



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS - CCEA
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
ORIENTADOR(A): ODILON AVELINO DA CUNHA
ORIENTANDA: VITORIA SAMIA DE SOUSA SANTOS

DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: : UMA PESQUISA
REALIZADA COM MULHERES INTERESTADUAIS

PATOS - PB
2022

VITORIA SAMIA DE SOUSA SANTOS

DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA PESQUISA
REALIZADA COM MULHERES INTERESTADUAIS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Programa de
Graduação em Administração da
Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Área de concentração:
Empreendedorismo.

Orientador: Dr. Odilon Avelino da Cunha

Patos – PB
2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S725d Santos, Vitoria Samia de Sousa.
Desafios do empreendedorismo feminino [manuscrito] :
uma pesquisa realizada com mulheres interestaduais / Vitoria
Samia de Sousa Santos. - 2022.
21 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2022.

"Orientação : Prof. Dr. Odilon Avelino da Cunha ,
Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3.
Desafios. I. Título

21. ed. CDD 650.1

VITORIA SAMIA DE SOUSA SANTOS

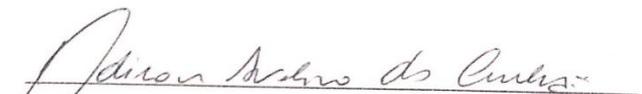
**DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA
PESQUISA REALIZADA COM MULHERES INTERESTADUAIS**

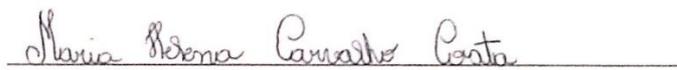
Trabalho de Conclusão de Curso
apresentada ao Programa de Graduação
em Administração da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel
em Administração.

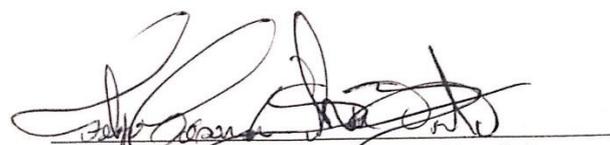
Área de concentração:
Empreendedorismo

Aprovada em: 02/12/2022.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Dr. Odilon Avelino da Cunha (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Profa Me. Maria Helena Carvalho Costa
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Me. Felipe César da Silva Brito
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

RESUMO

A pandemia da Covid-19 serviu como um grande impulsionador para a entrada de novos empreendedores no mercado de trabalhadores. E dados atuais fornecidos pela pesquisa GEM mostrou que as mulheres têm sido destaque no setor empreendedor. A pesquisa teve como objetivo geral identificar quais foram os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no desenvolvimento de suas atividades, e seus objetivos específicos identificar o que levou essas mulheres a empreender e como enfrentaram as dificuldades ocasionadas pela pandemia. Portanto foi realizada um formulário online contendo 10 questões, divididas em dois grupos, o primeiro grupo se referia ao perfil das empreendedoras; e o segundo refere-se ao que levou as mulheres a empreender e o que fizeram para manter seu negócio funcionando durante a pandemia da covid-19. Por fim, é correto afirmar que atualmente as mulheres estão se tornando empreendedoras, não apenas por necessidade, mas também por amor aquilo que fazem.

Palavras chave: Empreendedorismo, empreendedorismo feminino, Desafios.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic served as a major driver for new entrepreneurs to enter the workforce. And current data provided by the GEM survey showed that women have been prominent in the entrepreneurial sector. The research had the general objective of identifying the main challenges faced by women entrepreneurs in developing their activities, and its specific objectives of identifying what led these women to become entrepreneurs and how they faced the difficulties caused by the pandemic. Therefore, an online form containing 10 questions was carried out, divided into two groups: the first group referred to the profile of the female entrepreneurs; and the second group referred to what led the women to become entrepreneurs and what they did to keep their businesses running during the covid-19 pandemic. Finally, it is correct to say that women are currently becoming entrepreneurs, not only out of necessity, but also out of love for what they do.

Keywords: Entrepreneurship, female Entrepreneurship, Challenges.

1. INTRODUÇÃO

Uma matéria publicada pelo portal Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), afirma que a pandemia do covid-19, em 2020, ocasionou uma grande queda no mercado, tendo como alvo principal os mais antigos empresários. O que contribuiu para o surgimento de novos empreendedores, tendo como destaque maior as mulheres.

O portal Impacta Nordeste, publicou uma pesquisa feita pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019, que identifica uma taxa de 23,3% de empreendedorismo inicial em todo o país, sendo considerada a maior de toda a história. Grande parte desse fenômeno deu-se pelo empreendedorismo feminino, que em 2019, representava 48,7% do mercado empreendedor, tendo no comando dos negócios 25,8 milhões de mulheres.

Um estudo foi feito com mulheres das regiões de Ceará, Pernambuco e Paraíba afirmam que a grande parte das mulheres que resolvem abrir o próprio negócio têm como principais motivos: satisfação pessoal, necessidade de sobrevivência, opção e, por fim, ter a possibilidade de conciliar trabalho e família.

Uma das principais barreiras enfrentadas pelas mulheres foi durante a pandemia do coronavírus, muitas delas tiveram dificuldade em manter seus negócios funcionando por causa da crise que a pandemia vinha gerando. Elas tiveram que se reinventar e buscar formas para se manterem de pé no mercado diante a grande crise econômica que estavam enfrentando.

Além disso tentar conciliar trabalho com sua vida pessoal é um dos maiores desafios enfrentados pelas mulheres, já que a maioria é responsável por toda a gestão da casa, cuidando de filhos, cozinha e outros afazeres domésticos. Entretanto, havendo uma boa gestão do tempo e delegando as responsabilidades entre os integrantes da família torna-se possível.

Considerando este cenário, o presente estudo justifica-se pela forte participação que as mulheres estão tendo no setor de empreendedorismo, pois estão se tornando cada vez mais à frente dos negócios e se tornando empreendedoras de sucesso.

Sendo assim a problemática desenvolvida para a pesquisa foi a seguinte: Quais são os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras no desenvolvimento de suas atividades?

O artigo tem como objetivo identificar os principais desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras. O estudo foi realizado através de pesquisas sobre a história da mulher no mercado de trabalho e o setor do empreendedorismo que está com maior predominância.

Os objetivos específicos são identificar o que levou essas mulheres a começarem a empreender, o que as faz acreditar no alto crescimento do empreendedorismo feminino e como enfrentaram as dificuldades ocasionadas pela pandemia da Covid-19.

Desse modo, compreende-se que o empreendedorismo vem crescendo cada vez mais pelo gênero feminino, de acordo com dados exibidos pelo GEM (2019). A pesquisa representou o perfil da mulher empreendedora no mercado de trabalho em alguns estados da Região Nordeste, através de questionário online.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO E SEU SURGIMENTO

A palavra empreendedorismo originou-se na França e significa aquele que assume riscos e começa algo novo (DORNELAS, 2018).

Além da definição de Dornelas, Joseph Schumpeter (1949), nos traz uma das definições mais antigas, afirmando que o empreendedorismo é um processo de “destruição criativa”, no qual o empreendedor transforma o modelo da economia vigente e introduz novos produtos ou serviços, de modo criativo e estratégico.

Shane e Venkataraman (2000), afirmam que o empreendedorismo é uma área de negócios que visa compreender como surgem as oportunidades para se criar um novo negócio; buscam, ainda, entender como as oportunidades são descobertas e/ou criadas por indivíduos específicos.

Existem duas correntes de pensamento relacionadas ao estudo sobre o empreendedor e empreendedorismo. A primeira trata-se da visão dos economistas,

Cantillon e Say, que afirmam que os termos estão associados a inovação e ao desenvolvimento econômico. A segunda é vista sob a ótica dos comportamentalistas, tendo Schumpeter como um de seus expoentes, e enfatiza as atitudes e a criatividade. (DORNELAS, 2018).

Desse modo, nota-se que o conceito de empreendedorismo muda de acordo com o tempo e a situação em que o autor está vivendo.

Dornelas (2021), aponta que o empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 90, onde de órgãos como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), foram criados com o objetivo de ajudar no desenvolvimento do país. Sendo o Sebrae um dos órgãos mais conhecidos pelo pequeno empresário brasileiro, muitos que estão iniciando na carreira empreendedora buscam todo o suporte necessário para dar início a sua empresa, contando também com o apoio de consultorias para resolver pequenos problemas do seu negócio.

2.2 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

O processo para se tornar um empreendedor, segundo Abrahão (2020), ocorre por acaso, e sofre influência de fatores pessoais, sociológicos e organizacionais. Esses fatores estão diretamente ligados à inovação, implementação e crescimento; e impulsionam e direcionam os empreendedores no mercado.

Hisrich (2020) ensina que as principais características que diferenciam o empreendedor são: inovação, proatividade, aspectos de liderança, percepção de oportunidades, orientação e gerenciamento de riscos e por fim monitoramento.

Existem algumas diferenças entre administrador e empreendedor, porém uma abordagem feita por Rosemary Stewart (1982), aponta que ambos possuem características semelhantes, tendo como principais: demanda, restrições e alternativas.

Já Dornelas (2021) acredita que o empreendedor de sucesso possui características extras, as quais diferenciam seu comportamento, sendo elas as seguintes:

- São visionários;

- São determinados e dinâmicos;
- Ficam ricos;
- Planejam, planejam e planejam;
- Sabem tomar decisões;
- São dedicados;
- São líderes formadores de equipes;
- Possuem conhecimento;
- Exploram ao máximo as oportunidades;
- São otimistas e apaixonados pelo que fazem;
- São bem relacionados (networking);
- Assumem riscos calculados;
- São indivíduos que fazem a diferença;
- São independentes e constroem o próximo destino;
- São organizados;
- Criam valor para a sociedade.

Existem muitos pontos em comum entre o Administrador e o empreendedor. Podendo assim afirmar, que o empreendedor é um administrador, contendo assim uma diferença considerável dos gerentes e executivos.

Visto que os empreendedores, são muito mais visionários que um chefe executivo.

2.3 TRAJETÓRIA DA FEMINIZAÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO E DO EMPREENDEDORISMO

Para uma melhor compreensão acerca da inserção das mulheres no mercado de trabalho, Oliveira (1997), lista alguns fatos históricos que impulsionaram e justificaram como elas obtiveram sucesso em ocupar o lugar que se encontram hoje.

Com a chegada da Revolução Industrial, o número de mulheres empregadas começou a aumentar. Elas começaram a trabalhar nas fábricas de acordo

com o aumento da produção, porém a jornada de trabalho e os salários eram totalmente desiguais. Ainda no século XIX, iniciaram as lutas sobre direitos trabalhistas, tais como igualdade na jornada de trabalho, salários mais justos, entre muitos outros. Com o aumento da industrialização, as mulheres foram empregadas como assalariadas nas indústrias, mas sem abandonar seus lares e suas funções domésticas, dando início a sua dupla jornada de trabalho.

Conforme a Revista Super, Clara zelkin foi uma das personagens que marcou a história do feminismo, a mesma era uma militante e socialista que assumiu a defesa dos direitos da mulher, em 1910. Na II conferência Internacional de Mulheres Socialistas, sugeriu a data de 8 de Março, como o dia Internacional da Mulher, em homenagem as operárias tecelãs do massacre de Nova Iorque.

Durante muito tempo, a sociedade usou o argumento da diferença biológica para justificar a desigualdade entre homens e mulheres. Inicialmente as mulheres eram consideradas incapazes de realizar trabalhos fora de casa pois, de acordo com a sociedade, só podiam realizar trabalhos domésticos.

Um grande impulsionador da entrada da mulher no mercado de trabalho foram as Grandes Guerras Mundiais. Com ausência de homens, por serem enviados aos campos de batalha, além das muitas mortes, foi inevitável a contratação das mulheres para cargos que antes eram exclusivamente ocupados por homens.

Pinto (2009) mostra que, em 1932, foi promulgada a primeira legislação protetora do trabalho feminino, pelo presidente da república Getúlio Vargas, onde determinava a igualdade de salário, sem distinguir o gênero. Assim a mão-de-obra feminino se tornou menos atrativa para as indústrias. Com essa legislação foi imposta uma série de restrições que tinha como objetivo proteger a mulher e os seus filhos.

Ainda em 1932, foi também concedido o direito ao voto no Brasil, devido a forte influência do movimento feminista internacional, havendo assim conquistado um período de refluxo do movimento das mulheres.

Campos et. Al. (2013), aponta que, com início na década 50, o modo de vida das mulheres vem passando por um processo de transformações cada vez mais acelerado. Desde a entrada das mulheres no mercado de trabalho, o acesso a formação universitária, a pílula anticoncepcional e as mudanças nos contratos

matrimoniais, foram organizando a saída da mulher do mundo doméstico e cuidado exclusivo com os filhos.

2.4 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Em 1970, as mulheres ingressaram de forma mais precisa no mercado de trabalho, dando início aos movimentos sindicais e feministas no país. Foi somente em 1988, depois de muitas lutas que elas conseguiram igualdade jurídica, sendo amparadas por lei, para terem os mesmos direitos que os homens. Amorim et. Al. (2016).

De acordo com Barnett (2004), a organização tanto do trabalho quanto da família é baseada em mitos existentes até os dias atuais, que são relacionadas a questão da diferença de gêneros. A ideia de que as mulheres têm a capacidade para realizar as atividades e cuidar do lar, e os homens têm a capacidade de trabalhar fora do lar, cria uma armadilha, tornando-as prisioneiras de expectativas e comportamentos que estão relacionadas a ideais sobre quem trabalha e quem cuida do lar.

Essa questão acaba gerando barreiras e desvantagens que atingem especialmente as mulheres que são mães e trabalham. Em relação a elas, existem duas trivialidades que prevalecem: ou são vistas como calorosas e pouco competentes, que não merecem novas oportunidades de emprego, promoções ou educacional adicional; ou são percebidas como frias e competentes.

No entanto Cherlim (2001; *et al.*), declara que a multiplicidade de papéis não envolve demandas incompatíveis com sua natureza, tendo assim a necessidade de reconhecer que os papéis dos gêneros são construídos socialmente. Essa questão ganha complexidade na medida em que especificamente as mulheres que trabalham e que são mães apresentam melhor desempenho do que aquelas que não trabalham.

As mulheres têm se destacado cada vez mais no mercado de trabalho, o que tem despertado o interesse tanto de instituições do setor público quanto acadêmicas. Em 2004 foi criado o Prêmio SEBRAE Mulher de Negócios, pelo próprio órgão, e o principal objetivo deste projeto é valorizar todo o percurso das mulheres empreendedoras brasileiras. O evento é realizado em todo o território nacional.

Um caso que repercutiu bastante nas redes sociais foi o da advogada Malu Santos. Ela estava em uma audiência online e havia solicitado para ser ouvida

primeiro, pois tinha que amamentar seu bebê, mas teve o pedido negado. Pouco tempo depois a criança começou a chorar e o desembargador interrompeu a audiência e se dirigiu a advogada alegando que o choro da criança estava atrapalhando e isso seria prejudicial aos colegas. Com isso a advogada se sentiu ofendida, pois o desembargador teria questionado sua ética profissional, em relação a estar amamentando uma criança de colo e, também, por estar trabalhando como home office.

2.5 EMPREENDEDORISMO FEMININO E A PANDEMIA DA COVID-19

Uma pesquisa realizada pelo IBGE, mostra que 34% das mulheres estavam no comando dos negócios em 2018. Com base nos dados da Rede Mulher Empreendedora esse número aumentou para 40% desde o início da pandemia em 2020. Por ser um ponto positivo tanto para a autonomia financeira quanto para a vida social, o empreendedorismo feminino promoveu algumas mudanças nos negócios, transformando as relações sociais.

As mudanças feitas pelo empreendedorismo feminino foram:

- mais diversidade nas empresas,
- reconhecimento e visibilidade para o trabalho das mulheres,
- influência e inspiração para outras mulheres,
- futuro melhor para a força feminina empreendedora,
- mulheres como protagonistas de suas histórias.

Segundo dados do Instituto Rede de Mulher Empreendedora (IRME), quase metade dos pequenos negócios dos dias atuais, são liderados por mulheres. De acordo com Ana Fontes, idealizadora do IRME, as mulheres são literalmente empurradas para o empreendedorismo, devido à falta de oportunidade no mercado formal e, também, pelo fato do ambiente ser hostil para elas. Elas estão empreendendo mais por necessidade do que por oportunidade.

As mulheres empreendedoras foram as mais afetadas com o avanço da pandemia, um estudo realizado pelo Nubank em parceria com o Sebrae (2021), analisou o contexto de empresas que são lideradas por mulheres, e afirmam que no

segundo trimestre de 2020, houve uma queda de 15% nas empreendedoras que possuíam MEI.

Alguns serviços pessoais com o de cabeleireira, manicure, bares, restaurantes, pensões, e comércio de rua, são algumas das principais áreas exercidas pelas empreendedoras, sendo elas as mais afetadas durante a pandemia. O número de novos negócios criados durante a pandemia, a maioria foram de mulheres, principalmente das mais jovens.

Os dados do Nubank também mostraram que no ano de 2021, as mulheres empreendedoras guardaram menos dinheiro que os homens, sendo 47% menos. A hipótese seria, quem fatura menos, guarda menos. Isso serve para explicar o motivo da diferença de gêneros.

3 METODOLOGIA

O referido artigo foi realizado através de pesquisa descritiva, com abordagem quali-quantitativa exploratória, sendo feitas pesquisas através artigos, livros e revistas. Realizou-se a leitura de três livros didáticos, 7 artigos científicos, portal Sebrae e algumas reportagens feitas por site jornalísticos como G1, Impacta nordeste, Escritório pioneiro e Redação economia.

Para a coleta de Dados, foi realizado um questionário online, com 10 questões, sendo 9 objetivas e 1 subjetiva. As questões foram elaboradas com a finalidade de obter o perfil das mulheres empreendedoras, o que motivou as mulheres a empreender, quais as dificuldades enfrentadas no início do empreendimento e como fizeram para superar as dificuldades durante a pandemia do covid-19.

A pesquisa contou com a participação de 13 mulheres, sendo elas localizadas nas regiões de Pernambuco, Ceará e Paraíba, onde as empreendedoras responderam um questionário online, os dados foram coletados em um período de 3 dias.

Com relação ao tipo de abordagem, foram utilizados os métodos quantitativos e qualitativos. A intermediação foi feita através de um link elaborado pela pesquisadora, onde proporcionou o sigilo e a confiabilidade em suas respostas. O link foi enviado mulheres empreendedoras, onde puderam responder o formulário.

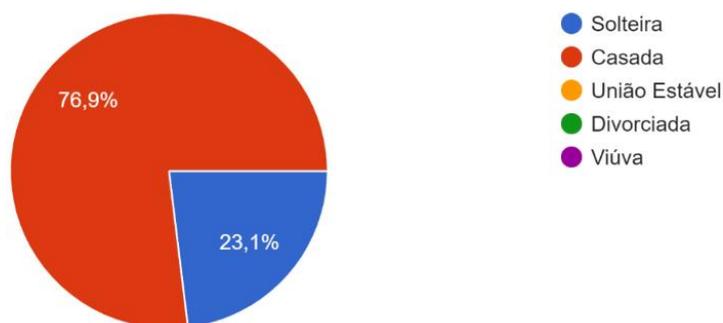
Todas as entrevistadas possuem o MEI, o questionário online foi divulgado em alguns grupos nas redes sociais onde as entrevistadas puderam responder de forma anônima. Foi divulgado também com alguns membros do corpo docente da Universidade, que ingressaram a pouco tempo no empreendedorismo.

4.RESULTADOS ENCONTRADOS

4.1 PERFIL

Buscou-se conhecer o perfil das empreendedoras que participaram da pesquisa, identificando itens importantes como: estado civil, se possui filhos, faixa etária, grau de escolaridade, tempo de existência do negócio e o ramo em que atua. Os gráficos 1, mostra que 76,9% das mulheres são casadas, e 23,1% são solteiras; e 0% para União estável, divorciada e viúva.

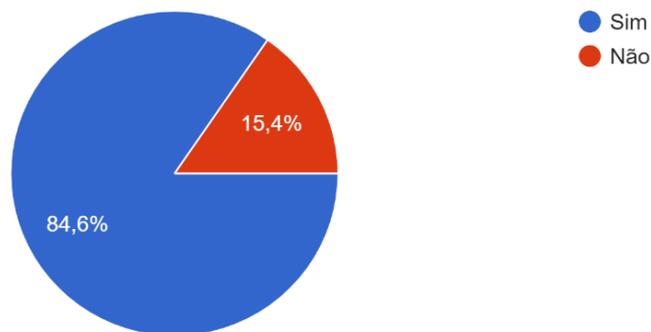
Gráfico 1 – Estado civil



Dados autorais - 2022

O gráfico 2, aponta que 84,6% tem filhos, e 15,4% não tem. No grupo das mulheres que possuem filhos, podem ser incluídas as empreendedoras que são mães solteiras, existindo assim a possibilidade de terem filhos pequenos e serem as únicas responsáveis pela casa e os filhos.

Gráfico 2 – Possui filhos

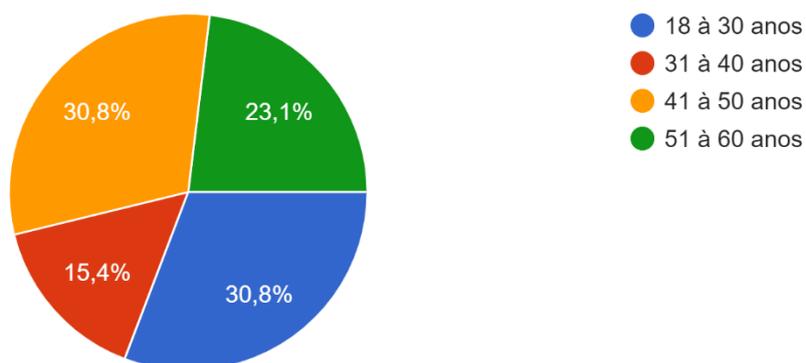


Dados autorais - 2022

Deste modo, nota-se que a maioria são casadas e têm filhos.

O gráfico 3 mostra que, 30,8% das empreendedoras tem idade entre 18 à 30 anos, outros 30,8% possuem idade entre 41 à 50 anos, 23,5% possuem idade entre 51 à 60 anos e 15% para as mulheres que possuem idade entre 31 à 40 anos.

Gráfico 3 – Faixa etária

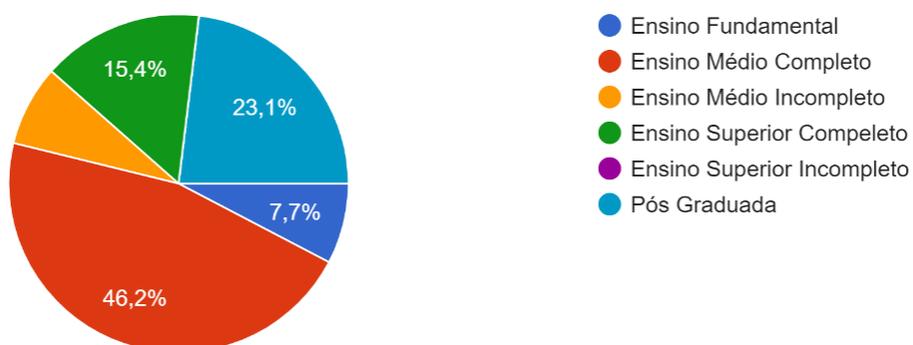


Dados autorais - 2022

O gráfico número 4, mostra que a maioria das empreendedoras possuem o ensino médio completo como o grau de escolaridade, elas representam 46,2%, e foram adquirindo experiência ao longo dos anos. O segundo maior índice, representando 23,1% das empreendedoras, estão com as que possuem pós graduação. O gráfico ainda aponta 15,4% das mulheres com curso superior completo,

e 7,7% das mulheres se divide entre aquelas que possuem ensino médio incompleto e ensino fundamental; 0% para curso superior incompleto.

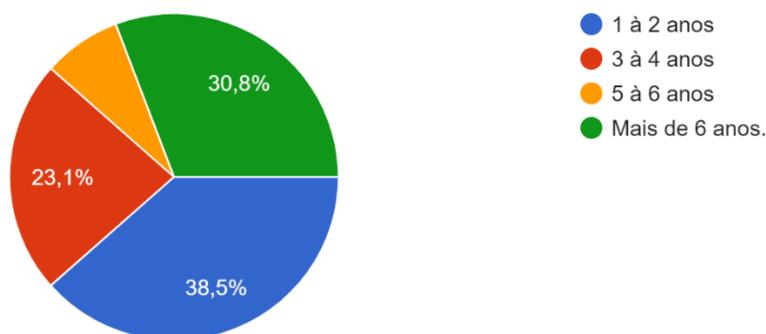
Gráfico 4 – Grau de escolaridade



Dados autorais - 2022

Nota-se que no gráfico 5, 38,5% dos empreendimentos possuem de 1 à 2 anos. 30,8% das empresas, existem a mais de 6 anos, 23,1% de 3 à 4 anos e 7,7% de 5 à 6 anos. Segundo dados do SEBRAE (2020) a taxa de mortalidade para o MEI com negócios em até cinco anos, possui a taxa de 29%. Seguindo das Microempresas, com 21,6%. Na pesquisa, os empresários afirmam, o que mais influenciou o fechamento das empresas foram a pandemia, o baixo volume de vendas e a falta de capital de giro.

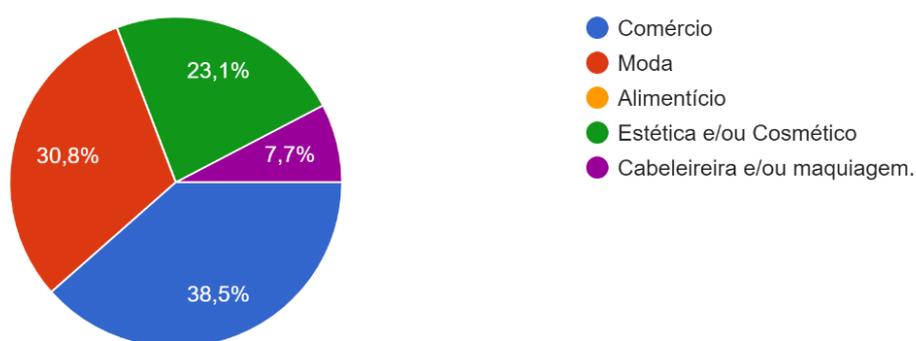
Gráfico 5 – Tempo de existência do empreendimento.



Dados autorais - 2022

De acordo com o gráfico 6, a maior área de atuação dos empreendimentos encontra-se no comércio 38,5%, seguido pela moda 30,8%, Estética e/ou cosmético 23,1% e Cabeleireira ou maquiagem 7,7%; 0% para o setor alimentício. Segundo os dados do relatório GEM (2020), em parceria com o SEBRAE, fez um levantamento onde aponta que 60% das empreendedoras iniciais, com empresas de até três anos e meio, atuam em seis atividades. As áreas de maior desempenho estão as de confecção de vestuário, salão de beleza e o comércio varejista de cosméticos.

Gráfico 6 – Área de atuação



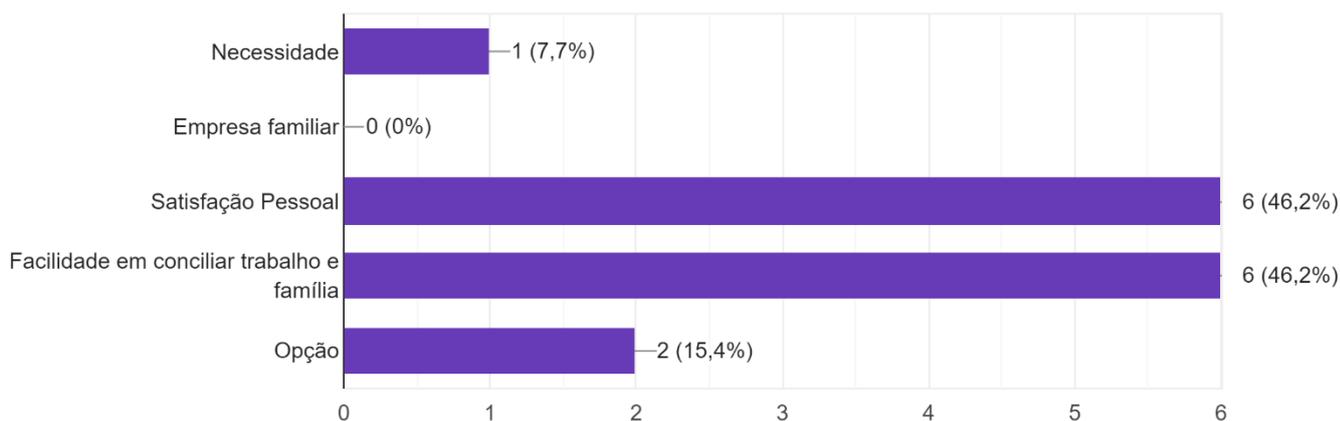
Dados autorais - 2022

4.3 O QUE INFLUENCIOU A EMPREENDER?

O gráfico 7 mostra que, de acordo com as entrevistadas, 46,2% responderam que a motivação para começar com o negócio foi satisfação pessoal e a facilidade de conciliar trabalho e família, 15,4% fizeram por opção, e 7,7% por necessidade. Segundo Dornelas (2020):

Quando um empreendedor adora seu trabalho, isso acaba se tornando um combustível, no qual os mantém cada vez mais animados e autodeterminados, os tornando os melhores vendedores de suas ideias.

Gráfico 7 – O que influenciou a se tornar uma empreendedora



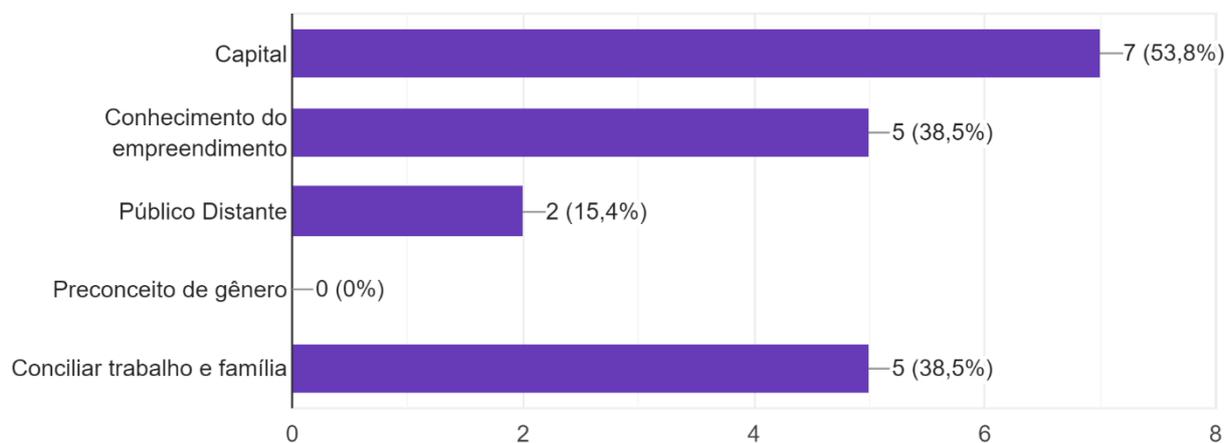
Dados autorais - 2022

De acordo com o gráfico 8 as principais dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras no início do negócio, sendo 53,8% pela falta de capital, em seguida está o conhecimento do empreendimento e a dificuldade em conseguir conciliar trabalho e família com 38,5% e 15,4% do público distante.

O Sebrae faz uma distinção muito importante sobre as pessoas que empreendem por necessidade e as que empreendem por oportunidade. Geralmente as pessoas que empreendem por oportunidade, são aquelas que já possuem recursos financeiros para iniciarem um negócio.

Desse modo, as pesquisas feitas pelo órgão demonstra que 70% das mulheres empreendem por necessidade e apenas 30% empreende por oportunidade.

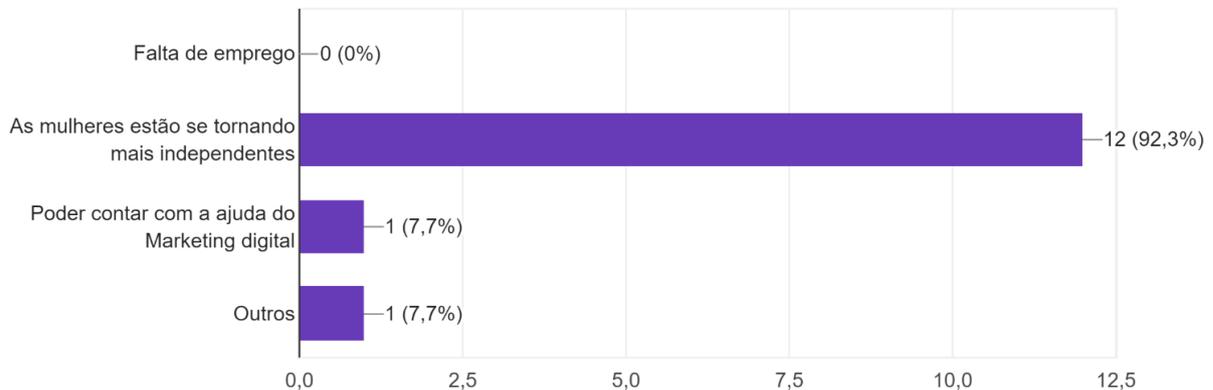
Gráfico 8 – Dificuldades enfrentadas no início do empreendimento.



Dados autorais - 2022

O gráfico 9, demonstra como vem sendo o crescimento do empreendedorismo feminino. É possível observar que a alternativa “as mulheres estão se tornando mais independentes” obteve 92,3% dos resultados. Tendo assim “pode contar com a ajuda do marketing digital e outros” com 7,7%. Falta de emprego não obteve nenhum resultado, ficando com 0%.

Gráfico 9 – Crescimento do empreendedorismo feminino.



Dados autorais - 2022

Para finalizar o questionário, a 10 questão aborda sobre a dificuldades ocasionadas pela pandemia da covid-19 e como as empreendedoras se manter firmes no mercado durante a pandemia.

As entrevistadas responderam que foi muito difícil trabalhar durante a pandemia, mas que tiveram que se reinventar para conseguir se manter de pé durante a crise. Outras também responderam que seguiram todos os protocolos recomendados durante a pandemia, usando as medidas protetivas e trabalhando as portas fechadas.

Algumas tiveram que parar com o atendimento presencial e fazer uso do Marketing digital, marketing de conteúdo e de relacionamento. Criando promoções e atraindo cada vez mais o consumidor.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia gerou uma grande taxa de desemprego, mas pode ser considerada um impulsionador para muitas mulheres, pois devido a essa baixa que

muitas delas começaram a empreender, e hoje ocupam lugar de destaque no mercado.

De acordo com os dados coletados, nota-se que as mulheres passaram a empreender por amor ao que fazem, e por terem facilidade em conciliar seu trabalho, suas responsabilidades com o lar, e também estipular seu próprio horário de trabalho.

Nesta pesquisa houve o relato de 13 empreendedoras divididas entre 3 estados da Região Nordeste, cuja maioria relatou que começou a empreender por satisfação pessoal. As empreendedoras também tiveram a oportunidade de compartilhar como enfrentaram as dificuldades causadas pela pandemia, cuja a maioria teve que se reinventar e encontrar maneiras de agradar os seus consumidores e atrair mais clientes.

Desse modo, afirmaram que seguiram à risca todas as recomendações de segurança contra o vírus, outras tiveram que trabalhar com o método de venda online, utilizando o marketing ao seu favor, ganhando assim mais reconhecimento pelos seus clientes.

Constatou-se que estão fazendo sucesso estando à frente de seus negócios e principalmente se sentem realizadas e orgulhosas do seu empreendimento. O perfil das empreendedoras foi definido pelas mulheres que possuem entre 18 à 30 anos e as que possuem entre 41 à 50 anos, casadas, com filhos, Ensino médio completo e as pós graduadas que afirmaram que a principal dificuldade encontrada no início do empreendimento foi a falta de capital.

Todavia, não se deixaram abalar pelas dificuldades enfrentadas durante a crise econômica ocasionada pela pandemia, pois elas foram pacientes, seguiram todas as medidas de segurança sugeridas durante a pandemia. E também inovar suas vendas e seus produtos, buscando sempre a melhor maneira de atrair e agradar seus clientes.

Com isso, é possível afirmar que o objetivo geral e os específicos foram alcançados e o problema foi respondido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAHÃO, Bárbara Resende. Empreendedorismo feminino: **um estudo de relevância individual do trabalho de mulheres empreendedoras de Minas Gerais**. 1 ed. Curitiba. Ed: Appris Ltda. 17 de Abril de 2020. 207 p. Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/Empreendedorismo_Feminino/Da7dDwA_AQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1>.

Acesso em: 10/11/2022.

AFONSO, Joyce. Empreendedorismo feminino na pandemia é o tema da quinta data do Nubank, 2022. Disponível em:

<<https://blog.nubank.com.br/data-nubank-5-empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 29/11/22.

AMORIM, et. Al. Empreendedorismo feminino: **razão do empreendimento**. Disponível em:

<http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>.

ASN NACIONAL: Taxa de empreendedorismo cai mais de 18% durante a pandemia, 2021. Disponível em:

<<https://agenciasebrae.com.br/arquivo/taxa-de-empreendedorismo-no-brasil-cai-mais-de-18-durante-a-pandemia/>>. Acesso em: 13/12/2021.

BORGES, Caroline. **Me senti ofendida como mulher, como mãe**. G1, 2022. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2022/08/24/advogada-de-sc-repreendida-por-desembargador-apos-bebe-chorar-em-sessao-disse-se-sentiu-ofendida-como-mulher-e-como-mae.ghtml>>. Acesso em: 25/08/22.

CAMPOS. Fernanda. Et. Al. Mulheres empreendedoras: **o desafio de empreender**. Disponível em:

<<https://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>>. Acesso em: 19/11/2022.

DORNELAS, José. Empreendedorismo: **transformando idéias em negócios**. 8 ed. São Paulo. Ed: empreende, 2021. 288 p. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=WEtgEAAAQBAJ&pg=PA7&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 10/11/2022.

DORNELAS, José C. A. Empreendedorismo na prática: **mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 4 ed. São Paulo. Ed: Empreende, 2020.

EMPREENDEADORISMO FEMININO: qual a sua importância para a sociedade?. Sebrae. 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 09/12/21.

EMPREENDEADORISMO FEMININO NO NORDESTE: **da necessidade ao sonho**. Impacta nordeste, 2021. Disponível em: <<https://impactanordeste.com.br/empreendedorismo-feminino-no-nordeste-da-necessidade-ao-sonho/>>. Acesso em: 09/12/2021.

EMPREENDEADORISMO Feminino, orgulhe-se dele. Escritório pioneiro, 2022. Disponível em: <<https://escritoriopioneiro.com/news/empreendedorismo-feminino-orgulhe-se-dele/>>. Acesso em: 25/08/2022.

MAGGIONI IARA. Levantamento do Sebrae aborda desafios das novas empresárias no Brasil. CNN Brasil, 2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/mulheres-representam-70-dos-trabalhadores-autonomos-mostra-pesquisa/>>.

MULHERES se destacam no empreendedorismo. Pequenas empresas grandes negócios, 2022. Disponível em:

<<https://revistapegn.globo.com/Conteudo-de-marca/Seu-Negocio-Itau-Empresas/noticia/2022/06/mulheres-se-destacam-no-empreendedorismo.html>>.

Acesso em: 25/08/2022.

NO BRASIL, empreendedorismo feminino cresceu 41% no auge da pandemia, aponta LinkedIn. Redação Economia SC, 2022. Disponível em:

<<https://economiasc.com/2022/07/21/no-brasil-empreendedorismo-feminino-cresceu-41-no-auge-da-pandemia-aponta-linkedin/>>. Acesso em: 22/08/2022.

OLIVEIRA, Malu. Homem E Mulher A Caminho Do Século XXI. São Paulo: Editora Ática, 1997.

PINTO, Valéria. A trajetória da mulher Brasileira no mundo do trabalho: **lutas e conquistas**. 2009.

Disponível em:

<http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/N203253.pdf>.

SEBRAE EM DADOS: sobrevivência das empresas, 2022. Disponível em:

<<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-sobrevivencia-de-empresas>>.

QUINI, Giovana. Empreendedorismo Feminino.. Sebrae comunidade, 2022.

Disponível em:

<<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/empreendedorismo-feminino-1>>.