

# **Transformação do Empreendedorismo Feminino sob Influência da Pandemia por COVID-19**

Jaqueline Simões  
Tainara Paulina Modena dos Santos  
Ricardo Dalanezi (Orientador)

## **RESUMO**

Esse trabalho de conclusão de curso tem como tema o empreendedorismo feminino e a influencia que a pandemia por COVID-19 resultou nesse processo. Por meio de uma revisão de literatura, a pandemia por COVID-19, situação vivenciada pelo país pela primeira vez e que afetou a economia e diversas outras esferas em todo o mundo, fez com que a população enfrentasse o isolamento social para reduzir a disseminação do vírus coronavírus, surgindo a necessidade de se criar novas condições para a subsistência das pessoas. Com o fechamento do comércio em todo o país, as pessoas passaram a empreender para obter renda, haja vista que muitas empresas não conseguiram se manter ativas e manter os empregos de muitos colaboradores. Nessa esfera, o empreendedorismo passou a ser visto como uma ferramenta chave de enfrentamento da pandemia, principalmente pelas mulheres. Assim, como objetivo principal, esse estudo buscou compreender as particularidades existentes no processo de empreendedorismo feminino no Brasil durante o período pandêmico. Dessa forma, concluiu-se que o empreendedorismo feminino tem ocupado um lugar cada vez mais importante frente à sociedade, haja vista os inúmeros aspectos positivos que ele proporciona para a sociedade. Ainda que existam muitos desafios, as mulheres vêm mostrando o seu papel frente ao desenvolvimento do país e, conseqüentemente, se inserindo cada vez mais no mercado de trabalho.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Empreender e a Pandemia por COVID-19.

## **ABSTRACT**

This course conclusion work has as its theme female entrepreneurship and the influence that the COVID-19 pandemic resulted in this process. Through a literature review, the COVID-19 pandemic, a situation experienced by the country for the first time and which affected the economy and several other spheres around the world, caused the population to face social isolation to reduce the spread of the virus. coronavirus virus, emerging the need to create new conditions for people's subsistence. With the closing of trade across the country, people started to undertake to earn income, given that many companies were unable to stay active and keep the

jobs of many employees. In this sphere, entrepreneurship came to be seen as a key tool to face the pandemic, especially by women. Thus, as the main objective, this study sought to understand the particularities existing in the female entrepreneurship process in Brazil during the pandemic period. In this way, it was concluded that female entrepreneurship has occupied an increasingly important place in society, given the numerous positive aspects it provides for society. Although there are many challenges, women have been showing their role in the country's development and, consequently, are increasingly entering the job market.

**Keywords:** Entrepreneurship. Female Entrepreneurship. Undertaking and the COVID-19 Pandemic.

## 1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que o mercado brasileiro é caracterizado, dentro de um volume expressivo, pela presença de empresários empreendedores que buscam obter êxito em suas investidas em um ambiente permeado de complexidade. Devido ao alto grau de dinamismo presente no cenário econômico, as alterações no ambiente podem atingir as empresas de forma diferenciada de acordo com o seu porte, além de gerarem um aumento expressivo na competitividade.

Apesar de ser reconhecido como uma tarefa fácil, apenas pequena parte dos empreendedores brasileiros obtém prosperidade em seus negócios. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2012), através de suas pesquisas sobre as taxas de mortalidade das empresas, revela que a falta de experiência e a carência de orientação técnica especializada enquadram-se como algumas das dificuldades enfrentadas pelos empreendedores de pequeno e médio porte, principalmente para as mulheres, dado alguns aspectos machistas que ainda cerceiam a sociedade.

Além desses aspectos, a pandemia por COVID-19, situação vivenciada pelo país pela primeira vez e que afetou a economia e diversas outras esferas em todo o mundo, fez com que a população enfrentasse o isolamento social para reduzir a disseminação do vírus coronavírus, surgindo a necessidade de se criar novas condições para a subsistência das pessoas.

Com o fechamento do comércio em todo o país, as pessoas passaram a empreender para obter renda, haja vista que muitas empresas não conseguiram se

manter ativas e manter os empregos de muitos colaboradores. Nessa esfera, o empreendedorismo passou a ser visto como uma ferramenta chave de enfrentamento da pandemia, principalmente pelas mulheres.

Frente ao exposto, esse trabalho se justifica pela necessidade de se compreender de que forma o empreendedorismo feminino se fez relevante para o cenário mercadológico brasileiro e foi diretamente influenciado no contexto da pandemia, dando ênfase aos desafios que as mulheres precisam enfrentar durante o período da pandemia.

Considerando que a participação das mulheres no mercado de trabalho tem crescido em demasia ao longo das últimas décadas, principalmente por causa do desejo de se tornarem, em sua grande maioria, independentes financeiramente, esse estudo traz a seguinte indagação: Qual é a importância e os desafios que as mulheres enfrentaram para empreender no Brasil durante a pandemia por COVID-19?

Como objetivo geral, esse trabalho buscou compreender as particularidades existentes no processo de empreendedorismo feminino no Brasil durante o período pandêmico. Para tanto, como objetivos específicos, buscou-se descrever os aspectos gerais do empreendedorismo; abordar sobre o contexto da pandemia por COVID-19 e a forma como ela afetou a economia no Brasil; discorrer sobre o importante papel das mulheres como empreendedoras; e analisar as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres no empreendedorismo durante a pandemia por meio da aplicação de uma pesquisa de campo.

A metodologia utilizada foi a da revisão de literatura, tendo como base as contribuições de diversos estudiosos sobre o tema. As pesquisas tiveram como base o período dos últimos 15 anos e os seguintes descritores: empreendedorismo, empreendedorismo feminino, mulheres gestoras. Como critério para análise das dificuldades do empreendedorismo feminino durante a pandemia, aplicou-se uma pesquisa de campo, o que permitiu uma discussão de esfera qualitativa e quantitativa acerca do tema.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

No Brasil, o empreendedorismo tem sido cada vez mais difundido nas últimas décadas, principalmente no final dos anos 90, quando os EUA passaram a se interessar de forma mais assertiva por esse tipo de negócio, criando o termo

*entrepreneurship*. Além disso, mediante as constantes mudanças na esfera econômica no Brasil, as pessoas passaram a se empenhar e a criar oportunidades para gerar trabalho e elementos que garantissem a sua sobrevivência (ANGELO, 2013).

Partindo desse contexto, nesse mesmo período houve um número excessivo de surgimento de pequenas empresas no Brasil, fazendo com que o governo e demais entidades criassem instrumentos para que elas se tonassem duradouras em prol do desenvolvimento do país.

Para tanto, buscou-se reduzir as taxas de mortalidade dos empreendimentos por meio de ações que estabilizassem a econômica e garantissem uma maior qualidade no processo de globalização do mercado nacional, onde as pequenas atendiam as demandas que não eram supridas pelas empresas de grande porte (SEBRAE, 2017).

Para que o empreendedorismo obtenha e gere os números desejados, é importante que a política do país proporcione um clima propício para o investimento. Nesse contexto, é importante que existe um baixo grau de intervenção e regulação do Estado, pois ambos são desfavoráveis para a inovação existente ao ato de se empreender (BRITO; WEVER, 2013).

Devido ao aumento da concorrência advinda pela globalização, as empresas nacionais tiveram que readaptar e remodelar seu processo de gestão, elencando instrumentos estratégicos para garantir a sua sobrevivência e permanência no mercado. Dentro desse cenário, Menezes (2013) diz que as empresas passaram a buscar de forma constante a redução dos custos, aproveitamento de insumos e matérias-primas, utilização e qualidade da mão de obra, governança corporativa, entre outros, visando se tornar cada vez mais eficientes e saídas.

Com essa mudança de percepção mercadológica, houve um aumento no desemprego, fazendo com que os trabalhadores buscassem garantir seus ganhos criando um negócio próprio. No entanto, com o aumento de trabalhadores autônomos e da informalidade, o empreendedorismo no Brasil passou a ser discutida na esfera acadêmica-científica e, também, política, surgindo a necessidade de se criar instrumentos para formalizar esses trabalhadores e regulamentar as atividades de forma que elas se mantivessem sempre constantes, pois geraria empregos e movimentaria a economia nacional (PERES, 2014).

Mediante esse debate, surgiram o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex), que possuem como objetivo fornecer todo o apoio necessário para proporcionar um universo favorável para os negócios no Brasil e, também, para as atividades de inovação e desenvolvimento tecnológico, ampliando a competitividade das pequenas empresas no cenário mercadológico.

Posteriormente à criação desses programas, o empreendedorismo passou a ser regularizado de forma legal, com amparo jurídico, e a sociedade passou a se tornar mais ativa no ato de empreender para suprir suas necessidades básicas de renda, ter condições de subsistência e, também, de manter a sua família.

Assim sendo, de acordo com pesquisa do Sebrae (2018), o Brasil ocupa o 9º lugar entre os países desenvolvidos, haja vista que, conforme apontado anteriormente, o empreendedorismo contribui para o aumento do desenvolvimento do país por meio da geração de riquezas e movimentação da economia.

Outro fator levantado pelo Sebrae, em pesquisa data de 2016, é o fato de que a maioria dos empreendimentos no Brasil se iniciam com recursos próprios dos empreendedores e inferior a R\$ 2.000,00. Além disso, a pesquisa aponta também que a progressão de assalariado para empreendedorismo é um processo gradativo, na qual o funcionário vai assumindo o papel de empreender e seus riscos de forma gradativa, fator que justifica, inclusive, a desistência durante esse processo (SEBRAE, 2016).

Sobre a taxa de mortalidade das empresas nacionais, a pesquisa do Sebrae levantou que cerca de 49,4% delas encerram suas atividades em cerca de 2 anos de existência, e cerca de 59,9% encerram suas atividades aos 4 anos de abertura. Esse quadro representa uma série de motivos, tais como descontrole do fluxo de caixa, problemas financeiros, falta de conhecimento gerencial e, também, a ausência de um planejamento inicial sobre a oportunidade, conforme apontado anteriormente (SEBRAE, 2018).

Assim sendo, compreender os aspectos que cerceiam o ato de se empreender faz-se de extrema importância para que seja viabilizado um planejamento específico para o sucesso do negócio. Além disso, vale ressaltar que o governo precisa, por meio de ações, permitir e identificar as novas oportunidades para que as pessoas possam empreender, buscando a implementação de projetos que permitam às pessoas terem

seus próprios negócios, fatores que também são importantes para quando o empreendedor é uma mulher, conforme será apontado a seguir.

## **2.1 Pandemia por COVID-19 no Brasil e o Desemprego das Mulheres**

Para uma melhor compreensão sobre o Coronavírus, vírus responsável pela pandemia COVID-19, faz-se necessário elencar alguns aspectos sobre o contexto histórico da pandemia. Assim, sem pretender esgotar o assunto, essa seção traz as principais considerações sobre o contexto pandêmico que o mundo vem vivendo desde meados de 2020.

Em dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi avisada sobre casos de pneumonia na cidade de Wuhan, na China, causa por uma nova cepa de Coronavírus que, até então, não tinha sido identificada anteriormente em seres humanos (BARBOSA et al., 2020).

Posteriormente, mais precisamente uma semana depois, no começo de janeiro de 2020 autoridades chinesas confirmaram a identificação de um novo tipo de Coronavírus, sendo que este já era considerado como a segunda principal causa de resfriado comum e raramente causavam doenças mais sérias em humanos (BARBOSA et al., 2020).

Essa nova cepa, denominada de SARS-CoV-2, é o responsável pela doença COVID-19, causadora da pandemia mundial, e desde então a OMS e demais especialistas em todo o mundo vêm estudando e aprendendo sobre o vírus, principalmente a forma como ele afeta os doentes, tratamentos e a maneira como os países podem fazer para responder a esses aspectos (CASTRO et al., 2020).

No entanto, dada a alta velocidade e facilidade de contágio, já que o vírus pode ser transmitido por meio do contato direto com a saliva, principalmente em contato com o nariz e olhos, o que demanda uma constante higienização das mãos e o uso de máscaras de proteção, a pandemia se tornou um cenário mundial, fazendo com que o comércio de todo o mundo fechasse e fossem realizadas ações de bloqueio para evitar o acúmulo de pessoas nos lugares (COSTA, 2020).

Durante a vigência da pandemia de COVID-19, que resultou em uma severa instabilidade social e prejuízos na economia global, sendo considerada como uma das maiores recessões desde a Grande Depressão, em 1929, todos os países sentiram impactos negativos na economia e na saúde (COSTA, 2020).

Com o fechamento do comércio e das escolas, hospitais lotados e falta de recursos médicos, empresas falindo, aumento do desemprego e as desigualdades sociais ficando em maior evidência, os países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, sentiram em demasia os resultados negativos não somente na esfera da saúde, mas em toda a sua economia (SANTOS et al., 2020).

A economia brasileira, que já vinha se recuperando da crise de 2014, teve uma significativa retração do seu PIB, o que atrasou ainda mais a retomada ao crescimento. Como consequência da crise e da pandemia, os serviços essenciais foram amplamente afetados negativamente, elevando o número do desemprego (COSTA, 2020).

Como a pandemia de COVID-19 provocou em todo o mundo a adoção de medidas de isolamento social, fazendo com que a economia diminuísse drasticamente seu ritmo, os setores da indústria, comércio, e serviços apresentaram em março do primeiro ano de pandemia, em 2020, uma queda de cerca de 9,1%, 2,5% e 6,9% respectivamente (ORELLANA; ARAGÓN, 2020).

Consequentemente, evidencia-se que os impactos dessa situação pandêmica também são sentidos no mercado de trabalho, que já vinha passando por um processo de fragmentação, principalmente para os jovens devido aos apontamentos feitos anteriormente (ORELLANA; ARAGÓN, 2020).

Os trabalhadores em situação de maior precariedade no mercado de trabalho, os impossibilitados de realizar seu trabalho a distância e aqueles do setor informal da economia são os que possuem maior risco de perder a ocupação. Também as mulheres foram afetadas de forma diferenciada nessa crise devido à ausência de atividades escolares presenciais e ao aumento das atividades domésticas e de cuidados (BARBOSA et al., 2020).

A noção de desemprego, segundo Saboia et al. (2020), supõe que os indivíduos estejam ativamente procurando emprego. Ocorre que as políticas de distanciamento social, necessárias à contenção da propagação do coronavírus, reduziram drasticamente as possibilidades de procura, tanto pela inviabilidade de fazê-lo presencialmente, quanto pela indisponibilidade de oferta nas localidades, em função do baixo desempenho das empresas.

Complementando esse apontamento, elenca-se que a dificuldade para os desempregados buscarem e encontrarem um emprego, acabou transformando os desempregados em inativos, ou seja, por não conseguirem procurar um novo

emprego os desempregados simplesmente saíram da força de trabalho e deixaram de ser considerados desempregados, tornando-se inativos, o que afeta diretamente o surgimento de políticas específicas para atender essa parcela populacional (BARBOSA et al., 2020).

O Brasil, segundo Santos et al. (2020), conta com uma população predominantemente jovem, com 42,3% de toda a sua população composta por pessoas com menos de 30 anos de idade, incluindo as mulheres. Assim, entre as populações mais vulneráveis em relação à pandemia, tem-se um contingente expressivo de mulheres que são afetadas diretamente pelas questões sociais, como o desemprego.

Já antes do surto da COVID-19, as mulheres enfrentavam dificuldades para inserção no mercado de trabalho, haja vista que os homens tinham cerca de três vezes mais probabilidades de estarem empregados quando comparados com as mulheres (CODEPLAN, 2020a). Complementando essa afirmação, a crise advinda pela pandemia criou ainda mais obstáculos, tanto pela falta de oportunidades como o encerramento das atividades que faz com que as mulheres corressem ainda mais risco de perder o emprego (SANTOS et al., 2020).

Nesse contexto, durante a pandemia, as mulheres, principalmente as da classe menos favorecida, que tinham trabalho e o deixaram por conta do isolamento social e não sabem se, quando retornarem as atividades consideradas normais, terão o emprego garantido (ANTUNES, 2020).

Além desses aspectos, evidencia-se que as mulheres mais jovens que estudavam e trabalhavam, por causa do isolamento social, deixaram de trabalhar, mas ainda continuaram o estudo pelo sistema online. No entanto, devido à precariedade das condições de moradia e de renda familiar, o estudo passou a ser levado sem as mesmas condições e oportunidades de antes da pandemia, o que as afastou ainda mais de serem inseridas no mercado de trabalho sem um estudo qualitativo (COSTA, 2020).

Assim, elenca-se que os mais afetados em termos de perda de ocupação foram as mulheres, e também os mais jovens, os pretos e os com menor nível de escolaridade, devido ao aumento expressivo das desigualdades sociais que vieram como resultados diretos da pandemia e do isolamento social advindo por ela (SANTOS et al., 2020).

Compreende-se, assim, que se faz necessário que haja uma compreensão melhor acerca dos entraves que as mulheres passaram estão em meio à pandemia do COVID-19, sendo um aspecto que também contribuiu diretamente para o crescimento do empreendedorismo feminino (SANTOS et al., 2020).

Nesse contexto, entende-se que elas poderiam ser beneficiadas pela existência de políticas públicas específicas, como uma possível pela ampliação do seguro-desemprego na questão de renda e trabalho, ou pela recuperação das políticas sociais de valorização do próprio salário mínimo para melhor condição de vida dessas mulheres, porém nada foi feito nesse aspecto.

## **2.2 Empreendedorismo Feminino**

O objetivo de se empreender para a mulher é obter uma maior satisfação no âmbito pessoal e profissional, haja vista que no mercado de trabalho ainda ocorre uma maior desvalorização dos serviços prestados por elas, como salário inferior quando comparado aos homens.

Acerca das atividades existentes no mercado de trabalho, pontua-se que as mulheres ainda atuam em diversas segmentações, diferentemente dos homens. Nesse cenário, elas atuam em esfera de prestação de serviços, recursos humanos, marketing, administração e outros, ou seja, cargos que podem ser considerados como auxiliares, sem uma maior valorização (SILVA, 2013).

Partindo desse contexto, a razão para se iniciar o empreendedorismo feminino é, em grande parte, advindo pela ausência de empregos formais, fazendo com que as mulheres busquem uma alternativa de trabalho e renda. Consonante a essa afirmação, Andrade et. al. (2018) dizem que segundos dados da Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), ainda que os homens possuam uma participação mais ativa e expressiva no mercado de trabalho, cerca de 64,5%, a porcentagem de mulheres no empreendedorismo até 2014, que era de 38%, cresceu cerca de 9% e a dos homens teve uma queda de 4%.

Sobre as necessidades de as mulheres investirem no empreendedorismo, de acordo com Loiola (2016), pode-se citar o sustento de si mesma, de suas famílias, enriquecimento das suas vidas por meio do sucesso da carreira profissional e, também, em prol da independência financeira.

Uma tendência indica que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, além do que nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família, ampliando a participação na economia do país (LOIOLA, 2016, p. 17).

Observa-se, dentro desse contexto, que as mulheres possuem, em sua grande maioria, as mesmas razões dos homens no que se refere ao início das atividades de empreendedorismo. No entanto, é importante ressaltar que dada as desigualdades do mercado de trabalho, as mulheres têm assumido cada vez mais a ação de empreender, visando ocupar um lugar no mercado de trabalho de forma autônoma e independente.

De acordo com Silva (2013), o empreendedorismo feminino pode ser classificado em alguns modelos, tais como as empreendedoras por acaso, que é quando as mulheres criam suas empresas por meio de hobbies; empreendedoras forçadas, que se refere às causas advindas pelo divórcio, desemprego ou dificuldades no âmbito financeiro; e as empreendedoras criadas, no que tange o alcance da autonomia ou insatisfação com o emprego anterior.

No que tange a administração dos seus negócios, as mulheres não são melhores que os homens, porém possuem formas diferentes de gerir, como facilidade em lidar e compor a equipe, persistência, cuidadosas com detalhes e com o planejamento, valorização do cooperativismo, e maior motivação e otimismo frente aos desafios (GOMES, 2015).

Dentro dessa perspectiva, Peres (2014) pontua que as mulheres sabem improvisar muito mais que os homens por causa da sua autodeterminação e confiança, além de serem intuitivas e respeitar esse aspecto dentro do processo decisório. Além disso, as mulheres se concentram de forma mais assertiva no *empowerment*<sup>1</sup>, o que permite uma maior facilidade e concisão nas relações com seus colaboradores, fornecedores e clientes.

Assim sendo, entende-se que o empreendedorismo pode ser visto como uma alternativa eficaz para a promoção e ascensão das mulheres no ambiente empresarial, quebrando, inclusive, diversos paradigmas, principalmente no contexto do seu perfil como gestora e líder.

---

<sup>1</sup> *Empowerment* = descentralização do poder e de níveis hierárquicos na organização, fator que permite a participação de todos em diversas esferas, principalmente nas tomadas de decisão.

### **2.3 Dificuldades enfrentadas pelas Mulheres no Empreendedorismo**

Sabe-se que desde a antiguidade, as mulheres sempre foram definidas como tendo um papel exclusivo na função de dona de casa, responsável somente pelo bem-estar da família e, também como submissa, pois o homem, como o chefe da casa, custeava todas as necessidades do lar.

Com o passar do tempo, o papel de dominador do homem foi perdendo valor, e as mulheres passaram a expressar suas vontades e realizar seus sonhos por meio de um trabalho próprio, tendo respeitados os seus direitos e sua liberdade no contexto de ir e vir, e de buscar ferramentas para a sua subsistência (ANDRADE et. al., 2018).

Dada essa mudança comportamental, as mulheres passaram a competir em igualdade com os homens na esfera do trabalho, principalmente por meio do empreendedorismo que, conforme abordado anteriormente, se refere ao ato de se investir no mercado de trabalho para a obtenção da satisfação pessoal em seu próprio negócio.

Consonante a essa afirmação, Camargo et. al. (2008, p. 109), dizem que “a ação de empreender é vista como uma prática de aprendizado, envolvendo a imaginação, criatividade, exploração do desconhecido, engajamento e oportunidade”. Observa-se, então, que empreender não é somente criar um negócio próprio, mas sim analisar diversos contextos e nichos para a sua permanência no mercado e, conseqüentemente, prosperidade pessoal e profissional.

Segundo dados do Sebrae (2016), as mulheres vêm ganhando um espaço cada vez maior dentro do contexto do empreendedorismo, fator que tem contribuído demasiadamente para a geração de empregos e para o aumento da economia do país. Com isso, percebe-se que as mulheres, como donas de negócios, passaram a ser foco de inúmeras pesquisas, principalmente por causa da diferença de perfil quando comparada com os empreendimentos desenvolvidos pelos homens.

Ainda sobre esses estudos, ressalta-se que eles não se referem somente à inserção da mulher dentro do mercado de trabalho com o intuito de ampliar a renda familiar, mas sim a de buscar melhores condições tanto na esfera profissional como no pessoal (ANDRADE et. al., 2018).

Nesse contexto, o empreendedorismo realizado por mulheres gera serviços e promove inúmeros instrumentos que cerceiam a novidade, ampliando a esfera

socioeconômica dos países, pois geram empregos, fornecem produtos que atendem as demandas da sociedade, elevam a economia, contribui para a geração de renda e outros aspectos relevantes para o desenvolvimento de uma nação (SILVA, 2013).

O crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho se dá por inúmeros fatores, sendo que muitos se sobressaem aos homens, como o nível elevado de escolaridade, alteração na estrutura familiar, e inclusão efetiva da mulher na sociedade. No entanto, ainda que o nível de escolaridade das mulheres costuma ser mais alto que o dos homens, elas ainda enfrentam uma série de adversidades no mercado de trabalho, tais como preconceito, salário inferior e outros (SILVA, 2013).

De acordo com Santos et. al. (2014), a mulher empreendedora ganha espaço não somente no mercado de trabalho, mas também na sua inserção no mundo. Nesse contexto, o novo perfil da mulher, ao mesmo tempo que assume um papel assertivo no âmbito socioeconômico, também acumula inúmeras outras funções, tais como mãe, dona de casa, amiga, esposa e outros.

Dentro desse cenário, os autores referidos pontuam que as mulheres, em um panorama geral no Brasil, infelizmente ainda possuem presença em diversos tipos de atividades empreendedoras precárias e, também em desigualdade de atividades, tarefas, renda e funções.

É importante ressaltar que a profissionalização da mulher não ocorre da mesma forma que a dos homens. Enquanto estes buscam no trabalho assumir o papel de sua principal atividade, as mulheres precisam encontrar equilíbrio entre as suas funções profissionais, vida familiar, sonhos e objetivos (LOIOLA, 2016).

Partindo desse pressuposto, o empreendedorismo feminino é observado como uma opção para geração de renda e de trabalho ao mesmo tempo em que as mulheres precisam se preocupar com a vida doméstica, conflitos existentes na vida familiar e o sucesso da vida profissional.

Muitas dessas adversidades, segundo Machado (2012) advêm do papel social que a mulher sempre assumiu na sociedade, principalmente no que se refere à responsabilidade com a família. As diferenças existentes nesse contexto entre homens e mulheres ainda permanece, mesmo com as mulheres assumindo funções cada vez mais relevantes na sociedade, principalmente como, em muitos casos, sendo a principal responsável pela subsistência da família.

A própria sociedade e os homens acreditam que a responsabilidade de cuidar da casa é exclusivamente da mulher. Nesse cenário, observa-se que as mulheres

não têm mais se limitado a esse pensamento, fator que tem contribuído para que elas passassem a buscar sua satisfação pessoal fora de casa, assim como investir dinheiro na esfera intelectual e profissional (ANDRADE et. al., 2018).

Dentro da prática de empreender das mulheres existe inúmeros conflitos, como no que se tange à relação entre família e trabalho. De acordo com Camargo (2008), os problemas, em sua grande maioria, permeiam as causas como falta de tempo para a família, o trabalho quando gera renda maior que a do marido, falta de convívio e debate de assuntos familiares, entre outros.

Ainda de acordo com a autora referida, a organização do trabalho da mulher e da família ainda possui base que cerceia a diferença entre os gêneros. Mitos como o de que a mulher precisa ser responsável pela casa e família, e que o homem deve ser responsável pelo sustento são comuns, alimentando o preconceito sobre o papel da mulher no mercado de trabalho.

Dentro de perspectivas e comportamentos ligados aos preceitos antigos e rótulos preconceituosos, homens e mulheres ainda são prisioneiros de ideias que não condizem mais com o novo modelo social, o que gera inúmeros impedimentos para que, principalmente a mulher, consiga assumir, simultaneamente, a condição de profissional e mãe, por exemplo (SANTOS et. al., 2014).

A sociedade ainda julga as mulheres que trabalham fora e que são mães, afirmando, em muitos casos, que um papel não pode ser realizado em consonância com o outro, o que contribui para que o preconceito ainda exista. Consonante a essa afirmação, Silva (2013) diz que o empreendedorismo vem como uma possibilidade que permite à mulher assumir o papel profissional que deseja, assim como obter ganhos monetários condizentes com a sua capacidade, haja vista que no mercado de trabalho comum ela ainda recebe um salário inferior ao homem mesmo executando as mesmas atividades.

Partindo desse contexto, as mulheres, ao longo das últimas décadas, têm se dedicado com afinco ao ingresso no mercado de trabalho. Para Loiola (2016), elas passaram a se envolver de maneira intensa no que se refere a executar atividades de forma bem-sucedida fora do lar, assim como se dedicar e participar de forma ativa nos cuidados da família.

Observa-se que esse empenho faz parte da grande maioria das mulheres modernas que trabalham fora e cuidam da casa. Em muitos casos, as mulheres

possuem duplas e triplas jornadas e ainda encontram tempo para se divertirem e ter um convívio social qualitativo (GOMES, 2015).

Dessa forma, descrever as principais características das mulheres que empreendem faz-se de extrema importância para compreender a importância delas no mercado de trabalho, assim como o perfil de liderança e gestão delas, conforme será abordado no decorrer desse estudo.

## 2.5 Análise e Discussão de Resultados

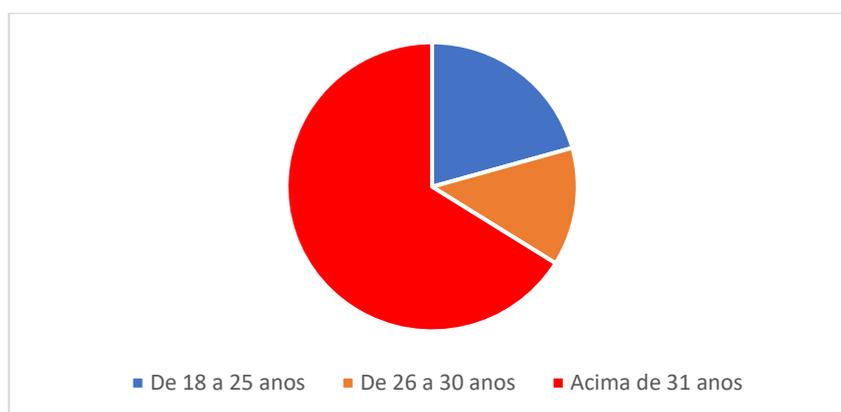
A pesquisa aplicada foi composta por 18 questões, sendo 13 alternativas e 05 abertas, sendo essas últimas realizadas para compreender, de forma assertiva, os principais desafios vivenciados pelas mulheres frente ao empreendedorismo, enfatizando esse processo dentro do período da pandemia por COVID-19.

Além disso, as questões que compunham o questionário foram divididas em três grandes blocos, sendo eles os seguintes: identificação do entrevistado; abordagem sobre o empreendedorismo; e a percepção dos entrevistados acerca do empreendedorismo feminino.

No primeiro bloco, da identificação dos entrevistados, buscou-se elencar os principais dados deles, tais como idade, gênero, se trabalha no momento da pesquisa e o ramo de atividade da organização, aspectos considerados importantes para a compreensão sobre o tema proposto nesse estudo.

Dessa forma, buscou-se, em primeiro lugar, elencar a idade dos entrevistados, o que foi permitido obter os seguintes resultados, como mostra a Figura 1.

**Figura 1 – Idade dos entrevistados**

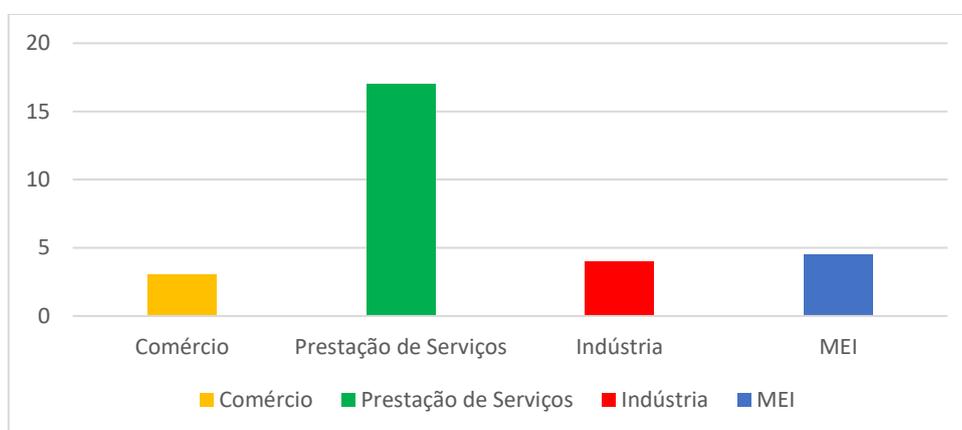


Fonte: Elaborada pelas alunas (2022).

Dando continuidade à identificação dos entrevistados, perguntou-se o gênero a qual pertenciam ou se percebiam. Sobre isso, dos 26 entrevistados, 17 responderam como sendo do gênero feminino e 9 do masculino. Acerca da questão de estarem trabalhando no período em que a pesquisa foi aplicada, pontuou-se que 25 estavam empregados e apenas 1 fora do mercado de trabalho.

Assim, dos 25 que responderam que estavam ativos no cenário mercadológico, buscou-se elencar o ramo de atividade da empresa, o que permitiu obter os seguintes dados, conforme mostra a Figura 2.

**Figura 2 – Ramo de Atividade da Organização**



**Fonte:** Elaborada pelas alunas (2022).

Para uma melhor compreensão acerca da percepção dos entrevistados sobre o papel do empreendedorismo, achou-se relevante realizar algumas indagações acerca desse processo de forma geral, sendo o segundo bloco da pesquisa, sem adentrar ao tema empreendedorismo feminino. Assim, indagou-se se eles conheciam o ato de empreender e dos 26 entrevistados, 22 responderam que sim e 4 responderam que não.

Aos que afirmaram conhecer, perguntou-se como eles percebiam ou viam o empreendedorismo, o que permitiu, por associação e aproximação das respostas, a obtenção dos dados elencados no Quadro 1.

**Quadro 1 - Percepção dos entrevistados sobre o Empreendedorismo**

Forma de comercializar produtos e serviços.
Propostas de invocação para a sociedade consumir.

Como uma das grandes formas de crescimento do país.
Uma evolução a cada ano.
Um meio de oportunidade/investimento que pode ser gerado através de acontecimentos, tanto positivos como também os negativos sobre a sociedade.
Um verdadeiro desafio de sobrevivência.
Uma forma de crescer nos negócios.
É ser idealizador de um negócio ou projeto e tomando frente deles, adequar e se integrar no mercado de trabalho.
Uma forma de ganhar dinheiro e gerar empregos.
Positivo como mais uma opção de fonte de trabalho.
Essencial a sociedade.
Cada vez mais evoluído e transforma a vida não só das mulheres, mas de toda família.
Uma forma de trabalhar pra si mesmo.
Empreendedorismo é uma atividade que envolve riscos e oportunidade, que apresenta uma margem de retorno de capital muito favorável a quem empreende.

**Fonte:** Elaborado pelas alunas (2022).

Percebe-se, de acordo com os dados descritos no Quadro 1, que as pessoas possuem diversos tipos de entendimento e percepção acerca do empreendedorismo, mas todos com viés para a esfera dos negócios. Assim, perguntou-se aos entrevistados se existia mais homens ou mulheres empreendedoras no mercado, obtendo-se 14 respostas para a opção ‘homens’ e 12 respostas para a opção ‘mulheres’.

Posteriormente, questionou-se aos entrevistados se eles acreditavam que empreender seria mais fácil para os homens ou para as mulheres, o que, por aproximação e associação das respostas, obteve-se os seguintes dados, como mostra o Quadro 2.

**Quadro 2 – Empreender é mais fácil para homens ou mulheres?**

Para o homem por causa de aceitação do mercado.
Para mulher, pois nós mulheres temos menos vergonha de inovar.
Depende muito da área de cada um.
Hoje o mundo está virando muitos aspectos da sociedade. E muitas mais mulheres estão começando demonstrar para o mundo que elas também podem estar na área do empreendedorismo.

Para a mulher, as mulheres são mais criativas e dedicadas.
Acredito que depende muito da oportunidade e visão de cada pessoa, tanto o homem como a mulher podem identificar a oportunidade e aplicar na prática.
Na verdade, não é fácil para nenhum dos dois gêneros, é todo um processo de autoconhecimento, tentativas, tomadas de decisões de risco, vários erros e persistir até conseguir.
Não acredito. Pois ambos podem ser competentes as suas maneiras.
Acho que ambos estão empreendendo em um mesmo nível de igualdade, talvez um pouco mais fácil para mulheres que as vezes já vem com trabalhos manuais característicos como: bordar, costurar, etc.
Homens pois não tem que lidar com o preconceito e o machismo.
Para o homem, pois a figura masculina tende a transmitir maior credibilidade e poder quando comparada a figura feminina.
Homens, ainda pelo fato de a mulher ter que conciliar a grande maioria do trabalho doméstico/filhos (estrutural).
Para mulher, pois existe um leque de oportunidades diferentes, como gastronomia, vestuário, estética, entre outros. E essas áreas abrange mais as mulheres.
Não acredito ter diferença no processo de empreender entre os sexos, haja vista que mulheres são determinadas e homens são ousados.
Independente do gênero.
Para a mulher, pois ela pode empreender na sua própria casa.
Mulher. Tem mais criatividade.
Não vejo distinção em os gêneros no quesito empreender, onde tudo depende da capacidade técnica e dedicação.
Homem.

**Fonte:** Elaborado pelas alunas (2022).

Pontua-se, de acordo com os dados do Quadro 2, que as pessoas acreditam que as mulheres e os homens possuem o mesmo grau de dificuldade, enquanto a primeira tem uma maior facilidade devido ao fato de terem mais tato para alguns processos delicados, como artesanatos, além de possuírem maior criatividade, o segundo possui um processo de comunicação mais aprofundado e consolidado.

Assim, iniciando-se o terceiro bloco de questões da pesquisa, que aborda de forma direta o empreendedorismo feminino, questionou aos entrevistados se eles

conhecimento mulheres empreendedoras. Das 26 respostas, 24 entrevistados responderam que sim e 2 apontaram que não conheciam.

Em sequência, foi perguntado se eles acreditavam no aumento do empreendedorismo durante o período da pandemia por COVID-19. Dessa forma, 92% do total de respostas, cerca de 23 entrevistados, afirmaram que sim e apenas 3 responderam que não. Aos que afirmaram ter um aumento do empreendedorismo durante a pandemia, foi questionado se o ato de empreender em si também foi modificado por conta dele, obtendo-se os dados descritos na Figura 3.

**Figura 3 - O empreendedorismo mudou por causa da pandemia?**



Fonte: Elaborada pelas alunas (2022).

Para entender de forma mais aprofundada sobre as modificações que a pandemia provocou no empreendedorismo e que foram observadas pelos entrevistados, indagou-se quais alterações eles notaram, obtendo-se os seguintes dados, como mostra o Quadro 3.

### **Quadro 3 – Transformações que a Pandemia provocou no Empreendedorismo**

Vendas e disponibilização de produtos pela internet.
Eles tiveram que reinventar, inovar e chegar para a população de maneiras mais criativa para poder ter vendas.
O empreendedorismo, durante a pandemia, para muitos se tornou meio de necessidade/sustento, por falta de oportunidades na geração de empregos, como também em diversos setores como a própria prática via <i>home office</i> .
Muitos viram a necessidade de empreender quando foram demitidos de seus empregos, não vendo uma opção ou outra oportunidade de emprego, decidiram trabalhar por conta própria.

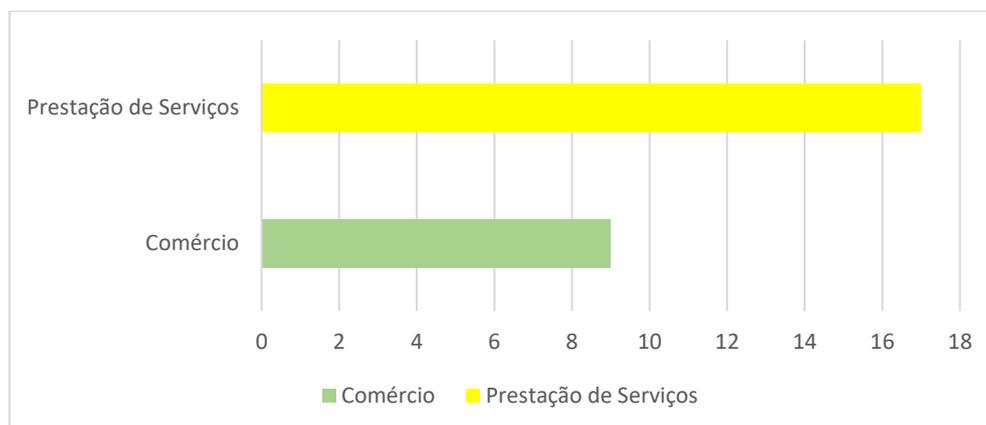
Aumento de preço.
O atendimento a pessoas.
Devido aos impactos da pandemia os empreendedores tiveram que inovar em suas ideias para melhor se adequar a este momento.
Muitos profissionais com carteira assinada, que foram desligados de empresas, acabaram encontro no empreendedorismo sua fonte de renda e se descobriram nessa transição de carreira, muitas vezes, involuntária.
Mulheres começaram a empreender em casa e com crescimento abriram empresas.

**Fonte:** Elaborado pelas alunas (2022).

Acerca do empreendedorismo feminino, perguntou-se se ele também se elevou com o episódio da pandemia, e 24 entrevistados responderam que sim e apenas 2 responderam que não, o que corrobora com a revisão de literatura descrita anteriormente que as mulheres passaram a ver no empreendedorismo uma forma de se recolocarem no mercado de trabalho.

Nesse contexto, perguntou-se qual tipo de serviço foi elevado pelo empreendedorismo feminino, obtendo-se os dados mostrados na Figura 4.

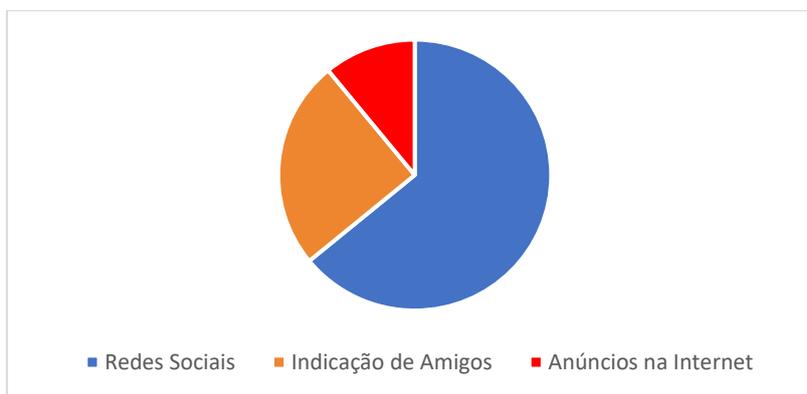
**Figura 4 –** Tipo de empreendedorismo feminino que elevou na pandemia



**Fonte:** Elaborada pelas alunas (2022).

A percepção da questão anterior, ou seja, do tipo de empreendedorismo feminino que foi observado pelos entrevistados também adveio de fontes diversas para eles, como mostra a Figura 5.

**Figura 5 – Como os entrevistados viram o tipo de empreendedorismo feminino?**



**Fonte:** Elaborada pelas alunas (2022).

A internet, devido à pandemia, passou a ser visto como uma ferramenta importante de divulgação e de comércio dos produtos e serviços realizados pelos empreendedores, como pode ser visto na Figura 5. Dessa forma, questionou-se aos entrevistados se eles tinham o costume de comprar produtos de mulheres empreendedoras, no qual 25 responderam que sim e 1 respondeu que não, assumindo uma margem de aproximadamente 98% dos participantes.

Sobre a variedade de produtos adquiridos através do empreendedorismo femininos, os entrevistados elencaram diversos itens, tais como comidas, artesanato cosméticos, roupas, perfumes e roupa íntima. Por último, achou-se relevante perguntar se os entrevistados consideravam importante as mulheres empreenderem e a justificativa para a resposta, o que permitiu elencar os seguintes dados, como mostra o Quadro 4.

**Quadro 4 – Por que é importante as mulheres empreenderem?**

Sim, pois mulheres atuam em nichos que os homens não atendem.
Sim, até mesmo para seu sustento e ajuda em casa.
Sim, aprendemos na escola ou faculdade que devemos ser bom aluno para ser bom funcionário. Quando na verdade era isso que o professor deveria ensinar. Ser um bom aluno para ser um bom empreendedor. As mulheres empreenderem mostra e confirma que não tem essa de homem ter que receber mais ou isso ou aquilo por causa de gênero quando na verdade se o serviço é feito igual todos devemos ter o mesmo valor.
Lógico, é uma maneira de mostrar para elas mesmas até onde elas conseguem chegar e evoluir em comparação com os homens.
Sim, assim a igualdade de gênero vai sendo restaurada.

Sim, pois é com o empreendedorismo que a mulher consegue ainda mais espaço e destaque.
Com toda a certeza, a mulher tem o seu espaço no empreendedorismo, um dos maiores exemplos é a Luíza do Magazine Luiza.
Crescimento da contribuição econômica, relações sociais, autonomia financeira, diversidade. Mulheres não são submetidas a relações tóxicas sendo independentes, gera emprego, ajuda no lar, e abre mais portas no mercado de trabalho e liderança.
Sim, pois mulheres acabam sendo mais atenciosas em alguns segmentos
Sim, é importante, pois a mulher se torna independente financeiramente e abre oportunidades de empregos.
Sim, empreender pode ser um caminho para que a mulher conquiste sua independência financeira, refletindo em sua vida pessoal.
Sim, muito, pois a famílias que dependem do trabalho dessas mulheres guerreiras empreendedoras
Sim, é extremamente importante, pois coloca a mulher em um cenário favorável onde a mesma pode lutar de forma mais justa pelo seu rendimento mensal.
Sim, pois mulheres atuam em nichos que os homens não atendem.
Sim, até mesmo para seu sustento e ajuda em casa.

**Fonte:** Elaborado pelas alunas (2022).

Frente ao exposto no Quadro 4, percebe-se que o empreendedorismo feminino é visto como uma forma de prosperidade e independência financeira para as mulheres, inclusive como ferramenta para redução de um possível cenário de machismo que ainda cerceia o mercado de trabalho.

Servindo como sustento de famílias, já que muitas possuem as mulheres como chefes, o empreendedorismo feminino surge como uma possibilidade de a sociedade se tornar mais justa e igualitária, permitindo que todos tenham as mesmas condições e renda.

### **3 CONCLUSÃO**

De acordo com os apontamentos realizados nesse estudo, observou-se que ao longo das últimas décadas os empreendimentos no Brasil se elevaram em demasia, principalmente pela necessidade de se possui uma renda financeira frente às dificuldades empregatícias, como as que ocorreram durante a pandemia por COBID-

19, que demandou um isolamento social, e inúmeras empresas tiveram que encerrar as atividades por conta disso.

Partindo desse cenário, entendeu-se que empreender se refere à uma prática que vem ganhando cada vez mais espaço, estando diretamente ligado ao crescimento econômico, pois manifesta novas formas de inovação, propõe a utilização e criação de novos instrumentos, como a tecnologia, cria novos postos de trabalho e melhora a qualidade de vida de toda uma sociedade.

Frente ao exposto, as mulheres passaram a investir no empreendedorismo, haja vista que o papel do homem dominador perdeu espaço e elas buscam de forma constante sua autonomia e independência em diversos aspectos, principalmente o financeiro.

Ainda que as mulheres possuam múltiplas funções, como mãe, esposa e dona de casa, percebeu-se que elas passaram a competir de forma igualitária com os homens na esfera do trabalho, principalmente pelo ato de empreender, fazendo com que se investissem no mercado de trabalho para obtenção de satisfação pessoal, independência e terem seu próprio negócio.

Ressaltou-se, nesse contexto, que o empreendedorismo feminino durante a pandemia acabou se elevando, pois ele não se refere somente à inserção da mulher dentro do mercado de trabalho com o intuito de ampliar a renda familiar, mas sim a de buscar melhores condições tanto na esfera profissional como no pessoal, principalmente em uma situação atípica como a pandemia.

Partindo desse contexto, evidenciou-se, por meio da aplicação de uma pesquisa de campo, que o empreendedorismo efetivado pelas mulheres apresenta características diferentes dos que são realizados pelos homens, inclusive no que se refere à permanência e sobrevivência nos negócios.

Sobre isso, elencou-se que dada as características inerentes às mulheres, elas conduzem as atividades comerciais e de serviço de forma diferenciada, adotando um processo mais colaborativo, fator que está diretamente ligado à prosperidade do negócio, como a venda pela internet, outro aspecto também observado durante a pandemia.

Nesse contexto, ressaltou-se que as mulheres sabem improvisar muito mais que os homens por causa da sua autodeterminação e confiança inatas a elas, além de serem mais intuitivas e respeitarem esse aspecto dentro do processo decisório, fator que contribui para que as decisões sejam pautadas em uma base mais eficaz.

Dessa forma, tendo a problematização proposta nesse estudo, concluiu-se que o empreendedorismo feminino tem ocupado um lugar cada vez mais importante frente à sociedade, haja vista os inúmeros aspectos positivos que ele proporciona para a sociedade. Ainda que existam muitos desafios, as mulheres vêm mostrando o seu papel frente ao desenvolvimento do país e, conseqüentemente, se inserindo cada vez mais no mercado de trabalho.

## REFERÊNCIAS

ALFREDO, L. H. P. **Empreendedorismo**: origem e desafios para o Brasil do século XXI. 2009. Disponível em: <http://administradores.com.br/informe-se/artigos/empreendedorismo-origem-edesafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi>. Acesso em: 12 ago. 2022.

ANDRADE, S. H. B. et. al. Empreendedorismo feminino: desafios e conquistas no mundo dos negócios. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**. Vol. 4, nº 2, 2018. Disponível em: [https://files.comunidades.net/robsontavares/6\\_EMPREENDEDORISMO\\_FEMININO\\_30\\_Maio\\_2018.pdf](https://files.comunidades.net/robsontavares/6_EMPREENDEDORISMO_FEMININO_30_Maio_2018.pdf). Acesso em 12 set. 2022.

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2020.

BARBOSA, A. L. N. H. et al. Mercado de Trabalho e Pandemia da COVID-19: ampliação de desigualdades já existentes? **Notas Técnicas – Mercado de Trabalho**. V. 69, 2020. Disponível em: [http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10291/2/BMT\\_69\\_mercado\\_de\\_trabalho.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/10291/2/BMT_69_mercado_de_trabalho.pdf). Acesso em 12 ago. 2022.

BRITO, F.; WEVER, L. **Empreendedores Brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. 5ª ed. Rio de Janeiro: Negócio, 2013.

CAMARGO, D. et al. **O significado da atividade empreendedora**: as práticas da mulher brasileira. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CASTRO, D. et al. **Brasil e o mundo diante da COVID-19 e da crise econômica**. Paraná: UFPR, 2020. Disponível em: <https://www.ufpr.br/portalufpr/wp-content/uploads/2020/07/Brasil-e-o-mundo-diante-da-Covid-19-e-da-crise-economica.pdf>. Acesso em 15 ago. 2022.

CODEPLAN. Informe econômico. **Pesquisa de Emprego e Desemprego**. Boletim n. 186, 2020a. Disponível em: <https://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/05/Informe-econ%C3%B4mico-Ano-IV-186-PED.pdf>. Acesso em 12 ago. 2022.

COSTA, S. S. Pandemia e desemprego no Brasil. **Rev. Adm. Pública**. São Paulo, v. 54, n. 4, p. 969-978, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/SGWCFyFzjzrDwgDJYKcdhNt/>. Acesso em 15 ago. 2022.

GOMES, A. F. **Mulher e Gestão**. São Paulo: **Revista de Gestão USP**. Vol.12, n.3, p.1-9, julho/setembro 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rege/article/download/36522/39243/>. Acesso em 12 set. 2022.

LOIOLA, C. C. **Mulher empreendedora: dificuldades e preconceitos**. Tese de especialização da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. 2016. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/29910/29910.PDF>. Acesso em 18 set. 2022.

MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. 2012. Tese de Doutorado da Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/84447>. Acesso em 22 set. 2022.

MENEZES, L.C.M. **Gestão de Projetos**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ORELLANA, V. S. Q.; ARAGÓN, J. A. O. Efeitos da Pandemia de COVID-19 no mercado de trabalho brasileiro. *In: Área 12 - Economia Social e Demografia Econômica - ANPEC*. Niterói, RJ, 2020. Disponível em: [https://www.anpec.org.br/encontro/2020/submissao/files\\_/i12-ae4477897c425dea5b67238fc1da22b3.pdf](https://www.anpec.org.br/encontro/2020/submissao/files_/i12-ae4477897c425dea5b67238fc1da22b3.pdf). Acesso em 15 ago. 2022.

PERES, C. S. **Empreendedorismo feminino: das dificuldades ao sucesso na gestão das organizações**. Tese apresentada à Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUI. 2014. Disponível em: [http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2840/TCC\\_Caroline%20Peres%20\\_2014%20%28para%20biblioteca%29.pdf?sequence=1](http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2840/TCC_Caroline%20Peres%20_2014%20%28para%20biblioteca%29.pdf?sequence=1). Acesso em 15 ago. 2022.

SABOIA, J. et al. A pandemia e o mercado de trabalho no Brasil. **Valor Econômico**. Rio de Janeiro, n. 07, p. 01-04, 2020. Disponível em: <https://www.ie.ufrj.br/images/IE/IEnaMidia/07/Valor%20Econ%C3%B4mico%2006-07%20Jo%C3%A3o%20Saboia.pdf>. Acesso em 10 nov. 2022.

SANTOS, C. A. et al. Juventude: desigualdade de renda, desemprego e seus agravos durante a pandemia. *In: Anais do V SERPINF – Seminário Regional de Políticas Públicas, Intersetorialidade e Família e III SENPINF – Seminário Nacional de Políticas Públicas, Intersetorialidade e Família*. Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/edipucrs/acessolivre/anais/serpinf-senpinf/assets/edicoes/2020/arquivos/54.pdf>. Acesso em 12 ago. 2022.

SANTOS, P. C. F. dos et. al. Propensão e Potencial Empreendedor em Estudantes Femininos. **VI Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo**. 2014. Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/recife/EMP112.pdf>. Acesso em 22 set. 2022.

SEBRAE. **Disciplina de empreendedorismo**. São Paulo: Manual do aluno, 2017.

\_\_\_\_\_ um agente de desenvolvimento. 2018. **Sebrae**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em 20 ago. 2022.

\_\_\_\_\_ **Os desafios da mulher empreendedora**. 2016. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/osdesafiosdamulherempreendedora,e74ab85844cb5510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso 12 set. 2022.

SILVA, W. F. **Empreendedorismo Feminino no Município de Picos Piauí**. Monografia de Especialização da Universidade Federal do Piauí. Picos. 2013. Disponível em: <https://docplayer.com.br/15776127-Empreendedorismo-feminino-no-municipio-de-picos-piaui.html>. Acesso em 12 set. 2022.

## ANEXO – PESQUISA DE CAMPO

1) Idade

De 18 a 25 anos

De 26 a 30 anos

Acima de 30 anos

2) Gênero:

Feminino

Masculino

Binário

Não Binário

3) Trabalha no momento?

Sim

Não

4) Qual é o ramo de atividade da empresa atual?

Comércio

Prestação de Serviços

Indústria

MEI

5) Conhece empreendedorismo?

Sim

Não

6) Se sim, como você percebe/vê o empreendedorismo?

7) Na sua percepção, existem mais homens ou mulheres empreendendo no mercado nacional?

Homens

Mulheres

8) Acredita que empreender seja um processo mais fácil para o homem ou para a mulher? Justifique

9) Conhece mulheres empreendedoras?

Sim

Não

10) Durante a pandemia, acredita que o empreendedorismo aumentou?

Sim

Não

11) Se sim, acredita que o ato de empreender, em sua prática, tenha se modificado devido à pandemia?

Sim

Não

12) Quais modificações você observou no empreendedorismo durante a pandemia?

13) Você considera que o empreendedorismo feminino também tenha aumentado durante a pandemia?

Sim

Não

14) Se sim, em qual tipo de serviço teve uma maximização no empreendedorismo feminino?

Comércio

Prestação de serviços

15) Como você teve essa percepção?

Redes Sociais

Indicação de Amigos

Anúncios na Internet

16) Costuma comprar produtos ou serviços de mulheres empreendedoras?

Sim

Não

17) Quais?

18) Considera importante as mulheres empreenderem? Justifique sua resposta.