



EMPREENDEDORISMO FEMININO NA CIDADE DE JOÃO PESSOA-PB: DIFICULDADES ENFRENTADAS NO PERÍODO DO COVID-19

Priscilla Ferreira De Lucena¹
Danielle Fernandes Rodrigues²

RESUMO:

Esta pesquisa objetiva analisar as dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras durante a pandemia da COVID-19. O empreendedorismo feminino tem evoluído, e como consequência vêm ocorrendo um aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres. Sendo assim, torna-se, cada vez mais, importante conhecer a importância do empreendedorismo feminino no cenário econômico, e primordialmente as razões que as mulheres têm para empreender e, ainda, revelar uma parcela das particularidades do empreendedorismo feminino, destacando a trajetória da mulher no mercado de trabalho, setores de empreendimento, gestão feminina e consequências para a sociedade, segmentando por necessidade e/ou oportunidade. Este artigo trata-se de uma pesquisa qualitativa e exploratória, cujo instrumento de coleta de dados utilizado foi questionário aplicado junto a empreendedoras paraibanas de segmentos distintos. Como resultados obtidos, destacam-se que a maioria, das entrevistadas, empreendeu por necessidade, com destaque para a falta de emprego. Além disso, muitas destacaram que a maior motivação da busca por empreender foi a de ajudar na renda familiar. Destaca-se que muitas das empreendedoras não têm experiência na área administrativa e não possuem contador. Um ponto positivo, enfatizado pelas entrevistadas, foi que a carreira empreendedora, afetou o seu meio familiar para melhor, e que apesar dos desafios enfrentados nesse período de pandemia, conseguiram conciliar a família e o trabalho. Com esse estudo foi possível perceber que a mulher empreendedora está capacitada para desenvolver atividades em uma empresa, assim como realiza na sua vida pessoal, sendo capaz de atender as expectativas que o mercado precisa, sabendo lidar com as dificuldades.

Palavras-Chave: Empreendedorismo Feminino; Dificuldades; Covid-19.

ABSTRACT:

This research aims to analyze the difficulties faced by women entrepreneurs during the COVID-19 pandemic. Female entrepreneurship has evolved, and as a consequence there has been a gradual increase in enterprises organized by women. Therefore, it is increasingly important to know the importance of female entrepreneurship in the economic scenario, and primarily the reasons that women have to undertake, and also reveal a portion of the particularities of female entrepreneurship, highlighting the trajectory of women in the labor market, entrepreneurial sectors, female management and consequences for society, segmented by need and/or opportunity. This article is a qualitative and exploratory research, whose data collection instrument used was a questionnaire applied to entrepreneurs from different segments of Paraíba. As the results obtained, it is highlighted that the majority of the interviews were undertaken out of necessity, with emphasis on the lack of employment. In addition, many highlighted that the main motivation for seeking to become an entrepreneur

¹ Graduada em Ciências Contábeis. E-mail: priscyllafl@hotmail.com

² Mestra em Administração, pela Universidade Federal da Paraíba. Docente do Curso Superior em Ciências Contábeis, pelo UNIESP. E-mail: danielle.contato10@gmail.com.



was to help with the family income. It is noteworthy that many of the entrepreneurs do not have experience in the administrative area and do not have an accountant. A positive point, emphasized by the interviewees, was that the entrepreneurial career affected their family environment for the better, and that despite the challenges faced during this period of pandemic, they managed to reconcile family and work. With this study, it was possible to see that the woman entrepreneur is able to develop activities in a company, as well as in her personal life, being able to meet the expectations that the market needs, knowing how to deal with difficulties.

Keywords: Female Entrepreneurship; Difficulties; Covid-19.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil no mês de março de 2020 recebia uma notícia que modificou a vida da sociedade. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o mundo estava enfrentando uma pandemia, um novo tipo de vírus denominado Corona vírus, Sars-Cov-2. Este vírus iniciou na China e se alastrou, causando danos na Europa, iniciando os impactos na saúde mundial, nos aspectos políticos, econômicos e sociais com uma queda no mercado de trabalho gerando desemprego. Diante disso, muitas pessoas tiveram que criar sua própria renda, abrindo empresas informais e formais.

No tocante ao mercado de trabalho para as mulheres tem-se que o público feminino vem se destacando, sendo assim, o empreendedorismo feminino vem ganhando força na sociedade. Dessa forma, as modificações na família e no mercado de trabalho fizeram com que o empreendedorismo se desenvolvesse propiciando um avanço de 1.339.399,00 mulheres, segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE). Esses números são relativos ao terceiro trimestre de 2020 que apontou também, que o estado da Paraíba se destacou em o 16º lugar do ranking nacional de empreendedoras.

O empreendedorismo tem uma função muito importante para a sociedade, pois supre as necessidades das pessoas, que diariamente se deparam com riscos na economia e com o grande crescimento de mercado, tanto feminino como masculino. Sendo assim, para Chiavenato (2007, p.18) os empreendedores “não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em constante transformação e crescimento”. Dolabela (2006, p. 30) enaltece que “o empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social.

Por meio da inovação, dinamiza a economia”. O que reforça e justifica a importância de se estudar a temática do empreendedorismo.

O empreendedorismo feminino compreende os negócios liderados por mulheres, sendo assim, elas podem determinar dentro de si coragem e inovação para abrir seu próprio negócio. Com isso, essas empreendedoras geram melhoria para a sociedade e para economia, trazendo diversidade de negócios, e acabam por reduzir as diferenças entre oportunidade de crescimento na carreira para homens e mulheres.

De maneira contextualizada, tem-se que a pandemia levou para a sociedade diversas barreiras de mercado, bem como, ocasionou muitos desempregos, sendo assim, para algumas mulheres surgiu a ideia de empreender seja para si mesmas ou para ajudar na renda familiar, o que enaltece a questão do empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade. Dessa forma, as mulheres vêm se destacando e mostrando a força do empreendedorismo feminino.

A falta de um conhecimento teórico e financeiro por motivos de tempo no dia a dia das empreendedoras que exercem os papéis, por exemplo, de mães, professoras dos seus filhos e donas do lar, podem gerar um ponto negativo para aperfeiçoar as inovações do seu próprio



negócio. Posto isso, este artigo visa buscar relatos de mulheres que durante as dificuldades enfrentadas no seu dia a dia e durante a pandemia tiveram a iniciativa de adquirir seu próprio negócio. Desta forma, questiona-se: Quais as dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras da cidade de João Pessoa – PB, durante a pandemia da covid-19?

A importância desta pesquisa é mostrar os motivos que levaram as mulheres a empreender e investigar seus múltiplos papéis, relatando as possíveis barreiras que foram postas durante a pandemia para manter seu comércio aberto, e conhecer a gestão feminina, traçando seu perfil e seus conhecimentos teóricos e administrativos, realizando entrevistas, por meio de um questionário, instrumento de caráter qualitativo para obtenção de informações e relatos junto as mulheres empreendedoras.

Ressalta-se que foram apontados como objetivos deste artigo, de uma forma geral: analisar as dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras da cidade de João Pessoa-PB durante a pandemia da COVID-19.

E de forma mais específica, buscar-se-á: a) trazer a contextualização do empreendedorismo feminino; b) identificar o papel da contabilidade no assessoramento de um empreendimento, e por fim, c) Descrever o impacto que a pandemia ocasionou no empreendedorismo feminino.

Buscando alcançar os objetivos expostos nesse artigo anteriormente, no que tange a metodologia utilizada para a presente pesquisa, tem-se que foi realizado um estudo do tipo qualitativo e de natureza básica. Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória, que objetiva uma maior familiaridade com o problema de estudo, na qual incluirá levantamentos bibliográficos, e aplicação de questionários com mulheres empreendedoras, que passaram por este ciclo da COVID-19 e tiveram experiências práticas com o problema deste artigo. A estrutura desse artigo está detalhada em introdução e fundamentação teórica, metodologia, resultados, discussão e, por fim, as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico apresenta, a definição sobre o empreendedorismo e empreendedorismo feminino, conhecimento sobre empreendedoras por necessidade e por oportunidade, e os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, e por fim, o empreendedorismo feminino e a covid-19.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo visto por alguns apenas como uma saída para o desemprego que assola as economias, ainda carece de maior compreensão na sociedade. Nesta perspectiva, Dolabela (1999) evidencia a importância do empreendedorismo no contexto de inovação e desenvolvimento dentro da sociedade. Ele ressalta que, o aumento da capacidade empreendedora de uma sociedade não se dá em função da retração no nível de emprego, mas como decorrência direta dos novos padrões de relações sociais e políticas.

Drucker (1986) já evidenciava que o empreendedorismo poderia ser um importante ponto na história das relações entre o indivíduo e a comunidade. Sendo assim, como defensor de uma sociedade empreendedora, Drucker (1986) destaca a importância do entendimento de que a inovação e o espírito empreendedor são necessários, tanto na sociedade quanto na economia, seja no âmbito público, seja nas empresas privadas. Embora exista uma grande variedade de conceitos, Davidsson (2016), por sua vez, argumenta que as múltiplas formas de compreensão do empreendedorismo tendem, a se acomodar em duas definições.

O Empreendedorismo é, portanto, a criação de uma nova atividade econômica e é qualquer coisa que concerne àqueles que criam e dirigem seus próprios negócios. Sendo



assim, para a realização de novos estudos, Davidsson (2016) recomenda que se utilize o primeiro dos dois entendimentos, por corresponder ao entendimento que se impõe como tendência no campo.

Neste contexto, para o autor, cada vez mais os pesquisadores focalizam na compreensão do empreendedorismo como um esforço de criação de uma nova atividade econômica (DAVIDSSON, 2016; WIKLUND et al., 2011). Como ressalta os autores o empreendedorismo ele compreende a uma atividade econômica, que gera uma oportunidade de gerar uma renda.

2.2 EMPREENDEDORISMO POR NECESSIDADE E POR OPORTUNIDADE

Ao longo do tempo, alguns estudos vêm partindo do pressuposto de que as motivações para empreender poderiam não ser exatamente aquilo que no momento seria algo a ser realizado, mas muitas vezes eles têm sido alvo de realização por necessidade ou oportunidade no mercado empreendedor.

Para Kirzner (1979), o empreendedor se encontra sempre em estado de alerta, para descobrir e explorar novas oportunidades. Este modo de alerta constituir-se-ia a principal característica de tais indivíduos. Esses são os primeiros a identificar oportunidades lucrativas de negócios. Sabem comprar em um determinado local e vender em outros ou em momentos distintos; compram insumos e vendem produtos processados etc. Segundo Woods (2006), Kirzner (1979) foi o primeiro pensador a articular uma teoria do empreendedor baseada no conceito de alerta.

Na visão de Kirzner (1979), a capacidade de estar alerta refletiria, inclusive, motivações pessoais, aspirações e sonhos do próprio empreendedor. Ao incorporar, em suas proposições, o tema das aspirações e das motivações pessoais, Kirzner (1979), ressalva das preocupações de McClelland (1972), que corresponde a outro expoente da área de empreendedorismo.

Para McClelland (1972), são os valores, as motivações humanas e a necessidade de autor realização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Entre os principais motivos que leva o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, “um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal” (McClelland, 1972, p. 110). Indivíduos com elevado nível de necessidade de realização e conquista apresentam maior propensão a perseguir desafios, de maneira relativamente autônoma, eles sentem mais desejo de buscar ou até mesmo de realizar aquilo que almejar.

Segundo estudos relativos ao tema, com destaque para o programa de pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), de abrangência mundial, correspondente a uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora, os empreendimentos são caracterizados por iniciativa relacionados à necessidade. Sendo assim, essa questão pode se tornar preocupante, pois muitos indivíduos entram no mercado empreendedor sem o conhecimento necessário para gerir uma empresa. Entretanto, o empreendedor por oportunidade gera maiores possibilidade de sucesso, que está relacionado a busca de informações, análise do mercado e até mesmo planejamento das ações.

Os empreendedores de oportunidade são maiores pois eles obtêm a curiosidade de buscar a informações relevante ao mercado desejado, já os de necessidade eles agem por ações não planejadas e sim necessitadas no momento, por isso que muitas das vezes eles não obtém sucesso.



Além disso, a taxa de empreendedorismo total no Brasil atingiu um percentual menor, pois caiu para 31,6% o que apresenta uma queda de 18,33% quando comparada com a taxa de 2019, que foi de 38,7%. Então o seguinte resultado, o Brasil caiu o 4º lugar para o 7º lugar em taxa de empreendedorismo no Brasil (GEM, 2020).

Pode-se destacar também, como importância do empreendedor com o desenvolvimento da sociedade, as atitudes empreendedoras que são um passo principal a ser motivados a buscar os objetivos, onde muitas mulheres têm feito isso e muitas das vezes por necessidade ou oportunidades. Posto isto relatamos que as suas atitudes serão desenvolvidas conforme a importância dos seus objetivos que representam seu empreendimento.

A atitude age em função da gestão e persistência - definidas como planejamento, predisposição para ter iniciativas, tomar decisões, cumprir metas, atingir objetivos, obter informações e buscar oportunidades – e inovação como poder, redes sociais, autoconfiança, considerando como predisposição para agir de forma criativa, construir diferenciais competitivos e produtivos (LUCAS; SOUZA, 2007). As atitudes empreendedoras podem ser entendidas como toda e qualquer ação, estratégias, práticas de decisões, que os empreendedores tomam e aplicam em seus negócios.

2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Empreendedorismo, segundo Schumpeter (1988), é um processo de “destruição criativa”, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos. Já para Dolabela (2010) corresponde a um o processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza.

Destaca-se que o desenvolvimento sobre o estudo do trabalho de mulheres empreendedoras teve seu surgimento em 1970, pois até então, apenas os homens eram alvo de pesquisas sobre a temática do empreendedorismo (AHL, 2006). Um dos primeiros trabalhos sobre “empreendedorismo feminino” foi elaborado por Schwartz (1976).

No artigo, a autora abordou aspectos relacionados à motivação, características de personalidade e dificuldades enfrentadas por mulheres empreendedoras. Schwartz (1976) concluiu, na ocasião, que os motivos que levavam mulheres a montar seu próprio negócio eram semelhantes aos dos homens. Além disso, ambos tinham “qualidades empreendedoras” parecidas e havia poucas diferenças de trabalho.

A pesquisadora ressalva, que as mulheres enfrentavam mais barreiras que impediam o sucesso de suas organizações, principalmente em função das dificuldades de obtenção de crédito.

O empreendedorismo feminino tem apresentado crescimento nos últimos anos. Com isso, houve o aumento da participação feminina na economia do país, demonstrando a habilidade da mulher de gerir seu próprio negócio, movimentando a economia local, gerando emprego e renda para seus colaboradores (FRANCO, 2014). Nesta perspectiva, com o desenvolvimento do empreendedorismo feminino muitas mulheres aproveitaram as oportunidades para gerir seu próprio negócio, com ênfase no atendimento do público-alvo, de seus respectivos empreendimentos. Como evidencia Dolabela (2008, p.24-25):

O crescimento econômico sustentável é consequência do grau de empreendedorismo de uma comunidade. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que, através de sua liderança, capacidade e de seu perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes estão, sobretudo em valores culturais, na forma de ver o mundo.



As mulheres possuem habilidades diferentes das masculinas, isso contribui para a influência de maneira positiva no mercado. Posto isto, as empreendedoras têm capacidade de visão onde se preocupam com os clientes e fornecedores que são o alicerce para o progresso de uma empresa. A mulher em geral, ainda enfrenta muitas barreiras sociais além da desigualdade de renda e ocupação no mercado de trabalho. O empreendedorismo possibilita a participação ativa da mulher na sociedade e na economia, como vimos elas como empresárias assumem o papel de protagonistas, sejam motivadas para aumentar a receita familiar ou sendo a sua atividade como fonte principal de renda. Além da inserção no mercado de trabalho, existir também a flexibilidade de horários para conciliar com as outras atividades do lar e filhos, independência e autonomia no trabalho.

2.4 DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES EMPREENDEDORAS

A atividade da mulher na sociedade tem sofrido grandes transformações desde meados da década de 70. Obteve transformações culturais e de valores com relação ao papel da mulher na sociedade, onde os dados de elevação do nível de escolaridade feminino e o aumento no número de família chefiada por mulheres obteve grande número de participação feminina no mercado de trabalho.

Mesmo com esse número elevado da classe feminina no mercado, a empreendedora ainda enfrenta preconceitos dentro da sociedade. A própria sociedade tem a concepção de que é obrigação do homem o sustento da casa e dever da mulher cuidar de seus trabalhos domésticos e filhos, sendo que a mulher empreendedora que arriscar nos negócios precisa associar o lado profissional aos filhos e a vida afetiva. E com isso surgir os grandes desafios da mulher no fato de ser empreendedora que contribui para o mercado econômico, sem deixar a sua obrigação familiar. Ressaltando que, em decorrência da reunião escolar, festinha de filhos, levar seus filhos ao médico, escola e entre outras aumenta ainda mais os desafios enfrentados e mostra o poder e agilidade de conciliar seus trabalhos de forma social.

Por longos anos a respectiva desigualdade entre homens e mulheres foi justificada por acreditar-se que o homem era superior à mulher em muitos aspectos, dentre eles: capacidade cognitiva, força física, habilidades e competências, mas elas vêm conquistando espaço e provando o contrário. Empreender é para todos, independentemente da classe social ou gênero (AMORIM; BATISTA, 2011).

Vendo isto, a mulher se encontra em desvantagem na administração desses conflitos em relação ao homem por conta dos papéis impostos pela sociedade. A necessidade de conciliar suas diversas tarefas somadas à dificuldade de ascensão na carreira vem servindo como motivação para que se desenvolvam enquanto empreendedoras (GOMES; GUERRA; VIEIRA, 2011).

Devido aos grandes desafios enfrentados, a mulher ainda, por vezes, é desvalorizada em meio a dita masculinidade empresarial. No entanto, os estudos mostram que os trabalhos que eram desenvolvidos apenas pelas mulheres, atualmente vêm mudando e sendo atuados por homens, e como consequência têm passado a ter mais valor econômico.

Porto (2002) acredita que a família influencia na decisão da mulher ao empreender, e em muitos casos sofrem pressão tanto do marido quanto dos filhos. E com isso, as mulheres empresárias se sentem culpadas, ao buscar a realização profissional, inclusive, pois, em muitos casos, precisam deixar os seus filhos sob os cuidados de outras pessoas. Uma outra dificuldade, enfrenta pelas mulheres é a questão da falta de recursos financeiros, fazendo com que muitas procurem ajudar seus maridos nessa situação do âmbito familiar.

Em concordância, Martins et al. (2010), cita que mulheres empreendedoras têm pouco acesso a recursos financeiros de terceiros devido a restrições ao crédito. Podemos citar como



dificuldade os riscos que todo empreendedor assume, a construção de relacionamentos profissionais e a falta de confiança em si mesmas.

O trabalho remunerado possibilita a mulher enxergar novos horizontes, vislumbrando assim, uma vida melhor, de menos dependência financeira. Posto isso, tem-se que essas questões acabam por levá-las a procurar mais liberdade para tomar decisões, empreender, e seguir novos rumos. Além desses objetivos, há outros que influenciam a forma de ser das trabalhadoras, uma vez inseridas no mercado de trabalho, necessitam aprender a conciliar a dupla jornada de vida que será desenvolvida no seu dia a dia.

2.5 EMPREENDEDORISMO FEMININO E A COVID-19

Em um período em que a economia mundial está passando por grandes transformações impulsionadas pela pandemia da COVID-19, a humanidade enfrenta um dos piores momentos de sua história. Com a disseminação do *Sars Cov-2*, a ciência não estava preparada para compreender e combater os efeitos nocivos, tampouco as pessoas, e muito menos a economia.

Ressalta-se que, a severidade da doença e da impotência, até mesmo, das grandes economias mundiais em conter seu avanço, o *lock down* de cidades e regiões, bem como, o fechamento de grande parte dos setores de atividades consideradas não essenciais, que geravam aglomeração de pessoas, tornou-se a alternativa mais eficiente no curto prazo, para fins de diminuir o crescimento da curva de contaminação.

Conforme o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) - que realiza pesquisas sobre empreendedorismo no mundo - o número de empreendedoras no Brasil cresceu durante a pandemia da Covid-19, alcançando a marca de trinta milhões, no ano de 2020. Desta forma, isso motivou várias mulheres a desafiar o seu lado empreendedor, conquistando seu objetivo e assumindo riscos variados ramos de mercado.

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre e tradução de *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e antes de tudo, aquele que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas. (DOLABELA, 1999b, p. 68).

Como evidenciado neste trabalho, a pandemia afetou grandemente o mundo, impactando profundamente a economia de cada país, juntando essa crise mundial muitos empreendedores tiveram dificuldades de administrar os seus negócios pois tiveram que inovar rapidamente para manter seu comércio aberto. Infelizmente, para administrar adequadamente uma crise é necessária uma preparação prévia por parte das empresas e somente poucas estarão preparadas para uma crise da magnitude da pandemia COVID-19 (KUCKERTZ et al., 2020).

Um dos assuntos que ganhou força no ano de 2020, e que já estava a ser discutido nas literaturas internacionais e nacionais, foi a questão das investigações sobre atividades empreendedoras (MACHADO et al., 2020).

Nassif et al. (2020), chamam a atenção para a importância do desenvolvimento de estudos, que enfatizem os fatores que permitem a empreendedores e a pequenos e médios negócios reunirem condições de atuação em tempos de incerteza e em ambientes de restrições. Estes autores destacam que, preposições desta natureza poderiam contribuir para fundamentar os comportamentos empreendedores e o desenvolvimento socioeconômico do país.



3 METODOLOGIA

Este artigo é classificado como uma pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, analisando e obtendo uma compreensão mais profunda de determinado grupo social (mulheres empreendedoras). Tem-se, portanto, que a pesquisa qualitativa tem como finalidade compreender o pensamento dos sujeitos da pesquisa acerca do fenômeno em estudo (CAREGNATO; MUTTI, 2006).

Com relação aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória, pois visa proporcionar maior familiaridade com o assunto, para maior conhecimento ou para construir hipóteses (SOUZA et al., 2013).

A pesquisa foi realizada na região metropolitana de João Pessoa/PB, com mulheres empreendedoras atuantes em diversos setores de comércio. A ferramenta de coleta de dados foi um questionário, composto por questões objetivas e subjetivas, elaboradas pelas autoras, dividido em um tripé, formado por questões acerca de: dados pessoais e socioeconômicos; empreendedorismo; e por fim, as dificuldades enfrentadas no período da Covid -19.

A coleta dos dados foi feita de forma individual, com cada uma das participantes do estudo, a partir de uma entrevista. Foi aplicado um questionário para cada uma das mulheres empreendedoras selecionadas para esse estudo. O critério para seleção foi escolher mulheres que são conhecidas na cidade pelos seus respectivos trabalhos. Essas entrevistas foram realizadas no período de novembro de 2021, todas na cidade de João Pessoa - PB, local específico para realização devido a todas as entrevistadas estarem situadas na cidade. O local para encontro, dia e horário foi pré-definido com antecedência por ambas as partes, onde todas as entrevistas foram realizadas nas respectivas empresas das entrevistadas.

Sobre a quantidade de entrevistadas foi utilizada a amostragem por acessibilidade. O uso desse tipo de amostragem não permite a realização de análises estatísticas ou generalizações, o que efetivamente não foi realizado, por se tratar de uma pesquisa por meio de análise qualitativa.

As entrevistas foram gravadas e transcritas. Além disso, antes das entrevistas serem iniciadas, as participantes assinaram e concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), para obter o livre acesso às perguntas, concordando de responder de forma voluntária. Sendo assim, totalizando 9 empreendedoras, participantes do presente estudo.

Destaca-se ainda, que o presente trabalho primou pelo sigilo da identidade das empreendedoras participantes. Dessa forma, as entrevistadas são tratadas, nessa pesquisa, como empreendedoras A, B, C, D, E, F, G, H e I.

No tocante ao tratamento dos dados, foi utilizada a análise de conteúdo, que segundo as autoras Silva e Fossá (2015, p. 2) “é uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador.”

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O empreendedorismo é bastante desafiador e, em especial para as mulheres, pois o mesmo acarreta dificuldades em comum a todos os empreendedores.

Conforme informado na metodologia, os resultados dos dados foram feitos utilizando a análise de conteúdo. Após as entrevistas, existiu um processo de separação das falas das mulheres, em tópicos, assim como, os objetivos específicos deste estudo, para que pudesse ser concluída a análise de cada entrevista feita, com intuito não só de compreender, mas também



de identificar outros significados ou sentidos das informações relatadas (SILVA; FOSSÁ, 2015).

A maioria das mulheres questionadas concentra-se na faixa etária de 30 a 50 anos, além disso, a maioria é casada ou mantém uma união estável. Isso corrobora com uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2018), na qual aponta que a faixa etária das empreendedoras brasileiras é de 35 a 45 anos e 70% são casadas. O questionário também abordou o período em que essas mulheres são empreendedoras, suas respectivas escolaridades, bem como, o segmento de negócio no qual atuam.

Quadro 1: Perfil das mulheres empreendedoras

| EMPREENDEDORAS | Idade | Escolaridade | Segmento do Negócio |
|----------------|---------|-------------------|---------------------|
| A | 21 a 30 | Médio completo | Vestuário |
| B | 31 a 40 | Superior completo | Atacado Varejista |
| C | 31 a 40 | Superior completo | Artesanato |
| D | 41 a 50 | Médio completo | Peças de Motos |
| E | 31 a 40 | Superior completo | Escritório contábil |
| F | 31 a 40 | Médio completo | Manicure |
| G | 41 a 50 | Médio completo | Petshop |
| H | 41 a 50 | Médio completo | Aviamento |
| I | 31 a 40 | Médio completo | Cabelereira |

Fonte: Dados da Pesquisa, 2021

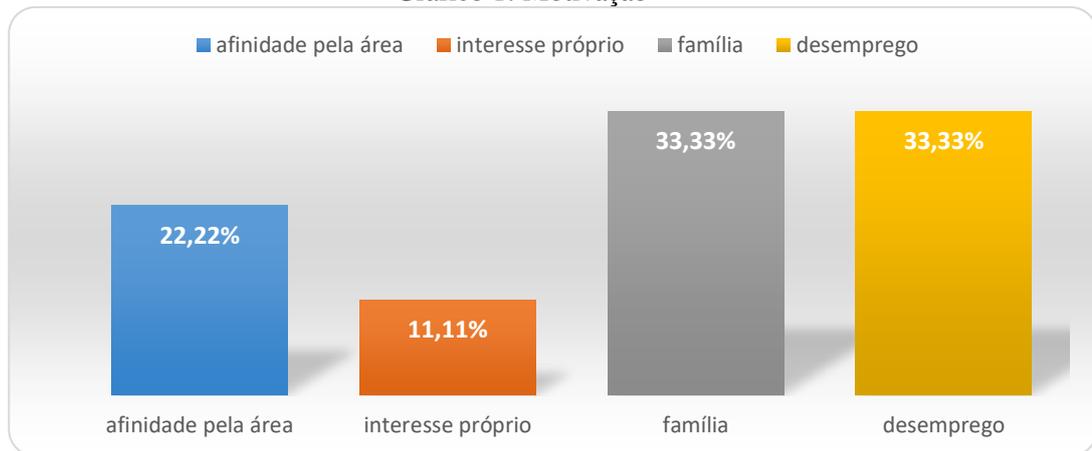
Com os resultados, observa-se que a quantidade de anos que essas mulheres são empreendedoras é diferente. A maioria delas são empreendedoras entre 2 e 5 anos e, apenas, uma das participantes é empreendedora há 17 anos. Assim, podemos afirmar que, se trata de uma amostra experiente no empreendedorismo, uma vez que já passaram pelo período do primeiro ano, considerado o mais desafiador. Como também, passaram pelo período de 5 anos no qual, de acordo com o IBGE (2019), 60% dos empreendedores encerram suas atividades. Apesar da crise no país, as pessoas foram em busca de oportunidades, de se inserir em determinado ramo, conforme sua afinidade, como é possível visualizar no Quadro 1, as respondentes buscaram os segmentos de atuação que lhes deram oportunidade, e outras o que gostam de realizar, ou seja, os ramos que visualizavam como forma de realização.

Fairlie (2013), nos diz que as condições de mercado se tornam algo determinante para o empreendedorismo. Quanto mais elevada taxa de desemprego, maior será o incentivo para o surgimento de novos projetos, para trabalhar por conta própria. Sendo assim, a alta taxa de desemprego apresenta oportunidades empreendedoras, mas, deve ser levada em consideração se essas pessoas estão realmente preparadas para alcançar novos desafios, e se estão capacitadas para que o negócio venha a manter-se ativo, gerando bons resultados.

Inicialmente foi perguntado as entrevistadas, o que as motivou a empreender (gráfico 1), tendo como resultados que 11,11% relataram que foi por interesse próprio, e destacaram que queriam criar algo, fazer a diferença. Já 22,22% afirmaram ter sido pela afinidade com a área, destacando que já tinham um conhecimento do negócio e tiveram uma oportunidade de atuarem nas áreas que possuíam afinidade, além disso, 33,33% dessas participantes foram motivadas a empreender em razão do desemprego, e 33,33% enfatizaram que a família foi sua maior motivação, na qual precisaram obter uma renda para auxiliar as despesas do lar.



Gráfico 1: Motivação



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

A motivação empreendedora é o desejo de correr o risco de realizar uma ação de empreender, juntamente a uma recompensa, diante da percepção de sucesso do empreendedor. O empreendedorismo começa a atuar quando a pessoa pensa em como será a sua vida a partir da perspectiva de ter o poder de decidir os caminhos para onde o negócio deve seguir.

Destaca-se também que, os empreendedores por estilo de vida são indivíduos motivados por questões de realização pessoal, talvez mais do que por motivações puramente lucrativas (ALLARDYCE, 2015).

As entrevistadas foram questionadas se elas possuem alguma personalidade que as inspiram. Elas afirmaram que sim, elencando pessoas conhecidas localmente e nacionalmente, ressaltando boas características que as fazem inspiradoras. A instrumentalização das narrativas para “inspirar” constitui um mercado de ideias (ANGENOT, 2010).

Segundo Vander Casaqui (2017), a inspiração é evocada por alguns estímulos desencadeadores – seja uma revelação divina, uma iluminação criativa, ou uma pessoa ou objeto presente no ambiente externo. O indivíduo inspirado é mobilizado pela verdade, ingenuidade, bondade, beleza ou superioridade do objeto do estímulo externo – sendo motivado a transmitir, atualizar, ou emular as qualidades transcendentais que o inspiraram. Inspiração é assim conceituada como um amplo construto que se estende por múltiplos domínios de conhecimento (por exemplo religioso, criativo), diversas fontes (intrapsíquica, externa), desencadeadores distintos (iluminação, natureza), qualidades transcendentais (beleza, bondade), sendo aplicada a objetivos diferentes (produtos, identidades possíveis).

As empreendedoras, durante a entrevista, responderam se tinham um plano de negócio. Como resultados, 50% delas possuem e 50% não possuem, por falta de experiência administrativa. Para Delgado (2016), quando se fala em empreendedorismo estamos falando, naturalmente, de plano de negócios. Sabemos que o plano é parte fundamental do processo empreendedor. O autor afirma ainda, que negócios criados sem planejamento são conhecidos como “estilo de vida”, nas quais são os empreendedores que não têm visão clara do crescimento para os próximos anos.

Sabemos que empreender não é fácil, pois temos que lidar com pessoas de vários pensamentos, sendo assim, ser empreendedora envolve coragem e busca de aperfeiçoamento com cursos, para ter um conhecimento sobre a parte administrativa.

As respondentes foram questionadas como administravam suas respectivas empresas e se elas possuem contador(a). Com as informações coletadas, 70% das empreendedoras não têm contador para administrar a sua empresa, por falta de conhecimento e por terem



justificado problemas de custo financeiro, ao alegarem que elas mesmas acabam por administrar as finanças das suas empresas e 30% possuem contador e tem conhecimento na área, no qual faz fluxo de caixa.

Segundo Neuhaus et al. (2016), há um forte de ligação da contabilidade com o processo de informação e comunicação nas empresas, a ciência contábil não é limitada ao ponto de registrar os fatos que afetam o patrimônio das empresas, mas sim, de transformar esses números em informações que sirvam de projeções, comparações, controles, planejamento, enfim, para auxiliar corretamente os administradores da organização.

Ser empreendedora é lidar com o lado positivo e negativo. Sendo assim, as empreendedoras responderam ao questionário sobre o seu ponto positivo e o negativo de empreender. Os dados foram bem relativos, pois muitas delas disseram que o lado positivo é ser seu(sua) próprio(a) chefe, fazer seu próprio horário, fazer o que gosta, o retorno financeiro, flexibilidade de horário com os filhos, a sua realização pessoal, criar metas e sonhos. O lado negativo é estar mais presente no trabalho onde se sentem sufocadas, relataram também como lado negativo a concorrência, depender de clientes, lidar com pessoas diferentes e o retorno financeiro a longo prazo.

O ponto negativo é a instabilidade financeira, todo mês é um mês, como sabemos a carga tributária no Brasil é muito elevada, mas as empreendedoras estão superando essa dificuldade. No entanto, ressalta-se, que o ponto positivo traz para as empreendedoras a liberdade de criar suas próprias alternativas. Vejamos no quadro 2, os dados que obtivemos.

Quadro 2: Pontos Positivos e Negativos de Empreender

| Empreendedoras | Positivos | Negativos |
|-----------------------|---|--|
| A | Flexibilidade de horário, tempo para os filhos | Se doar mais ao trabalho, depender de cliente. |
| B | Tempo para a família | Trabalhar mais |
| C | Fazer o que gosta, realização pessoal | Problemas empresarial |
| D | Ser o(a) próprio(a) chefe, retorno financeiro | Lidar com pessoas diferentes |
| E | Ser o(a) próprio(a) chefe, flexibilidade | A concorrência |
| F | Flexibilidade de horário, fazer o que gosta. | Retorno financeiro a longo prazo |
| G | Flexibilidade de horário | A concorrência |
| H | Criar metas e sonhos e fazer o próprio horário | Depender de clientes |
| I | Realização pessoal, flexibilidade de horário para a família | Doar o seu tempo ao trabalho |

Fonte: Dados da Pesquisa, 2021

Segundo Dornelas (2008), o papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade, e com o grande avanço tecnológico, atualmente o papel do empreendedor vem se intensificando. Hoje a economia e a sofisticação de produtos e serviços fazem com que os empreendedores tenham como necessidade a atualização ou formalização do conhecimento empreendedor. Com isso, pode-se concluir que o empreendedorismo sempre está em alta, e a expectativa é o seu aumento mesmo com esses pontos positivos e negativos de empreender.

As características das empreendedoras são fundamentais para administrar o seu negócio, sendo assim, as entrevistadas responderam quais são as suas características enquanto empreendedoras e os dados foram relevantes. Três delas são atenciosas com clientes e seus negócios e observamos outras características descritas no quadro 3, abaixo.



Quadro 3: Características Empreendedoras

| EMPREENDEADORAS | A | B | C | D | E | F | G | H | I |
|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Simpática | X | | | | | X | | | |
| Atenciosa | X | X | | X | | | X | | |
| Criativa | | | X | | | | | | |
| Prestativa | | | | X | | | | | |
| Inovadora | | | | | X | | X | | |
| Perseverante | | | | | | | | X | |
| Dedicada | | | | | | | | X | |
| Agradável | | | | | | | | | X |

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

Segundo Kurrels (2021), a tentativa de tornar claras as características da personalidade que diferenciam os líderes dos não líderes, foram concebidos, no início do século XX. Tal abordagem sugere que líderes detentores de determinados traços de personalidade podem ser mais eficazes, sendo que isso representa a forma do comportamento do líder em relação à sua equipe. Algumas características do líder, segundo a teoria são: autoconfiança, inteligência, sociabilidade, integridade e determinação. Neste contexto, para o SEBRAE (2018), as 10 características empreendedoras são evidenciadas no Quadro 4.

Quadro 4: Características Empreendedoras

| |
|--|
| 1. Estabelecer metas: colocar metas é uma forma de definir suas prioridades no mercado. |
| 2. Buscar oportunidades e ter iniciativa: procurar oportunidades e iniciativas em situações que os empreendedores buscam o sucesso de suas ações. |
| 3. Buscar informações: estar sempre atualizado ao que acontece no mercado e ter uma previsão dos problemas. |
| 4. Conquistar parceiros e formar rede de contatos: demonstrar sempre confiança e ser um profissional de respeito. |
| 5. Manter a qualidade dos produtos e serviços e a eficiência do negócio: entregar um produto ou serviço de qualidade. |
| 6. Planejar e checar se os planos estão sendo realizados: um bom empreendedor tem que saber planejar, organizar e estar certo de que estão sendo feitas as atividades certas. |
| 7. Estar comprometido com os projetos: é estar focado nas decisões, é ter um total empenho e determinação nas suas escolhas. |
| 8. Ser persistente: não se abalar com o fracasso e nem desistir. O empreendedor tem que ser persistente e saber que os fracassos são o que o tornarão um profissional melhor. |
| 9. Correr riscos calculados: um empreendedor nunca toma uma decisão ou estabelece uma meta inatingível. |
| 10. Ser independente e autoconfiante: confiar nas suas intuições. Autoconfiança e saber que além de ser um bom empreendedor, também tem que ser um visionário. |

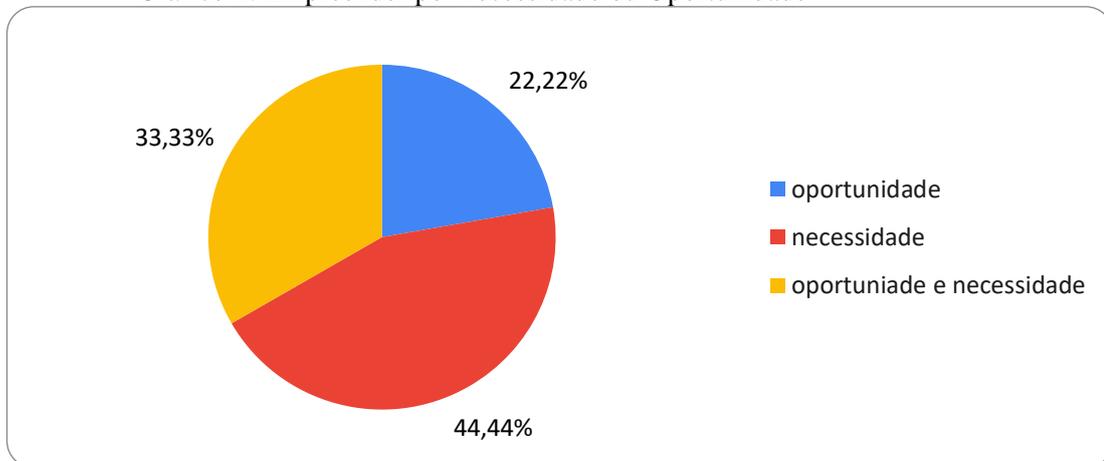
Fonte: Elaborado com base em Sebrae (2018).

Todas as empreendedoras responderam se empreenderam no período da pandemia ou se empreendiam antes (gráfico 2). Os dados nos trazem que 80% delas empreendiam anteriormente. Com isso, foi questionado se elas empreenderam por oportunidade ou



necessidade, 44,44% empreenderam por necessidade de manter os custos familiares, já 22,22% por oportunidade e destacaram que as suas trajetórias de vida ofereceram a oportunidade de abrirem seus próprios negócios e elas decidiram enfrentar este desafio, por fim, 33,33% afirmaram que foi por necessidade e oportunidade.

Gráfico 2: Empreender por necessidade ou Oportunidade



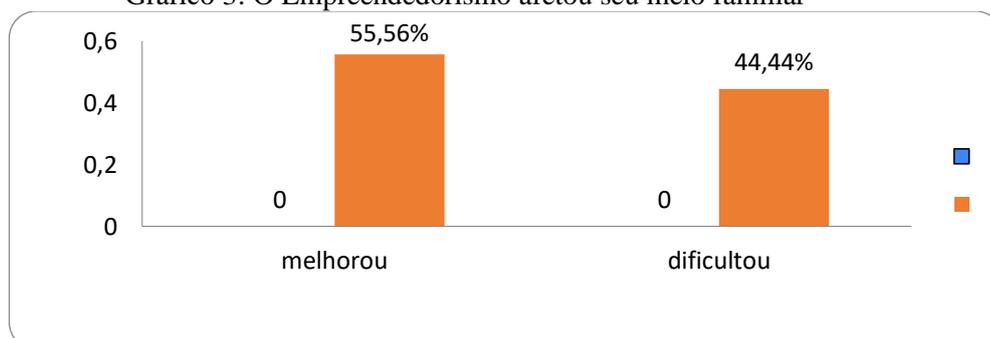
Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Segundo uma pesquisa do GEM (2016), as mulheres começam a empreender mais por necessidade do que por uma oportunidade. Demonstrando o fato delas não acharem uma oportunidade melhor no mercado de trabalho ou necessitarem complementar sua renda. O relatório do Empreendedorismo no Brasil (2010), traz uma análise interessante da real situação do empreendedorismo feminino no país.

As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando o sustento de si mesmas e de suas famílias, além de buscarem enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira. É importante observar o fato que, “a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo, porém geralmente é inferior à masculina” (GEM, 2010, p. 45).

As empreendedoras foram questionadas de como a carreira empreendedora afetou no seu meio familiar. Assim, 55,56%, dessas respondentes, relataram que afetou para melhor, pois tiveram como conciliar seus horários para resolver problemas familiares, já 44,44% acharam muito difícil, pois as mesmas tiveram que estar mais presentes em seus trabalhos e muitas das vezes não tinham muito lazer com a família, e outras falaram que o que mais dificultou foi deixar seus filhos, para irem trabalhar.

Gráfico 3: O Empreendedorismo afetou seu meio familiar



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

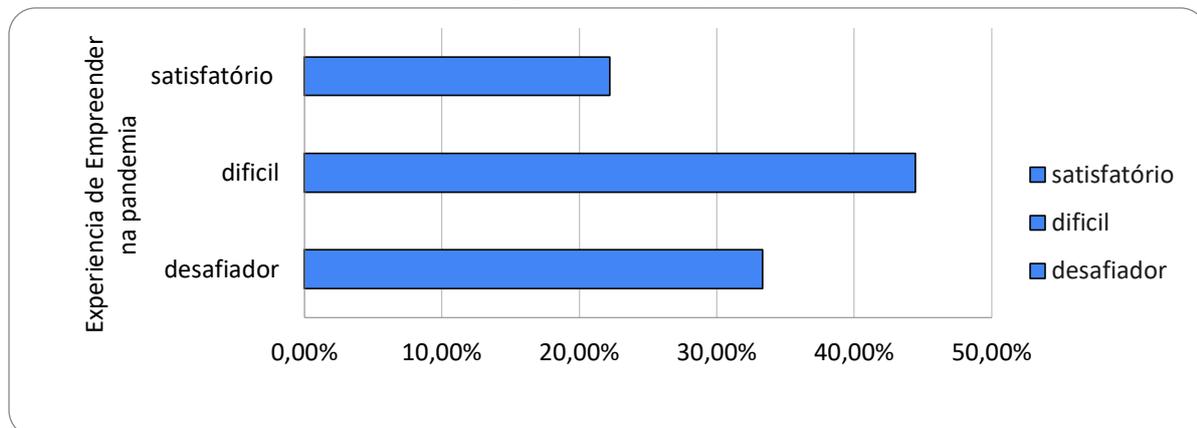


De acordo com Amaral (2013), desde o século XIX, é possível observar a presença da mulher em vários segmentos do mercado de trabalho, nos quais antes elas não estavam inseridas. As mulheres deixaram de ocupar a posição apenas de esposas, donas de casa e mães. De forma que a inserção das mulheres no mercado contribuiu para a mudança do funcionamento da família brasileira, contribuindo para o sustento e manutenção do lar.

Mesmo diante disso, é grande o número de mulheres empreendedoras de sucesso. Como afirma Costa (2018), hoje em dia, as mulheres lidam com algo que antes era impossível: multitarefas, sendo mães, esposas, viúvas e conciliando casa com o trabalho.

Durante a pandemia várias empreendedoras foram impactadas com esse novo mundo (gráfico 4), com os dados apurados com as respondentes relata que 20% delas teve uma experiência satisfatória, onde a pandemia se destacou no comércio da mesma com as vendas online e deliveries, mas 40% das empreendedoras disseram que foi difícil pois com o fechamento do comércio e o medo das pessoas no início de aproximarem e com a perda de cliente e 30% delas relatam que foi uma experiência muito desafiadora pois tiveram que inovar para manter seu negócio aberto.

Gráfico 4: Experiência de Empreender na Pandemia



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Alpersted et al. (2014), constataram em sua pesquisa que, para muitas mulheres, o prazer experimentado no gerenciamento de sua própria empresa resultante da maior liberdade e flexibilidade é temperado por descontentamento, em função das demandas de tempo entre as necessidades de equilibrar as exigências do negócio e os interesses dos filhos e outros dependentes.

A pesquisa de Santos (2014), salienta que empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

As entrevistadas responderam quais foram as barreiras enfrentadas na pandemia, muitas delas relatam que foi o fechamento do comércio, pois tiveram que inovar para manter seu negócio aberto e o preço dos produtos também foi uma grande barreira, e assim, muitas tiveram que aumentar o preço cobrado por seus produtos, causando o enfraquecimento do comércio, bem como, perda de clientes, como consta no quadro 4.

As empreendedoras responderam qual foi o momento mais crítico enfrentado na pandemia, das quais 99% enfatizaram ter sido no início da pandemia, com o isolamento das pessoas e o fechamento do comércio, fazendo com que elas tiveram que aos poucos passar segurança para suas clientes respeitando os protocolos de uso de máscara e álcool em gel. Já 1% respondeu que foi na segunda onda da pandemia, onde a entrevistada teve perdas de clientes e o absurdo aumento de preços dos produtos.



Quadro 5: Barreiras enfrentadas na pandemia

| EMPREENDEDORAS | A | B | C | D | E | F | G | H | I |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Economia do Brasil | X | X | | | | X | | | |
| Segunda onda da pandemia | | | | | X | | | | |
| Aumento de preços dos produtos | | X | X | | | | | X | |
| Falta de clientes | | | | X | X | | | | |
| Perda de clientes | | | | | | | X | | X |

Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Segundo Lima (2021), as organizações tiveram que se adaptar as medidas/legislações/recomendações governamentais e sanitárias. Pois, com a ausência de vacinas eficazes que inibissem o contágio, o isolamento social foi pontuado como uma das principais formas de proteção contra o COVID-19. Pesquisadores, em âmbito global, reuniram esforços em estudos voltados para a contenção da pandemia e melhor compreensão dos possíveis impactos do vírus para o homem. Já em âmbito social, as ciências humanas seguem coletando dados e realizando pesquisas que possibilitem compreender como este período de isolamento social tem impactado as instituições, o mercado, as corporações e os trabalhadores.

As empreendedoras foram questionadas sobre “qual conselho você daria para outra empreendedora?”. Como destaque tem a resposta da entrevistada B: “nunca desistam, mesmo na dificuldade, continuem buscando os seus objetivos”. Por sua vez, a entrevistada E, destacou que: “a mulher é capaz de conseguir todo aquilo que almejar. Não tenha medo, seja objetiva e batalhadora”.

As pessoas agem para atingir objetivos pessoais, que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. Como o trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam. (CHIAVETO, 2007, p. 174).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho abordou-se o assunto das dificuldades enfrentadas na pandemia da COVID-19, período que impactou o mundo, no qual foi preciso viver outra realidade. Realidade essa, marcada por muitos desafios, inclusive para as empreendedoras.

Com esse estudo, foi possível perceber que a mulher empreendedora está capacitada para desenvolver atividades em uma empresa, assim como, desenvolve em sua vida pessoal. Sendo assim, a mulher que empreende, aponta sua capacidade de atender as expectativas e, até mesmo, de se manter à frente do que o mercado precisa, sabendo lidar com as dificuldades que possam surgir, de modo que suas tomadas de decisões sejam rápidas e eficazes.

O trabalho feminino, fora de casa, é uma conquista relativamente recente. Não foi simples para as mulheres conseguirem ganhar seu próprio dinheiro, obter independência e ainda ter sua competência reconhecida. Dessa forma, além de empreender, as mulheres mantêm as tarefas tradicionais: de mãe, esposa e dona de casa, tendo assim, uma jornada



dupla ou mesmo tripla. Mulheres motivadas para empreender, em função dos cuidados necessários a família, muitas vezes empreendem em sua própria residência, pois assim conciliam os dois afazeres.

Nessa pesquisa foram obtidos os relatos de 9 empreendedoras da cidade de João Pessoa - Paraíba, cuja maioria empreendeu por necessidade. Devido ao desemprego, elas tiveram que inovar, para conseguir uma nova renda para suas respectivas famílias. As características, enquanto empreendedoras, foram diferentes, umas das outras, mesmo assim, as participantes da pesquisa, conseguiram lidar com as variadas personalidades de seus clientes, ainda que suas experiências de empreender em tempos de pandemia tenham sido desafiadoras, mas conseguiram se superar enquanto pessoas e empreendedoras. As grandes barreiras, enfrentadas pelas entrevistadas, foram o fechamento do comércio, aumento de preço dos produtos, perdas de clientes e a economia do Brasil.

O empreendedorismo feminino caminha em direções favoráveis a sociedade de forma geral, no qual o modelo de gestão feminino trata as pessoas levando em consideração, por exemplo, suas culturas e necessidades individuais diferenciadas. Quanto a isso, pode-se dizer que a necessidade obriga a criação e a insatisfação conduz à inovação. Essa é a ligação da razão e motivação ao empreendedorismo feminino. Seja qual for sua razão, motivação ou necessidade o empreendedorismo tem dado à sociedade e à mulher caminhos de sucesso.

Tem-se, por fim, que o mercado nacional é carente de iniciativas capazes de produzir riquezas, gerando fontes de trabalho, valorizando a sociedade e a si próprio enquanto cidadão. Como contribuição à sociedade, o empreendedorismo feminino atua na geração de empregos, expandindo a economia, proporcionando a realização de um trabalho que sustente seu crescimento pessoal, profissional e financeiro.

REFERÊNCIAS

ALLARDYCE, S. (2015). **A Continuum approach to lifestyle entrepreneurship.**

Disponível em: <<http://openair.rgu.ac.uk>>. Acesso em: 26 nov. 2021.

ALPERSTEDT, G, D et al **EMPREENDEDORISMO FEMININO: DIFICULDADES RELATADAS EM HISTÓRIAS DE VIDA.** Disponível em:

<<https://www.redalyc.org/pdf/2735/273532832015.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2021.

AMARAL, Grazielle Alves. OS DESAFIOS DA INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO. **Itinerarius Reflectionis**, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 1-20, 1 fev. 2013.

AMORIM, R. O. et al **EMPREENDEDORISMO FEMININO: RAZÃO DO EMPREENDIMENTO** Disponível

em:<http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2021.

ANGENOT, M. **El discurso social: Los limites históricos de lo pensable y lo decible.** Buenos Aires: **Siglo XXI, 2010.** < <https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/1355/936>> .Acesso em: 26 nov. 2021.

CAREGNATO, Rita Catalina Aquino; MUTTI, Regina. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto contexto enferm**, v. 15, n. 4, p. 679-84, 2006.



CASTRO, C.D.C. **IMPACTO DO COVID-19 NA ATIVIDADE EMPREENDEDORA EM PORTUGAL.** Disponível

em:<https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/18435/1/Carmen_Castro_MEI_2021.pdf>.

Acesso em: 20 set. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 2ª ed. rev. E atualizada - São Paulo: Saraiva, 2007.

COSTA, F. Mulher, trabalho e família: os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares. Pretextos - **Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas.** v. 3, n. 6, jul. /dez. 2018.

DELGADO, Y, L. **PLANO DE NEGÓCIO PARA MICROCERVEJARIARTESANAL.**

Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/148413>>. Acesso em: 26 nov. 2021.

FERNANDES, V. D.C et al **Empreendedorismo Feminino: Um estudo de caso em uma indústria alimentícia na cidade de Uberlândia - MG** Disponível

em:<<https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/080.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2021.

FERREIRA, J. M. et al **Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade No Empreendedorismo Feminino** Disponível

em:<<https://www.scielo.br/j/rac/a/dZJhFMBsrcLmwjq46nP9CBd/?format=pdf&lang=pt>>.

Acesso em: 15 set. 2021.

FRANCO, M. M. S. et al **Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas.** Disponível

em:<<http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

GOMES, A. F. et al **Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa** Disponível

em:<<https://www.scielo.br/j/rbgn/a/b7pGYz8sKCcCFGWd8B4SrSB/?lang=pt&format=pdf>>.

Acesso em: 17 set. 2021.

GONÇALVES, M.D.D.A et al **DESAFIOS DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DA CIDADE DE NATIVIDADE-TO** Disponível

em:<https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3015/1/2011_MariadasDoresAraujoGoncalves.pdf>.

Acesso em: 18 set. 2021.

KURRELS, J, G, C **A Influência da Liderança Empreendedora sobre o Engajamento e a Rotatividade.** Disponível em:< <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/53952/53952.PDF>>.

Acesso em: 27 nov. 2021.

LACERDA, M.R.F. **MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS DIANTE DA PANDEMIA DA COVID-19: Como lidar com as incertezas?** Disponível

em:<<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/19562/1/MRFL22022021.pdf>>.

Acesso em: 10 set. 2021.



LIMA-FILHO, D. O. et al **Empreendedorismo e Jovens Empreendedores** Disponível em:<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2009v11n24p246/12623>>. Acesso em: 15 set. 2021.

LIMA, L,S,B **HOME OFFICE E PANDEMIA DE COVID-19: DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS TRABALHADORES REMOTOS NA BUSCA DO EQUILÍBRIO ENTRE VIDA PROFISSIONAL E PESSOAL**. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/60779/1/2020_tcc_tdsblima.pdf>. Acesso em: 26 nov. 2021.

LOPES, A.K.L et al **CARACTERÍSTICAS E COMPORTAMENTOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: UM ESTUDO DE MULTICASOS EM PEQUENAS EMPRESAS** Disponível em:<<http://publicacoesacademicas.unicatolicaquixada.edu.br/index.php/rec/article/view/1473/1206>>. Acesso em: 17 set. 2021.

NEUHAUS, H,H et al **A INFORMAÇÃO CONTÁBIL EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: OS PRINCIPAIS BENEFÍCIOS DA CONTABILIDADE DENTRO DA EMPRESA**. Disponível em:<<https://www.unifacvest.edu.br/assets/uploads/files/arquivos/6a813-tcc-hugo-henrique-neuhaus.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2021.

RAMOS, D. N. **EMPREENDEDORAS NA PANDEMIA: PODCAST SOBRE OS PRINCIPAIS DESAFIO ENFRENTADOS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 EM NEGÓCIOS DE COMUNICAÇÃO** Disponível em:<<https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/34001/1/Empreendedoras%20na%20pan-demia%20-%20podcast%20%28TCC%29.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2021.

ROCHA, G. T. **EMPREENDEDORISMO FEMININO: SIGNIFICADOS, MOTIVAÇÕES E DESAFIOS DAS MULHERES QUE DECIDEM EMPREENDER NO DF** Disponível em:<https://bdm.unb.br/bitstream/10483/20699/1/2018_GabrielaTeixeiraRocha_tcc.pdf>. Acesso em: 08 set. 2021.

SANTOS, L, A, N **EMPREENDEDORISMO FEMININO EM PORTUGAL**. Disponível em: <https://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/6635/1/DM_LilianaSantos_2014.pdf> . Acesso em: 27 nov. 2021.

SEBRAE. **Cai participação feminina no empreendedorismo** Disponível em:<<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/cai-participacao-feminina-no-empreendedorismo,eecb1729baf0a710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 05 out. 2021.

SEBRAE. **Os desafios da mulher empreendedora. 2018**. Disponível em: <<http://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-desafios-da-mulherempreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> .Acesso em: 27 nov. 2021.



SILVA, A.V. D EMPREENDEDORISMO POR MULHERES: UMA ANÁLISE DO PERFIL E DOS DESAFIOS ENFRENTADOS POR MULHERES

EMPREENDEDORAS Disponível

em:<<https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/3273/1/SILVA.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2021.

TAVARES, C. E. et al CONFRONTANDO ATITUDES EMPREENDEDORAS EM EMPREENDEDORES POR OPORTUNIDADE E POR NECESSIDADE Disponível

em:<[file:///C:/Users/CASA/Downloads/116-503-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/CASA/Downloads/116-503-1-PB%20(1).pdf)>. Acesso em: 18 set. 2021.

TEIXEIRA, R. M. et al Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. Disponível

em:<<https://www.scielo.br/j/rbtur/a/gMZSnDRNmR7N5PpZLsmSvsw/abstract/?lang=pt&format=html>>. acesso em: 16 ago. 2021.

VALE, G.M.V et al Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade. Disponível

em:<<https://www.scielo.br/j/rac/a/wVbBLJDGsbWC8bsBGV8tJpJ/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 18 set. 2021.