



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL

CAMPUS CHAPECÓ

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

BRENDA FERNANDA ALVES

**DIFICULDADES QUE AS MULHERES EMPREENDEDORAS ENFRENTARAM
DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19 E AS SOLUÇÕES PRÁTICAS
APLICADAS POR ELAS**

CHAPECÓ

2021

BRENDA FERNANDA ALVES

**DIFICULDADES QUE AS MULHERES EMPREENDEDORAS ENFRENTARAM
DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19 E AS SOLUÇÕES PRÁTICAS
APLICADAS POR ELAS**

Trabalho de conclusão do curso de graduação
apresentado como requisito para a obtenção do grau
em Bacharel em Administração da Universidade
Federal da Fronteira Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Graziela Simone Tonin

CHAPECÓ

2021

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Alves, Brenda Fernanda
DIFICULDADES QUE AS MULHERES EMPREENDEDORAS
ENFRENTARAM DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19 E AS SOLUÇÕES
PRÁTICAS APLICADAS POR ELAS / Brenda Fernanda Alves. --
2021.
42 f.

Orientadora: Doutora Graziela Simone Tonin

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2021.

1. Empreendedorismo, Covid-19, Mulheres, Negócios. I.
Tonin, Graziela Simone, orient. II. Universidade Federal
da Fronteira Sul. III. Título.

BRENDA FERNANDA ALVES

**DIFICULDADES QUE AS MULHERES EMPREENDEDORAS ENFRENTARAM
DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19 E AS SOLUÇÕES PRÁTICAS
APLICADAS POR ELAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Este trabalho de conclusão de curso foi defendido e aprovado pela banca em:

29/09/2021

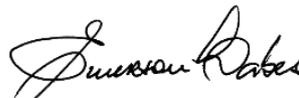
BANCA EXAMINADORA



Profª. Dra. Graziela Simone Tonin -UFFS
Orientadora



Profª Dra Alessandra Cassol
Programa de Pós-graduação Mestrado Profissional em Administração / Universidade do
Contestado (UNC)
Avaliadora Externa



Prof. Emerson Moises Labes - UFFS
Avaliador

AGRADECIMENTOS

Á Deus sempre toda honra e glória, porque dele e por ele são todas as coisas. Aos meus amados pais Marilete e Luiz Fernando, que nunca mediram esforços para que eu chegasse até aqui, por me demonstrar amor incondicional, sendo a minha base e inspiração para concluir este trabalho, com toda certeza sem vocês eu não estaria onde estou. E minha irmã Bruna, por ser minha melhor amiga durante os meus 27 anos de existência, sempre me auxiliando e sendo a melhor companheira. Amo vocês e sou eternamente grata a Deus por nossa família.

As minhas amigas do coração, Manoela, Estefani, Carolina, Larissa e Karenn que dividimos tantos momentos, alegres, tristes, sem sombra de dúvida com muitos aprendizados e sempre estiveram ali me auxiliando e dando suporte durante todo período da graduação.

Á minha orientadora Dra. Graziela, que com muito profissionalismo, paciência e assertividade, me guiou, extraindo o melhor de mim neste trabalho.

Á todos os meus professores, por todo o conhecimento ensinado, dúvidas esclarecidas e acima de tudo a contribuição para a minha formação acadêmica e pessoal.

Aos que não me deixaram desistir, o meu muito obrigado!

RESUMO

Nos últimos anos tem se falado muito em empreendedorismo, sobretudo o feminino. Muitas mulheres vêm buscando mais alternativas de se colocar no mercado de trabalho de forma mais independente e empreender é uma delas. Diante de todos os desafios e conquistas que as mulheres têm vivido ao longo das últimas décadas, em 2020 todos foram surpreendidos com a pandemia da Covid-19, tornando o sistema de saúde caótico, gerando incertezas em todos os sentidos, principalmente no setor econômico, afetando diretamente os empreendedores que precisaram se reinventar, encontrar novas oportunidades e adaptar-se a elas. Tendo em vista esse cenário, a pesquisa possui o objetivo de compreender quais os principais desafios das mulheres empreendedoras e as soluções aplicadas para contorná-los. Com o intuito de entender tal tema, foi aplicado um questionário online com quatorze questões. Esse estudo caracteriza-se como qualitativa, exploratória, descritiva e contou com quarenta empreendedoras respondentes. Diante das análises é possível identificar que temos uma quantidade significativa de mulheres maduras que tem empresas recentes, entre dois e cinco anos, com alto grau de escolaridade, maioria casadas e metade delas com filhos. Tiveram como principais dificuldades a queda nas vendas e problemas financeiros, além de saúde mental e física abalada, problemas com matéria prima, fornecedores e outros. Visando contornar os desafios, investiram em mídias sociais, inovaram em produtos e serviços, alteraram as formas de atendimento, promoveram mudança nos horários, buscaram por capacitações, cada uma visando atender suas necessidades específicas. Grande parte delas conseguiram contar com apoio da família, maridos e algumas com instituições financeiras, grupo de empreendedoras e projetos do governo, reinventando seus negócios com soluções práticas para administrar os desafios. Destaca-se que os aspectos desenvolvidos nesse trabalho visam contribuir com estudos referentes a área do empreendedorismo dentro da pandemia recente da Covid-19 e a partir dele entender e sugerir formas de fomentar o empreendedorismo, principalmente feminino.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Covid-19, Mulheres, Negócios.

ABSTRACT

In recent years, there has been much talk about entrepreneurship, especially among women. Many women have been looking for more alternatives to place themselves in the labor market in a more independent way, and entrepreneurship is one of them. Given all the challenges and achievements that women have experienced over the last decades, in 2020, everyone was surprised by the Covid-19 pandemic, making the health system chaotic, generating uncertainties in all directions, especially in the economic sector, directly affecting entrepreneurs who needed to reinvent themselves, find new opportunities and adapt to them. Given this scenario, the research aims to understand the main challenges women entrepreneurs face and the solutions applied to overcome them. To understand this theme, an online questionnaire with fourteen questions was applied. This study is characterized as qualitative, exploratory, descriptive and had forty respondent entrepreneurs. Based on the analysis, it is possible to identify that we have a significant number of mature women who have recent companies, between two and five years old, with a high level of education, most of them married and half of them with children. Their main difficulties were the drop in sales and financial problems, in addition to mental and physical health problems, problems with raw materials, suppliers and others. Aiming to overcome the challenges, they invested in social media, innovated in products and services, changed the forms of service, promoted changes in schedules, sought training, each one aiming to meet their specific needs. Most of them were able to count on the support of their families, husbands and some with financial institutions, a group of entrepreneurs and government projects, reinventing their businesses with practical solutions to manage the challenges. It is noteworthy that the aspects developed in this work aim to contribute to studies related to entrepreneurship within the recent Covid-19 pandemic and from it to understand and suggest ways to foster entrepreneurship, especially females.

Keywords: Entrepreneurship, Covid-19, Women, Business.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Faixa etária.....	25
Figura 2 – Estado civil.....	25
Figura 3 – Possui filhos.....	26
Figura 4 – Cidades participantes pesquisa.....	26
Figura 5- Grau de escolaridade	27
Figura 6- Há quanto tempo tem o seu negócio	28
Figura 7- Recebeu suporte de alguma instituição	32

LISTA DE SIGLAS

SEBRAE-Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

GEM- Global Entrepreneurship monitor

BRICS- Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul

OIT- Organização internacional do trabalho

RME- Rede de Mulheres empreendedoras

ONU- Organização das nações unidas

MEI-Microempreendedor individual

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –Perfil do empreendedor de sucesso.....	16
Tabela 2 -Principais desafios que enfrentou na pandemia	29
Tabela 3-Soluções para as dificuldades encontradas.....	31
Tabela 4- Recursos.....	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	OBJETIVOS	13
1.1.1	Objetivos Geral	13
1.1.2	Objetivos Específicos	13
2	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	14
2.1	EMPREENDEDORISMO	14
2.2	CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR.....	15
2.3	DESAFIOS DE SER EMPREENDEDOR NO BRASIL	18
2.4	EMPREENDEDORISMO POR MULHERES.....	19
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	21
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	21
3.2	SUJEITOS DA PESQUISA	22
3.3	COLETA DE DADOS	23
3.4	ANÁLISE DOS DADOS	23
4	RESULTADOS	24
4.1	PERFIL DAS EMPRESÁRIAS	24
4.2	DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS EMPREENDEDORAS.....	28
4.3	ABORDAGENS UTILIZADAS PARA CONTORNAR OS DESAFIOS ENFRENTADOS	30
5	CONCLUSÃO.....	34
6	REFERÊNCIAS.....	37
7	APÊNCICE - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA.....	40

1 INTRODUÇÃO

Em 26 de fevereiro de 2020 surge o primeiro caso de coronavírus (COVID-19) no Brasil. A pandemia que assolou o mundo já matou centenas de milhares de pessoas no país e gerou milhões de desempregados. Diante das restrições sanitárias necessárias para tentar frear o vírus, muitos modelos de negócios precisaram se reinventar para sobreviver e muitas pessoas perderam seus empregos e se depararam com a necessidade de encontrar novas oportunidades de renda, sendo o empreendedorismo muitas vezes a única opção para manter suas famílias.

O empreendedor por definição é aquele que busca atender as mais variadas demandas da sociedade, acompanhando as mudanças diárias do mercado. O empreendedorismo vai além de abrir novas empresas, abrange a capacidade de enxergar com clareza ideias inovadoras, potenciais e contribuir para o desenvolvimento em diferentes sentidos. De acordo com Hisrich; Peters, (2004, p. 29) empreendedorismo é o processo de inovar, dedicando seu tempo, esforço, assumindo os riscos necessários e recebendo as consequentes recompensas de satisfação e independência econômica e social.

De forma gradativa a sociedade tem evoluído no mundo dos negócios e por isso o empreendedorismo tem obtido grande impacto, tornando-se muito mais amplo e competitivo nas constantes transformações do mercado. De acordo com Dornelas (2012, p.10) o empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países. O crescimento do empreendedorismo no mundo se acelerou na década de 1990 e aumentou em proporção nos anos 2000 [...]”. Desta forma o empreendedorismo é um grande agente para o progresso econômico, gerando emprego e renda. Barros Neto (2018) aponta que os governos têm criado cada vez mais consciência de que a alternativa viável para promover o desenvolvimento tanto social quanto econômico é por meio do empreendedorismo. Em um momento de extrema incerteza como este, destaca-se ainda mais a importância dos governos locais e organizações privadas incentivarem e apoiarem o empreendedorismo de diversas formas principalmente concedendo crédito e financiamentos.

Empreender no Brasil tem se mostrado desafiador. Uma pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas mostra que o saldo entre empresas criadas e encerradas no país foi negativo, em 2018, enquanto 697,1 mil abriram seus negócios, 762,9 mil companhias encerraram suas atividades no mesmo ano. Outro ponto relevante da pesquisa mostra que entre as empresas que são novas e tiveram seus fechamentos, foram iniciadas por homens. (IBGE, 2018). Outra pesquisa, feita também pelo IBGE (2020) cerca de 716.000

empresas fecharam as portas desde o início da pandemia, afetando todos os setores, sobretudo o comércio e aproximadamente 99,8% dessas empresas são de pequeno porte. Complementando, Sebrae (2020) relata que pequenos negócios possuem a maior taxa de mortalidade, principalmente nos anos iniciais, isso revela as dificuldades encontradas pelos empreendedores nesse percurso, ainda mais em seus primeiros anos que são cruciais para o desenvolvimento sólido do negócio. De acordo com o Sebrae (2020) ao se abrir uma empresa, grande parte das pessoas não busca levantar informações básicas, importantes sobre o mercado, o setor que estão adentrando e por isso, mais da metade não realiza um planejamento estratégico, o que pode ser prejudicial ao negócio. Essas pesquisas demonstram que antes da pandemia já era desafiador empreender no Brasil, após a pandemia este cenário se tornou ainda mais crítico.

O gênero feminino vem se destacando em diversas áreas com seus empreendimentos e vem aumentando significativamente o número de mulheres que deixam de ser donas de casa e/ou saem de uma carreira dentro de uma empresa para buscar sua independência profissional através do empreendedorismo. Além disso, a pandemia não deixou alternativa para muitas delas, a Rme (2020) aponta que o número de mulheres que decidiram empreender no ano de 2020, desde o início da pandemia, aumentou 40%, seja porque perderam seus empregos ou por necessidade de estar em casa para cuidar de dos filhos ou outro, tendo que reinventar a forma como gerar o sustendo das suas famílias.

Adicionalmente a Rme (2020) expõem que a pandemia do Covid-19 exigiu mudanças, adaptações e novas estratégias para o enfrentamento da crise, para as mulheres que já possuíam seus negócios e que também precisaram se reinventar para mantê-los, desde a comercialização, logística, comércio eletrônico e em alguns casos até mesmo mudança no segmento de vendas. O coronavírus trouxe uma crise em dose dupla: a primeira, no sistema mundial de saúde que entrou em colapso, a segunda nos protocolos necessários e ideais para conter o avanço da doença que interrompeu de forma abrupta grande parte da atividade econômica. De acordo com o Sebrae (2020) em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, 52% das mulheres sofreram impactos diretos com a pandemia, contra 47% dos homens se tratando do mesmo segmento de negócio.

Diante desse cenário desafiador tem-se como objetivo principal neste trabalho, identificar quais as dificuldades que as mulheres empresárias enfrentaram e como se reinventaram em seus negócios durante a pandemia, mediante a tantos desafios. Por isso, a questão principal que guia esta pesquisa é:

- Quais as dificuldades que as mulheres empreendedoras enfrentaram durante a pandemia do Covid-19 e as soluções práticas aplicadas por elas.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivos Geral

O objetivo que rege este trabalho é identificar as dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras e quais foram as estratégias, ações e abordagens adotadas por estas para superar os desafios gerados pela pandemia do Coronavírus.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar o perfil das mulheres empreendedores.
- b) Apurar os desafios de se empreender durante a pandemia.
- c) Identificar quais as estratégias, ações e abordagens usadas por elas para contornar essas dificuldades.
- d) Identificar se estas receberam algum suporte e de que forma foi este suporte para superar tais desafios.

Consequentemente objetiva-se através desta pesquisa contribuir primordialmente para:

- Academia: levantando e registrando não somente as dificuldades encontradas pelas empreendedoras, mas bem como as ações, estratégias e abordagens utilizadas por estas para contornar os desafios enfrentados na pandemia. A partir desta pesquisa novas pesquisas podem focar em propor soluções efetivas para as mulheres empreenderem em situações adversas, bem como validar e testar tais soluções no mercado aplicando *frameworks* e técnicas já conhecidas.
- Mercado: As soluções propostas e desenvolvidas podem ser testadas e aprimoradas com uma amostra maior de empreendedoras no país gerando assim ferramentas que possam ajudá-las a resolver e contornar os problemas reais. Além disso, novas ferramentas de apoio podem ser desenvolvidas através da aplicação e teste no mundo real. Adicionalmente, políticas públicas, formações, projetos e programas podem ser embasados nessa pesquisa para que seus resultados sejam mais efetivos e de fato contribuam com o dia a dia das empreendedoras.

O presente trabalho está organizado da seguinte forma: na seção 2 é apresentado o referencial teórico, na seção 3 é discorrido sobre a metodologia utilizada para aplicar a pesquisa, coleta e análise dos dados. Na seção 4 são apresentados os resultados e na seção 5 estes são discutidos bem como a conclusão é relatada. E ao final na seção 6 as referências utilizadas para guiar este trabalho são detalhadas.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo é apresentada a fundamentação teórica que rege este trabalho.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma prática recente, no qual seus primeiros movimentos, de acordo com Souza (2001), surgiram nos anos 1940, com a criação de algumas disciplinas e pesquisas na *Harvard Business School* e nos anos 1950, com a instituição da *International Council for Small Business*.

Muitas transformações ocorreram a nível mundial na área econômica em curtos períodos especialmente no século XX, quando surgiu grande parte das invenções que transformaram a forma de viver das pessoas. Para Dornelas (2003, p. 7) “o empreendedorismo tem se mostrado um grande aliado do desenvolvimento econômico, pois tem dado suporte à maioria das inovações que têm promovido esse desenvolvimento”.

Para Schumpeter (1997), o empreendedor contribui para o desenvolvimento e crescimento econômico, já que ele é o responsável por encontrar soluções vantajosas para as mais diversas causas, criando com ousadia e inovando com habilidade novos produtos e serviços, a fim de suprir desejos e necessidades dos consumidores. Expondo um elo entre a inovação e o empreendedorismo, destacando que o empreendedor rompe com velhos paradigmas e estabelece novos padrões de consumo e produção, ou seja, empreendedor é o indivíduo responsável pela combinação de recursos para atender as necessidades do mercado.

De acordo com Hisrich e Peters (2004) o empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios e como consequência, uma prosperidade das nações e regiões. Os autores destacam que essas ações iniciam no ponto que o empreendedor se depara com a oportunidade de empreender. De forma sucinta, é como se essa oportunidade viesse por meio da entrada de um produto tecnológico utilizado em um determinado mercado para assim

criar um mercado em um novo local, porém para usar de tais oportunidades da melhor forma possível, é necessário que se tenha uma ação empreendedora de inovar e criar novas formas, de produção.

Chiavenato (2007) traz como definição que o empreendedor é a energia da economia, alavanca os recursos disponíveis, dinamizando as ideias e que está em busca constante de novas oportunidades, assumindo riscos e tendo como principal consequência as inovações. Assim, no que diz respeito aos empreendedores, Chiavenato afirma:

Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em mudança, transformação e crescimento. (...) inauguram novos negócios por conta própria e agregam a liderança dinâmica que conduz ao desenvolvimento econômico e ao progresso das nações. (CHIAVENATO, 2007, p. 4)

De acordo com Bernardi (2003, p. 63), “a ideia de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos, na cultura, na sociedade, nos hábitos sociais e de consumo”. Caracteriza-se pela habilidade de qualquer pessoa ser capaz de criar ou inovar formas de negócio, para suprir necessidades atuais e futuras. Com essas percepções a chance de empreender de forma eficaz é alta.

No Brasil, pouco se conhecia sobre o empreendedorismo, praticamente não se investia ou falava sobre, mas foi na década de 1990 que o movimento se intensificou com a criação de entidades como o Serviço Brasileira de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE).

2.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Hoje se tem vários estudos a respeito do perfil dos indivíduos que desejam empreender, grande parte afirma que o perfil empreendedor está em busca de novas alternativas e soluções viáveis para as necessidades das pessoas. Sebrae (2018) O empreendedor de sucesso é aquele indivíduo que busca oportunidades. A falta de emprego condiciona cada vez mais as pessoas a criarem seus próprios negócios, a fim de gerar renda e satisfação pessoal.

Para Dornelas (2012), empreendedor é um administrador mais visionário, que possui diferenças significativas em relação aos gerentes ou executivos de organizações tradicionais.

Bernardi (2003) define como características de um perfil empreendedor: o senso de oportunidade, a dominância, agressividade e energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade e resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar sonho e realização.

Dornelas (2012) afirma que empreendedores de sucesso são aqueles que possuem visão de futuro sobre seu negócio e tem a habilidade de implementar suas ideias e sonhos. São indivíduos que sabem tomar decisões certas nos momentos difíceis, agregam valor aos produtos e exploram ao máximo cada ideia e oportunidade.

De acordo com o Sebrae (2018), para que se tenha novidades em produtos/serviços, originalidade e novas ideias, são necessárias algumas características que irão auxiliar nesse processo. O quadro a seguir traz algumas das características que caracterizam empreendedores de sucesso.

Tabela 1- Perfil do empreendedor de sucesso

Criatividade	Aceitar os desafios e buscar possibilidades viáveis para a solução de problemas.
Liderança	Passar confiança, ser motivador, delegar responsabilidades, formar equipe, saber compartilhar ideias, ouvir, aceitar opiniões, saber elogiar e criticar pessoas.
Perseverança	Acreditar em seus propósitos, sem deixar de enxergar os limites de sua possibilidade, buscando metas viáveis até mesmo em situações adversas.
Flexibilidade	Ter domínio para se ajustar quando necessário, estar aberto a mudanças e aprender sempre.
Vontade de trabalhar	Estar preparado para trabalhar depois do horário. Dedicção plena com entusiasmo.
Automotivação	É preciso gostar do que está fazendo. Encontrar a realização pessoal no trabalho e seus resultados.
Formação permanente	Buscar constantemente informações sobre o mercado e atualização profissional sobre novas técnicas gerenciais.

Organização	Compreender as relações internas para ordenar o processo produtivo e administrativo de forma lógica e racional, entender as alterações ocorridas no meio ambiente externo de forma a estruturar a empresa para melhor lidar com essas mudanças.
Senso Crítico	Se antecipar aos problemas principais, analisando-os friamente.

Fonte: Sebrae 2018

Esses pontos devem ser levados em consideração quando se pensa em empreender ou até mesmo dar sequência a um trabalho já existente, são quesitos básicos para que haja efetividade e sucesso na ação empreendedora. O empreendedor de sucesso está sempre em busca de novos negócios, boas oportunidades, criando alternativas de melhoria do seu produto e/ou serviço, ainda que tenha algumas dificuldades pelo caminho.

Constantemente surgem novidades no setor digital que mudam consideravelmente os modelos de gestão e de negócio dentro do mercado brasileiro. Isso não representa necessariamente um obstáculo, uma vez que todos precisam se adaptar, mas não deixa de ser um desafio. Pois, quem não se adapta acaba incorrendo em prejuízo. Todas as mudanças tecnológicas são responsáveis pela mudança de hábitos de consumo da clientela, a qual está cada vez mais bem informada e exigente em relação aos serviços e produtos que consome. O empresário precisa se adaptar e cativar este cliente com métodos cada vez mais avançados. (Hisao, 2017).

Degen (2009) coloca que o indivíduo que tem a intenção de iniciar um negócio próprio deve assumir ou administrar quatro papéis: os dois primeiros são o de empreendedor, que assume ativamente os riscos do negócio, tem visão e não mede esforços para realizar o empreendimento; e o de empresário, que financia o empreendimento na expectativa de obter lucro financeiro, mas que toma posição passiva em relação aos riscos do negócio. Os outros papéis propostos pelo autor são o de executivo, que através de uma remuneração fixa tem a incumbência de liderar uma equipe de pessoas, visando atingir os objetivos do empreendimento; e o de empregado, perfil cuja característica típica é a busca por estabilidade, ou seja, é o responsável por executar a nível operacional na empresa, mas sem assumir qualquer risco do negócio.

2.3 DESAFIOS DE SER EMPREENDEDOR NO BRASIL

No Brasil, segundo Dornelas (2012), o empreendedorismo passou a ganhar forma durante a década de 1990, com a criação de programas como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), dos cursos desenvolvidos nas universidades brasileiras e da ênfase do governo federal no apoio às micro e pequenas empresas. De acordo com o autor, antes disto, era incomum se falar no tema, devido ao ambiente político e econômico do país que não era favorável, dessa forma o empreendedor não encontrava informações e suporte para auxiliá-lo a desenvolver suas ideias (Dornelas, 2012).

Para Bernardi (2015), o custo de se empreender no Brasil é apontado como principal causa da perda de competitividade da indústria brasileira, ser empreendedor no Brasil é um desafio “redobrado”, em comparação a outras nações.

Segundo Hisao (2017), empreender no Brasil não é uma tarefa muito fácil, além de ser preciso conhecimento e habilidades, o administrador também depende do governo e das condições de mercado. São muitos os desafios encontrados pelo empreendedor no Brasil, os mais comuns são: economia, tributação, legislação/burocracia, mercado internacional, falta de infraestrutura, falta de credibilidade, mudanças tecnológicas, e mudanças nos hábitos de consumo. O autor ainda ressalta que o Brasil possui uma alta carga tributária, sendo o sétimo país onde mais são cobrados impostos. As causas dessa altíssima carga tributária são um Estado ineficiente e a má gestão do dinheiro público. Quando isso acontece, os impostos continuam elevando o custo da produção e o baixo retorno do dinheiro público em forma de serviços dificulta ainda mais a situação.

Para Rottenberg (2014), algumas bibliografias sobre empreendedorismo mostram apenas os momentos em que os criadores decidem empreender, os obstáculos que enfrentam no caminho, o trajeto que percorrem sob um bonito pôr do sol e logo depois a primeira grande realização, porém as dificuldades vêm na sequência.

Mesmo com muitos desafios culturais, e padrões que cada região do Brasil apresenta, segundo pesquisa realizada pela GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (2018), Brasil chegou a 38% na TTE (Taxa de Empreendedorismo Total), ou seja, cerca de 52 milhões de brasileiros abriram seus negócios próprios. Em 2018, na pesquisa realizada em 49 países, o Brasil teve bom resultado. Quando considerado os países do BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), a taxa do Brasil é a maior. A China, em segundo lugar se encontra com 26,7%. A Rússia, última colocada, com aproximadamente 8%. A crise econômica gerada pela

pandemia, fechando muitos estabelecimentos por conta da quarentena, fez muitas pessoas perderem seus empregos, entrando no empreendedorismo por necessidade. De acordo com o Gem (2020) mais de 14 milhões de brasileiros abriram seus negócios em meio a pandemia, gerando uma taxa épica de novos empreendedores. Em proporção tivemos a queda de 18 pontos na taxa de fechamento de negócios que já atuavam antes da crise, e que possuíam em média, dois a três anos de existência.

2.4 EMPREENDEDORISMO POR MULHERES

A partir do século XX as mulheres entraram notoriamente no mercado de trabalho. Após a primeira e segunda guerra mundial, as mulheres começaram a realizar funções que antes eram realizadas somente por homens, pois muitos foram enviados ao combate e outros acabaram sendo mortos. Como resultado, as mulheres ganharam maior destaque no mercado de trabalho e em 1988, ganhou juridicamente a igualdade aos homens pela Constituição Federal. (Amorim; Batista, 2011).

Muitas transformações ocorreram no comportamento feminino ao longo dos últimos anos, perante a sociedade, família e o mercado de trabalho, além das alterações no formato padrão de família, onde o homem, até então era considerado o provedor e a mulher responsável somente pelos assuntos da sua casa e filhos, dando lugar a lares chefiados pelas mulheres e casais que dividem as responsabilidades. (Tonani, 2011). É notório que o empreendedorismo feminino e sua discussão tem ganhado muito espaço. Analisando nossa realidade é possível ver mulheres que empreendem sem mesmo notar que estão empreendendo, como produzir artesanalmente um produto, revenda de cosméticos, alimentação e outros. Ou seja, sempre tivemos mulheres com seus negócios, porém somente nos últimos anos temos visto a notoriedade delas e a presença constante de mulheres na esfera econômica atual. Esse crescimento pode ser justificado com o avanço no sistema de educação, a mudança nas estruturas familiares, com a escolha de ter filhos ou não, além da participação das mulheres na vida econômica que aumentou de forma expressiva.

Rme (2019) o perfil dessa mulher empreendedora brasileira é bem estabelecido, elas abrem seus negócios por necessidade e muitas já possuem alguma experiência no ramo. Grande parte delas possui nível superior e precisam se reinventar no mercado de trabalho após a maternidade. Se observamos a pesquisa do Gem (2020) devido a pandemia, muitas mulheres decidiram empreender para ajudar na renda familiar ou até mesmo se viram sem alternativas,

pois ficaram desempregadas e suas famílias dependiam de suas rendas. Dolabela (2008) descreve que o empreendedor desenvolve atividades que correm riscos e tem a capacidade de inovar, ser perseverante e de conviver com a incerteza. Frente a pandemia que não foi prevista, nenhuma empreendedora estava preparada para a crise gerada pelo Coronavírus, não havia um manual que direcionasse ou instrísse sobre as medidas que deveriam ser tomadas para gerir seus negócios em uma pandemia, sob a realidade imposta foi um desafio manter seus negócios de pé.

Um relatório divulgado pela Organização Internacional do Trabalho -OIT (2019), órgão que pertence à ONU, aponta que negócios que tem mulheres nos cargos diretivos, apresentam resultados mais lucrativos em uma organização. Em contraponto os negócios comandados por mulheres ainda possuem mais vulnerabilidade, como por exemplo, dificuldades em acesso ao crédito, mulheres conseguem empréstimos com valores menores, pagam em dia, porém com taxas mais altas. Os setores em que essas mulheres atuam são na maioria: beleza, estética, alimentação e menos voltados a tecnologia, por isso, menor valor agregado nos produtos que elas vendem. Além do preconceito que as mulheres sofrem dentro de alguns setores que ainda são considerados “masculinos” colocando em *check* a competência e capacidade delas desenvolverem determinadas atividades. Rme (2019) aponta que as mulheres ainda sentem desigualdade na falta de conhecimento e capacitação para gestão dos seus negócios e muitas delas têm dificuldades em obter acesso a esses tipos de informações.

As mulheres ainda enfrentam algumas barreiras em relação a empreender, como por exemplo salários que ainda são desiguais entre homens e mulheres que desempenham a mesma função. De acordo com Lages (2008), as mulheres ainda trabalham com remunerações inferiores e em alguns departamentos ainda são restritas suas atuações, mesmo se comprovarem uma escolaridade mais avançada que a dos homens.

Camargo (2008) aponta que o empreendedorismo feminino é a opção mais viável em se tratando de gerar trabalho e renda, e para que elas possam se satisfazer em termo de tempo, futuro e destino profissional. Muitos motivos levam as mulheres empreenderem, sonho de trabalhar com o que mais se identifica, flexibilidade em poder cumprir com suas funções de afazeres domésticos, cuidados com a família e filhos buscando equilibrar sua rotina, independência financeira, trabalhar em casa e entre outros

De acordo com uma pesquisa da Rme (2019) temos uma definição do perfil da mulher empreendedora brasileira, mulheres que empreendem a partir dos 25 anos, casadas, possuem filhos, graduação ou pós graduação, algumas com especializações, mestrado e doutorado e para

38% delas o negócio é a principal renda da família. O principal motivo de empreender é a flexibilidade nos horários e mais tempo com a família.

O cenário atual e caótico trouxe instabilidades, sobretudo para as mulheres brasileiras, podemos notar isso pela pesquisa WomenNomics (2021) aponta que as mulheres empreendedoras são as que mais sofreram com a pandemia, sobretudo as mulheres brasileiras, que lideraram os piores resultados. O estudo aponta que a receita das empresas lideradas por mulheres apresentou uma queda de 66% no último ano. Dentre os motivos principais para essa baixa estão a jornada dupla de trabalho e as tarefas domésticas, bem como a difícil adaptação às novas ferramentas digitais para aumentar o alcance dos seus negócios. Além das dificuldades levantadas de forma geral, como: queda das vendas, perda de contratos a longo prazo, falta de estrutura e conhecimento digital, saúde mental e física, problemas com demissões, dificuldades com matéria prima, fornecedores e outras situações.

Uma pesquisa realizada pela Rme (2020) aponta que algumas medidas foram tomadas de forma geral pelas mulheres empreendedoras, visando auxiliar nesse período, como: trabalho remoto, redução de custos, adequação dos seus produtos, serviços as mídias digitais e mudanças estratégicas e pontuais. Muitas delas colocam que devido a mudança brusca de rotina com as restrições tiveram dificuldades para adaptar suas atividades.

Essas dores mostram que homens e mulheres que decidem empreender, especialmente no Brasil ainda não possuem as mesmas condições, de forma igualitária, não temos suporte necessário por parte do governo e instituições afins, tudo isso contribui para o não desenvolvimento desses negócios. Desta forma torna-se de suma importância compreender as dificuldades que elas têm enfrentado e então através das estratégias certas melhorar as condições da mulher empreendedora.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo são descritos os procedimentos metodológicos utilizados no desenvolvimento do trabalho. De acordo com Andrade (2001) é a partir da metodologia que se definem os métodos de pesquisa. É através dela que todos os métodos da pesquisa são esclarecidos, com o objetivo de relatar como foi a elaboração do estudo.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Essa pesquisa classifica-se como qualitativa, que teve o intuito de diagnosticar por meio

da análise das mulheres empreendedoras, quais as principais dificuldades de empreender diante da mais recente pandemia da Covid-19 e como elas contornaram essas dificuldades. Considerando que a pesquisa qualitativa não tem como preocupação principal a representatividade numérica, mas sim aprofundar a compreensão de um grupo específico.

Exploratória pois apesar do tema de empreendedorismo feminino já estar sendo bastante discutido, a pesquisa em questão traz a mulher empreendedora diante de um novo cenário, o de enfrentamento aos desafios gerados por uma pandemia. De acordo com Gil (2010) a pesquisa exploratória possui o objetivo de aprimorar as ideias, expondo muitas vezes levantamentos bibliográficos, entrevistas, pesquisas com pessoas relacionadas ao tema, tudo para facilitar a compreensão. É considerada descritiva, pois descreve o perfil dessas mulheres e as diversas percepções delas acerca das reais dificuldades que elas tiveram durante a pandemia e as soluções práticas encontradas por elas para o enfrentamento.

Quanto aos meios, essa pesquisa pode ser caracterizada também como bibliográfica e de campo. Bibliográfica, pois se trata de um estudo em materiais já publicados por autores que expõem sobre o tema empreendedorismo feminino, abordando os principais pontos como: conceitos de empreendedorismo, características dos empreendedores, dificuldades de se empreender no Brasil e uma contextualização geral do empreendedorismo feminino ao longo dos anos. Vergara (2000), afirma que é o estudo desenvolvido em materiais que são acessíveis ao público como, por exemplo, revistas, livros, jornais e redes eletrônicas; fornecendo material a todos os tipos de pesquisas.

De acordo com Vergara (2000) a pesquisa de campo pode conter entrevistas, testes, aplicações de questionários e observação participante ou não, realizadas no local onde ocorrerá o estudo. Os dados primários foram adquiridos através de pesquisa aplicada as mulheres empreendedoras de diversas cidades.

3.2 SUJEITOS DA PESQUISA

As definições de Vergara (2000), abordam que a população é o conjunto de elementos que possuem as características que serão objetos do estudo, e a amostra é a parte da população que será escolhido de acordo com algum critério representativo.

Em relação ao sujeito dessa pesquisa, ela foi realizada com empresárias (mulheres) de várias regiões, porém a amostra representativa é com mulheres de Santa Catarina, sobretudo Chapecó/SC. Através de um questionário aplicado de forma online, realizado pelo Google

Forms com quarenta empreendedoras participantes. A pesquisa se deu por amostra não probabilística, sendo selecionada por conveniência, destinando a pesquisa para grupos de empreendedoras, na qual a pesquisadora e orientadora fazem parte e até mesmo mulheres que tem seus negócios e fazem parte do convívio particular da orientanda. Através de um link enviado pelo aplicativo WhatsApp, E-mail, Instagram elas tinham acesso as perguntas.

3.3 COLETA DE DADOS

Segundo Vergara (2000), no processo da coleta deve-se obter os dados da pesquisa, onde os entrevistados respondem ao problema em questão, fazendo correlação dos objetivos aos meios para atingir o resultado buscado.

Para essa pesquisa foi aplicado um questionário de forma online contendo quatorze questões, objetivas e perguntas abertas para oportunizar que as empreendedoras descrevessem sua real situação diante da realidade. Vergara (2000) aponta que o questionário é uma série de perguntas apresentadas ao respondente por escrito, pode ser aberto, pouco ou não estruturado, fechado ou, ainda, estruturado.

Apesar de ser um instrumento de coleta de dados mais objetivo e quantitativo, o questionário visa atender a demanda desse estudo, compreender quais as principais dificuldades que as empresárias tiveram na pandemia e as ações tomadas por elas para contornar os desafios. A ideia de aplicar o questionário de forma online, enviando o link do formulário por aplicativos diferentes para as empreendedoras, foi escolhido visando atingir o maior número de mulheres respondentes em menor tempo, além do fato de ser aplicado de forma remota, possibilitando a liberdade para as pessoas escolherem se desejam participar ou não, ser anônimo e poder chegar a um número maior de empreendedoras. O período de aplicação da pesquisa ocorreu entre os dias 15 a 21 de setembro de 2021. Colaboraram com esse estudo, empreendedoras dos estados de Santa Catarina, São Paulo e Minas Gerais, porém com maior destaque as participantes de Chapecó/SC.

3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Vergara (2000) coloca que os objetivos são atingidos com os processos de coleta de dados, tratamento das informações recebidas e a interpretação dos mesmos, buscando estabelecer uma correlação entre os objetivos e as formas de atingi-los. Vergara (2000) define,

duas formas pelas quais o estudo pode ser tratado, quantitativa, quando são utilizados procedimentos estatísticos, e qualitativa quando os dados são apresentados de forma estruturada.

Na fase de análise é importante que se faça a redução dos dados, categorização, interpretação e a descrição dos mesmos. As informações coletadas a partir da pesquisa são apresentadas ao longo do trabalho e as análises serão realizadas através da correlação do conteúdo exposto.

Posteriormente iniciou-se a categorização dos dados, classificando e organizando as respostas colhidas, visando atingir os objetivos propostos pela pesquisa. As categorias predeterminadas foram: (1) Dados das empreendedoras; (2) Principais desafios; (3) Soluções aplicadas por elas; (4) Suporte que receberam (5) Sugestões e comentários. Importante ressaltar que as categorias são apresentadas separadamente para facilitar o entendimento, na prática os temas de cada uma delas estão entrelaçadas.

Por meio da análise é possível identificar todos os elementos que foram foco deste estudo, além de compreender especificamente as dores das empreendedoras e as ações efetivas para manter seus negócios de pé diante da pandemia, expondo suas realidades, justificando ou corroborando com os dados apresentados.

4 RESULTADOS

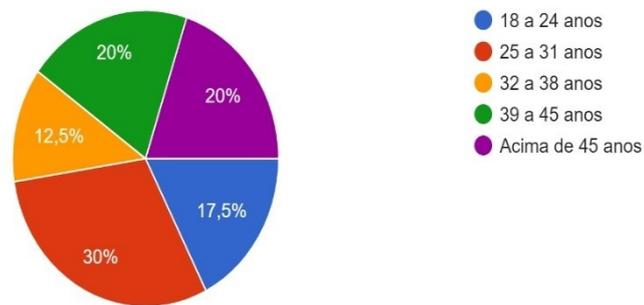
Neste capítulo são apresentados os resultados da pesquisa realizada com 40 mulheres empreendedoras que participaram do questionário online.

Buscando caracterizar o perfil das empreendedoras foram coletadas as seguintes informações: faixa etária, estado civil, se possui filhos, cidade que reside, grau de escolaridade, há quanto tempo tem seu negócio.

4.1 PERFIL DAS EMPRESÁRIAS

De acordo com as respostas obtidas é possível observar no gráfico abaixo, Figura 1 que as mulheres mais experientes com idades a partir de 32 anos representam 52,5% das empreendedoras respondentes da pesquisa. Na sequência verificamos que 47,2% são mulheres entre 18 e 31 anos. O Instituto Rede Mulher Empreendedora (2020) e Gem (2020) apontam que as mulheres começam seus negócios a partir dos 25 anos de idade.

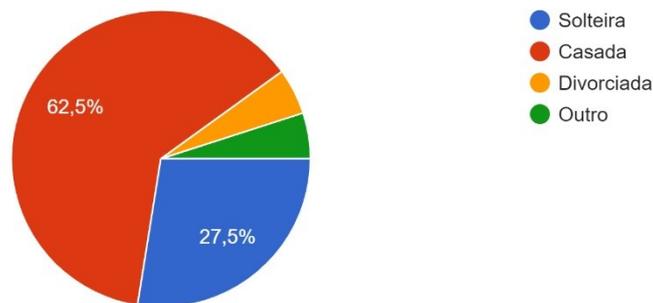
Figura 1- Faixa etária



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

Em relação ao estado civil, nota-se que 62,5% das empreendedoras são casadas e 27,8% são solteiras. Os dados coincidem com pesquisa da Rme (2019) que a maioria das empreendedoras brasileiras são casadas. Para Hisrich e Peters (2004), um dos motivos para mulheres iniciarem seus negócios está ligada ao fato delas receberem apoio de seus cônjuges.

Figura 2-Estado Civil

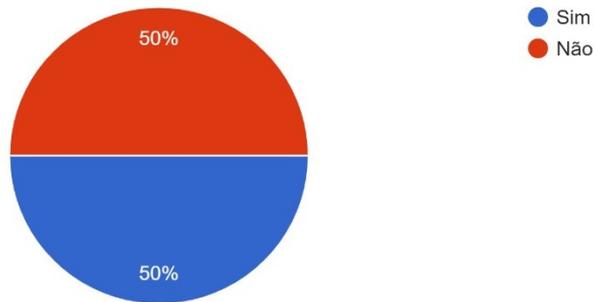


Fonte: Dados da pesquisa, 2021

Sobre filhos, a Figura 3 demonstra que metade das mulheres possuem filhos e os 50% restantes não, muito próximo dos dados apresentados pela Rme (2019) de que cerca 52% das mulheres empreendedoras no Brasil possuem filhos. De acordo com a pesquisa Goldman Sachs (2021) um dos principais motivos das empreendedoras terem uma queda de 66% em suas

receitas durante o último ano, são sua dupla jornada de trabalho, além de terem que gerir o negócio, precisam cuidar dos afazeres de casa e família. Ao longo dos últimos anos as mulheres têm buscado se estabelecer nesse ponto, equilibrando suas rotinas, trabalho, casa e família.

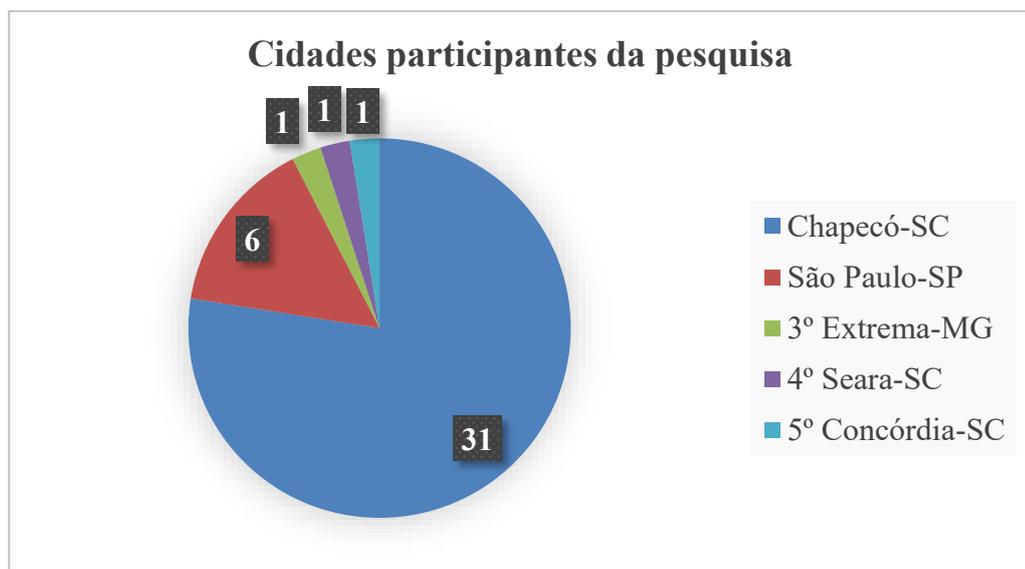
Figura 3- Possui Filhos



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

O questionário foi aplicado no formato remoto, por este motivo tivemos as respostas de mulheres de outros estados que foram muito relevantes e contribuíram com a pesquisa, por esse motivo não foram desprezadas, entretanto a amostra representativa para as análises é do oeste de Santa Catarina.

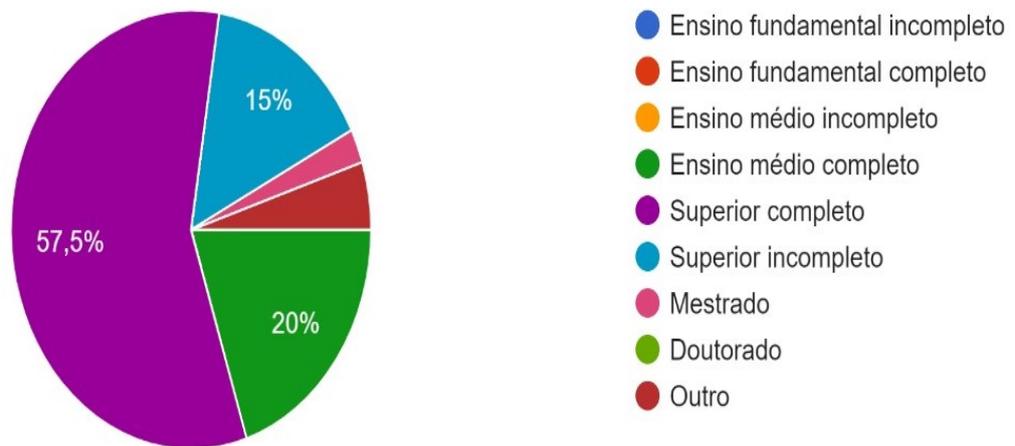
Figura 4- Cidades participantes da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

No que se refere a escolaridade, Figura 5, das pesquisadas 57,5% das mulheres possuem superior completo, 20% têm doutorado, algumas com mestrado ou outras especializações. Somente 15% delas possuem superior incompleto. Demonstrando que cada vez mais as mulheres têm buscado qualificação através dos estudos, em conformidade com a Rme (2020) apontando que 69% das mulheres possuem graduação ou pós graduação, semelhante aos dados do Gem (2020) que afirma ter empreendedores com o passar dos anos cada vez mais qualificados.

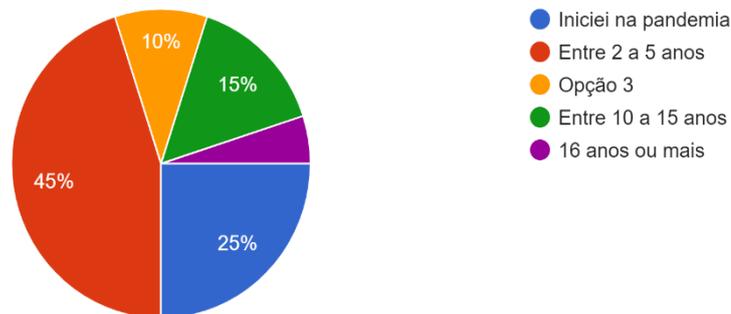
Figura 5- Grau de escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

O gráfico abaixo demonstra que 45% das empresas são novas, tem entre 2 e 5 anos de atuação no mercado. Outra faixa significativa é de mulheres que iniciaram seus negócios na pandemia, representando 25% das respondentes, apresentando a quantidade de novas empreendedoras que iniciaram suas empresas diante do atual cenário pandêmico, que tem levado essas mulheres a suprirem suas necessidades e de suas famílias. De acordo com a Rede de Mulheres Empreendedoras (2020) o empreendedorismo cresceu 40% entre mulheres no último ano. De acordo com o Gem (2020) houve aumento em mulheres que decidiram empreender por necessidade.

Figura 6-Há quanto tempo tem o seu negócio



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

4.2 DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS EMPREENDEDORAS

Visando garantir que alguns tópicos fossem considerados como dificuldades de empreender, tópicos estes identificados na revisão bibliográfica, na pergunta relativa a este tópico múltiplas opções foram sugeridas, onde as pesquisadas poderiam assinalar mais de uma opção e ainda era permitido que elas pudessem dar algumas sugestões adicionais. A Tabela 2 mostra que de forma geral, pelo menos metade das respondentes apresentaram dificuldades em relação a queda das vendas e perda de contratos (50%), como também apontaram que passaram por dificuldades financeiras (47,5%). Além disso, 35% da amostra apontou que sua saúde física e mental foi comprometida nesse período de pandemia, como a saúde mental de sua equipe. Alguns negócios foram afetados também devido à problemas com fornecedores e matéria prima para produção (35%). Outro fator destacado foi a dificuldade para equilibrar a vida profissional com a família e afazeres, sendo um fator de destaque de 35% das empreendedoras. Esses dados revelam pontos em comum com a pesquisa Goldman Sachs (2021) em que as mulheres tiveram dificuldades em dar conta de gerir um negócio e manter suas tarefas com casa, família, gerando até mesmo um cansaço mental e esgotamento físico. Em contraponto a pesquisa traz o ponto de as mídias digitais ser uma dificuldade o que não se confirma pela pesquisadas nesse estudo, pois grande parte das estratégias delas foi investir 100% no digital, mudando o foco dos seus negócios e obtendo resultados eficazes. E na amostra desse estudo, nenhuma empreendedora apontou como dificuldade se adaptar com as mídias digitais (0%), o que talvez possa ser

explicado pelo alto grau de formação delas.

Na opção “outros”, três participantes da pesquisa colocaram que não tiveram nenhum dos problemas elencados, e ainda descreveram brevemente que não se encaixavam nas opções disponíveis e que seus negócios alavancaram no período da pandemia, se reinventaram e conseguiram adaptar seus produtos e vendas nesse período, não sentindo dificuldades no cenário atual. Após a caracterização da amostra, as categorias que emergiram como principais são resumidas na Tabela 2.

Tabela 2 - Principais desafios que enfrentou na pandemia

Dificuldades	Porcentagem
Queda nas vendas/perda de contratos futuros	50%
Dificuldade financeira	47,5%
Equilíbrio trabalho/família/afazeres	35%
Problema com fornecedores/matéria prima	35%
Saúde física e mental sua e de sua equipe	35%
Falta de infraestrutura digital no seu negócio	12,5%
Gerenciamento de equipe de forma remota	7,5%
Logística/entrega	2,5%
Difícil adaptação as novas ferramentas digitais	0%
Outros	2,5%

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

Outros fatores que também foram apontados como dificuldades, porém em menor relevância, foram a falta de infraestrutura digital no negócio (12,5%), onde embora elas soubessem utilizar as ferramentas digitais, não estavam preparadas em termos de infraestrutura para pivotar seu negócio nesses utilizando esses meios. O gerenciamento da equipe de forma

remota, também foi apontado como um fator desafiador para 7,5% das respondentes, logística foi um desafio para 2,5% e outros fatores foram listados para 2,5%.

Sabemos que há diferentes formas de lidar com uma crise, Dolabela (2008) descreve que o empreendedor desenvolve atividades que possuem riscos e desenvolve a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza. Com os desafios expostos por elas, perguntamos quais foram as alternativas usadas por elas para contornar esses percalços.

4.3 ABORDAGENS UTILIZADAS PARA CONTORNAR OS DESAFIOS ENFRENTADOS

É possível observar que as ações tomadas foram as mais diversas, com destaque para a migração das vendas para o online e ferramentas afins, além de apontarem ter inovado em seus produtos, usado a criatividade a seu favor, e terem se ancorado na fé religiosa como suporte para não desistirem, como podemos observar nos depoimentos de algumas: *“Perseverança, fé e criatividade.”* (E1), em relação mudanças feitas para o digital a respondente 3 apontou, *“Mudei o foco dos trabalhos para atendimento exclusivamente digital.”* (E3), como também destacou a empreendedora 9 em relação ao digital e aos fornecedores; *“Buscamos novos fornecedores, utilizamos as redes sociais para realizar vendas e criamos um catálogo on-line. Não tivemos tempo hábil para criar o site”* (E9). Outra apontou que criou formas alternativas de vendas *“Criei planos de vendas alternativos”* (E 40). A empreendedora 18 destacou que criou novos produtos e com um preço menor; *“Tentando adaptar novos produtos aos clientes, colocamos entrega para toda a cidade em um valor baixo de compras, para ser grátis e facilitar a todos, o isolamento e manter assim nossos clientes. Mantendo sempre pensamento positivo em equipe, para ficarmos estruturados o máximo possível”* (E18).

Podemos destacar aqui que grande parte das mulheres focaram e aplicaram seus recursos em mídias digitais. Com as pessoas mais em casa, o digital passou a ser uma importante ferramenta de divulgação e venda dos seus produtos e serviços. Além disso, algumas buscaram renegociar suas dívidas, fizeram empréstimos em linhas de créditos voltada para as empreendedoras. Também buscaram suporte familiar e mental, qualificação, estenderam horário de atendimento e reorganizaram a rotina tentando estabelecer metas claras. De forma geral todas as mulheres olharam para as necessidades e demandas e buscaram alternativas, seja por financiamentos bancários, auxílios familiares, inclusão de novos produtos, buscando fornecedores, novos planos de vendas. Apenas uma das respondentes saiu do ramo em que estava e resolveu abrir um novo negócio. A Tabela 3 tem o resumo das soluções e abordagens

adotadas.

Tabela 3- Soluções para as dificuldades enfrentadas

Soluções e abordagens adotadas
Mídias digitais- Site, atendimento online, marketing por redes sociais, produção de conteúdo online, vendas.
Suporte financeiro, empréstimos, linhas de crédito específicas aos empreendedoras, redução de custos renegociação de dívidas, auxílio emergencial.
Organização de horários e rotina, estabelecendo metas claras.
Buscando novos fornecedores, adaptando ou substituindo insumos de produção.
Inovação nos setores, produtos, oferecendo novos serviços, plano de vendas alternativo atendimento remoto.
Estendendo os horários de atendimento, além de horários alternativos de atendimento
Suporte familiar e amigos.
Investimento em capacitação e conhecimento para gestão.
Cuidado com a saúde mental: através da fé e busca por profissionais como, terapeutas, psicólogos, yoga, exercícios físicos.

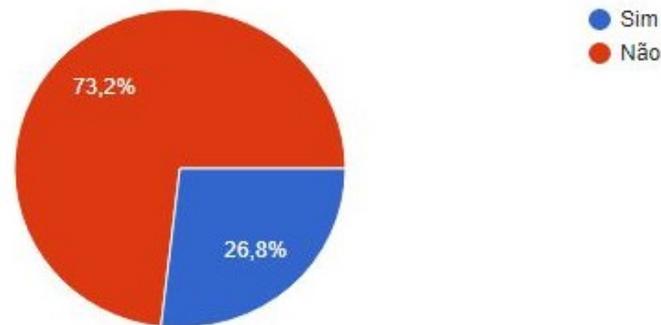
Fonte: Dados da pesquisa, 2021

Questionadas sobre o apoio de alguém próximo 85% das respondentes tiveram suporte de amigos, família (pais, cônjuges) com apoio psicológico emocional e financeiro, membros da família com conhecimentos específicos que auxiliariam nesse tempo, com trâmites burocráticos.

No que se refere ao suporte de terceiros 73,2% (Figura 7) não teve apoio de nenhuma instituição apenas 26,8% tiveram algum suporte que foram relacionados aos itens da tabela abaixo (tabela 4). Grande parte das respondentes afirma ter passado por dificuldades financeiras nesse período de pandemia para manter seus negócios (custos fixos), compra de material para produção e devido à baixa nas vendas, muitas conseguiram o apoio de outras fontes, além do familiar.

Figura 7 - Recebeu suporte de alguma instituição

Recebeu suporte de alguma instituição? (Sebrae, privada, governamental, entre outros?)



Fonte: Dados da pesquisa, 2021

De acordo com as empreendedoras os principais auxílios que elas tiveram acesso durante a pandemia que podem ser visualizados de forma simplificada na Tabela 4. Um fator que é importante destacar é que os grupo de empreendedoras foram importantes para dar suporte neste momento, bem como instituições como Sebrae para qualificação e instituições financeiras com empréstimos e linhas de crédito.

Tabela 4- Recursos

Recursos/Apoio Recebido
Auxílio emergencial para MEI
Grupo de empreendedoras
Sebrae- Cursos e estratégias
Bancos-Empréstimos (Banco do Brasil, BNDES)
Governo- Linhas de crédito específicas para empresas

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

As empreendedoras que dizem contar com esses recursos, afirmam que foi de grande valia, pois foi um suporte enquanto muitas estavam com seus estabelecimentos fechados, para outras ajudou a manter os custos fixos de suas empresas, funcionários, estrutura e ajudou principalmente a contornar o aumento do custo dos produtos, matéria prima e outros insumos fundamentais para o negócio que sofreram aumentos consideráveis nesse último ano.

A pandemia afetou vários negócios, diretamente na receita e precisou gerar mudanças práticas e funcionais para produzir um efeito rápido, várias delas conseguiram se reinventar diante dos desafios propostos pela pandemia.

Considerando que grande parte das que participaram estão no mercado entre 2 a 5 anos, é possível notar que a pandemia gerou novas ideias e trouxe opções que antes não eram consideradas. Diante das mudanças geradas pela crise, questionamos as empreendedoras sobre o que havia mudado em seus negócios desde o início da pandemia, as respostas foram semelhantes, porém de forma geral as dificuldades geraram oportunidades de crescimento para suas empresas, puderam reavaliar seus negócios e redirecionar seus investimentos. Conforme é possível observar no relato de uma empreendedora que reinventou seu negócio e irá usá-lo para potencializar o seu negócio antigo: *“Minha empresa principal ficou parada, porque trabalho com eventos e abri um atelier, que agora na retomada vai me ajudar muito com minha empresa principal”*. Em relação a novos produtos uma empreendedora destacou, *“Incluimos um novo nicho de produtos em nossa empresa, adquirindo máquinas para produzir em pequenas quantidades e não somente em grande quantidade.”*, outra empreendedora destacou *“Adaptei o delivery, inovei, coloquei mais produtos.”* Em relação ao uso das mídias sociais, *“Ficamos mais conhecidos pelas plataformas, WhatsApp e redes sociais, e conseguimos dar foco nas entregas que começamos a fazer”*, e outra observou que revisou os valores dos serviços, *“Revisão de valores nos serviços oferecidos”*.

Ao final do questionário, também incluímos uma questão aberta e opcional para resposta, solicitando sugestões do que elas gostariam que tivessem como ferramenta para ajudar a desenvolver seus negócios, seguem algumas das sugestões dadas pelas empreendedoras: Ter o suporte do Sebrae, *“Auxílio do Sebrae.”*, embora elas tenham um alto nível de qualificação ainda sentiram a necessidade de terem acesso mais cursos acessíveis, *“Cursos mais acessíveis...”*, mais financiamento e linhas de crédito facilitados, *“...Financiamentos.”*, outra empreendedora destacou, *“Uma linha de crédito por meio de empréstimos facilitados para empreendedores que não dependam de projetos de garantia de retorno.”*. Em relação a suporte para administrar as finanças *“Ajuda na questão de administrar o financeiro.”* e compartilhamento de experiência com empreendedores experientes, bem como utilizar a internet como aliado estratégico nestes contatos, *“Informações, de todos os lugares e modos, focar no seu conceito e procurar ideias principalmente de pessoas que já tem o seu negócio ativo. Fiz amizade com empreendedores de outros municípios para conseguir suporte e auxílio, com dicas e ideias. A internet é um grande aliado nessa hora também.”*. Uma

empreendedora também destacou a importância de se utilizar as mídias sociais em prol do negócio, *“A utilização das redes sociais a favor da divulgação dos produtos, pagamentos por link ou puxado, facilitam muito a compra on-line.”*

Diante das respostas podemos ver o quanto as mulheres almejam por opções de capacitação para gerir seus negócios, suporte financeiro, mas também suporte de outros empreendedores que possam compartilhar sua experiência.

Encerrando o questionário, de forma opcional, foi perguntado se elas gostariam de fazer alguma observação ou comentário que não tenha sido mencionada durante o questionário, compilamos alguma das respostas: em relação a focar no negócio e impactar o próximo, *“Vale a pena focar no negócio e ajudar pessoas”*, em relação ao impacto da pandemia no fator aumento de confiabilidade com compras online, *“Com a pandemia as pessoas ficaram mais seguras das compras online, isso é muito bom para os negócios. Conseguimos atender, vender, entregar e receber tudo remotamente”*, e em relação a pesquisa, *“Achei muito interessante esse questionário, a pandemia foi um tempo muito difícil, de adaptações, mudanças, crescimento, muitas perdas, infelizmente, mas tudo serviu para nosso aprendizado.”*

5 CONCLUSÃO

O objetivo geral dessa pesquisa consistiu em compreender quais as dificuldades que as mulheres empreendedoras tiveram na pandemia e as estratégias utilizadas para contornar tais desafios. A pandemia do coronavírus trouxe ainda mais desafios para o dia a dia das empreendedoras. Gerando um cenário de extrema incerteza e mudanças abruptas no dia a dia da sociedade, impactando diretamente a vida das pessoas e dos negócios.

Cercado pelos fatos atuais, o isolamento total na tentativa de conter a pandemia impactaram diretamente na economia do país, alguns setores sofreram mais, outros menos, mas de forma geral, tivemos aumento do desemprego, empresas não conseguindo manter seus funcionários, nem bancar uma estrutura física, custos, vendas caindo, mulheres precisando se reinventar para empreender e cuidar de suas famílias que agora estavam todas em casa, por conta do fechamento das escolas e *home office*, gerando uma nova rotina e realidade.

O Coronavírus fez com que todos precisassem se reinventar e readaptar a nova realidade, sobretudo as mulheres que ao longo das últimas décadas vem quebrando barreiras e conquistando um espaço cada vez maior na economia brasileira e como empreendedoras.

Através desta pesquisa mostramos o perfil dessas empreendedoras, destacando a faixa etária e nível de qualificação da amostra. Também identificamos as dores dessas mulheres frente a pandemia, seus principais pontos de apoio e as principais abordagens para contornar os desafios. Ficou claro que a família foi um ponto de suporte essencial, bem como instituições e programas de qualificação e de suporte financeiro. Um ponto que merece destaque é que os grupos de empreendedoras também foram essenciais nesse suporte. Mas que gerir as equipes remotamente foi um desafio, bem como sua saúde mental. Além disso, foi possível entender como estas contornaram tais desafios, inovando em seus produtos, diminuindo preço, mudando o horário de atendimento, utilizando as mídias digitais para se comunicar com seus clientes e realizar suas vendas, se qualificando e melhorando como administravam suas finanças e buscando suporte de programas de financiamento bem conselhos de empreendedores experientes de outras localidades.

Através das análises foi possível identificar que a crise gerou oportunidades para a maioria delas, é fato que todos sofremos com as consequências da crise gerada pelo Covid-19 não somente no fator empresarial, mas também na saúde, perda de pessoas que amamos, readaptação aos novos protocolos. Considerando esses fatores grande parte das mulheres empreendedoras viram na crise uma oportunidade. Com os recursos que elas tinham em mãos conseguiram contornar as dificuldades e manter seus negócios. Demonstrando as características de um empreendedor, como: criatividade, inovação, perseverança.

Através da pesquisa conseguimos delinear o perfil da mulher empreendedora que corresponde as pesquisas apresentadas pelo Gem (2020), de que temos cada vez mais mulheres empreendendo, dentro desse aspecto com o passar dos anos, mais mulheres jovens começam a se aventurar no empreendedorismo, seja por sonho, realização pessoal, trabalhar com o que gosta e se identifica, pela autonomia financeira, querer ganhar mais, pós maternidade, flexibilidade na rotina e/ou mesmo por necessidade como foi o caso no período desta pandemia.

Desde o início da pandemia confirma-se que o apoio das famílias, maridos e amigos tanto financeiramente, quanto emocionalmente e psicologicamente foram fundamentais para conseguir contornar os obstáculos. A mulher assume diversos papéis em sua vida e com o auxílio das pessoas próximas evita de que elas desistam facilmente. Por outro lado, conciliar a vida familiar e empreendedora foi apontado como um dos maiores desafios. Bem como, a questão financeira, saúde física e mental, dificuldades em dar conta de suas atividades trabalho-família, uma vez que acabam sobrecarregando a mulher. Queda nas vendas que acabam gerando dificuldades financeiras. Problemas com matéria prima e fornecedores. Todos esses fatores

correm em cadeia pois sem a matéria prima, não consegue produzir e desta forma não tem o produto para vender, além do aumento do custo de produtos que são totalmente necessários para realização do seu serviço.

Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a amostra de pesquisa e tentar incluir mulheres empreendedoras com menor grau de escolaridade. Também é importante investigar as razões pelas quais apenas aos 25 anos temos mulheres empreendendo e como podemos fazer para cada vez mais incentivar mulheres ainda mais jovens a ingressarem no mercado como empreendedoras, criando seus próprios negócios, contribuindo para a economia, geração de empregos e na construção de um país melhor.

É importante destacar que esses dados dizem respeito a uma amostra não probabilística selecionada por conveniência, ou seja, não pode ser considerada como representativa de todo o espectro que envolve o empreendedorismo feminino. Mas este estudo pode ser um ponta pé inicial para delinear uma pesquisa com uma amostragem mais significativa e representativa. Como pode servir para discutirmos políticas e programas de suporte local ao empreendedorismo feminino.

6 REFERÊNCIAS

- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento.2011.Disponível em:
<http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 15 agosto 2021.
- ANDRADE, Ana Maria de. Introdução á metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação. 7ed. São Paulo: Atlas, 2005.174 p.
- BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo-SP: Atlas, 2003.
- BERNARDI, Luiz Antônio. Empreendedorismo e Armadilhas comportamentais. São Paulo: Atlas, 2015.
- BARROS Neto, J. P. (2018). Administração: fundamentos da administração: empreendedora e competitiva. Atlas.
- BÔAS, Bruno Villas. Maioria das empresas fecham as portas após cinco anos, diz IBGE. São Paulo, 04 out. 2017. Disponível em:
<https://valor.globo.com/brasil/noticia/2017/10/04/maioria-das-empresas-fecha-as-portas-apos-cinco-anos-diz-ibge.ghtml> . Acesso em: 12 ago. 2021.
- CAMARGO,D.et al. O significado da atividade empreendedora: as práticas da mulher brasileira em 2008.
- CHIAVENATO, I. Empreendedorismo, dando asas ao espírito empreendedor. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. Barueri-SP: Manole, 2012.
- DEGEN, Ronald J. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DINO. 1 a cada 4 empresas fecha antes de completar 2 anos no mercado, segundo Sebrae. Exame. São Paulo, 15 ago. 2018. Disponível em:
<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-de-completar-2-anos-no-mercado-sebrae/> . Acesso em: 20 nov. 2019.
- DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.Rio de Janeiro-RJ: Elsevier, 2012.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos de Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro-RJ: Elsevier, 2012.

GEM (2018). Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil – 2018. <https://www.gemconsortium.org/report>.

GEM (2019) Global Entrepreneurship Monitor. Women's Entrepreneurship Report – 2018/2019. <https://www.gemconsortium.org/report>.

GEM (2020). Global Entrepreneurship Monitor. Global Entrepreneurship Monitor – 2019/2020. <https://www.gemconsortium.org/report>

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/uf/pernambuco/downloads/estudos-e-pesquisas/copy3_of_seminario-web/pesquisa-gem-2012.pdf>. Acesso em: 21 de jul. de 2021

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010

LAGES, Sônia Regina Corrêa. Desafios do empreendedorismo feminino: uma reflexão sobre as dificuldades das mulheres pobres na condução de projetos geradores de renda. Revista Estação Científica, 2008. Disponível em: <www.jf.estacio.br/revista/artigos/0sonia_desafios.pdf>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE. Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da Covid-19 nas Empresas,. 2020. Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

ROTTENBERG, Linda. De empreendedor e louco todo mundo tem um pouco. São Paulo: HSM editora, 2014.

MASON, Colin; BROWN, Ross. Entrepreneurial ecosystems and growth-oriented entrepreneurship. OECD, 2014.

OIT. Women in business management: arguments for change. 2019. Disponível em: <https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>. Acesso em: 15 set. 2021.

RME (2019) – Instituto Rede Mulher Empreendedora. Empreendedorismo no Brasil: Um recorte de gênero nos negócios. <https://materiais.redemulheremempreendedora.com.br/empreendedorismo-no-brasil-um-recorte-de-genero>.

RME (2020). Instituto Rede Mulher Empreendedora. Empreendedoras e seus negócios 2020. Recuperado de <https://materiais.rme.net.br/pesquisa2020>.

SACHS, Goldman. Womenomics-covid-19s-impact-on-women/. 2021. Disponível em: <https://www.goldmansachs.com/citizenship/10000women/womenomics-covid-19s-impact-on-women/>. Acesso em: 28 ago. 2021.

SCHUMPETER, Joseph Alois. Teoria do desenvolvimento econômico . Tradução de Maria Silvia Possas. ed. Nova Cultura, São Paulo – SP, 1997.

SEBRAE. Pandemia faz Brasil perder quase 10 milhões de empreendedores. 2020. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/asn/Estados/NA/Anexos/GEM-sebrae-poder360.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2021.

SEBRAE. Pesquisa Sobrevivência de Empresas. 2020. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/tres-em-cada-10-mei-fecham-as-portas-em-ate-cinco-anos-de-atividade-no-brasil,7dd6221f9f21a710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 05 set. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA - SEBRAE. O perfil de um empreendedor de sucesso. Mato Grosso, jul. 2018. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/o-perfil-de-um-empreendedor-de-sucesso,ebd39fe28a3a4610VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em: 20 out. 2019.

SOUZA, Eda Castro et al. Empreendedorismo e Atitude Empreendedora: Conceitos e construção de escalas. V EGEPE, 2001.

TONANI, Adriana Venturim. Gestão feminina: um diferencial de liderança, mito ou nova realidade. **VII Congresso Nacional de excelência em Gestão**, 12 e 13 de agosto de 2011. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T11_0452_2131.pdf. Acesso em: 03 set. 2021.

VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2000.

7 APÊNCICE - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

Pesquisa: Desafios das mulheres empreendedoras durante a pandemia do Covid-19 e como fizeram para contornar tais dificuldades

Prezada empreendedora, você está sendo convidada a participar de uma pesquisa de conclusão de curso em Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul, com o tema empreendedorismo feminino. Todas as respostas serão utilizadas para fins de pesquisa e terão total sigilo. Desde já, agradeço pela participação!

1. Faixa etária

- 18 a 24 anos 25 a 31 anos
 32 a 38 anos 39 a 45 anos
 Acima de 45 anos

2. Estado civil

- Solteira Casada Divorciada Outro

3. Tem filhos? Sim Não

4. Cidade/UF _____

5. Grau de escolaridade

- Ensino fundamental incompleto Ensino fundamental completo
 Ensino médio incompleto Ensino médio completo
 Superior incompleto Superior completo
 Mestrado Doutorado
 Outro

6. Quanto tempo iniciou o seu negócio

- Iniciei na pandemia Entre 2 a 5 anos
 Entre 5 a 10 anos Entre 10 a 15 anos

16 anos ou mais

7. Quais os principais desafios que enfrentou na pandemia? (Pode selecionar mais de uma alternativa)

- Queda nas vendas/perda de contratos futuros
- Dificil adaptação as novas ferramentas digitais
- Equilibrar trabalho/família/afazeres
- Problema com fornecedores/matéria prima
- Saúde física e mental sua e de sua equipe
- Gerenciamento de equipe de forma remota
- Dificuldade financeira
- Falta de infraestrutura digital no seu negócio
- Logística/entrega
- Outros

8. Como contornou os desafios? _____

9. Recebeu suporte de alguém? Quem? (Família, amigos, etc.) _____

10. Recebeu suporte de alguma instituição? (Sebrae, privada, governamental, entre outros?)

Sim Não

11. Se sim, qual foi? e como foi esse suporte? _____

12. O que mudou no seu negócio depois da pandemia? _____

13. Teria alguma sugestão sobre suportes, programas ou instituições que poderiam auxiliar as empreendedoras? _____

14. Gostaria de deixar alguma observação ou comentário que não tenha sido mencionado nesse questionário? _____