

KELEM CAMARGO BOARETTO JANSSENS

DO JEITO QUE ESTÁ NÃO VAI DAR CERTO
UM LIVRO INTERATIVO COMO FERRAMENTA DE APOIO AO
EMPREENDEDORISMO FEMININO PARA A EMPRESA SABEDORAMA

JOINVILLE

2020

KELEM CAMARGO BOARETTO JANSSENS

DO JEITO QUE ESTÁ NÃO VAI DAR CERTO
UM LIVRO INTERATIVO COMO FERRAMENTA DE APOIO AO
EMPREENDEORISMO FEMININO PARA A EMPRESA SABEDORAMA

Memorial descritivo apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design na Universidade da Região de Joinville.
Orientador: Professor Dr. Luiz Melo Romão.

JOINVILLE

2020

Catálogo na publicação pela Biblioteca Universitária da Univille

Janssens, Kelem Camargo Boaretto

J35d Do jeito que está não vai dar certo: um livro interativo como ferramenta de apoio ao empreendedorismo feminino para a empresa Sabedorama/ Kelem Camargo Boaretto Janssens; orientador Dr. Luiz Melo Romão. – Joinville: UNIVILLE, 2020.

61 f. : il.

Relatório técnico (Mestrado em Design – Universidade da Região de Joinville)

1. Empreendedorismo. 2. Mulheres de negócios. 3. Criatividade. I. Romão, Luiz Melo (orient.). II. Título.

658.421

CDD

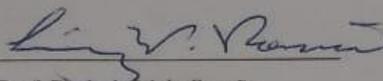
Elaborada por Ana Paula Blaskovski Kuchnir – CRB-14/1401

Termo de Aprovação

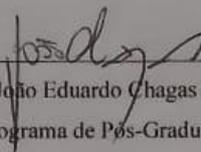
“Do jeito que está não vai dar certo” – Um Livro Interativo como Ferramenta de Apoio ao Empreendedorismo Feminino para a Empresa Sabedorama”
por

Kelem Camargo Boaretto Janssens

Projeto Final julgado para a obtenção do título de Mestra em Design, aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design – Mestrado Profissional.

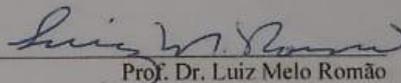


Prof. Dr. Luiz Melo Romão
Orientador (UNIVILLE)

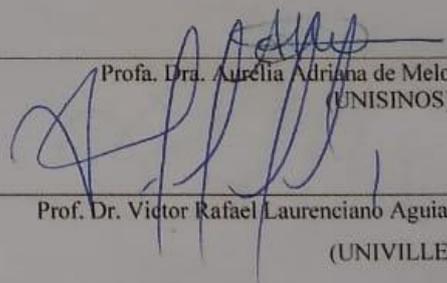


Prof. Dr. João Eduardo Chagas Sobral
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design

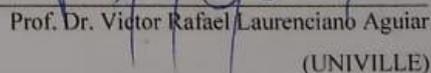
Banca Examinadora:



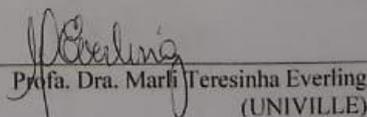
Prof. Dr. Luiz Melo Romão
Orientador (UNIVILLE)



Profa. Dra. Aurelia Adriana de Melo
(UNISINOS)



Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar
(UNIVILLE)



Profa. Dra. Marli Teresinha Everling
(UNIVILLE)

Joinville, 25 de junho de 2020.

RESUMO

Este relatório técnico investiga, dentro do contexto da inovação aplicada ao segmento empreendedor, como a utilização da criatividade pode acarretar impactos positivos para a atividade empreendedora protagonizada por mulheres. No panorama empresarial e corporativo brasileiro, o empreendedor precisa superar obstáculos das mais diversas naturezas para conquistar o sucesso. As mulheres que optam por enfrentar esse desafio possuem ainda mais entraves em sua jornada devido a aspectos culturais, familiares e/ou financeiros. Reconhecendo essa necessidade de superação do público feminino, foi desenvolvido um livro interativo com ênfase na criatividade e, de fácil compreensão, que pode ser utilizado para potencializar a atividade empreendedora das mulheres.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Criatividade; Inovação Social;

ABSTRACT

This technical report investigates, within the context of innovation applied to the entrepreneurial segment, how the use of creativity can have positive impacts on the entrepreneurial activity led by women. In the Brazilian business and corporate landscape, the entrepreneur needs to overcome obstacles of the most diverse natures to achieve success. Women who choose to face this challenge have even more obstacles in their journey due to cultural, family and / or financial aspects. Recognizing this need to overcome the female audience, an interactive book was developed with an emphasis on creativity and made easy to understand, which can be used to enhance the entrepreneurial activity of women.

Keywords: Female Entrepreneurship; Creativity; Social Innovation;

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Me chamo Kelem Camargo Boaretto Janssens e é um imenso prazer escrever sobre um tema ao qual me dedico diariamente para buscar conhecimento e aplicar no meu dia a dia profissional. A jornada empreendedora possui infinitos desafios, altos e baixos, certezas e incertezas, porém, ela pode ser facilitada e impulsionada através do conhecimento. Conhecimento este que temos por objetivo compartilhar através deste trabalho.

Minha motivação para tal projeto tem raiz na minha própria vivência dentro do empreendedorismo e meu convívio com outras empreendedoras que são desafiadas diariamente a terem melhores resultados.

Apesar deste trabalho focar no apoio ao empreendedorismo feminino e buscar atingir as classes mais baixas, meu desejo é que a solução desenvolvida neste projeto não se restrinja a um determinado gênero, idade ou classe social, mas que possa acarretar benefícios para todas as pessoas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Fases do método HCD dividido em atividades	24
Figura 02 – Imagem ilustrativa da capa do livro com cartas	28
Figura 03 – Imagem ilustrativa demonstrando o tamanho do livro	28
Figura 04 – Imagem ilustrativa das páginas internas do livro	29

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	07
1.1 Contextualização do Problema	10
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 Justificativa	13
1.4 Atuação e Impacto no Desenvolvimento Econômico e Social	16
2. REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 Empreendedorismo	17
2.2 Design	17
2.3 Criatividade	19
2.4 Empreendedorismo Criativo	20
3. MÉTODO PROJETUAL	23
3.1 Caracterização da pesquisa	23
3.2 Detalhamento das etapas do projeto	24
4. RESULTADOS ALCANÇADOS	36
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
6. REFERÊNCIAS	53
7. ANEXOS	55
7.1 Roteiro da Entrevista	55
7.2 Autorização para a Biblioteca Universitária	63

1. INTRODUÇÃO

A atividade empreendedora se consolidou no Brasil como uma forma de aliar a expectativa de sucesso financeiro com propósito e finalidade. O relatório Empreendedorismo no Brasil – 2018, publicado pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018), mostrou que dois em cada cinco brasileiros com idade entre 18 e 64 anos estavam à frente de alguma atividade empresarial ou tinham sólidos planos para abrir um negócio. A pesquisa ainda mostra que, 61,8% dos novos empreendedores, abrem seus negócios motivados pela identificação de uma oportunidade de mercado.

Outro destaque importante do estudo foi a presença das mulheres nos empreendimentos em estágio inicial, dados que já se confirmavam de forma positiva na edição anterior do relatório. Neste estágio a participação do público empreendedor feminino, em especial entre 18 e 34 anos, é igual ao masculino. Ou seja, a existência de um equilíbrio de gêneros na atividade empreendedora, tende a qualificar melhor os negócios.

Osório (2019a) também apresenta algumas pesquisas que mostram que 43% dos donos de empresas no Brasil são do sexo feminino, contra uma participação de 57% do sexo masculino. Outro dado interessante é que do total de empresas ativas no país, 30% delas tem mulheres como sócias. O relatório mostra ainda que 59% das empreendedoras brasileiras estão na classificação de pequenas e médias empresas e 11% são sócias de grandes empresas.

Se o interesse ou a vontade de permanecer no mercado, através de um negócio de sucesso, vem se equilibrando entre os públicos masculinos e femininos, não menos desafiante é a tarefa de conceber um novo negócio independentemente da área de atuação. É preciso, por exemplo, definir as principais tendências e oportunidades de cada nicho mercadológico, desenvolver estratégias que possibilitem maior facilidade e assertividade nos negócios e encontrar maneiras de expandir a atuação em meio ao emaranhado jurídico e tributário que é a legislação brasileira.

Na busca pelas bases necessárias para a concepção e o desenvolvimento de novos negócios, o debate acerca do empreendedorismo feminino ganha ainda mais relevância. Se os dados apontam um aumento exponencial do número de

mulheres à frente de empresas, ao mesmo tempo, a atividade ainda é permeada por desafios dos mais diversos.

A discussão referente aos desafios do ser mulher e empreendedora, é um assunto que sempre está em pauta quando se fala de negócios liderados por mulheres, afinal, mesmo que muitas pessoas não acreditem, existem muitos preconceitos, que por mais moderna que seja nossa sociedade, ainda não foram absorvidos.

Ao mesmo tempo em que a imprensa nacional e diversos programas de entretenimento destacam de forma constante exemplos de mulheres que fazem sucesso no mundo do empreendedorismo, muitas das quais oriundas das camadas menos favorecidas da população brasileira, diversos obstáculos precisam ainda ser superados para que a atividade empreendedora no país se notabilize como um segmento ainda mais pluralizado e democrático.

As conquistas vêm acontecendo e são graduais, mas barreiras ainda existem e precisam ser quebradas. Osório (2019b) afirma que questões como a baixa autoconfiança e crença em seu potencial empreendedor, falta de apoio de familiares, ambiente predominantemente masculino, discriminação de gênero e a dupla jornada de trabalho das mulheres, mostram que muitos desafios ainda precisam ser vencidos.

Se, por um lado, a nova ordem econômica estabelecida favorece a inserção dos mais diversos públicos, incluindo as mulheres, no desenvolvimento de atividades produtivas, ela também é responsável pela precarização e flexibilização das jornadas de trabalho, ampliando-as a limites questionáveis. Para o público feminino, cuja jornada dupla de trabalho é comum, os desafios do empreendedorismo ganham em relevância na comparação com os empreendedores do sexo masculino.

Conforme aponta Natividade (2009), mulheres quando empregadas recebem salários inferior aos homens, mesmo ocupando a mesma posição profissional; tem participação elevada no mercado informal e em ocupações precárias e/ou sem remuneração. O que revela a má qualidade das condições do trabalho feminino e uma alteração no padrão da divisão sexual do trabalho.

Como a história brasileira insiste em provar, é impossível ater-se apenas às políticas públicas no que tange a solução dos problemas. É preciso capacitar o trabalho das empreendedoras de forma que estejam preparadas para resolver os desafios de maneira criativa e inovadora, tendo segurança na tomada de decisões, com total autonomia para crescer.

Este projeto que está sendo apresentado, vem atender a uma demanda da empresa Sabedorama e tem como proposta compreender de que forma o design e a criatividade podem contribuir significativamente para potencializar negócios de mulheres empreendedoras.

A Sabedorama foi criada com o objetivo de compartilhar conhecimento e tornar a atividade empreendedora uma jornada descomplicada e sem turbulência, utilizando o aprendizado e a criatividade como elemento diferencial dos processos. Dessa forma, ao longo do tempo, diversas ações foram concebidas na direção da democratização de conhecimentos estratégicos ao público empreendedor.

Entre essas ações, destacam-se diversas iniciativas tendo como foco principal as mulheres empreendedoras. Cursos, workshops, eventos dedicados integralmente ao público feminino e conteúdos gratuitos transmitidos através das mídias sociais tendo como convidadas empreendedoras de sucesso, enfatizam ainda mais a estreita conexão que a Sabedorama sempre cultivou com o empreendedorismo feminino.

Com o propósito de atender as solicitações da empresa Sabedorama, foram realizadas diversas pesquisas teóricas através de ferramentas e procedimentos metodológicos de processo de design, pesquisas de opinião e aplicações com o público-alvo. Estas atividades resultaram no desenvolvimento de um livro interativo para apoio ao empreendedorismo feminino. A proposta visa promover ações voltadas à manutenção de negócios já existentes, e não foca na criação e construção de novos negócios, com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre a atividade empreendedora, empreendedorismo criativo, criatividade, inspiração, motivação e outras atitudes que podem ser úteis para promover autonomia na trajetória de mulheres empreendedoras.

1.1 Contextualização do Problema

A ideia de empreendedorismo que se pretende debater neste trabalho, vai muito além do registro formal de uma nova empresa nos órgãos de fiscalização e, consecutivamente, da realização de uma atividade produtiva objetivando um retorno de natureza financeira. O conceito de empreendedorismo aqui defendido é plural e abrangente, e se manifesta como um elemento cultural que se desenvolve de forma orgânica, sem um padrão pré-determinado e, que, acima de tudo, tem a intenção de elevar a qualidade de vida do público por ele impactado.

De acordo com Baggio e Baggio (2015), o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação, qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. Empreendedorismo é atitude!

Nesse contexto, o empreendedorismo feminino pode ser descrito como uma atividade revolucionária na medida em que promove a ruptura de paradigmas. No âmbito social, a atividade é uma alavanca fundamental no processo de empoderamento das mulheres e, no aspecto econômico, ela tende a desmistificar a imagem tradicional de uma sociedade patriarcal em que o homem é o único responsável financeiro da família.

Embora, conforme descreve (CORDEIRO, 2019), uma pesquisa realizada em 2012, e repetida em 2019 pela consultoria Zenger/Folkman tenha apontado que líderes mulheres são tão eficazes quanto os homens, os desafios do empreendedorismo feminino são maiores do que o masculino.

Entre os principais entraves para o sucesso das mulheres no ambiente empreendedor estão o menor acesso a créditos, investimentos e financiamentos; as dificuldades em conciliar a vida pessoal e profissional, em função da responsabilidade de criar os filhos que muitas vezes não é compartilhada com o marido/companheiro; os preconceitos frutos de uma visão masculinizada dos negócios; o faturamento menos rentável dos empreendimentos, embora o nível de escolaridade tenda a ser superior que o dos homens, e a síndrome da impostora,

que se traduz no sentimento de falta de confiança para desempenhar determinadas atividades.

Esses obstáculos afetam as mulheres no início dos negócios e, também, no seu desenvolvimento. De acordo com o relatório *GEM Empreendedorismo no Brasil – 2019* (GEM, 2019) na passagem dos empreendedores iniciais aos estabelecidos é maior o abandono de mulheres do que de homens. Segundo o documento, isso ocorre devido principalmente a três motivos: os negócios femininos serem menos longevos, a motivação de criar um negócio por necessidade e não por oportunidade e outros aspectos socioculturais como o maior envolvimento das mulheres nas atividades domésticas.

No Brasil, o empreendedorismo feminino vem se destacando e se consolidando como uma alternativa de trabalho e renda para muitas mulheres. Segundo dados divulgados pela MEI Fácil, plataforma digital para quem já é ou quer se tornar um microempreendedor individual, cerca de 55% dos usuários da ferramenta são mulheres empreendedoras, número que reitera o crescimento do público feminino nos setores que são impactados pelo microempreendedorismo. A concentração de mulheres ainda é maior em setores tradicionalmente conhecidos como mais femininos, como os de vestuário, vendas diretas e beleza. Nessas atividades, as mulheres representam mais do que 75% dos empreendedores (CATRACALIVRE, 2018).

É através do afinamento no campo de estudo, do estreitamento da análise do segmento empreendedor e da percepção das singularidades e particularidades dessa atividade sob a ótica feminina, que esse trabalho aponta seus questionamentos.

É visto que a participação das mulheres na vida econômica brasileira aumenta consideravelmente a cada ano. Cada vez mais mulheres buscam abrir seus negócios, querem uma atividade rentável e que possa ser construída de forma autônoma e independente. Os dados mostrados em GEM (2018) apontam que o empreendedorismo tem despertado mais interesse das mulheres. A proporção de 'Empreendedores Novos' – os que têm um negócio com menos de 3,5 anos – é maior entre elas: 15,4% contra 12,6% de homens.

Outra questão que é absolutamente essencial ao desenvolvimento do trabalho é o fato das mulheres terem assumido, em muitos casos, o papel de principal fonte de renda em suas famílias. As novas dinâmicas familiares e, especialmente, a ampliação da oferta de trabalho, promoveu mudanças significativa nas estruturas familiares, o que aumentou bastante o protagonismo feminino frente à responsabilidade de gerir a família. Por sua vez, esse protagonismo se tornou ainda mais expressivo dado ao número de mulheres que decidiram se tornar empreendedoras e abriram uma nova empresa no Brasil.

Empreender é um caminho desafiador para pessoas de qualquer gênero, idade ou condição social. Porém, claramente, existem grupos ainda menos favorecidos. Mulheres, autônomas, provedoras do lar, de baixa renda e que não se consideram empreendedoras, certamente, fazem parte deste grupo que precisa de um suporte maior por, na maioria das vezes, não terem conhecimento ou recursos financeiros para investir em capacitações ou cursos de aperfeiçoamento.

Diversos são os motivos que levam as mulheres a empreender, tais como, uma maior liberdade de tempo para cuidar dos filhos, falta de oportunidades no mercado de trabalho e necessidade de sustentar a família. Entretanto, muitas fracassam. Desmotivação e frustração, principalmente dentro do próprio ambiente doméstico, tem um impacto enorme nos negócios e como consequência, muitas vezes, a falência.

Sabe-se que outro grande desafio do empreendedorismo feminino está nas diversas atribuições da mulher. Conforme destaca Osório (2019b), muitas mulheres após uma longa jornada de trabalho, ainda chegam em casa e precisam cuidar de uma série de funções domésticas, estabelecendo um regime de dupla jornada de trabalho, conhecido pela maioria das empreendedoras brasileiras.

Entretanto, acredita-se que por meio de capacitações e um maior conhecimento da atividade empreendedora esta jornada pode ser impulsionada e facilitada. Afinal, como observou Schumpeter (1982), a essência do empreendedorismo está na percepção e no aproveitamento de novas oportunidades no âmbito dos negócios, portanto, o exercício da criatividade e a utilização das ferramentas de design são formas contemporâneas de aproveitar essas oportunidades no ambiente de negócios, potencializando, assim, o

empoderamento feminino e a formação empreendedora e contribuindo para que as mulheres, sejam capazes de resolver os desafios de seu próprio negócio e gerando soluções que agreguem resultados positivos.

1.2 OBJETIVOS

Com o objetivo de nortear a realização desta pesquisa, foram elaborados os objetivos gerais e específicos baseados na realidade do segmento empreendedor brasileiro e fundamentados na questão principal da pesquisa.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é o desenvolvimento de um livro interativo, com ênfase na criatividade, para auxiliar na promoção da autonomia de mulheres na trajetória empreendedora.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar e compreender os principais desafios do público-alvo no que se refere à capacidade e habilidade empreendedora.
- b) Identificar as competências e características necessárias para empreender no panorama brasileiro contemporâneo.
- c) Analisar e sintetizar os dados levantados para auxiliar na geração de ideias para o desenvolvimento da ferramenta.
- d) Testar alternativas de apoio, utilizando o design com ênfase na criatividade, para potencializar o empreendedorismo feminino.
- e) Desenvolver, testar e entregar o livro interativo.

1.3 Justificativa

O empreendedorismo se tornou um vetor de desenvolvimento vital para a economia moderna. Em grande parte dos países do mundo, incluindo o Brasil, a atividade empreendedora, além de proporcionar, geração de emprego e renda para as mais diferentes camadas populacionais, com apelo especial às populações menos favorecidas, tem impacto direto nas diversas estruturas sociais.

Conforme Hisrich and Peter (2004), o papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita, envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade.

No panorama brasileiro, a atividade empreendedora se tornou pauta obrigatória dos estudos econômicos a partir 1980 e, para alguns autores, como em Baggio e Baggio (2015), o empreendedorismo é uma *característica inerente* do povo brasileiro. A escolha por empreender é um momento de grande importância, uma vez que gera enormes mudanças, tanto na rotina, quanto nas demandas profissionais. Novas habilidades são necessárias e novos conhecimentos precisam ser dominados.

Na imensa lista de características, qualidades e competências necessárias para a tarefa de empreender, nada mais natural que o aparecimento de questionamentos dos mais diversos. Dúvidas que muitas vezes não são sanadas, pois empreender pode ser solitário para muitos, principalmente quando é feito de forma autônoma, sem que haja alguém com quem conversar, compartilhar os desafios e projetar de forma co-criativa estratégias futuras para o negócio.

Nesse ponto, o exercício da criatividade se apresenta como uma oportunidade de capacitar os empreendedores, aprimorando suas habilidades e, principalmente, agregando conhecimentos vitais para o bom desenvolvimento da atividade empreendedora. Conforme Wechsler (1998) uma visão unidimensional da criatividade foi sendo progressivamente abandonada e, a partir da década de 1970, amplia-se a percepção do fenômeno criativo combinando aspectos afetivos e cognitivos. Outro ponto de destaque é que, a partir da mesma época, é demonstrada a relevância da criatividade em diversos campos da vida cotidiana, como a educação e o ambiente organizacional.

Além dos aspectos relacionados à importância da capacitação e do uso da criatividade como ferramenta estratégica, ainda é necessário e fundamental enfrentar um grande obstáculo: o resgate ou ampliação da autoestima do público feminino ligado ao empreendedorismo. O empreendedorismo é uma área do conhecimento humano multidimensional, que influencia e sofre influência direta de aspectos cognitivos, afetivos, ambientais e sociais. Com isso, esse trabalho se

justifica ao potencializar e democratizar o acesso das mulheres de baixa renda, utilizando de uma linguagem acessível e que dialogue com as perspectivas deste público específico às ferramentas criativas e de design, consideradas estratégicas para a gestão de um negócio e permitindo a resolução das problemáticas com mais autonomia, agilidade, eficiência e segurança.

Nada que não evolua cresce. Pelo contrário, caso as pessoas não estejam dispostas a mudar, seus negócios irão em algum momento fechar. De forma cada vez mais rápida e crescente as demandas do mercado mudam, novas tecnologias surgem e as empresas precisam acompanhar esta constante revolução para seguir gerando valor para seus consumidores. Portanto, compreender que todas as pessoas são criativas, ter conhecimento da importância da criatividade e da inovação na atividade empreendedora, e aprender a utilizar as melhores ferramentas e metodologias baseadas na criatividade, é essencial para ampliar os horizontes profissionais e pessoais das empreendedoras que são o público-alvo deste trabalho.

Sendo assim, como resultado deste projeto, foi desenvolvido um livro interativo, com ênfase na criatividade, no formato físico e digital e com algumas características que demonstram os benefícios deste modelo: **baixo custo**, permitindo uma reprodução em grande escala sem a necessidade de um investimento muito alto; **flexibilidade de uso**, possibilitando que as empreendedoras utilizem os conhecimentos de formas variadas na medida em que foram surgindo a necessidade; **facilidade de acesso**, é possível ler o livro nos mais diversos lugares e situações; **aproveitamento do tempo da empreendedora**, uma vez que a leitura pode ser realizada em momentos variados, não sendo necessário nenhum tipo de preparação anterior; **utilização de ferramentas tecnológicas**, o acesso na versão digital pode ser realizado em qualquer modelo de smartphone, permitindo uma maior escala; **acessibilidade**, o formato digital, além de *e-book*, conta com *audiobook*, para que seja possível ouvir o material; e a **potencialização da experiência interativa**, criando um diálogo mais eficaz e participativo com as leitoras.

1.4 Atuação e Impacto no Desenvolvimento Econômico e Social

Este projeto tem como propósito levar conhecimento e informação para que as mulheres possam empreender de forma justa e independente de sua classe social.

Seguindo a agenda mundial definida pelas Nações Unidas como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, o resultado deste trabalho visa contribuir diretamente com uma educação de qualidade (ODS 4) e a igualdade de gênero e empoderamento feminino (ODS 5).

Para isso, o livro interativo irá disponibilizar, através de uma linguagem acessível, informações relacionadas ao empreendedorismo e a ferramentas e metodologias baseadas na criatividade que auxiliem na autonomia, estímulo e gestão dos negócios. Focado principalmente para o empreendedorismo feminino, esta proposta busca proporcionar e estimular a igualdade de oportunidades e eliminar qualquer tipo de discriminação por meio da promoção da autonomia das mulheres.

Para fortalecer estas premissas, o livro será disponibilizado pela empresa Sabedorama no modelo One Pay One Free, no qual, para cada livro adquirido, outro livro será doado para uma empreendedora de baixa renda. Além disso, ainda como resultado deste trabalho serão oferecidas palestras e capacitações gratuitas para estimular o empreendedorismo feminino.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo, serão apresentadas as referências teóricas utilizadas para o desenvolvimento deste trabalho e a descrição das metodologias selecionadas para a potencialização dos resultados no empreendedorismo feminino.

2.1 Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo e de agente empreendedor vem evoluindo de forma significativa através da história. Se, durante a Idade Média, o profissional encarregado de obras como a construção de castelos e fortes era visto como um agente empreendedor, foi somente a partir do século XVII que uma importante característica passou a fazer parte definitivamente deste tipo de atividade: o risco.

Foi neste período que o empreendedor passou a se caracterizar por aquele que assumia um contrato de prestação de serviços ou fornecimento de produtos junto ao poder estatal e, assim, os lucros e prejuízos eram de responsabilidade do empreendedor.

Como um fenômeno mundial, a atividade empreendedora se destaca em praticamente todas as nações do mundo e o Brasil não foge a essa regra. Para Dornelas (2005), o empreendedorismo surge, de fato, no país a partir da década de 1990 devido a uma abertura maior da economia. No Brasil e no mundo, porém, para o sucesso da atividade empreendedora não basta apenas uma boa ideia, é necessário compreender quais são as principais características que um empreendedor precisa ter para atingir os objetivos de seu negócio, dados esses fundamentais para a modelagem de um *mindset* promissor.

Essas características, além de dialogarem diretamente com as técnicas e ferramentas da administração, precisam ainda se correlacionar com o contexto e o momento histórico em que se vive. Aponta Souza (2005) que o comportamento do indivíduo empreendedor é influenciado pelo seu contexto e momento histórico, pela sua conduta e sistema de valores, o que pode representar capacidade de se adaptar às mudanças em seu meio, despender esforço para conseguir soluções originais, ter sensibilidade para o mundo em sua volta, ir além do óbvio tendo ideias originais.

O empreendedor, assim, é um indivíduo especial, principalmente ao considerar essa característica de inovação e as dificuldades que envolvem tratar o fato novo como uma possibilidade real.

A criatividade e a disponibilidade em correr riscos, são elementos essenciais para o empreendedor em uma época de constantes mudanças como a que vivemos. Essas mudanças que, eventualmente, se traduzem em quebras de paradigmas, acontecem fundamentalmente devido aos avanços tecnológicos. O rápido desenvolvimento tecnológico, exige que as empresas estejam dispostas a serem flexíveis à mudança e que seus líderes sejam, não apenas empreendedores, mas sim, empreendedores criativos para propor soluções, e empreendedores inovadores para programarem novidades que de fato, gerem valor para seus clientes e faturamento para o seu negócio.

2.2 Design

Na sociedade contemporânea, a conceituação de *design* se tornou uma tarefa complexa. O uso cada vez mais popularizado do termo e sua aplicação em diversos segmentos ligados à tecnologia encaminharam a existência de uma gama diversificada de significados.

Schneider (2010) afirma que a palavra 'design' nomeia diferentes situações: ela pode remeter a um procedimento (o ato ou atividade de projetar), ao resultado desse processo (um design, um esboço, um plano ou modelo) ou a produtos que foram gerados por meio de um design (design de objetos).

De acordo com Sebrae (2015), o conceito de design pode ser entendido como a melhoria e o aperfeiçoamento de aspectos funcionais, ergonômicos e visuais dos produtos, tendo como objetivo central o atendimento das demandas dos consumidores melhorando aspectos como a segurança, o conforto e a satisfação dos usuários. Além disso, define o design como uma alternativa para a redução de custos de produção, tendo como base a racionalização dos gastos.

Do ponto de vista etimológico, a origem latina do termo design evoca, de forma simultânea, as ideias de desígnio (intenção) e desenho (configuração) de maneira que, desde sua origem conceitual, a ideia já possui uma ambiguidade e

uma pluralidade de significados. Nesse emaranhado de definições, a ideia desse trabalho é focar-se justamente no mais amplo conceito de design possível, que engloba tanto os processos quanto os resultados, na busca da democratização de ferramentas para a potencialização do empreendedorismo feminino.

2.3 Criatividade

Antes de uma conceituação apropriada a respeito do que significa criatividade, é preciso refletir sobre o ato de criar. De forma objetiva, criar significa moldar ou desenvolver alguma coisa nova, e essa ideia se justifica ainda mais quando o foco de estudos é a atividade empreendedora.

Segundo Ostrower (1999), criar é, basicamente, formar. É poder dar uma forma a algo novo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se nesse 'novo', de novas coerências que se estabelecem para a mente humana, fenômenos relacionados e modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta, por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar.

Para Thiel (2019), na esfera dos sentidos, a criatividade se manifesta através do potencial da mente para conceber novas ideias que, na grande maioria das vezes, se transformam em algo que podemos ver, ouvir, cheirar, tocar e provar.

A criatividade é a capacidade de criar e ela é uma característica intrinsecamente humana, porém, nem todos possuem a disposição e o conhecimento necessário para se enxergar desta forma. Acreditar que não é criativo e que não é preciso esta habilidade para empreender, ou gerir um negócio, faz que o profissional decida para si mesmo que não irá pensar diferente do que já pensa, e não irá fazer diferente do que já faz.

Conforme aponta Mettrau (2006), criatividade é uma palavra forte e um conceito complexo o qual muitos falam, mas poucos entendem. Criar refere-se a uma nova forma de dizer, fazer, pensar ou construir qualquer coisa, seja um produto ou até mesmo uma simples ideia. Para a construção de um novo negócio, o desenvolvimento de uma nova ideia ou a elaboração de um novo produto, não basta apenas ser criativo, é necessário ser criativo da maneira correta e fazer com que

essa descoberta se torne invenção e em sequência transforme-se de fato em inovação.

E pode-se entender a inovação quando é possível transformar e agregar valor à criatividade. Valor real e significativo para o público-alvo do produto ou serviço. É absolutamente necessário ressaltar a ideia de utilidade quando se fala a respeito da criatividade. De acordo com Nader (2018), embora a originalidade seja uma característica importante do processo criativo, ela não é suficiente, é essencial que exista uma efetividade no item produzido, ou seja, algo que de fato o torne útil em alguma esfera da sociedade.

Despertar a criatividade e potencializar a necessidade da criação original e utilitária nas mulheres empreendedoras participantes desta pesquisa mostrará a importância da criatividade para gerar habilidades necessárias como: curiosidade, imaginação, coragem, paixão, e fazer com que, assim, elas desempenhem melhor sua rotina como empreendedoras.

2.4 Empreendedorismo Criativo

Negócios que se recusam a mudar e prezam pela estabilidade em seus produtos e serviços estão fadados a fechar no futuro, seja ele próximo ou distante. Um bom exemplo disto é a Kodak, marca ícone do segmento fotográfico fundada em 1888 e que, por não acreditar no desenvolvimento da fotografia digital, acabou entrando em falência. Em 2002, as câmeras com filme deixaram de sair em alguns mercados, e dois anos depois, aconteceu o mesmo com os filmes. A Kodak pediu concordata em janeiro de 2012, entrando no programa do governo dos Estados Unidos de proteção às empresas que precisam se recuperar financeiramente. Mas o mercado de fotografia neste formato foi morrendo aos poucos junto a Kodak.

A história de falência de uma das marcas mais importantes do mundo por mais de um século, destaca que a criatividade se tornou uma peça chave na geração de novas ideias e para resolver problemáticas que surgem principalmente, pela mudança de hábitos de consumo e inovações tecnológicas.

Mas, quando o assunto é criatividade e inovação no ambiente empresarial e corporativo, há dois grandes mitos que rondam o conceito de empreendedorismo

criativo. O primeiro, diz respeito à ideia de que o empreendedorismo criativo é algo próprio e exclusivo para profissionais da economia criativa, como fotógrafos, designers, arquitetos ou artistas em geral. O segundo, insiste em associar a ideia de inovação somente aos grandes grupos empresariais que, justamente, se destacam por suas inovações disruptivas, futuristas e revolucionárias.

Essas duas ideias pré-concebidas estão equivocadas e a prática empreendedora prova isso no Brasil e no mundo. Qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor criativo e, inclusive, pode já ser e não saber disto. O empreendedorismo criativo é composto não só pelas habilidades básicas para se empreender, mas, também, por uma gama de competências que ser criativo exige, como, por exemplo, curiosidade, multidisciplinaridade, imaginação, coragem e paixão. Seguindo uma linha cronológica, o empreendedorismo criativo pode ser percebido como uma evolução e uma ruptura na atividade empreendedora tradicional.

Conforme aponta Franco and Gouvêa (2016), citando o economista norte-americano William J. Baumol, historicamente os empreendedores se enquadram em dois grupos distintos na forma e no conteúdo: os organizadores do negócio e os inovadores. Enquanto o primeiro diz respeito aos que tem a capacidade de criar e/ou administrar um novo negócio, o segundo grupo se caracteriza por aqueles que transformam as invenções e ideias em algo economicamente viável, inovando de forma constante.

Essa capacidade de inovação que caracteriza o empreendedor criativo historicamente é capaz de proporcionar o abandono da zona de conforto e a busca por formas diferentes para solucionar as demandas que surgem no cotidiano empresarial. Um estabelecimento que vende flores em um shopping, com certeza, é um tipo de comércio que existe há muito tempo. Mas, uma assinatura mensal de flores é um conceito pensado de forma criativa, com alto valor agregado e visando atender os anseios do consumidor contemporâneo.

A adoção de cachorros através de eventos ou mesmo em visitas a organizações não governamentais, para citar outro exemplo, também é uma atividade tradicional, especialmente nos grandes centros urbanos brasileiros.

Entretanto, uma plataforma digital que facilite e forneça informações para quem busca a adoção de um animal pode ser considerada uma proposta criativa.

Os consumidores estão cansados de *mais do mesmo*, e estão cada vez mais dispostos, a comprarem o que realmente fornece valor e apresenta conexão com sua forma de ver o mundo e seus propósitos. Portanto, pequenas marcas vêm ganhando cada vez mais força, e marcas criativas cada vez mais influência no mercado devido sua capacidade de inovação e, principalmente, de atender bem seus clientes e consumidores.

Do ponto de vista de Godoy (2019), em uma era em que a economia é globalizada, a concorrência pode estar em qualquer parte do mundo, por tanto temas ligados à inovação, tais como inteligência artificial, internet das coisas, indústria 4.0, big data, entre outros, tornaram-se fatores determinantes para a sobrevivência também dos pequenos negócios. Do ponto de vista dos pequenos negócios, a inovação aberta, onde ganha quem faz o melhor uso das ideias, e não necessariamente quem as tem, é também oportunidade para aprimoramento de competências e para desenvolver projetos em conjunto com parceiros que de outra forma dificilmente seriam acessados.

3. MÉTODO PROJETUAL

3.1 Caracterização da pesquisa

Classifica-se essa pesquisa como pesquisa exploratória e de abordagem qualitativa. A pesquisa exploratória teve por objetivo a compreensão do problema de pesquisa e a construção de hipóteses, com base em pesquisas bibliográficas que consistiram em fazer um levantamento de materiais já publicados em relação à temática abordada, público-alvo e o produto pesquisado. Utilizou-se como base de dados documentos oficiais, pesquisas já realizadas ou material de mídia como jornais, revistas e websites.

O método projetual que direcionou essa pesquisa, foi baseado no Design Centrado no Humano (HCD), e teve por objetivo gerar soluções criativas para o problema apontado neste projeto, potencializando uma mudança de mindset e levando em consideração aspectos sociais, físicos e cognitivos do público envolvido.

Harada (2016), afirma que o HCD possui suas raízes em áreas como ergonomia, ciência da computação e inteligência artificial, baseado em técnicas que comunicam, interagem, enfatizam e estimulam o envolvimento de pessoas obtendo assim o entendimento de desejos, necessidades e experiências que, normalmente, transcendem suas próprias percepções. Além disto, o HCD se preocupa com a maneira na qual as pessoas veem e interpretam.

Entre os principais objetivos do HCD está a geração de soluções criativas para as demandas encontradas na fase de pesquisa. Através da aplicação da metodologia é possível identificar oportunidades que ressaltem o protagonismo das pessoas envolvidas no projeto.

Neste projeto a aplicação da metodologia foi dividida em três etapas cronológicas e subsequentes: fase 01 – Hear (ouvir). fase 02 – Create (criar) e fase 03 – Deliver (Implementar). Dentro de cada fase encontram-se algumas atividades, conforme mostra a Figura 01:



Figura 1 - Fases do método HCD dividido em atividades

Durante a fase 01 – Hear (ouvir) o objetivo das ações foi identificar de forma apropriada os desejos e os anseios do público, para dar início a elaboração da solução. Entre os mais importantes resultados obtidos após a conclusão da fase 01 – Hear (ouvir) estão o conhecimento das histórias do público envolvido no processo, a observação e o entendimento da realidade e das necessidades, as barreiras e as restrições dos participantes.

Finalizada a fase inicial do projeto, passou-se para o desenvolvimento da fase 02 – Create (criar). Esse foi o momento reservado para o estudo, debate, análise e compreensão dos dados coletados, a identificação de padrões e formas de procedimento, a definição de oportunidades e a criação de soluções para as demandas encontradas.

Na fase 03 – Deliver (Implementar) foi realizado o desenvolvimento do livro interativo, a validação dos resultados e a entrega final com os ajustes identificados na validação.

3.2 Detalhamento das etapas do projeto

Fase: OUVIR

Nesta etapa a primeira atividade foi a realização da pesquisa desk, com o objetivo de coletar os dados já publicados e montar um banco de dados confiável de informações sobre o tema proposto.

Na pesquisa desk realizada neste trabalho foi verificado o que a bibliografia já traz sobre as necessidades das mulheres empreendedoras. Identificando questões do motivo pelo qual elas empreendem, os desafios que encontram na trajetória, seus desejos e necessidades para empreender.

Na sequência, foi realizada uma pesquisa de opinião com um grupo de mulheres artesãs, para comprovar as informações levantadas na pesquisa desk e identificar as principais dificuldades que elas enfrentam ao empreender. A pesquisa foi realizada com 16 mulheres que atuam em um projeto de extensão universitário e que tem como objetivo promover a qualificação dos empreendimentos em artesanaria.

O foco principal da pesquisa foi buscar informações como: Faixa Etária; Quanto tempo trabalha com artesanato; Fase em que se encontra o negócio; Retorno Financeiro; Visão Empreendedora; Motivo que a levou a empreender; Desafio para aumentar a geração de renda; Ponto a melhorar como empreendedora; Principias dificuldades em manter o negócio.

FASE: CRIAR

Nesta etapa, os dados coletados na pesquisa de opinião foram organizados e avaliados. Além disto, os dados foram distribuídos em porcentagens para o entendimento real e significativos dos mesmos, auxiliando desta forma na geração de ideias.

Sendo assim, através das análises desenvolvidas na pesquisa de campo realizado com as mulheres artesãs do projeto, foram obtidas as seguintes informações:

Levando em consideração a faixa etária, 12,5% das mulheres têm entre 16 e 34 anos, 68,75% têm entre 35 e 54 anos e 18,75% estão acima dos 55 anos. Com

relação a faixa de renda familiar, 53,4% das mulheres são de classe D, 33,3% da classe E e 13,3% da classe C.

Das mulheres entrevistadas, apesar de todas terem algum tipo de retorno financeiro dos artesanatos desenvolvidos, 43,8% ainda não consideram esta atividade como um negócio e 87,5% afirmam que precisam evoluir para poder obter uma melhor renda. Levando em consideração estas respostas, foi perguntado para as mulheres se elas se consideravam empreendedoras, do total, 25% não souberam dizer o que é ser empreendedoras, 43,75% não se consideravam empreendedoras e somente 31,25% se consideravam empreendedoras.

Em uma pergunta aberta sobre o porquê elas optaram pelo artesanato como fonte de renda, as principais respostas obtidas foram: por propósito fazer o que ama, forma de complementar a renda familiar, por falta de oportunidades em ter um emprego fixo e pela liberdade de tempo para cuidar da casa e dos filhos. Quando perguntadas de quais eram os principais desafios para aumentar a renda com o artesanato, as principais respostas foram: necessidade em desenvolver um produto próprio e criativo, buscar mais conhecimento, ter mais disciplina, falta de tempo e falta de apoio dos familiares.

Para as mulheres entrevistadas as habilidades que elas gostariam de melhorar para poder potencializar os resultados do negócio foram: capacidade de correr riscos, saber definir metas, gestão de tempo, busca de informações, liderança, autoestima e saber delegar. Para elas, as dificuldades em pensar o artesanato como negócio leva em consideração que: aprender sobre negócios é muito complexo, falta de investimento e falta de tempo. Por outro lado, quando perguntadas sobre quais os principais desejos futuros com relação ao negócio, as principais respostas foram: independência financeira, melhor espaço no mercado, gerar empoderamento, poder investir, participar de mais capacitações, reconhecimento e buscar novos produtos.

Com as informações obtidas pelas entrevistas e pelas visitas realizadas nos encontros oferecidos pelo projeto, foi possível concluir que o tema empreendedorismo, ainda é bastante complexo. Saber tomar iniciativa, identificar oportunidades e transformá-las em algo lucrativo realmente não é uma atividade trivial. O empreendedorismo por necessidade, ainda representa uma grande fatia

dos empreendedores, e desta forma, muitas características de um empreendedor de sucesso como ser criativo, inovador, arrojado e saber estabelecer estratégias, acabam de certa forma não sendo exploradas, o que pode colocar em risco todo o negócio.

A partir da análise e síntese dos dados, iniciou-se o processo de geração de ideias para o desenvolvimento do livro interativo. Nesta etapa, foram elaboradas alternativas da estrutura formal do livro, quantas partes e capítulos o livro deveria conter, personagens principais, estrutura narrativa e formas de interação que seriam utilizadas para entregar uma ferramenta que pudesse realmente auxiliar nas dificuldades inerentes ao empreendedorismo feminino.

Para finalizar esta etapa e testar as alternativas geradas, foi desenvolvido um protótipo do livro interativo e testado internamente em vários formatos e possíveis conexões. Livro grande, pequeno, de bolso, com caixa, sem caixa, com interatividade, com cartas, etc. Infinitas conexões entre os insights gerados na fase de gerar ideias.

FASE: IMPLEMENTAR

Depois de testado e validado o protótipo, e realizadas as adaptações necessárias, levantadas na fase “testar alternativa”, a solução agora adequada à realidade do público deste projeto foi implementada para a sua versão final.

O resultado obtido foi um livro interativo com ênfase na criatividade, colaborativo e de impacto social. Onde além da autora deste projeto, mais 20 mulheres empreendedoras se uniram para compartilhar suas histórias, vivências e aprendizados, com o objetivo de transformar o mundo em um lugar melhor através da democratização do conhecimento e desenvolvimento da criatividade e atitudes, para uma maior autonomia das mulheres na trajetória empreendedora.

O formato é um pocket livro, que vem dentro de uma caixa com mais 20 cartas de um baralho. Estas cartas possuem afirmações, que tem por objetivo reprogramar verdades negativas que aprendemos ou criamos para nós mesmas, a fim de as leitoras adquirirem atitudes empreendedoras e conquistarem mais e melhores resultados na sua trajetória.

Abaixo constam três figuras, são ela figura 2, 3 e 4 e nelas se pode observar a colorida capa do livro com três das vinte cartas do deck, o tamanho do livro sendo representado junto a uma mão e páginas internas do mesmo.



Figura 2 – Imagem ilustrativa da capa do livro com cartas



Figura 3 – Imagem Ilustrativa demonstrando o tamanho do livro



Figura 4 – Imagem Ilustrativa das páginas internas do livro

Tendo como fonte de inspiração mulheres que obtiveram o sucesso através da atividade empreendedora, a proposta é que a leitora se desenvolva através dos quatro ciclos do livro conforme destacados na tabela abaixo e detalhados em seguida:

CAPÍTULO	AÇÃO
INTRODUÇÃO	Despertar
I CICLO (SEJA CORUJA)	Aprender
II CICLO (PULANDO)	Realizar
III CICLO (VOANDO)	Entender
IV CICLO (VOANDO ALTO)	Conquistar
20 SABERES PARA LER E RELER	Inspirar

INTRODUÇÃO: Despertar

O objetivo desse capítulo é enfatizar às leitoras empreendedoras a ideia de que ações repetidas geram resultados repetidos. Dessa forma, através de um histórico pessoal/profissional da própria autora, é possível perceber a necessidade de mudanças e de como a consciência da situação se constitui no ponto de partida para a tomada de decisão.

I CICLO (SEJA CORUJA): Aprender

O objetivo desse capítulo é ressaltar às leitoras empreendedoras a ideia de como o conceito VUCA (*volatility, uncertainty, complexity, ambiguity*) se adequa ao cenário organizacional contemporâneo. Nesse panorama, a criatividade se apresenta como uma ferramenta de vital importância para a consolidação e o sucesso dos empreendimentos.

II CICLO (PULANDO): Realizar

O objetivo desse capítulo é propor às leitoras empreendedoras, que façam uma análise do seu negócio através de uma perspectiva exterior, como uma espécie de “*zoom out*” no qual é possível analisar o cenário global, e não apenas os detalhes pontuais. Através do relato da trajetória de uma das principais marcas do mundo ligada ao setor fotográfico, é possível perceber que sem inovação mesmo os ícones do mercado tendem a perder o seu protagonismo.

III CICLO (VOANDO ALTO): Conquistar

O objetivo desse capítulo é apresentar às leitoras empreendedoras diversos formatos em que a atividade empreendedora pode servir para atender os propósitos profissionais e pessoais. A ideia é transmitir o conceito de que a empreendedora criativa não espera que as oportunidades batam à sua porta, ela deve assumir o papel principal no processo do negócio e cria as oportunidades que precisa.

IV CICLO (VOANDO): Entender

O objetivo desse capítulo é promover nas leitoras empreendedoras uma reflexão sobre todo o conteúdo apresentando. Novamente, utilizando como referência o histórico pessoal/profissional da autora, todos os temas apresentados são amarrados de forma a evidenciar a necessidade de se tornar uma empreendedora consciente para o sucesso de qualquer negócio.

Além dos objetivos pontuais de cada parte, o livro no conjunto de seus capítulos almeja também potencializar as dimensões de curiosidade, paixão, imaginação e coragem das empreendedoras conforme detalhado na tabela abaixo:

Ciclos para o despertar da criatividade:	Seja Coruja	Pulando	Voando	Voando alto
Objetivo:	Aprender	Realizar	Entender	Conquistar
Dimensão: Curiosidade	Uma empreendedora sabe que o conhecimento é um dos maiores geradores de oportunidade que existem.	Uma empreendedora criativa enxerga seu negócio de cima.	Uma empreendedora criativa é além de especialista, multidisciplinar e multipotencial.	Uma empreendedora criativa busca inspiração em outras histórias.
Dimensão: Paixão	Uma empreendedora criativa sabe que a paixão é fator preponderante para voos mais altos.	Uma empreendedora criativa sabe que o sucesso não acontece da noite para o dia.	Uma empreendedora criativa sabe que existem diversos significados para sucesso.	Uma empreendedora criativa empreende de forma consciente.
Dimensão Imaginação	Uma empreendedora criativa sabe que deve criar valor real e percebido para se destacar na multidão.	Uma empreendedora criativa sabe seu talento criativo e o tem como seu super poder!	Uma empreendedora criativa sabe que deve não somente enxergar oportunidades como também criá-las.	Uma empreendedora criativa busca novas alternativas de produto/serviço para se manter competitiva.
Dimensão: Coragem	Uma empreendedora criativa tem coragem de ser autêntica.	Uma empreendedora criativa tem coragem de errar.	Uma empreendedora criativa tem coragem de correr atrás do que deseja.	Uma empreendedora criativa tem coragem de recomeçar.

Somando-se aos capítulos detalhados, o livro ainda conta com depoimentos de profissionais de sucesso para potencializar nas leitoras qualidades que se relacionam diretamente as dez características empreendedoras de sucesso destacadas pela Organização das Nações Unidas que, conforme PACHECO (2019) são: busca de oportunidades, persistência, capacidade de correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos, persuasão e rede de contatos e independência e autoconfiança.

Estes depoimentos, de autoria de mulheres que conquistaram o sucesso em seus mercados de atuação e vivenciaram diversas situações típicas da jornada empreendedora, servem de confirmação para as leitoras que os desafios e obstáculos que surgem no caminho são comuns a todas e que com criatividade e resiliência é possível superar as adversidades.

Um breve resumo de cada um dos relatos produzidos pelas empreendedoras coautoras do livro que se constituem como 20 saberes para ler e reler é demonstrado a seguir.

Adriana Graper: a proprietária da Empório Raizeira, empresa que atua na área de alimentação, conta como sua jornada empreendedora começou ainda na infância e como o otimismo teve papel significativo em sua vida.

Ale Lobo: atuando como colunista social e criadora de conteúdo para mídias sociais, a empreendedora conta como a fé teve papel decisivo em sua vida pessoal e profissional.

Andrea Furco: a criadora do Passaporte Fashionista Paris destaca as dificuldades de empreender em outro país e que todos os projetos têm um início, um meio e um fim.

Carla Martins: gerenciando franquias das marcas Imaginarium e Swarovski, a empreendedora ressalta que ser dona do próprio negócio pode ser uma oportunidade excelente para dedicar mais tempo à família.

Dani Fachini: a proprietária da Ecoprotch, empresa especializada em gestão ambiental, aborda como negócios voltados ao meio ambiente pode unir propósito e êxito financeiro.

Giseli Laureano: a coproprietária da Laureano Imóveis enfatiza a ideia de as capacitações e o aperfeiçoamento constante são fundamentais para os resultados no exercício do empreendedorismo.

Jack Simonéia: a gestora do Grupo Simonéia, que atua no segmento de beleza e bem estar, indica que o empoderamento feminino se apresenta como um importante ramo de negócio na atualidade.

Karla Silva: a proprietária da BK Concept Store e da Karla Silva Decor ressalta a ideia da multidisciplinaridade como uma característica importante para as empreendedoras.

Lena Souza: palestrante e especializada em treinamentos corporativos, a empreendedora mostra que o medo pode ser um valioso combustível na busca pelos objetivos.

Letícia Bardini: a proprietária da Con.te conta como sua trajetória empreendedora começou aos oito anos de idade e se consolidou quando ela decidiu apostar em seus sonhos.

Luciana Marotto Homrich: a proprietária da Conecta Projetos destaca que a ideia de contribuir para uma sociedade mais justa e melhor pode ser um ótimo segmento para atuar.

Margaret Paim: a proprietária do Jornal Correio Francisquense enfatiza a estreita relação que existe entre o empoderamento feminino e o sucesso das mulheres na atividade empreendedora.

Maria Salete Santos Nascimento: criadora da loja Cantos Encantos, a empresária destaca que ao longo de quase quatro décadas como empreendedora o foco no cliente sempre foi o seu diferencial.

Marina Woitexem de Camargo: a fundadora do escritório Woitexem Advogados Associados enfatiza como o planejamento é uma ferramenta importante para as empreendedoras contemporâneas.

Mary Iaczkinski: a fundadora da rede de clínicas de estética Virtuosa mostra que acreditar no seu potencial é um fator decisivo para conseguir o sucesso no ambiente de negócios.

Michele Marques: a franqueada da rede Cacau Show ressalta que a inovação e a geração de ideias se constituem como importantes estratégias dentro da gestão empreendedora.

Monique Mohr: a fundadora da Morh Advm, empresa especializada em administração virtual, destaca as dificuldades e benefícios de se trabalhar de forma remota.

Mylene Tubero: a criadora do Poderosas de Batom, portal especializado em conteúdos sobre beleza e bem estar, mostra que enfrentar e vencer preconceitos faz parte da jornada empreendedora.

Rita Heroína: a consultora especializada em imagem e estilo destaca que a paixão pelo que se faz é um dos mais importantes ingredientes para quem busca o sucesso no segmento empreendedor.

Rute Pogan: a fundadora do XYZ Coworking enfatiza a importância da conexão entre os profissionais e como investir nessa ideia pode se tornar uma alternativa lucrativa.

A produção do livro foi uma ação estratégica para a Sabedorama, por isso, a seleção das coautoras levou como premissa sua capacidade de compartilhar conhecimento. Assim, todas as coautoras da obra foram, em algum momento, *Sabedoras* nas ações e eventos realizados pela Sabedorama.

Todas as profissionais selecionadas estavam diretamente envolvidas com a organização e receberam o convite para dividir a autoria do livro. Outro detalhe que é importante ressaltar é que além da sua ligação direta com a Sabedorama, as coautoras também foram selecionadas por apresentarem histórias de vida, profissional e pessoal, que podem ser lidas como autênticas fontes de inspiração.

Do universo da moda ao segmento de decoração, ou do ramo imobiliário ao mercado varejista, as coautoras também se caracterizam por serem profissionais de amplo destaque e reconhecimento em suas áreas de atuação. Como destacava Paulo Freire, todas as coautoras do livro também “acreditam que ensinar não é transferir conhecimento, mas criar as possibilidades da sua produção ou construção” (SIMPLÍCIO, 2018).

Além das *Sabedoras*, outra figura de vital importância para a Sabedorama e que teve ligação direta com a produção do livro interativo são as *Corujas*.

Tendo como inspiração a analogia histórica que liga esta ave a conceitos como conhecimento e sabedoria, as *Corujas* são todas as mulheres que fazem parte da comunidade da Sabedorama, que se identificam de alguma forma com o movimento de empreender com criatividade, sabedoria e acima de tudo, com amor. Entre suas principais características está o fato de serem apaixonadas pelo

aprendizado e pela execução, estarem sempre de olhos atentos e ouvidos apurados, estudarem, viverem, conhecerem, lerem, entenderem, pesquisarem, perguntarem e questionarem incansavelmente a fim de saciar a curiosidade.

As *corujas*, ainda, utilizam o talento criativo como diferencial e contam com as habilidades de outras *corujas* para tirar projetos autênticos e criativos do papel, pois sabem que juntas voam mais alto.

As *corujas* possuem uma relevância tão grande para a Sabedorama que estão diretamente relacionadas com os títulos dos capítulos do livro: *SEJA CORUJA, PULANDO, VOANDO* e *VOANDO ALTO*. Esses títulos contribuem para potencializar a visão de sagacidade empreendedora que atribuímos às *corujas* e, também, refletem expressões usadas frequentemente na Sabedorama como palavras ligadas diretamente à essência da marca.

Por sua vez, as *Sabedoras* são também *corujas*, mas com um detalhe muito especial: em algum momento dentro das atividades ligadas à Sabedorama elas compartilharam seus conhecimentos. Quer seja como coautoras de um livro ou debatendo algum tema nos diversos eventos organizados pela Sabedorama, quando alguma *coruja* compartilha o seu conhecimento ela está sendo *sabedora* naquele momento.

4. RESULTADOS ALCANÇADOS

Para realizar a validação do livro, este trabalho foi submetido e aprovado pelo comitê de ética por meio do registro CAAE 29329320.1.0000.5366. Devido as consequências da pandemia do novo coronavírus, que atrasou a editoração do livro e impediu a distribuição física para as leitoras, foi necessário criar uma versão virtual do livro e o acesso foi disponibilizado para 10 mulheres empreendedoras. As entrevistas que seriam realizadas de forma presencial foram substituídas por um formulário online.

O formulário (em anexo) com as perguntas encaminhadas para as leitoras, foi elaborado para identificar e validar questões como: clareza do conteúdo, qualidade, aplicabilidade, aprendizado, contribuição, experiência, formas de acesso e melhorias necessárias. A pesquisa foi dividida em 4 etapas: Desempenho, Resultados, Experiência e Acesso Digital. A seguir são demonstrados os resultados obtidos com as respostas das empreendedoras.

ETAPA 01 - DESEMPENHO

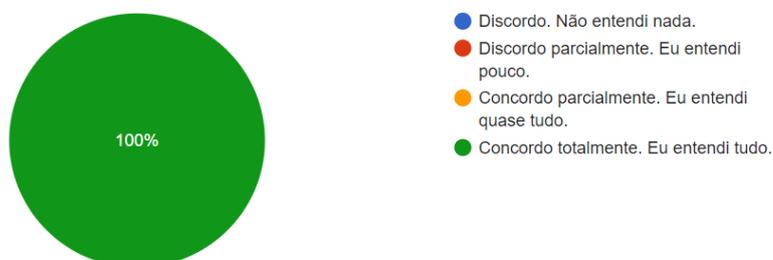


Gráfico 1 – Clareza e Entendimento

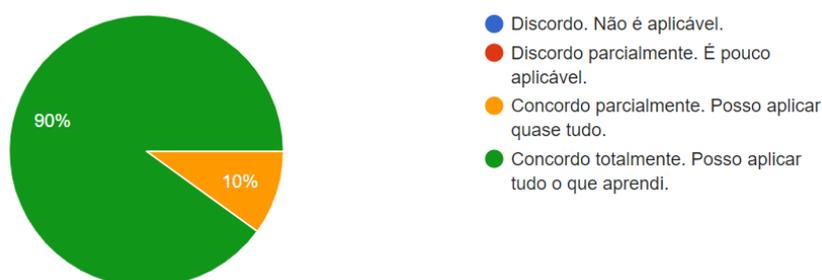


Gráfico 2 – Aplicabilidade

Conforme mostram os gráficos 1, 100% das entrevistadas concordam que o livro é de fácil clareza e entendimento, ou seja, contém leitura descomplicada e compreensível. De acordo com o gráfico 2, 90% das entrevistadas concordam que podem aplicar o conteúdo apresentado no livro, enquanto 10% dizem concordar que podem aplicar quase tudo o que aprenderam.

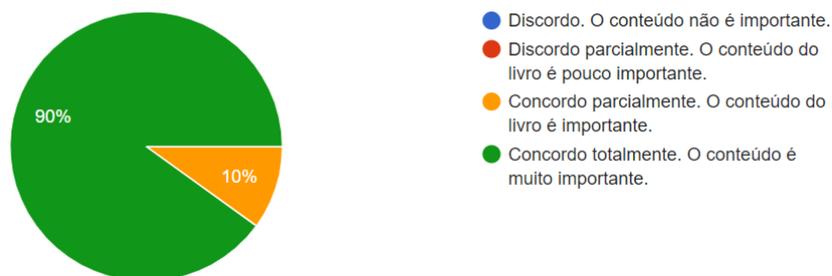


Gráfico 3 – Importância do Assunto

O gráfico 3 mostra que 90% das entrevistadas concordam totalmente que o assunto do livro é muito importante enquanto 10% acreditam que o assunto é meramente importante.

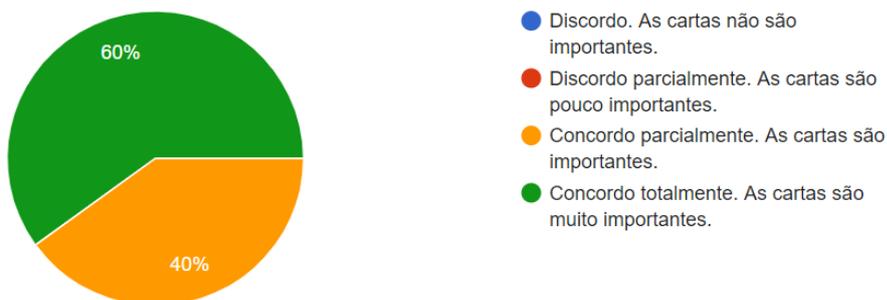


Gráfico 4 – Importância das Cartas

De acordo com o gráfico 4, 60% das entrevistadas concordam totalmente que as cartas que compõem o livro são muito importantes e 40% acreditam parcialmente que as cartas são importantes.

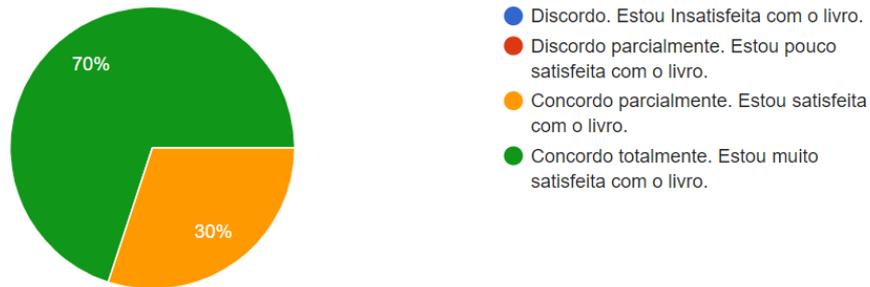


Gráfico 5 – Satisfação Geral

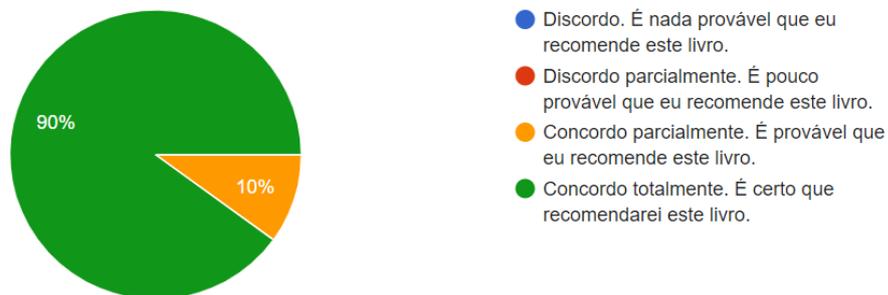


Gráfico 6 – Recomendação

De acordo com os gráficos 5 e 6, 70% das entrevistadas estão totalmente satisfeitas com o livro, enquanto 30% dizem estar satisfeitas e 90% das participantes concordam que é totalmente certo que recomendarão o livro, enquanto apenas 10% dizem que provavelmente irão recomendar.

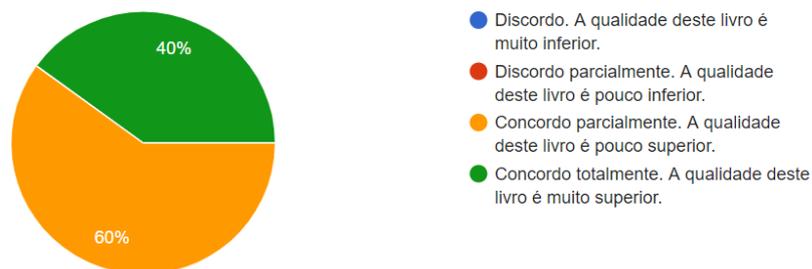


Gráfico 7 – Qualidade

O gráfico 7 apresenta que 40% das participantes concordam que a qualidade de conteúdo do livro é totalmente superior a outros do mesmo gênero, enquanto 60% concordam que é superior.

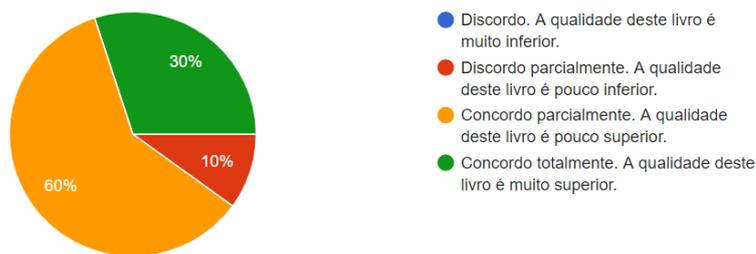


Gráfico 8 – Qualidade

De acordo com o gráfico 8, 30% das entrevistadas concordam que a qualidade de conteúdo do livro é totalmente superior comparado a outras fontes de aprendizados, como palestras e cursos da mesma categoria, enquanto 60% dizem concordar parcialmente e 10% discordam parcialmente da afirmação.

Na pesquisa as entrevistadas foram perguntadas “**O que você mais gostou no livro?**” e entre as respostas as palavras que mais se destacaram foram:



A pesquisa também perguntou “**O que você acredita que possa ser aprimorado no livro?**” enquanto algumas pessoas disseram que o livro está perfeito e completo e atingiu o objetivo sendo claro, sem rodeios e de fácil entendimento, algumas pessoas sugeriram inserir páginas em branco entre os ciclos para a leitora interagir com o mesmo, ser mais técnico, explorar mais sobre criatividade, diminuir a quantidade de depoimentos, mas outras em contraponto já pediram por detalhar mais as experiências das Sabedoras.

Na pergunta “Em que momentos você utilizou ou imagina utilizar as cartas?” as palavras mais destacadas dos feedbacks foram:



ETAPA 02 - RESULTADOS

De acordo com o gráfico 9, quando perguntadas o **Quanto você acredita que este livro contribuiu para seu aprendizado?** sendo que nota mínima significava “não contribuiu” e nota máxima significava “contribuiu extremamente”. 70% das mulheres entrevistadas acreditam que o conteúdo do livro contribuiu extremamente para seu aprendizado, enquanto 30% deram nota 4 para este quesito.

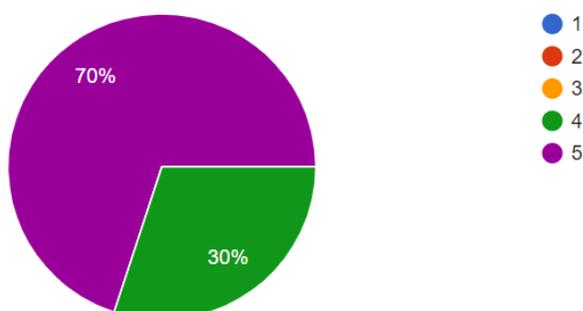


Gráfico 9 – Aprendizado

O gráfico 10 mostra que, quando perguntadas o **Quanto você acredita que este livro é fonte de inspiração?**, sendo que nota mínima significa “não é fonte de inspiração” e nota máxima significa “alta fonte de inspiração”, 80% das mulheres dizem concordar que o livro é uma alta fonte de inspiração, enquanto 20% deram nota 4 para esta questão.

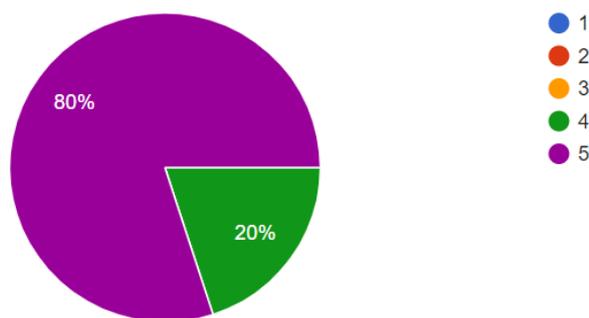


Gráfico 10 – Fonte de Inspiração

De acordo com o gráfico 11, na pergunta, **Quanto você acredita que o livro é fonte de motivação?** sendo que nota mínima significa “não é fonte de motivação” e nota máxima significa “alta fonte de motivação”, 70% dizem concordar que o livro é uma alta fonte de motivação, enquanto 30% deram nota 4 para este ponto.

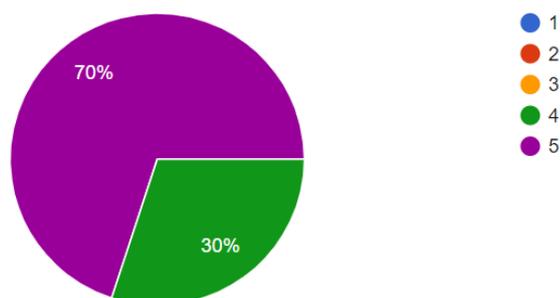


Gráfico 11 – Fonte de Motivação

Foi perguntado para as entrevistadas **Quanto você acredita que a aplicação do aprendizado contribui para aumentar sua renda?**, para elas, conforme mostra o gráfico 12, sendo que nota mínima significa “não contribui” e nota máxima significa “contribui altamente”, 40% concordar que o livro irá contribuir

para o seu aumento de renda, já 40% deram nota 4, 10% deram nota 3 e outras 10% deram nota 2 para este quesito.

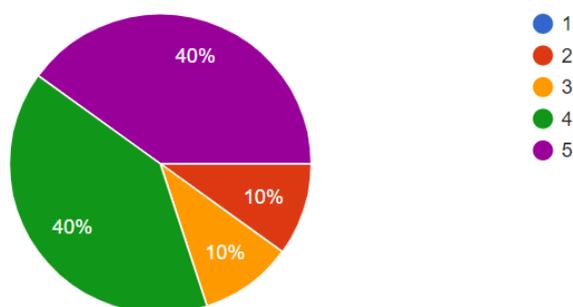


Gráfico 12 – Renda

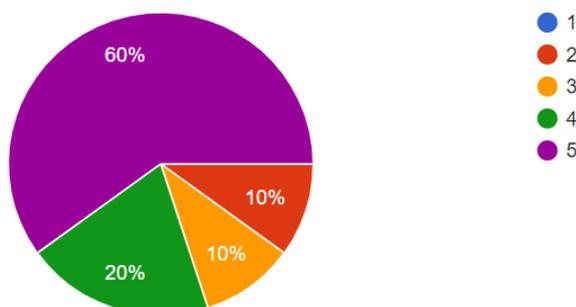


Gráfico 13 – Visão Estratégica

O gráfico 13 apresenta que, quando perguntadas **Quanto você acredita que o livro contribui para uma visão mais estratégica do seu negócio?**, sendo que nota mínima significa “não contribui” e a nota máxima significa “contribui altamente”, 60% das mulheres acreditam que o livro lhes proporciona uma visão altamente mais estratégica em relação a seus negócios, enquanto 20% deram nota 4, 10% deram nota 3 e outras 10 deram nota 2.

De acordo com o gráfico 14 na pergunta, **Quanto você acredita que o livro lhe proporciona maior foco em seu negócio?**, sendo que nota mínima significa “não proporciona” e nota máxima significa “proporciona altamente”, 50% das mulheres acreditam que o livro proporciona altamente um maior foco em relação aos seus negócios, enquanto 40% deram nota 4 e 10% deram nota 3 para este ponto.

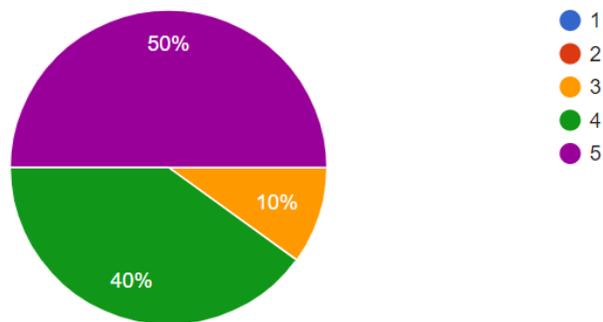


Gráfico 14 – Foco

O gráfico 15 mostra que as entrevistadas, quando perguntadas **Quanto você acredita que o livro lhe auxilia enfrentar os desafios da trajetória empreendedora?**, sendo que nota mínima significa “não auxilia” e nota máxima significa “auxilia altamente”, 50% das mulheres dizem concordar que o conteúdo do livro auxilia altamente nos desafios da trajetória empreendedora, outras 30% deram nota 4 e outras 20% deram nota 3 nesta questão.

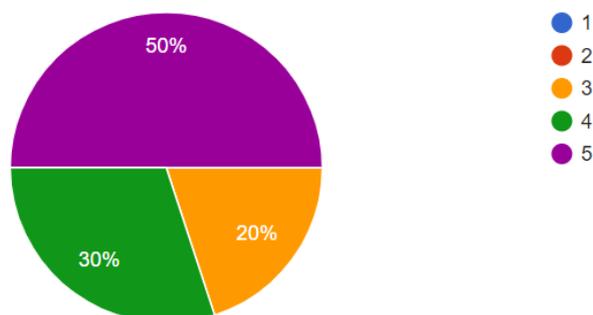


Gráfico 15 – Desafios

A pergunta do gráfico 16 dizia o **Quanto você acredita que o livro auxilia a alcançar seus sonhos?** sendo que nota mínima significa “não auxilia” e nota máxima significa “auxilia altamente”, para as entrevistadas, 40% dizem concordar que o conteúdo do livro auxilia altamente a alcançar seus sonhos, outras 40% deram nota 4 e 20 mulheres deram nota 3.

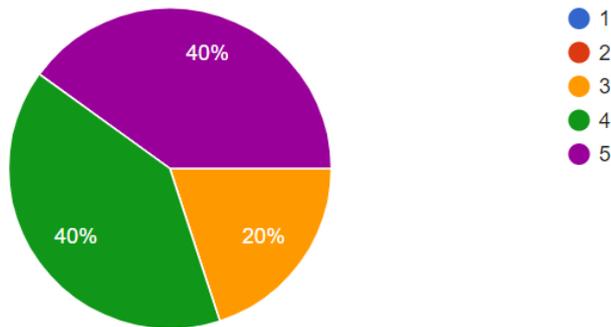


Gráfico 16 – Sonhos

De acordo com o gráfico 17, quando perguntadas, **Quanto você acredita que o livro contribui para o desenvolvimento da sua criatividade?** sendo que nota mínima significa “não contribui” e nota máxima significa “contribui altamente”, 40% das mulheres responderam concordar que o conteúdo do livro auxilia altamente para o desenvolvimento da sua criatividade, outras 40% deram nota 3 e 20% deram nota 4 para a questão da criatividade.

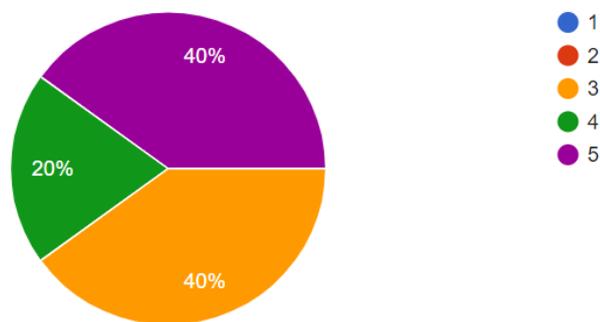


Gráfico 17 – Criatividade

ETAPA 03 – EXPERIÊNCIA

No quesito Experiência, as entrevistadas foram perguntadas, **O que você achou da interatividade proporcionada pelas cartas?**, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”, conforme mostra o gráfico 18, 70% das mulheres dizem ter gostado muito da interatividade

proporcionado pelas cartas, enquanto 20% deram nota 4 e 10% nota 3 para esta questão.

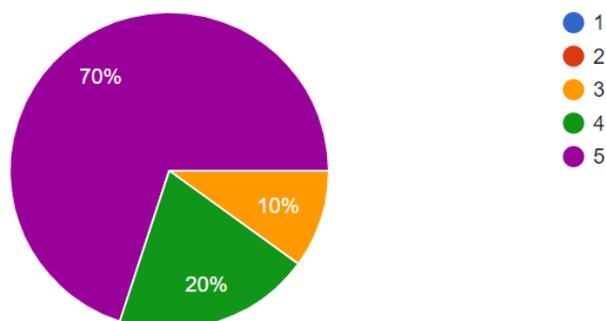


Gráfico 18 – Cartas

As entrevistadas também responderam **O que você achou da capa do livro?**, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”, para elas, conforme mostra o gráfico 19, 70% dizem ter gostado muito da capa do livro, enquanto 20% deram nota 4 e outras 10% deram nota 3 para a capa do livro.

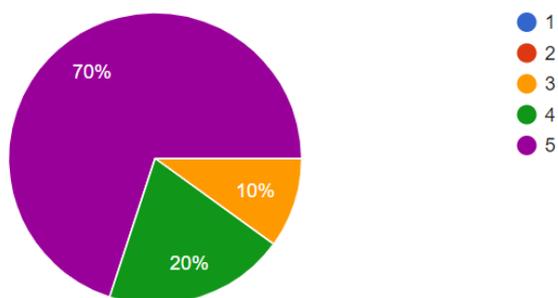


Gráfico 19 – Capa

Perguntadas sobre **O que você achou das cores do livro?**, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”, 60%, 60% das mulheres dizem ter gostado muito das cores do livro, enquanto 30% deram nota 4 e 10% nota 2.

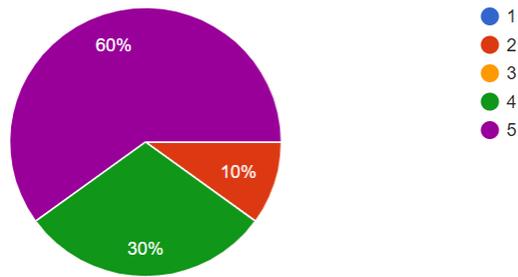


Gráfico 20 – Cores

E para finalizar a etapa de experiência, as entrevistadas foram perguntadas **O que você achou do título do livro?** e conforme mostra o gráfico 21, todas as mulheres dizem ter gostado muito do título do livro.

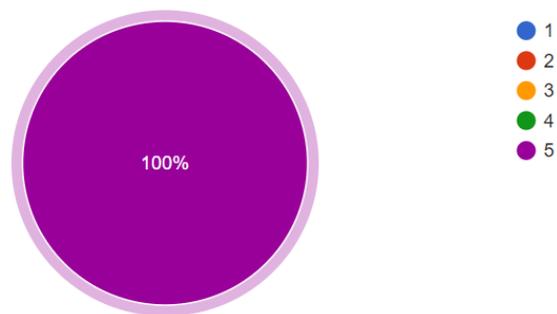


Gráfico 21 – Título

ETAPA 04- ACESSO DIGITAL

Para finalizar, na etapa acesso digital, as entrevistadas foram perguntadas **O que você achou do livro ser em formato digital?**, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”, conforme mostra o gráfico 22, 60% das mulheres dizem ter gostado muito do livro ser digital, 30% deram nota 4 e 10% deram nota 3 para este quesito.

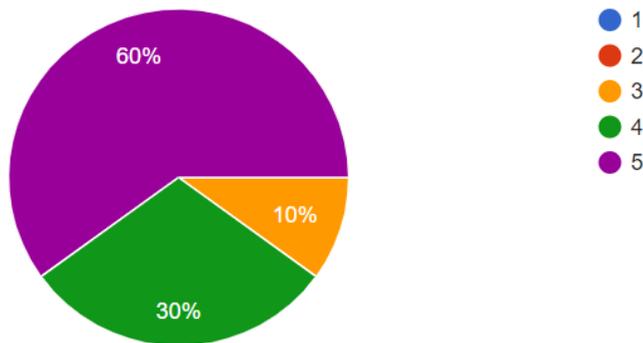


Gráfico 22 – Livro Digital

De acordo com o gráfico 23, 50% das mulheres optaram por fazer a leitura do livro em ambos os formatos, 40% no formato e-book e 10% audiobook.

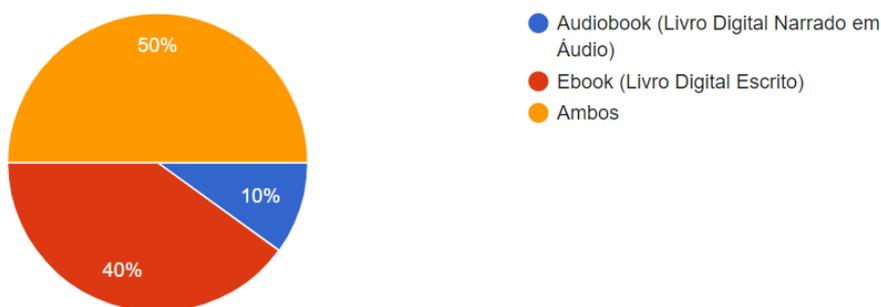


Gráfico 23 – Formato Leitura

De acordo com o gráfico 24, 50% das mulheres preferem livros na versão física, já 50% preferem em digital, sendo dividido entre 30% e-book e 20% audiobook.

Em compensação, conforme mostra o gráfico 25, quando perguntadas **O que você achou do acesso digital ao livro?**, sendo que nota mínima significa “não foi fácil” e nota máxima significa “extremamente fácil”, 90% das mulheres dizem concordar que o formato digital disponibilizado foi extremamente fácil de acessar.

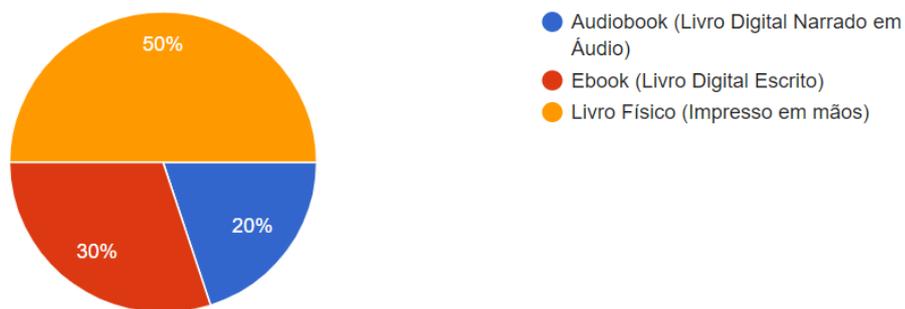


Gráfico 24 – Preferência

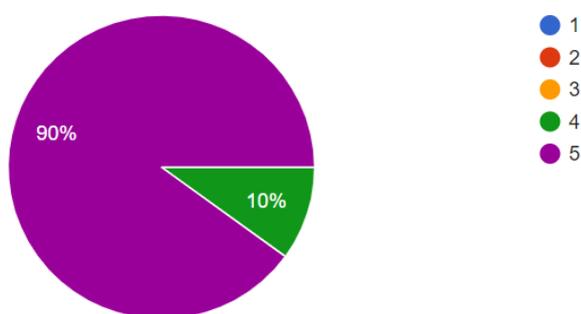


Gráfico 25 – Facilidade de Acesso

E para finalizar, as entrevistadas também foram perguntadas **O quão importante foi ter acesso ao conteúdo deste livro no período de quarentena?**, sendo que nota mínima significa “não foi importante” e nota máxima significa “extremamente importante”, para 80% das mulheres ter acesso ao conteúdo do livro justamente no período de quarentena foi extremamente importante.

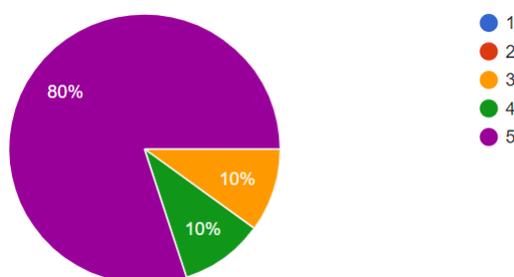


Gráfico 26 – Acesso ao conteúdo na quarentena

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto teve como objetivo o desenvolvimento de um livro interativo, com ênfase na criatividade, para auxiliar na promoção da autonomia de mulheres na trajetória empreendedora. Foram dias, meses e anos, imersa em encontrar uma solução prática e acessível para democratizar o conhecimento em empreendedorismo e facilitar a desafiadora trajetória que é empreender.

Do Jeito Que Está Não Vai Dar Certo, foi construído para ser uma autêntica ferramenta de transformação e cumpre com seu papel de facilitar a trajetória empreendedora, trazendo maior autonomia para as mulheres em sua jornada, auxiliando nos desafios e contribuindo para o encorajamento, insights e novos conhecimentos.

O nicho mercadológico no qual a Sabedorama desenvolve suas atividades é o empreendedorismo criativo, ou seja, uma área do universo corporativo que une a capacidade de criar novos negócios com uma visão inovadora, diferenciada e criativa. O lançamento do livro estava previsto para ser feito no final do mês de março de 2020. Acontece que justamente em meados daquele mês, a Organização Mundial da Saúde declarou de forma efetiva a existência da pandemia do coronavírus. Como consequência imediata, o isolamento social tornou-se a mais eficaz forma de evitar a disseminação da doença e todo e qualquer evento social acabou sendo adiado ou mesmo cancelado.

Entretanto, uma das razões para a existência do livro sempre foi o seu impacto social e, uma das principais ações projetadas para abranger um número maior de mulheres, seria a doação de um novo exemplar a cada livro vendido. Esse viés social pesou de forma profunda para que não fosse adiado o lançamento da obra, pois, em nosso entendimento, como poderíamos adiar uma iniciativa justamente no momento em que mais se necessitava de conhecimentos estratégicos para enfrentar um panorama até então inédito.

Para superar essa situação, foi desenvolvida a plataforma interativa e digital em tempo recorde para atender aos interessados em comprar o livro e, principalmente, para levar as edições gratuitas até as empreendedoras que necessitavam. De uma forma bastante simbólica, e até um pouco premonitória, o título “Do jeito que está não vai dar certo”, que havia sido criado muito tempo atrás,

fez ainda mais sentido na atualidade e, com certeza, para o futuro que sem sombra de dúvidas, será muito diferente da realidade que conhecemos.

No que tange a elaboração do livro físico, foi levado em consideração a questão da geração de experiências, um atributo que vem se consolidado recentemente nos mais diversos segmentos de mercado como diferencial competitivo entre as empresas e marcas. Os clientes e consumidores não estão interessados em adquirir *apenas* mais um produto, eles desejam que essa compra proporcione algo mais, uma experiência com valor agregado.

Conforme aponta (BESSA, 2019) o resultado obtido por uma experiência excelente são clientes satisfeitos e defensores da marca, comprando mais vezes e fortalecendo a imagem da organização através da promoção dos produtos.

Diante dessa nova realidade que se ramificou para todos os segmentos do mercado, o objetivo foi produzir algo que, verdadeiramente, abandonasse a tradicional *zona de conforto* e possibilitasse que a criatividade fosse sentida e experienciada de maneira real e, até mesmo, física no momento em que a leitora/empreendedora pegasse o seu exemplar.

Com essa concepção, foi elaborada a ideia de armazenar o livro em uma caixa especial. Assim, a publicação não seria apenas mais uma obra a ser alocada em uma estante, ela teria um lugar próprio. Além disso, a simbologia da caixa também remete a algo precioso, um *bem* com um valor intangível que supera em muito o seu valor tangível.

A escolha do formato *pocket book* teve como finalidade absorver os principais conceitos desse estilo de publicação como a praticidade, a facilidade de manuseio, a vantagem de poder ser transportado em uma bolsa de tamanho pequeno e a possibilidade de ter um preço mais acessível, levando em conta o menor custo operacional de sua produção. O formato *pocket* também dialogou com a proposta do livro de servir como apoio para a trajetória empreendedora, possibilitando sua consulta periódica e não uma leitura única.

As cartas tiveram a intenção de potencializar a interatividade da obra, outro conceito importante na atualidade. A ideia de que o conteúdo de uma carta retirada

aleatoriamente pode contribuir na solução de um problema pontual torna a leitura uma experiência mais rica, interativa e divertida.

As respostas obtidas nas entrevistas, mostram que a proposta atendeu em diversos aspectos os desejos e os anseios que surgem no dia a dia das empreendedoras. Após a distribuição dos livros digitais, diversas mensagens de agradecimentos foram recebidas, e que trouxeram uma satisfação ainda maior em poder estar contribuindo, de certa forma, com os empreendimentos destas mulheres e que gostaria de deixar aqui registradas.

“Bom dia Kel! Preciso falar com vc sobre seu livro, eu simplesmente amei, olha me fez repensar muitas coisas, me sentir tão bem que vc e as pensadoras não podem imaginar. Cada história que me emocionei, me vi em muitas delas e o mais importante, que assim como eu todas pelo menos uma vez tbm sentiram medo... Vc não imagina o quão feliz essa leitura me deixou”

“Muito obrigada sua linda por te me escolhido, vc me fez um bem danado!!! Estou muito grata”

“Acredito que nada é por acaso. Em um momento de tantas incertezas esta leitura maravilhosa me ajudou a manter meu norte, independente do que está acontecendo a minha volta! Quero agradecer a todas as mulheres que dedicaram seu tempo para compartilhar suas experiências neste livro!”

“O livro é extremamente motivador. Ele nos desafia a não desistir de nossos sonhos e acreditar mais em nosso potencial! Tenho consciência que terei tropeços no caminho, mas agora me sinto muito mais motivada a seguir em frente. Este livro é maravilhoso e nos incentiva a viver dias melhores! Muito obrigada.”

Não poderia deixar de citar as 20 sabedoras que de forma voluntária contribuíram para enriquecer ainda mais este trabalho. Todas elas são empreendedoras e referências em seus mercados de atuação, que abraçam um mesmo objetivo: transformar o mundo em um lugar melhor, através da democratização do conhecimento, para que com criatividade e sabedoria mais mulheres tenham autonomia para fazer seus sonhos saírem do papel, conquistando resultados extraordinários em suas vidas e negócios!

Antes de finalizar o livro impresso, várias cópias já tinham sido vendidas e para atingir um número ainda maior de mulheres, a cada livro vendido outro será doado para uma empreendedora por necessidade. Espero que desta forma possamos fortalecer o empreendedorismo feminino e quebrar alguns vícios negativos que ainda persistem em nossa sociedade. Boa Leitura!

6. REFERÊNCIAS

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612/522>. Acesso em: 13 fev. 2020.

BESSA, Lucas. **Como a experiência do consumidor se relaciona com a jornada do cliente**. 2019. Disponível em <https://blog.ingagedigital.com.br/experiencia-do-cliente/>. Acesso em 13 de agosto de 2020.

CATRACALIVRE. **Número de mulheres microempreendedoras cresce no Brasil**, 2018. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/carreira/numero-de-mulheres-microempreendedoras-cresce-no-brasil/>. Acesso em: 29 mar. 2019.

CORDEIRO, Karina Leyser. **Mulheres são líderes mais eficientes**. 2019. Disponível em <https://comunidade.empreendedorismorosa.com.br/blog/mulheres-sao-lideres-mais-eficientes>. Acesso em 13 de agosto de 2020.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2005. Rio de Janeiro: Elsevier.

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. **A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo**. 2016. Disponível em <file:///C:/Users/User/Downloads/360-1550-1-PB.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2020.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor – **Empreendedorismo no Brasil Relatório Executivo 2018**. Disponível em <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>. Acesso em Acesso em 22 jan. 2020

GEM, Global Entrepreneurship Monitor – **Empreendedorismo no Brasil: 2019**. Disponível em <http://ibqp.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>. Acesso em 14 de agosto de 2020.

GODOY, André Vanoni de. **A inovação é para todos**. Disponível em https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/marcas_2019/artigos/2019/03/674974-a-inovacao-e-para-todos.html. Acesso em: 29 de mar. 2019.

HARADA, Fernanda Jordani Barbosa et al; **O Design Centrado no Humano Aplicado: A Utilização da Abordagem em Diferentes Projetos e Etapas do Design**, p. 1254-1266. In: Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Blucher Design Proceedings, v. 9, n. 2. São Paulo: Blucher, 2016.

HISRICH, Robert. D; PETER, M. P. **Empreendedorismo**. 2004. Porto Alegre: Bookman.

METTRAU, Marsyl Bulkool. **Sinais Sociais**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1. 2006.

NADER, Silvana Maria. **Perfil criativo no empreendedorismo social**. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas-SP, 163p, 2018.

NATIVIDADE, Daise Rosas da. **Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise**. Revista de Administração Pública, 43(1), 231-256, 2009.

OSÓRIO, Josiane. **Mulheres empreendedoras no Brasil – Perfil e perspectivas**. 2019a. Disponível em <https://www.mulheresempreendedoras.net.br/mulheres-empendedoras-no-brasil/>. Acesso em: 20 mar. 2019.

OSÓRIO, Josiane. **Os desafios do empreendedorismo feminino no Brasil**. 2019b. Disponível em <https://www.mulheresempreendedoras.net.br/desafios-do-empendedorismo-feminino/>. Acesso em: 20 mar. 2019.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processo de criação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

PACHECO, Polyane. **As características empreendedoras**. 2019. Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/as-caracteristicas-empendedoras>. Acesso em: 06 mai. 2020.

REBOUÇAS, Fernando. **O que é Gestão do Conhecimento?** 2014. Disponível em <http://www.sbgc.org.br/blog/o-que-e-gestao-do-conhecimento>. Acesso em 12 de agosto de 2020.

SCHNEIDER, Beat. **Design – Uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico.** São Paulo: Editora Blucher, 2010.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico.** São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **O Design no Contexto da Economia Criativa,** 2015. Disponível em [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7df34e8247384939c2ff217f6a4efe7/\\$File/5679.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e7df34e8247384939c2ff217f6a4efe7/$File/5679.pdf). Acesso em: 22 jan. 2020.

SIMPLÍCIO, Henrique Augusto Torres. **Paulo Freire e aprendizagem: transferir conhecimento ou fazer propaganda política?** 2018. Disponível em <https://lndufmg.wordpress.com/2018/03/27/paulo-freire-e-a-aprendizagem-transferir-conhecimento-e-realmente-ruim/>. Acesso em 12 de agosto de 2020.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES Tomás de Aquino (org.) **Empreendedorismo além do plano de negócios.** São Paulo: Atlas, 2005.

THIEL, Cristiane Rocha. **Criatividade e inovação nos negócios.** 2020. Disponível em <https://cristianethiel.com.br/criatividade-e-inovacao-nos-negocios/>. Acesso em: 05 de out. 2019.

WECHSLER, Solange Muglia. **Avaliação multidimensional da criatividade: uma realidade necessária.** 1998. Disponível em https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85571998000200003. Acesso em 07 mai. 2020

7. ANEXOS

7.1 ROTEIRO DA ENTREVISTA

Qual seu nome completo:

01 – DESEMPENHO

Em relação a afirmação: o livro é de fácil clareza e entendimento. Eu:

- () Discordo. Não entendi nada.
- () Discordo parcialmente. Eu entendi pouco.
- () Concordo parcialmente. Eu entendi quase tudo.
- () Concordo totalmente. Eu entendi tudo.

Em relação a afirmação: é possível aplicar o que aprendi. Eu:

- () Discordo. Não é aplicável.
- () Discordo parcialmente. É pouco aplicável.
- () Concordo parcialmente. Posso aplicar quase tudo.
- () Concordo totalmente. Posso aplicar tudo que aprendi.

Em relação a afirmação: o assunto abordado no livro é importante. Eu:

- () Discordo. O conteúdo não é importante.
- () Discordo parcialmente. O conteúdo do livro é pouco importante.
- () Concordo parcialmente. O conteúdo do livro é importante.
- () Concordo totalmente. O conteúdo é muito importante

Em relação a afirmação: as cartas do deck são importantes. Eu:

- () Discordo. As cartas não são importantes.
- () Discordo parcialmente. As cartas são pouco importantes.
- () Concordo parcialmente. As cartas são importantes.

Concordo totalmente. As cartas são muito importantes.

Em relação a afirmação: de modo geral estou satisfeita com o livro. Eu:

Discordo. Estou Insatisfeita com o livro.

Discordo parcialmente. Estou pouco satisfeita com o livro.

Concordo parcialmente. Estou satisfeita com o livro.

Concordo totalmente. Estou muito satisfeita com o livro.

Em relação a afirmação: eu recomendaria este livro. Eu:

Discordo. É nada provável que eu recomende este livro.

Discordo parcialmente. É pouco provável que eu recomende este livro.

Concordo parcialmente. É provável que eu recomende este livro.

Concordo totalmente. É certo que recomendarei este livro.

Em relação a afirmação: comparando a outros livros que eu possa ter lido da mesma categoria, a qualidade de conteúdo deste é superior. Eu:

Discordo. A qualidade deste livro é muito inferior.

Discordo parcialmente. A qualidade deste livro é pouco inferior.

Concordo parcialmente. A qualidade deste livro é pouco superior.

Concordo totalmente. A qualidade deste livro é muito superior.

Em relação a afirmação: comparando outras fontes de aprendizado, como cursos, palestras e outros da mesma temática, a qualidade de conteúdo deste livro é superior. Eu:

Discordo. A qualidade deste livro é muito inferior.

Discordo parcialmente. A qualidade deste livro é pouco inferior.

Concordo parcialmente. A qualidade deste livro é pouco superior.

Concordo totalmente. A qualidade deste livro é muito superior.

O que você mais gostou no livro?

O que você acredita que possa ser aprimorado no livro?

Quando você imagina utilizar as cartas?

02 - RESULTADOS

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não contribuiu” e nota máxima significa “contribuiu extremamente”. Quanto você acredita que este livro contribuiu para seu aprendizado?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não é fonte de inspiração” e nota máxima significa “alta fonte de informação”. Quanto você acredita que este livro é fonte de inspiração?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não é fonte de motivação” e nota máxima significa “alta fonte de motivação”. Quanto você acredita que o livro é fonte de motivação?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não é um acelerador” e nota máxima significa “altamente acelerador”. Quanto você acredita que o livro é um acelerador para seus projetos e negócio?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não contribui” e nota máxima significa “contribui altamente”. Quanto você acredita que a aplicação do aprendizado contribui para aumentar sua renda?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não contribui” e nota máxima significa “contribui altamente”. Quanto você acredita que o livro contribui para uma visão mais estratégica do seu negócio?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não proporciona” e nota máxima significa “proporciona altamente”. Quanto você acredita que o livro lhe proporciona maior foco em seu negócio?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não auxilia” e nota máxima significa “auxilia altamente”. Quanto você acredita que o livro lhe auxilia enfrentar os desafios da trajetória empreendedora?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não auxilia” e nota máxima significa “auxilia altamente”. Quanto você acredita que o livro auxilia a alcançar seus sonhos?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não contribui” e nota máxima significa “contribui altamente”. Quanto você acredita que o livro contribui para o desenvolvimento da sua criatividade?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

03 – EXPERIÊNCIA

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”. O que você achou da caixa do livro?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”. O quanto você gostou da dinâmica proporcionada pelas cartas?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”. O que você achou da capa do livro?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”. O que você achou das cores?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”. O que você achou do título do livro?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

4 – DIGITAL

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”. O que você achou de ter acesso ao livro em formato e-book (livro digital)?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

De 1 a 5, sendo que nota mínima significa “não gostei” e nota máxima significa “gostei muito”. O que você achou de ter acesso ao livro ao audiobook (livro narrado em áudio)?

1 – 2 – 3 - 4 - 5

Você optou por acessar o material em audiobook ou e-book?

Audiobook (livro digital)

E-book (livro narrado em áudio)

Os dois

Para você, ter o livro físico em mãos, fez falta?

Sim

Não

Obrigada por sua contribuição para com esta pesquisa.

7.2 Autorização para a Biblioteca Universitária

AUTORIZAÇÃO

Nome do(a) autor(a): Kelem Camargo Boaretto Janssens

RG: 4.308.077

Título da Dissertação: DO JEITO QUE ESTÁ NÃO VAI DAR CERTO.
UM LIVRO INTERATIVO COMO FERRAMENTA DE APOIO AO
EMPREENDEDORISMO FEMININO PARA A EMPRESA SABEDORAMA

Autorizo a Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE, através da Biblioteca Universitária, disponibilizar cópias da dissertação de minha autoria.

Joinville, 01 de setembro de 2020.



Assinatura do(a) aluno(a)