectos inerentes a condição de gênero, como o fato de conciliar as atividades empreendedoras com o papel de mãe e esposa. Também, lidam com situações a exemplo da discriminação ainda existente, porém, em contrapartida identificam que as mulheres empreendem de maneira diferente, ao caracterizarem-se como mais detalhistas, sensíveis, flexíveis e focadas.

Quanto à aplicabilidade da sustentabilidade, este estudo trouxe uma realidade distante da considerada ideal. O resultado obtido pode ser atribuído ao fato das empresas por ser de pequeno porte ou ainda consideradas empresas jovens, vislumbrarem primeiramente a consolidação econômica. As respostas também podem estar associadas ao fato de a maioria das entrevistadas estarem atuando no segmento do comércio, que, por não estar ligada diretamente à esfera social ou ambiental acabam não percebendo uma correlação existente.

As que mencionaram voltar-se para a gestão social também possuem uma visão reducionista sobre as dimensões que ela concebe, pois conforme Caçango, Silva Jr. e Tenório (2012), a gestão social emerge da necessidade de formação de gestores que consigam conciliar a sensibilidade social e as competências requeridas junto aos novos desafios

impostos pela dinâmica econômica, social e ambiental, oriundos dos reflexos de uma economia globalizada.

Desse modo, identifica-se que instituições presentes na sociedade como, por exemplo, as Universidades, Entidades, Associações e o poder público dos municípios possam estar oportunizando esta clarificação, bem como apresentando caminhos sustentáveis para essas empresas. Há também a oportunidade de se construir espaços de debate e aprendizado sobre a sustentabilidade como uma das possibilidades de sobrevivência, não somente dos negócios, mas da própria condição do ser humano com qualidade de vida e apresentar ações para demonstrar a importância em se desenvolver os empreendimentos de maneira sustentável, equilibrada e harmônica com o tripé da sustentabilidade.

Torna-se relevante mencionar, quanto aos fatores limitadores deste estudo, a falta de informações sobre o atual número de empreendedoras na Microrregião estudada, bem como os segmentos de atuação que as mesmas conduzem, cabendo um estudo de levantamento de perfil nos municípios investigados. Frente à exposição da realidade quanto à ótica da sustentabilidade dessas mulheres, chegou-se a resultados já observados, porém, com a realização desta pesquisa tem-se uma constatação. A pesquisa acabou gerando importantes reflexões quanto à distância ainda existente entre a teoria e a prática, ou seja, do modelo ideal para o real. Há, neste sentido, a necessidade de se reavaliar diversos aspectos, principalmente por parte das esferas públicas e privadas que estão comprometidas com questões estratégicas, pois se constatou uma realidade um tanto distante do que é pregado até mesmo pelas escolas de Administração.

Portanto, com a finalidade de subsidiar a formulação de estratégias para o fortalecimento do empreendedorismo sustentável em prol do futuro junto à região estudada e consequentemente às empreendedoras dos municípios da AMOSC apontam-se, por meio deste estudo, as seguintes sugestões:

- a) Inclusão da disciplina de Sustentabilidade na matriz curricular dos Cursos de Graduação em Administração nas Universidades da Microrregião da AMOSC;
- b) Parcerias firmadas para o desenvolvimento de Consultorias e Projetos para MPE's lideradas por mulheres;
- c) Criação do programa de palestras: Empreendedoras Sustentáveis AMOSC.

Essas são, portanto, as contribuições deste estudo tanto para as mulheres empreendedoras, quanto para os municípios que integram a AMOSC esperando-se que haja mudanças significativas em prol de um futuro melhor, tanto para as empresas, para pessoas e comunidade que a integram e para o meio ambiente. Destaca-se que são alguns passos em prol de uma Microrregião mais sustentável, não se resumindo a apenas essas ações. Enfatiza-se que as mesmas deverão ter continuidade e ser integradas a outras possíveis soluções que possam se apresentar relevantes no decorrer do caminho.

REFERÊNCIAS

- AMOSC – ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DO OESTE DE SANTA CATARINA. Municípios. Disponível em: <www.amosc.org.br/municipios> Acesso em: 15 julho 2013.
- ARAÚJO, Cinara Gomes de. **Por que as empresas investem em responsabilidade social?** Soc. estado. [online]. vol. 21, n.3, pp. 808-809, 2006.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.
- _____. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal; Ed. 70, 1977.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação**. Porto: Porto Editora, 1994.
- BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. M. **O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor**: Em busca de oportunidades de novos negócios como solução para

problemas sociais e ambientais. Revista Economia & Gestão – v. 12, n. 29, maio./ago. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/economiae gestao/article/view/P.1984-6606.2012v12n29p109/4540>> Acesso em: 14 Abr. 2014.

BRUNELLI, Mariana; COHEN, Marcos. **Definições, Diferenças e Semelhanças entre Empreendedorismo Sustentável e Ambiental**: Análise do Estado da Arte da Literatura entre 1990 e 2012. XXXVI Encontro ANPAD. Rio de Janeiro/RJ. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2012/ESO/Tema%2005/2012_ESO2100.pdf> Acesso em: 14 Abr. 2014.

CANÇADO, Airton C., SILVA JR. Jeová Torres; TENÓRIO, Fernando G. (Org.). **Gestão Social**: aspectos teóricos e aplicações. Ijuí: Ed. Unijuí, 2012.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Conceito de Sustentabilidade**. Disponível em: < http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?artigo_id=9166&n_link=revista_artigos_leitura>. Acesso em: 18 Fev. 2014.

CORAL, Elisa. **Modelo de planejamento estratégico para a sustentabilidade empresarial**. 2002. 282f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC, 2002.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ELKINGTON, John. **Cannibals With Forks**: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. New Society Publishers. Gabriola Island BC: Canada, 1998. 407 p.

_____. **Empreendedorismo no Brasil: 2012**. Disponível em: < http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202012.pdf> Acesso em 23 Set., 2014.

_____. **Empreendedorismo no Brasil: 2013**. Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM_2013_Pesquisa_Completa.pdf> Acesso em: 28 Out. 2014.

GLENN, J. C.; GORDON, T. J. **State of the Future**: Issues and Opportunities, The Millennium Project, American Council for the United Nations University, Washington, DC, 1998.

INSTITUTO ETHOS. **Política Nacional de Resíduos Sólidos** - Desafios e Oportunidades para as Empresas. 2012. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/08/Publica%C3%A7%C3%A3o-Residuos-Solidos_Desafios-e-Oportunidades_Web_30Ago12.pdf>. Acesso em: 12 Jan. 2015.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Tradução: Lene Belon Ribeiro. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P., SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HOCKERTS, K.; WÜSTENHAGEN, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids — Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, 25, 481–492.

JACOBS, M. **Sustainable development, capital substitution and economic humility**: a response to Beckerman. Environmental Values, v. 4, n. 1, p. 57-68, 1995.

JONATHAN, Eva G. **Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder**. Psic. Clin., Rio de Janeiro, vol.23, n.1, p.65 – 85, 2011.

LAGE, Aline Carvalho. **Administração Pública Orientada para o Desenvolvimento Sustentável**: Um Estudo de Caso: Os ventos das mudanças no Ceará também geram energia. Rio de Janeiro: FGV, 2001, Dissertação (Mestrado em Administração Pública). Escola Brasileira de Administração Pública, Fundação Getúlio Vargas, 2001. Disponível em:

<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3547/Dissertacao_Allene.PDF?sequence=1> Acesso em: 05 Out. 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1999. 270 p.

LINDO, M. R.; CARDOSO, P. M.; RODRIGUES, M. E.; Wetzel, Ú. Vida pessoal e vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Contemporânea RAC-Eletrônica**, v.1, n.1, p. 1-15, 2007.

MINAYO, M.C.S. (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis,RJ., Vozes, 1994.

PIMENTA, Handson Claudio Dias; GOUVINHAS, Reidson Pereira. **A produção mais limpa como ferramenta da sustentabilidade empresarial: um estudo no estado do Rio Grande do Norte**. Prod. [online]. vol. 22, n.3, pp. 462-476. Epub June 21, 2012.

RICO, Elizabeth de Melo; DEGENSZAJN, Raquel Raichelis (Orgs.). **Gestão social: uma questão em debate**. São Paulo: EDUC; IEE, 1999.

ROBBINS, Stephen P. **Administração: Mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2003.

SACHS, Ignacy. **Estratégias de Transição para o Século XXI: Desenvolvimento e Meio Ambiente**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

SEHNEM, Simone. **Análise dos recursos, estratégias ambientais e desempenho de organizações**. Tese (Doutorado em Administração e Turismo) – Universidade do Vale do Itajaí – Biguaçu, 2011.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Atuação feminina**. Disponível em: < <https://bemmaisemt.wordpress.com/tag/sebrae/>> Acesso em: 03 Ago. 2014.

_____. **Estudo do Sebrae revela o avanço do empreendedorismo feminino**. Disponível em: < <http://www.pi.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PI/Estudo-do-Sebrae-revela-o-avan%C3%A7o-do-empreendedorismo-feminino>> Acesso em: 13 Ago. 2013.

SERASA EXPERIAN. **Brasil tem 6 milhões de mulheres sócias de empresas, mostra estudo inédito da Serasa Experian**. Disponível em:

<<http://noticias.serasaexperian.com.br/brasil-tem-6-milh%C3%B5es-de-mulheres-s%C3%B3cias-de-empresas-mostra-estudo-in%C3%A9dito-da-serasa-experian/>> Acesso em: 22 Abr. 2014.

APÊNDICE – INSTRUMENTO DE PESQUISA

BLOCO I – PERFIL DA ENTREVISTADA

1 - Idade:		
<input type="checkbox"/> Até 25 anos	<input type="checkbox"/> Solteira	<input type="checkbox"/> 3 - Filhos:
<input type="checkbox"/> 26 a 30 anos	<input type="checkbox"/> Casada	<input type="checkbox"/> Sim. Quantos? ____
<input type="checkbox"/> 31 a 35 anos	<input type="checkbox"/> União Estável	<input type="checkbox"/> Não
<input type="checkbox"/> 36 a 40 anos	<input type="checkbox"/> Separada	
<input type="checkbox"/> 41 a 45 anos	<input type="checkbox"/> Divorciada	
<input type="checkbox"/> 46 a 50 anos		
<input type="checkbox"/> Acima de 50 anos		
4 - Escolaridade:		
<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental completo		
<input type="checkbox"/> Ensino Fundamental incompleto		
<input type="checkbox"/> Ensino Médio completo		
<input type="checkbox"/> Ensino Médio completo		
<input type="checkbox"/> Ensino Superior completo. Curso: _____		
<input type="checkbox"/> Ensino Superior incompleto. Curso: _____		
<input type="checkbox"/> Pós Graduação completa. Curso: _____		
<input type="checkbox"/> Pós Graduação incompleta. Curso: _____		

Mestrado completo. Curso: _____

Mestrado incompleto. Curso: _____

BLOCO II – EMPREENDEDORISMO

5 - Segmento do Empreendimento:

Comércio. _____

Serviços. _____

Indústria. _____

6 - Tempo que empreende:

Até 5 anos

De 6 a 10 anos

De 11 a 15 anos

De 16 a 20 anos

Acima de 20 anos

7) Conte-me sobre quais foram as principais motivações para ter se tornado empreendedora.

8) Alguém da sua família é ou foi um(a) empreendedor(a)?

9) Houve apoio de alguém para empreender?

10) Considera que o fato de ser mulher reflete em uma maior cobrança e pressão por resultados?

11) Qual sua satisfação, quanto à inserção da mulher no campo empreendedor?

12) Você evidencia características particulares do empreendedor masculino para o feminino? Considerando sim, quais seriam e, quais percebem no seu cotidiano?

BLOCO III – SUSTENTABILIDADE

13) O que significa sustentabilidade para você?

14) Sabendo que a sustentabilidade preza pelo equilíbrio econômico, ambiental e social, em seu processo de gestão, como estão estruturados estes 3 pilares e qual a ordem de importância? Comente.

15) Em seu processo de gestão como busca o resultado econômico para sua empresa?

16) Em seu processo de gestão, está contemplada a sustentabilidade ambiental? De que forma?

17) Em seu processo de gestão está contemplada a sustentabilidade social? De que forma?

18) Considera que as organizações que prezam pelo equilíbrio sustentável têm maiores vantagens no mercado?

19) Em sua opinião, quais são as facilidades que atualmente a sustentabilidade apresenta?

20) Em sua opinião, quais são as dificuldades que atualmente a sustentabilidade apresenta?

21) Considerações/Sugestões: