



**UNILAB**

**UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL  
DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO-PROGRAD  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS-ICSA  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA**

**GLEICIANE SOUSA DA SILVA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA REFLEXÃO EM UM CONTEXTO DE  
PANDEMIA NO MUNICÍPIO DE BARREIRA-CEARÁ**

**BARREIRA-CEARÁ  
2022**

**GLEICIANE SOUSA DA SILVA**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA REFLEXÃO EM UM CONTEXTO DE  
PANDEMIA NO MUNICÍPIO DE BARREIRA-CEARÁ**

Monografia apresentada como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Administração Pública, na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, UNILAB-Campus da Liberdade

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Andrea Yumi Sugischita Kanikadan

**BARREIRA-CEARÁ**  
**2022**

# FICHA CATALÓGRAFICA

Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Sistema de Bibliotecas da UNILAB  
Catalogação de Publicação na Fonte.

---

Silva, Gleiciane Sousa da.

S586e

Empreendedorismo feminino: uma reflexão em um contexto de  
pandemia no município de Barreira-Ceará / Gleiciane Sousa da Silva.  
- Redenção, 2022.  
52f: il.

Monografia - Curso de Administração Pública, Instituto de  
Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração  
Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Redenção, 2022.

Orientador: Prof.ª Dr.ª Andrea Yumi Sugischita Kanikadan.

1. Pandemia. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Políticas  
públicas. I. Título

CE/UF/BSCA

CDD 338.040981

---

GLEICIANE SOUSA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA REFLEXÃO EM UM CONTEXTO DE PANDEMIA NO MUNICÍPIO DE BARREIRA-CEARÁ**

Monografia apresentada como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Administração Pública, na Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, UNILAB-Campus da Liberdade.

Aprovado em: 25/07/2022.

gov.br Documento assinado digitalmente  
ANDREA YUMI SUGISHITA KANIKADAN  
Data: 03/06/2022 18:07:50-0300  
Verifique em <https://verificador.it.br>

BANCA EXAMINADORA

---

**Prof.ª. Dr.ª. Andrea Yumi Sugishita Kanikadan (Orientadora)**  
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira-UNILAB

*Maria Vilma Coelho Moreira Faria*  
**Prof.ª. Dr.ª. Maria Vilma Coelho Moreira Faria**  
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira- UNILAB

gov.br Documento assinado digitalmente  
PEDRO ROSAS MAGRINI  
Data: 04/08/2022 08:49:22-0300  
Verifique em <https://verificador.it.br>

---

**Prof. Dr. Pedro Rosas Magrini**  
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira- UNILAB

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho á meu querido pai Antonio Pedro da Silva (*in memorian*) que sempre me apoiou e incentivou á buscar os meus objetivos. E principalmente por todos os ensinamentos valiosos que contribuíram para o meu desenvolvimento pessoal. Eterna gratidão, amor e admiração.

## AGRADECIMENTOS

Neste momento tão especial, não poderia deixar de expressar minha gratidão á todos (as) que, de alguma forma, me acompanharam e contribuíram para que essa trajetória fosse cumprida com êxito.

Agradeço primeiramente á *Deus* que me manteve firme para prosseguir no curso e encorajou á concluir esse trabalho.

Á minha mãe *Ana Lucia*, pela vida e conselhos valiosos, fruto de sua sabedoria que foi fundamental para tornar-se uma pessoa benevolente.

Á minha irmã, *Flaviane* por sempre está torcendo por mim e principalmente pelo carinho e apoio.

Ao meu irmão, *José Luis* pelo exemplo de determinação.

Á minha orientadora, *Andrea Yumi Kanikadan* que ajudou e esclareceu todas as dúvidas que ocorreram durante o trabalho. Cujo apoio, orientação e sugestões foram essenciais.

Ás *empreendedoras* do município de Barreira-Ceará que aceitaram o convite de serem entrevistadas e disponibilizaram o seu tempo para contribuir no desenvolvimento da pesquisa.

Aos *ilustres profissionais* que compõem esta banca examinadora, pelas preciosas contribuições fundamentais ao enriquecimento deste trabalho, o que reforça e comprova a relevância de um trabalho coletivo e interdisciplinar.

Aos *professores do curso em bacharelado de administração pública-UNILAB*, pela orientação, dedicação, cujos ensinamentos e conhecimentos transmitidos foram fundamentais à minha formação acadêmica e desenvolvimento profissional.

Á *turma 2017.1, do curso em bacharelado de administração pública-UNILAB*, por todos momentos incríveis que foram compartilhados.

Á *coordenação do curso em bacharelado de administração pública-UNILAB*, pela ajuda e por todas informações que foram importantes, durante a caminhada como universitária.

Os meus sinceros agradecimentos e o meu abraço especial, sincero e fraterno.

## **EPÍGRAFE**

*“Entregue o seu caminho ao Senhor; confie nele,  
e ele agirá”*

*(Sl 37:5)*

## RESUMO

Diante da crescente importância dada ao empreendedorismo feminino seja por necessidade ou oportunidade, as mulheres estão desejando cada vez mais abrir seus negócios; com a crise econômica ocasionada pela pandemia covid-19, foi mais perceptível a urgência de novas adaptações para conseguir manter-se nos empreendimentos. O objetivo geral foi analisar os desafios enfrentados pelas empreendedoras em um contexto de pandemia no município de Barreira, localizado no estado do Ceará. Para tal, a pesquisa assumiu a perspectiva do método de abordagem qualitativa, com coleta de dados por meio de um estudo de caso, feito através de uma entrevista semiestruturada com três empreendedoras barreirenses e tratou/analisa os dados com base nos estudos bibliográficos, sites confiáveis e os argumentos apresentados na entrevista. A análise de dados indica que: as entrevistadas possui perfis semelhantes, ou seja, são mães, jovens e casadas; entre os principais desafios das empreendedoras foram utilizar estratégias de vendas nas redes sociais, conhecido popularmente como marketing digital, foi também difícil para elas conseguirem manter inteligência emocional em um período conturbado e principalmente conciliar a vida pessoal e profissional; além disso, os motivos delas em iniciar o empreendimento foi por necessidade, falta de oportunidade no mercado de trabalho e como uma forma de combater a desigualdade de gênero. Os resultados da pesquisa tornam possível considerar, a insuficiência de políticas públicas direcionadas á esse público, considerando ainda impactos socioeconômicos provocados pela pandemia do covid-19, tornando imprescindível, suporte mental e psicológico direcionados ao empreendedorismo feminino em cenário de mudanças e novas adaptações.

**Palavras-chaves:** covid-19. Empreendedorismo feminino. Pandemia. Políticas Públicas.



## **ABSTRACT**

Faced with the growing importance given to female entrepreneurship, whether out of necessity or opportunity, women are increasingly wanting to open their businesses; with the economic crisis caused by the covid-19 pandemic, the urgency of new adaptations to be able to stay in the enterprises. the urgency of new adaptations to be able to maintain itself in the enterprises is perceptible. The general objective was to analyze the challenges faced by entrepreneurs in a pandemic context in the municipality of Barreira, located in the state of Ceará. For this, the research assumed the perspective of the qualitative approach method, with data collection through a case study, made through a semi-structured interview with three Barreirense entrepreneurs and treated/analyzed the data based on bibliographic studies, reliable websites and the arguments presented in the interview. Data analysis indicates that: the interviewees have similar profiles, that is, they are mothers, young and married; among the main challenges for entrepreneurs were to use sales strategies on social networks, popularly known as digital marketing, it was also difficult for them to maintain emotional intelligence in a troubled period and especially to reconcile personal and professional life; in addition, their reasons for starting the enterprise were out of necessity, lack of opportunity in the job market and as a way to combat gender inequality. The research results make it possible to consider the insufficiency of public policies aimed at this audience, also considering the socioeconomic impacts caused by the covid-19 pandemic, making mental and psychological support aimed at female entrepreneurship in a scenario of changes and new adaptations essential.

**Keywords:** covid-19. Female entrepreneurship. Pandemic. Public policy.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> -Processo empreendedor .....	18
<b>Figura 2</b> -Eras do pensamento empreendedor .....	19
<b>Figura 3</b> -Etapas da política pública .....	27
<b>Figura 4</b> -Aspectos da inteligência emocional .....	38

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1-</b> Análise das categorias da pesquisa .....	32
<b>Quadro 2-</b> Características pessoais das entrevistadas .....	33
<b>Quadro 3-</b> Passo a passo para segmentar o público .....	36
<b>Quadro 4-</b> Uma das perguntas utilizadas na entrevista semiestruturada.....	40

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1-</b> Percentual da população no empreendedorismo 2019:2021 .....	22
--	----

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-</b> Evolução das taxas TEA, TEE e TTE nos anos de 2002 até 2016.....	20
<b>Gráfico 2-</b> Comparação entre empreendedorismo por renda nos anos de 2012 até 2016 .....	21
<b>Gráfico 3-</b> Evolução das taxas em (%) de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento-Brasil-2017:2019 .....	21
<b>Gráfico 4-</b> Mulheres: Donas de negócio e percentual-Brasil.....	24

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

CNPM	Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres
CUT	Central Única dos Trabalhadores
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBQP	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
OMS	Organização Mundial da Saúde
PNPM	Plano Nacional de Políticas para as Mulheres
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SOFTEX	Organização Social Civil de Interesse Público

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
1.1	Estrutura da Monografia	16
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>17</b>
<b>2.1</b>	<b>Empreendedorismo</b>	<b>17</b>
2.1.1	Empreendedor	17
2.1.2	Análise histórica do empreendedorismo	18
2.1.3	Atividade empreendedora no Brasil	19
<b>2.2</b>	<b>Empreendedorismo Feminino</b>	<b>22</b>
2.2.1	Evolução histórica do empreendedorismo feminino	23
2.2.2	Participação da mulher no mercado de trabalho e no empreendedorismo	23
2.2.3	Dificuldades enfrentadas em razão do gênero	25
<b>2.3</b>	<b>Políticas Públicas</b>	<b>26</b>
2.3.1	Empreendedorismo feminino e políticas públicas	27
<b>2.4</b>	<b>Pandemia do Covid-19</b>	<b>28</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b>	<b>30</b>
3.1	Método de Pesquisa	30
3.2	Objetivo Metodológico	31
3.3	Técnica de Coleta de Dados	31
3.4	Análise e Interpretação de Dados	32
<b>4</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>33</b>
4.1	Características Pessoais e Profissionais das Empreendedoras Barreirenses	33
4.2	Motivos Mencionados pelas Empreendedoras em Iniciar o Empreendimento	34
4.3	Necessidade de Políticas Públicas para Empreendedoras na Pandemia do Covid	36
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>41</b>
	REFERÊNCIAS	43
	APÊNDICE A– TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO (TCLE)	48
	APÊNDICE B: ROTEIRO DE ENTREVISTA	49

## 1 INTRODUÇÃO

O presente estudo trata-se sobre a necessidade de políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo feminino em um contexto da pandemia do covid-19, especificamente em um município localizado no estado do Ceará. Considera-se que a importância pelo empreendedorismo feminino é crescente, seja por necessidade ou oportunidade, as mulheres estão desejando cada vez mais abrir seus negócios.

De acordo com o relatório global do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), a participação feminina foi bastante significativa com a porcentagem de 38,7%, porém a taxa de empreendedorismo estabelecido ainda é bastante diferente em comparação aos homens. Com a crise econômica ocasionada pela pandemia covid-19, foi mais perceptível a urgência de novas adaptações para conseguir manter-se nos empreendimentos, sendo que quando uma mulher tem a iniciativa de empreender, precisa quebrar paradigmas e enfrentar o preconceito ainda existente. Ou seja, é uma forma explícita de combater a desigualdade de gênero, conforme a autora Natividade (2009, p.233), citou que através de políticas públicas para essas minorias, é possível reverter aspectos negativos de forma econômica e social.

Visando abordar a problemática sobre, de que forma as políticas públicas podem ser implementadas para apoiar empreendedoras do município de Barreira em uma pandemia? sobre a justificativa, em ênfase são as aulas vistas na disciplina de empreendedorismo no setor público e despertou mais desejo em aprofundar o conhecimento relacionado à esse tema, além disso, esse assunto não era desconhecido para mim, pois resido no município de Barreira no estado do Ceará e já tive uma loja virtual e deparei com dificuldades existentes no ato de empreender, aliás acredito que quando mulheres tomam a decisão de abrir um empreendimento, denota coragem e enfrentamento ao passado fortemente marcado pela desigualdade de gênero. Além disso, o empreendedorismo feminino traz bastante relevância nos tempos atuais, pois é um exemplo de luta em um contexto histórico. Em relação ao desejo de mulheres em liderar seus negócios, aumentou de forma significativa, as empreendedoras iniciais, principalmente na pandemia do covid-19, porém dados divulgados no ano de 2020 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em parceria com o Sebrae e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), muitas que possuíam empreendimentos com estabilidade fecharam as suas empresas, mas a tecnologia foi um fator imprescindível para tentar combater a crise econômica e assim os negócios precisaram de ajustamentos diante ao modo de vender e apresentar o serviço/produto virtualmente, porém o destaque venho de quem possuía conhecimento em estratégias de vendas, conhecido popularmente como marketing digital e quem não dominava essas técnicas tiveram



bastante dificuldades mediante á isto. Provavelmente, o desejo de desistência ocorreu e além disso a falta de suporte técnico e mental surgiu durante as situações vivenciadas. Aliás, ainda há divergências em atribuir o empreendedorismo ás mulheres e isso necessita ser combatido. Então, é nítido a necessidade de políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo feminino que viabilize o papel delas no desenvolvimento econômico local, pois quando o negócio possui um atendimento excelente, métodos motivacionais principalmente em um contexto de pandemia e técnicas para atrair a clientela, conseqüentemente ocorrerá maior valorização nos empreendimentos municipais e dessa forma o aumento de vendas e oportunidades de empregos aumentará. Ou seja, o município pode contribuir através do apoio psicológico, consultoria em marketing digital no esclarecimento de dúvidas e melhorias indispensáveis na divulgação do produto/serviço através das redes sociais e consultoria de contabilidade para auxiliar no planejamento financeiro. Além disso, esta temática precisa ter mais importância nas escolas através de palestras com o intuito de destacar que as mulheres podem possuir também seus empreendimentos, mesmo com obstáculos á ser encarados para conquistarem e manterem sua independência financeira. Portanto, acredita-se que esse estudo poderá trazer benefícios ás empreendedoras e além disso incentivar, como também despertar o interesse da participação feminina no ato de empreender.

Nesse sentido, o objetivo dessa pesquisa é analisar os desafios enfrentados pelas empreendedoras em um contexto de pandemia no município de Barreira-Ceará. De forma mais específica buscou-se descrever algumas características pessoais e profissionais das empreendedoras; relatar os motivos mencionados por elas em iniciar o empreendimento e identificar a necessidade de políticas públicas para empreendedoras barreirenses em um contexto de pandemia.

A metodologia utilizada foi uma abordagem qualitativa e de caráter descritivo, á partir de um estudo de caso com procedimento técnico escolhido de uma entrevista semiestruturada com perguntas abertas e fechadas, apresentando uma análise de conteúdo para alcançar os objetivos pretendidos.

### **1.1 Estrutura da Monografia**

A organização deste trabalho está dividida em cinco seções. Esta primeira apresenta a introdução composta pela problemática, a justificativa, os objetivos (geral e específicos) e a metodologia da pesquisa. A segunda seção corresponde ao referencial teórico, na qual se apresentam as bases para a realização deste trabalho. Posteriormente, na terceira seção está a metodologia utilizada, logo em seguida na quarta seção encontra-se os resultados da pesquisa.

Por fim, a quinta seção expõe as considerações finais que precedem as referências bibliográficas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

As seções a seguir, foram mencionadas por serem consideradas importantes com o intuito da pesquisa ser demonstrada em uma base bibliográfica, objetivando a contextualização e o embasamento do estudo.

### **2.1 Empreendedorismo**

O tema nos últimos anos foi bastante debatido no âmbito público e privado, pois estão colocando em pauta a importância disso na sociedade (DORNELAS, 2012).

Hisrich, Peters, Shepherd (2009), argumentam que o empreendedorismo é uma peça importante para o desenvolvimento econômico da população.

Os autores comentam que conceito de empreendedorismo são o uso de potências racionais e intuitivas para um constante aprendizado e abertura para novas experiências e paradigmas (BAGGIO; DANIEL, 2014, p. 26).

A seguinte subseção, trará pontos importantes sobre o termo empreendedor.

#### **2.1.1 Empreendedor**

O Chiavenato (2012, p.09), cita que o termo empreendedor vem do francês Entrepreneur, quer dizer, aquele que assume riscos e deseja começar algo novo.

O empreendedor é uma pessoa que possui uma visão ampla para notar situações apropriadas para uma boa oportunidade com riscos calculados (BAGGIO; DANIEL, 2014, p.36).

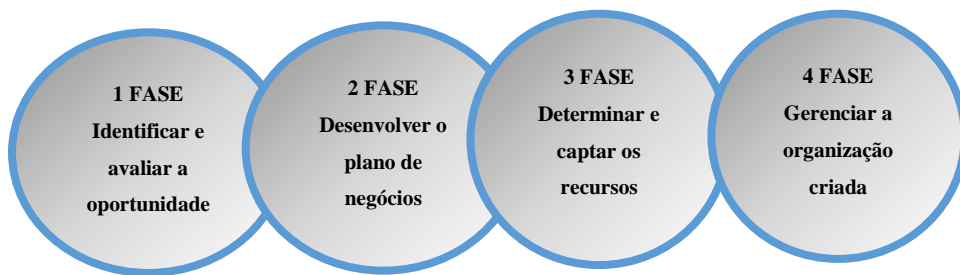
Denomina á heróis populares nos negócios por trazer desenvolvimento econômico e inovação para o país, mesmo que o início de um negócio seja por incertezas, pois o novo empreendedor pode gerar benefícios para o país à qual está inserido (CHIAVENATO, 2012, p.10).

Sobre o perfil empreendedor, Dornelas realizou estudos acerca do tema, Dornelas(2008, p.18), atribuiu algumas características aos empreendedores: São visionários; sabem tomar decisões; são indivíduos que fazem a diferença; sabem explorar ao máximo as oportunidades; são determinados e dinâmicos; são dedicados; são otimistas e apaixonados

pelo que fazem; são independentes e constroem o próprio destino; ficam ricos; são líderes e formadores de equipe; são bem relacionados; são organizados; planejam, planejam, planejam; possuem conhecimento; assumem riscos calculados; criam valor para a sociedade.

E Hisrich e Peter (2004), formulou fases do processo empreendedor, que são:

**Figura 1**-Processo empreendedor



Fonte: Hisrich e Peter (2004)

Destacando que Dornelas (2014), citou que existe vários tipos de empreendedores; o empreendedor corporativo, é um funcionário que trabalha em uma empresa e utiliza sua criatividade para ter ideias inovadoras, o empreendedor por necessidade empreende por vários fatores, principalmente por problemas financeiros, na maioria das vezes são pessoas que não possui nenhum conhecimento no ramo e há também o empreendedor por oportunidade desejam abrir um empreendimento através de uma ideia.

A subseção seguinte analisará o contexto histórico do empreendedorismo e o seu surgimento.

### 2.1.2 Análise histórica do empreendedorismo

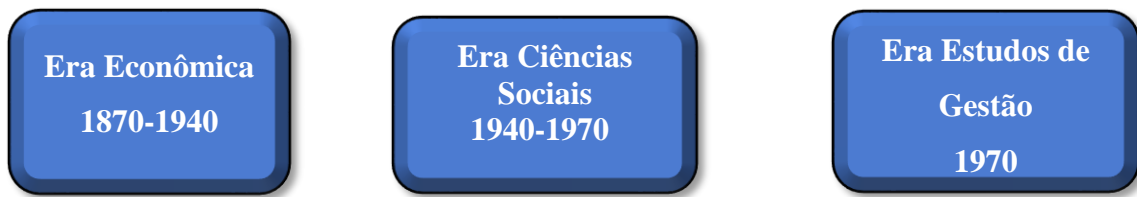
Segundo Hisrich, Peters, Shepherd (2009, p.28), o sistema empreendedorismo foi mais falado na Idade Média através do aumento das cidades e a evolução das classes dos comerciantes, pois atribuíram este sistema como pessoas que administravam grandes projetos.

Filion (1999), uns dos autores principais em estudar como esse termo foi difundido em cada época, cita que no século XVII, conhecido popularmente como era econômica os empreendedores eram relacionados como alguém que possuía responsabilidade e coordenação em uma operação militar e somente no século XVIII, foi utilizado da forma como é atualmente.

No século XVII, vieram à tona algumas diferenciações entre o termo empreendedor e capitalista, pois essa diferenciação dava através do surgimento da industrialização que ocorria no mundo (DORNELAS, 2008, p.15).

Faz-se necessário destacar que os autores Landström e Benner (2010, p.20), formulou uma conjuntura com três eras distintas de cada pensamento empreendedor, enfatizando a época de cada uma.

**Figura 2**-Eras do pensamento empreendedor



Fonte: Landström e Benner (2010)

A subseção apresentará o surgimento do empreendedorismo no Brasil e o avanço ao passar dos anos através de comparações de gráficos, figuras e tabelas.

### 2.1.3 Atividade empreendedora no Brasil

Dornelas (2008, p. 01), argumenta que o termo empreendedorismo já era bastante conhecido em diversos países, principalmente nos Estados Unidos com ênfase no capitalismo, porém o interesse em estudar isto no Brasil deu-se somente no final da década de 1990, pois após a difusão da globalização, a maioria das grandes empresas brasileiras buscaram opções para reduzir custos e assim uma destas opções foi demitindo vários funcionários, ocasionando uma grande taxa de desemprego e estes ex-funcionários optarem em criar seus pequenos negócios mesmo que sem nenhuma experiência.

Forem criadas entidades com o intuito de dá consultoria aos empreendedores, o Sebrae e a Softex, através de programas da entidade Softex que uma nova percepção sobre o empreendedorismo brasileiro começou a existir, pois até então planos de negócios ainda não era falado. Entre estes programas liderados entre a Softex, incubadoras de empresas e universidades, estão: o Programa Brasil empreendedor, instituído pelo governo brasileiro intitulado em 1999 objetivando capacitar muitos empreendedores e destinar recursos financeiros. Entre os anos de 1999 e 2000 houve um movimento de criação de empresas “pontocom”, em parceria com diversas entidades para incentivar os empreendedores com

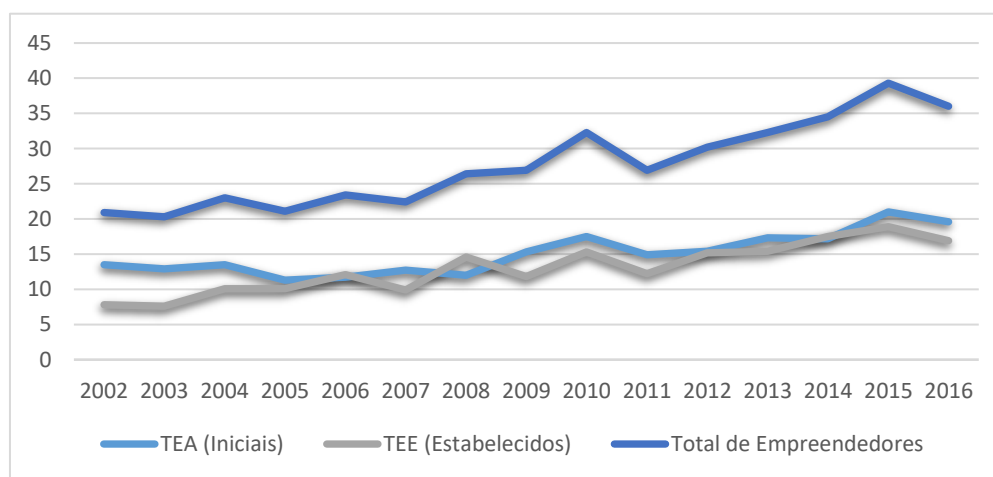
curiosos, palestras e até prêmios com o objetivo de incentivar os melhores negócios de empresas startup de internet (DORNELAS,2008, p.10).

Destaco sobre o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), considerado um programa de pesquisa mundial com o principal objetivo de avaliar a atividade empreendedora, teve início no ano de 1999 com a participação de 10 países e a cada ano aumenta a importância desta pesquisa, pois é de forma detalhada sobre o crescimento econômico do empreendedorismo e também pontos principais e relevantes (GEM,2019).

Faz-se necessário mostrar comparações entre alguns anos sobre a atividade empreendedora no Brasil e levar em consideração algumas características, enfatizando sobre a evolução da taxa de empreendedorismo inicial e taxa de empreendedores estabelecidos, gênero, escolaridade e renda. Esta pesquisa foi realizada pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor) em parceria o SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade).

Nota-se que entre os anos de 2010 e 2015 teve um aumento significativo de empreendedores iniciais e nos anos 2007 e 2011 houve uma grande queda de empreendedores estabelecidos (gráfico 1).

**Gráfico 1-** Evolução das taxas TEA, TEE e TTE nos anos de 2002 até 2016



Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2016, p.9)

De acordo com a pesquisa, o maior aumento de empreendedores no gênero masculino ocorreu em 2006, com a porcentagem de 56,20%. E nos anos de 2007,2009 e 2013, diminuiu bastante a porcentagem destes empreendedores e em relação ao gênero feminino, teve sua maior elevação em 2009 com 53,0% e teve uma notável queda no ano de 2011, porém, no ano de 2013 ergueu-se com 52,20%. Algumas observações sobre a pesquisa de GEM (2016), a maioria dos empreendedores nos anos de 2012 até 2016 possuíam alguma faculdade em

andamento ou trancamento em uma faculdade, porém existia uma redução de pessoas que concluírem o ensino superior.

A renda econômica de pessoas que possuem empreendimentos, de acordo com o gráfico é de forma progressiva, no ano de 2016 a maioria obteve menos de 3 salários mínimos e no ano de 2016 a minoria obteve 3 às 6 salários mínimos. Ou seja, considerando que há poucos empreendimentos com estabilidade nos anos de 2012 até 2016(gráfico 2).

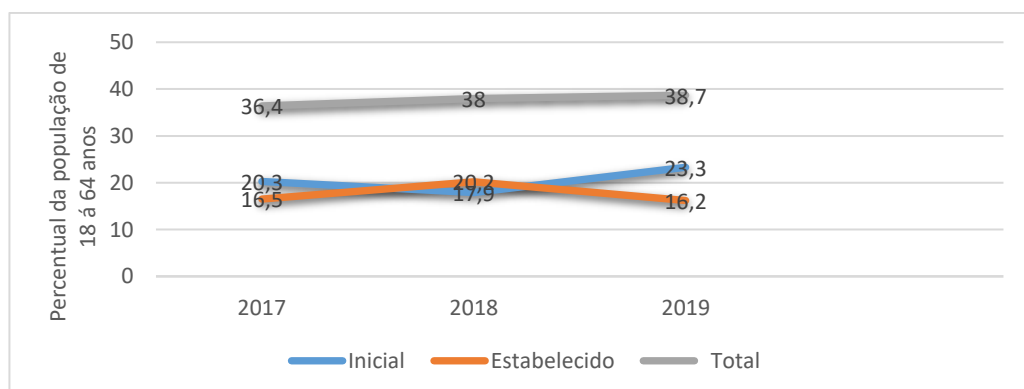
**Gráfico 2-** Comparação entre empreendedorismo por renda nos anos de 2012 até 2016



Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2016, p.16)

Além disso, é preciso analisar sobre o estágio do empreendedorismo, cada pessoa que possui um empreendimento são definidos através do período de tempo, são classificados como empreendedores iniciais e estabelecidos, os iniciais são empreendimentos que estão com pouco tempo de funcionamento com menos de 3 anos e 5 meses. Aliás são divididos em dois grupos: Os nascentes que ainda estão organizando e planejando melhor a estrutura e o negócio com o tempo de 3 meses e os empreendedores novos que estão mais à frente com período superior de três meses. Por fim, os estabelecidos atuando em mais de 42 meses (GEM,2019). Através dessas definições, no gráfico 3, mostra o crescimento expressivo do empreendedorismo inicial entre os anos de 2017 até 2019.

**Gráfico 3-** Evolução das taxas em (%) de empreendedorismo segundo o estágio do empreendimento- Brasil-2017:2019



Fonte: Adaptado de GEM Brasil (2019, p.29)

Observa-se que ano de 2019, teve um declínio em relação aos empreendedores estabelecidos, de 20,2% em 2018 para 16,2% em 2019, apesar disso em 2019 a taxa de porcentagem de empreendedores iniciais foi de 23,3%. (Gráfico 3) esse avanço deu-se pelo crescente apoio governamental, em 2019 aprovaram uma medida provisória com a finalidade de contribuir com a abertura de novos negócios e assim diminuir a burocracia, principalmente para quem desejava começar (GEM ,2019).

Então, o ano de 2019 definiu-se como um ano excelente para o empreendedorismo, porém nos anos de 2020 e 2021 foi encarado como desafiador em uma pandemia mundial que trouxe problemas econômicos para a sociedade, de acordo com o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), executado pelo SEBRAE ( Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade), reduziu a quantidade de pessoas com empreendimentos, em 2021 de 43 milhões de pessoas, 2019 estava em 44 milhões e no ano anterior existia 53,4 milhões de pessoas, conseqüentemente a taxa de empreendedorismo total (TTE), diminuiu bastante (RIELLA,2022).

**Tabela 1-** Percentual da população no empreendedorismo 2019:2021

ANO	TAXA PERCENTUAL
<b>2019</b>	<b>38,7%</b>
<b>2020</b>	<b>31,6%</b>
<b>2021</b>	<b>30,4%</b>

Fonte: Adaptado de Riella (2022)

Nas próximas subseções a seguir, apresentará sobre o empreendedorismo feminino, a sua evolução histórica e a importância da participação no mercado de trabalho perante às dificuldades e desafios.

## **2.2 Empreendedorismo Feminino**

O conceito de empreendedorismo independe de gênero, porém por muito tempo as lideranças nas empresas eram designadas aos homens, sendo que as mulheres eram somente vistas como “donas do lar”. E através destas mudanças e transformações na sociedade, as

mulheres estão desejando liderar seus próprios negócios e desta maneira estão contribuindo para diminuir disparidades de desigualdade de gênero e ampliando a multiplicidade entre lidar com responsabilidade profissional e o convívio familiar.

Segundo Possati e Dias (2002, p.294), elas agindo dessa forma ficarão satisfeitas ao desempenhar múltiplos papéis. E isso entra em concordância com outros autores, acreditando também na busca da auto realização da participação feminina em construir um projeto de vida com o empreendedorismo, mesmo com muitos desafios recorrentes (JONATHAN; SILVA, 2007, p.83).

### 2.2.1 Evolução histórica do empreendedorismo feminino

Por muitos anos, a justificativa de que as mulheres não trabalhavam eram por questão biológica, ou seja consideravam características de fragilidade e falta de dedicação referindo à elas, porém na Revolução Industrial, esse paradigma foi quebrando lentamente, pois o aumento de mulheres trabalhando nas fabricas multiplicou-se, porém as diferenças de salários e a jornada de trabalho eram desiguais, mas apesar disso prosseguiram trabalhando no ambiente fabril e cuidando da casa e dos filhos (AMORIM; BATISTA, 2011, p.03).

No século XX ocorreu a 1 e a 2 guerra mundial e pelas consequências destas guerras, principalmente das mortes dos soldados, houve a necessidade da contratação das mulheres para funções que eram exclusivamente dos homens e desde então, segundo Lages (2005), alcançaram direitos trabalhistas por meio de reivindicações e na década de 1970 a importância de atribuir a divisão de trabalho com o gênero, tornou-se crucial.

E os autores citam que somente na década de 1980, o empreendedorismo feminino, transformou-se em foco de pesquisa com ênfase no crescimento da participação feminina no trabalho, além de trabalhar como funcionária, ser dona do seu próprio negócio (GOMES et al., 2014).

### 2.2.2 Participação da mulher no mercado de trabalho e no empreendedorismo

Amorim e Batista (2011, p.03) cita que a luta das mulheres por mais direitos trabalhistas era evidente, na criação de movimentos sindicais, aliás na década de 80 criaram um movimento sindical que tornou-se bastante conhecido, era chamado de Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única dos trabalhadores (CUT), porém somente com a



promulgação da constituição federal de 1988 no Brasil, as mulheres tiveram mais igualdade jurídica no mercado de trabalho.

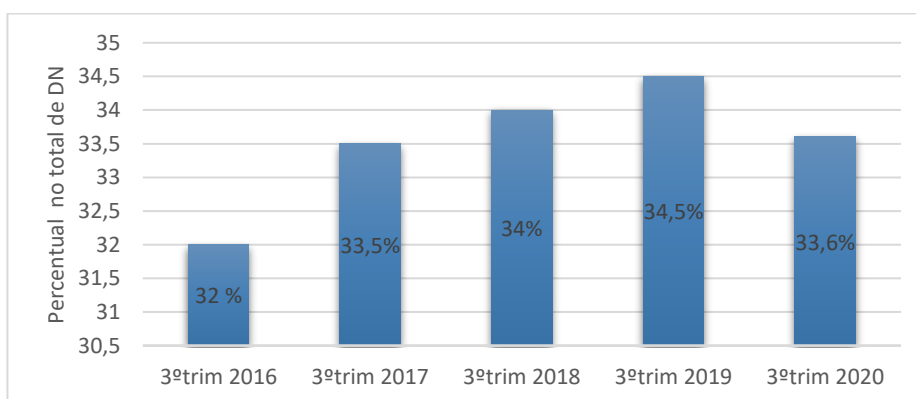
Através deste avanço traz enriquecimento à economia do país, pois traz uma nova visão frente ao mercado de trabalho proposto pela participação feminina. E neste cenário, a vontade de empreender aumentou, segundo o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), entre 2002 e 2008, a proporção de mulheres que iniciaram um empreendimento por oportunidade, de 37,5% para 68,7%, aumentou bastante significativo que ultrapassou os homens. Porém nos anos posteriores, houve uma queda e entre os motivos está a desaceleração da economia e somente no ano de 2016 que voltou a subir de forma acelerada para 51,9% (GEM,2018).

De acordo com o GEM (2018), em relação às características das empreendedoras, a maioria delas eram casadas, pretas ou pardas, possuíam ensino médio completo, tinham entre 35 á 54 anos, no máximo obtinha 2 salários mínimos.

É necessário evidenciar também, as atividades destas empreendedoras no estágio inicial e estagio estabelecido, especificamente no ano de 2018. Conforme a pesquisa de GEM (2018), as empreendedoras brasileiras, tiveram como preferência investir em estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas, com a porcentagem de 16,4%, porém com 46,6% empreenderam em outras atividades. Entretanto, o maior destaque foi voltado para atividades relacionadas ao tratamento de beleza (18,4%) e esse interesse deu através da estabilidade no mercado de trabalho, ou seja a insegurança de ingressar diretamente no setor de beleza ainda era nítido.

Antes da pandemia covid-19, foi realizada uma pesquisa com 49 países em 2019, publicada pelo Sebrae, com dados do GEM, resultando que o Brasil é o sétimo país com maior número de mulheres empreendedoras, porém, como mostra o (gráfico 4), houve o declínio á partir de 2020 com 33,6%.

**Gráfico 4-** Mulheres: Donas de negócio e percentual-Brasil



Fonte: Sebrae (2021, p.05)

Além disso, segundo os dados do Sebrae (2021), referente às empreendedoras brasileiras, percebe-se que no nível de escolaridade 29% têm nível superior, 39% nível médio, 24% fundamental, 1% sem instrução e 7% não informaram. Sobre a cor da pele, 51% são brancas e 47% negras. A maioria da idade delas ficam na faixa etária entre 25 á 54 anos. Vale destacar também que além de ser empreendedoras são chefes de domicilio e possui menor rendimento, ou seja 61% possuem até 1 salário mínimo, também têm menos empregados que os homens (75% tem 1 a 5 empregados). E elas continuam dedicando mais no setor de serviços (50%), porém estão há menos tempo na atividade atual (24% estão há menos de 2 anos).

Observa-se, que as mulheres ainda possuem disparidades no ato de empreender, comparando aos homens, principalmente dificuldades como por exemplo: ampliar o negócio para obter mais lucro, ter mais segurança financeira, extinguir preconceito e encarar a multiplicidade de papéis. Evidenciando que a participação feminina no empreendedorismo há vários desafios.

### 2.2.3 Dificuldades enfrentadas em razão do gênero

Considera-se importante citar os principais desafios das mulheres ao liderar uma empresa e além disso quando desejam iniciar seus empreendimentos, tendo em vista a relevância econômica, social, política e cultural. Ou seja, ainda há empecilhos em formar uma estrutura sólida e estável para estas empreendedoras, principalmente na luta em combater o preconceito. Conforme, como os autores Gomes, Santana e Silva (2005, p.01) reforça que há:

(...)Barreiras relacionadas à questão de gênero — herança cultural sexista que sustenta que o lugar da mulher é em casa cuidando das tarefas domésticas e criação dos filhos. Portanto, enfrentar essas condições — ser mulher, mãe e empreendedora — exige força e esforço para dar conta do acúmulo de funções.

Em ênfase, ainda existe a cobrança da sociedade, em que a mulher deve exercer integralmente a maternidade, faz com que sintam-se prisioneiras ás expectativas das pessoas, conseqüentemente adiam seus sonhos e reduzem sua participação no mercado de trabalho, porém através de novos paradigmas, a mulher contemporânea está reconstruindo estes pensamentos e demonstrando capacidade suficiente para encarar “dupla jornada” (JONATHAN; SILVA,2007, p.78).

Importante salientar que a maioria delas, notam a oportunidade de empreender por necessidade, objetivando aumentar a renda da família, ter independência financeira e conseguir conciliar melhor assuntos familiares e profissionais, pois mesmo com a evolução histórica e

conquistas trabalhistas, ainda enfrentam desafios para inserir no mercado de trabalho, destacando que há ainda desequilíbrio de cargos de chefia relacionado ao gênero. Mas a forma que elas querem demonstrar para a sociedade, através do empoderamento, é que a luta por igualdade salarial, autonomia e persistência será constante (RAMOS; VALDISSER, 2019, p.29), e além disso, como os autores relatam:

A mulher empreendedora busca um negócio que lhe possibilite uma rotina flexível. Vencer os desafios de ser empreendedora é complexo, porém deve-se entender que não existem só pontos negativos na atividade, pontos positivos podem ser salientados: autossatisfação, construção do conhecimento por meio de erros e acertos, autonomia para tomar decisões e outro fator relevante é trabalhar com o que se gosta. (RAMOS, VALDISSER, 2019, p.27).

Ou seja, as empreendedoras notam muitos aspectos positivos ao abrir seus negócios e possibilitam bastante satisfação em fazer aquilo que gosta.

Na próxima seção, dá ênfase sobre políticas públicas e sua importância no empreendedorismo feminino.

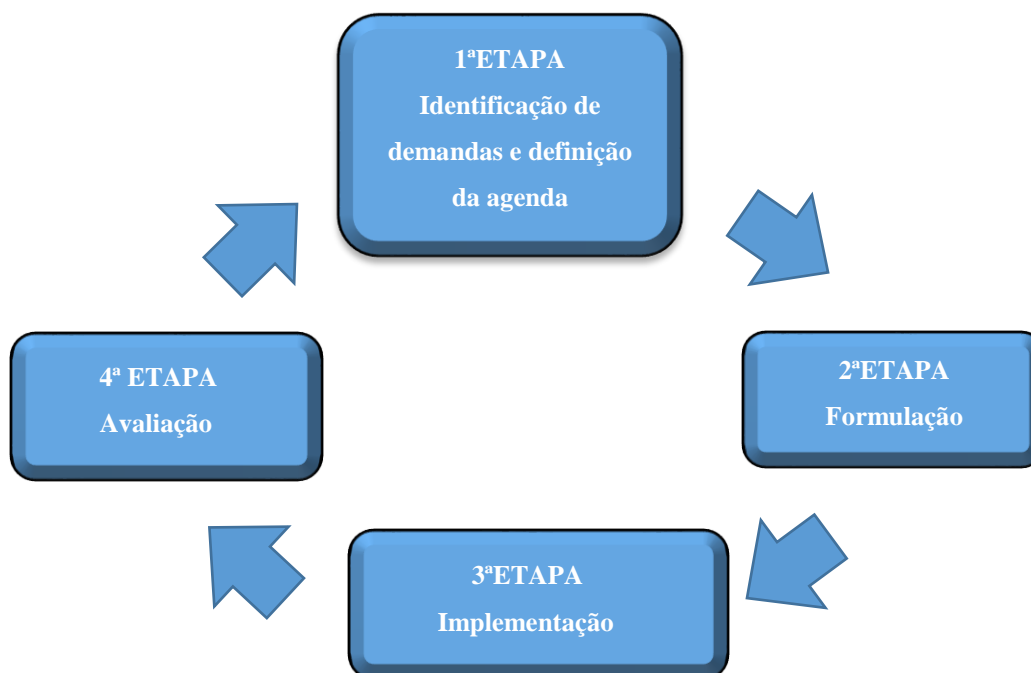
### **2.3 Políticas Públicas**

Em um contexto geral, o surgimento deste termo atribui à uma necessidade social perante ao bem-estar da coletividade e assim promover harmonia entre os indivíduos. Ou seja é dever do Estado, buscar maneiras para estabilizar esta harmonia.

Segundo os autores, Silva et al. (2017, p.32), este termo foi mais desenvolvido no Brasil a partir de 1980, sob algumas transformações ocorridas neste ano, principalmente com reformas políticas e econômicas em diversas áreas. Aliás foi um processo de gestão transformador nos anos da década de 1980, pois foi implementado uma reforma gerencial do Estado e assim venho pautas relacionadas ao avanço e melhorias de acesso ao serviço público direcionadas às demandas sociais.

Além disso, conforme é mencionado, ao formular uma política pública, grupos de interesse e movimentos sociais podem participar desta implementação, dependendo de qual tipo de política pública e assim a democratização torna-se presente e a intervenção governamental diminui-se (SOUZA, 2006, p.08).

Necessário ressaltar que perceberam ter um planejamento estratégico para conduzir a formação de projetos e programas governamentais, e assim houve a decisão de criar um ciclo de políticas públicas (figura 3) que possui algumas etapas:

**Figura 3-**Etapas da política pública

Fonte: Silva et al., (2017, p.35)

### 2.3.1 Empreendedorismo feminino e políticas públicas

Importante citar sobre a relação destes dois termos, uma autora cita que:

Atentos às condições precárias de sobrevivência às quais esse corpo feminino está inserido, organizações de âmbito nacional e internacional têm promovido o desenvolvimento de políticas públicas para as minorias, a partir do entendimento da importância de adoção de medidas especiais que contemplem essa população que sofre com as múltiplas formas de discriminação, aguçado pelos padrões de exclusão social, política e econômica no país (NATIVIDADE,2009, p.233).

Isto deixa explícito, que esse grupo social é marcado por preconceito e uma forma de contribuir para combater isto, é através de políticas públicas eficientes que inserem este grupo de maneira democrática e igualitária na sociedade. E assim ampliando cada vez mais a participação feminina.

E no que se refere ao principal objetivo da implementação de políticas públicas é reduzir desigualdades existentes, então um tipo comumente conhecido é a desigualdade de gênero, principalmente no que tange o mercado de trabalho perante as mulheres e sobre isso ocorreu a necessidade de um novo processo de institucionalização no Brasil e no mundo. Especificando, deu-se a partir do ano de 1980. Porém, entre estes programas governamentais, o foco da criação era somente em combate à desigualdade de gênero e combate à violência da mulher (MERLIN et al., 2018, p.36).

Conforme, o manual do plano nacional de políticas para as mulheres cita (BRASIL,2006), somente no ano de 2004 foi realizada a primeira conferência nacional de políticas para as mulheres (CNPM) e através disso, resultou em um plano nacional de política direcionadas á mulheres (PNPM) e foi considerado um marco histórico e foi elaborado para garantir pontos essenciais: a) igualdade e respeito à diversidade; b) equidade; c) autonomia das mulheres; d) laicidade do Estado; e) universalidade das políticas; f) justiça social; g) transparência dos atos públicos; h) participação e controle social.

Aliás, percebe-se a importância de inserir constantemente programas governamentais voltadas ao empreendedorismo feminino, como por exemplo questões relativas à educação, à gestão, à estrutura e ao microcrédito, ou seja, não é somente a luta pela desigualdade de gênero (NATIVIDADE, 2009, p.23).

Na seção seguinte, comentará sobre a pandemia do covid-19

## **2.4 Pandemia do Covid-19**

Os primeiros casos surgiram em dezembro de 2019 na cidade chinesa de Wuhan do novo corona vírus da síndrome respiratória aguda grave 2(SARS-CoV-2), responsável pelo covid-19 e que gerou uma crise sanitária global e rapidamente espalhou-se pelos países (AQUINO et al., 2020, p. 2424).

Consequentemente foi necessário tomar medidas preventivas incluem: distanciamento social, uso frequente de álcool gel, uso de máscaras faciais em público, monitoramento e isolamento de pessoas expostas ao vírus ou assintomáticas, ou seja, como forma para tentar controlar os casos de covid-19 e uns dos aspectos negativos, além da contaminação, desencadeou também uma crise econômica alarmante e assim houve o fechamento de vários empreendimentos. Através disso ocorreu muito desemprego na pandemia do covid-19 e como os autores Nassif, Ghobril, Amaral (2009), argumentou que o empreendedorismo é uma boa alternativa para combater este problema na sociedade.

Nesse cenário foi necessário reinventar-se, principalmente quem possuía empreendimento e uma das ferramentas cruciais foi a tecnologia que proporcionou manter o negócio através das divulgações feitas nas redes sociais, portanto o termo marketing digital tornou-se bastante debatido nesse período, como cita Lana (2019, p.43), atualmente o cliente utiliza a tecnologia para pesquisar e comparar os preços no conforto da sua casa. Conforme Patel (2019), argumenta que deve existir um cliente ideal, chamado por ele de “persona”, atribui-se através de aspectos sociais, personalidade, características demográficas afim de

buscar uma estratégia adequada para este público. Destacando que há uma diferenciação entre o marketing digital e o marketing tradicional (SOMOLON,2011).

Além disso, de acordo com a Organização mundial da saúde (OMS), aumentaram os diagnósticos de ansiedade e depressão nesse período, por motivos decorrentes do aumento acelerado de casos do covid-19. A importância de buscar a inteligência emocional para enfrentar esse momento conturbado foi imprescindível, principalmente para quem deveria lidar com algum tipo de empreendimento. Ou seja, a inteligência emocional, ajuda a lidar com as adversidades e é possível fazer uma análise comportamental (BROTTO,2017) e como frisa o autor, Weisinger (2001), é uma forma de administrar as emoções de forma mais leve.

No entanto, configurada em uma crise econômica pela covid-19, resultou conseqüentemente na desistência de uma porcentagem significativa de empreendedoras, de acordo com os dados do Sebrae (2021), de 34,5% em 2019 para 33,6% em 2020. Isso mostra o quanto é necessário o apoio através de políticas públicas para esse público alvo, levando em consideração a importância do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país e a luta contra ao preconceito.

A seção seguinte abordará a metodologia escolhida para a realização desta pesquisa, bem como os métodos, objetivos e procedimentos técnicos utilizados.

### **3.METODOLOGIA**

A concretização desta pesquisa foi possível á partir da definição do método de pesquisa adequado; do objeto metodológico que foi decidido; a seleção de instrumentos de coleta de dados apropriados e a análise dos dados que foram coletados. Á seguir, esses pontos são abordados particularmente.

Primeiramente faz-se necessário destacar os principais conceitos sobre metodologia com o intuito de uma melhor compreensão.

Conforme, Zanella argumenta que (2011, p.19) “método é a maneira, é a forma que o cientista escolhe para ampliar o conhecimento sobre determinado objeto, fato ou fenômeno. É uma série de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para atingir determinado conhecimento”

Outra definição citada pelos autores Marconi e Lakatos (2003, p.82), a palavra método envolve funções sistemáticas e racionais, na busca por informações concretas e reais, através de um planejamento.

Portanto, metodologia é um estudo de um método escolhido. Importante destacar que o objetivo do método científico é detectar a veracidade dos fatos, juntamente com as técnicas e procedimentos que foram inseridos para que a pesquisa tornasse confiável e aceitável (GIL, 2008, p.08).

No decorrer desta subseção será detalhado o método de pesquisa, os objetivos metodológicos, e os procedimentos técnicos aplicados para este estudo e por fim, uma análise e interpretação dos dados coletados.

#### **3.1 Método de Pesquisa**

O autor Gil (2008, p.26), define-se pesquisa, “(...)como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”. Mas de uma forma geral, existe três tipos de métodos de pesquisa: a abordagem qualitativa, quantitativa e a quali-quantitativa.

Entretanto, com o intuito de alcançar os objetivos apresentados e melhor apreciação deste trabalho foi realizado na pesquisa, a abordagem qualitativa, tendo em vista que possibilita o contato mais direto com a situação e os (as) entrevistados (as) e além disso, amplifica a compreensão no problema referente ao tema (DUARTE, 2002, p.141).

### **3.2 Objetivo Metodológico**

Em relação ao objetivo metodológico foi escolhido a descritiva, pois inclui um estudo observacional e descreve algumas características pessoais e profissionais das empreendedoras. Conforme o autor Gil (2010, p.27-28), cita: “Entre as pesquisas descritivas, salienta-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental etc.”

Portanto, é uma forma também de utilizar novas percepções sobre um determinado assunto já conhecido pela sociedade e assim torna-se mais claro e coerente (NUNES; NASCIMENTO; LUZ,2016, p.146).

### **3.3 Técnica de Coleta de Dados**

Os dados da pesquisa foram coletados no período 19/05/2022, 20/05/2022 e 23/05/2022, realizado com 3 empreendedoras, atribuindo um estudo de caso no município de Barreira-Ceará, considerando mais viável para a técnica de coleta de dados selecionada para o embasamento da pesquisa. Como Zanella (2011, p.38), argumenta que é um estudo aprofundado de um determinado grupo.

O instrumento definido para coletar informações foi um roteiro de entrevista. Vale destacar que é um procedimento bastante conhecido para obter informações e ter uma interação mais direta através dos fatos relatados e vivenciados pelas pessoas. Aliás existe duas formas: individual e /ou coletiva (MINAYO, 2001, p.57).

O tipo de entrevista foi a entrevista semiestruturada, pois há uma ligação entre perguntas abertas e fechadas, possibilitando proximidade maior entre o entrevistador e o entrevistado e também existir respostas mais abrangentes através das perguntas abertas que foram apresentadas e assim colaboram extremamente para a pesquisa (BONI; QUARESMA,2005, p.75).

Além disso, há mais facilidade para executar uma análise minuciosa com o intuito de compreender e verificar os desafios enfrentados por essas empreendedoras e também a trajetória de cada uma das entrevistadas em seus negócios.



### 3.4 Análise e Interpretação de Dados

Através da coleta de dados são feitos os procedimentos para analisar os dados de forma minuciosa e com observações entre o que o pesquisador (a) percebeu e compreendeu no estudo do seu tema (TEIXEIRA,2003, p.191). Análise e interpretação por ser conceitos distintos aparecem geralmente em conjunto, porém varia de acordo com o tipo de pesquisa, ou seja, na análise organiza os dados para alcançar as soluções do determinado problema e na interpretação utiliza respostas mais extensas, porém nos estudos de caso, não há a inter-relação entre estes dois termos (GIL,2008, p.156).

A análise destas categorias foi desenvolvida na forma prática da pesquisa, como a análise de conteúdo, definido pelo autor Bardin (2011, p.44) “(...) visa o conhecimento de variáveis de ordem psicológica, sociológica, histórica etc., por meio de um mecanismo de dedução com base em indicadores reconstruídos a partir de uma amostra de mensagens particulares”

**Quadro 1**-Análise das categorias da pesquisa

<b>Categorias</b>	<b>Elementos de análise</b>
<b>Os desafios enfrentados</b>	No empreendedorismo feminino, em um contexto de pandemia no município de Barreira-Ceará
<b>Características pessoais e profissionais</b>	Empreendedoras residentes no município de Barreira-Ceará
<b>Os motivos</b>	Os motivos delas em iniciar o empreendimento
<b>A necessidade</b>	De políticas públicas para empreendedoras do município de Barreira-Ceará na pandemia do covid-19.

Fonte: autoria própria (2022)

Vale destacar que essa análise de categorias possui cinco características: 1) devem existir regras claras; 2) devem ser mutualmente exclusivas, 3) devem possuir homogeneidade; 4) devem contemplar todos os conteúdos possíveis; 5) e as categorias precisa ter objetividade, com a liberdade de novos estudos (CARLOMAGNO; ROCHA,2016, p.184).

Com este rigor metodológico, passa-se aos resultados obtidos e à verificação de conclusões, à confirmação da necessidade destacada, acerca da implementação de políticas públicas para o empreendedorismo feminino, principalmente em um contexto de pandemia no município de Barreira-Ceará.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para a compreensão da necessidade de políticas públicas direcionadas para o empreendedorismo feminino em um contexto de pandemia no município de Barreira-Ceará, além da identificação dessa necessidade, foram consideradas importantes, descrever algumas características pessoais e profissionais das empreendedoras; relatar os principais motivos mencionados por elas em iniciar o empreendimento e também analisar os desafios enfrentados no covid-19.

### 4.1 Características Pessoais e Profissionais das Empreendedoras Barreirenses

Esta sessão apresenta e analisa as características pessoais e profissionais de três entrevistadas que possuem um negócio localizada no município de Barreira, no estado do Ceará.

**Quadro 2-**Características pessoais das entrevistadas

Pergunta	Entrevistada 1	Entrevistada 2	Entrevistada 3
Qual a idade da empreendedora?	26 anos	30 anos	30 anos
Qual o Estado Civil?	Casada	Casada	Casada
Qual grau de escolaridade?	Ensino superior completo	Ensino médio completo	Ensino superior completo
Tem filhos (as)? Se sim, quantos(as)?	1 filho	1 filha	2 filhos

Fonte: Autoria própria (2022)

Essas informações evidenciam a presença de mulheres empreendedoras no município de Barreira que possui perfis semelhantes. E conforme o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), ainda existem redução da participação das mulheres no mercado de trabalho. No segundo trimestre de 2019, a taxa de ocupação era 46,2% inferior ao sexo masculino que era 64,8% (ASCOM MULHERES REPUBLICANAS).

Além disso, é perceptível que as mulheres ao passar dos anos, tiveram mais interesse no setor da beleza e da moda para empreender, com o intuito de aumentar mais a auto-estima do público alvo. Tendo como referência aos tipos de negócios escolhidos por essas entrevistadas (salão de beleza, loja de roupas femininas), porém somente uma difere destes

negócios, pois possui uma loja de artigos de festas e gráfica rápida. Destaco também que os empreendimentos, possui mais de 6 anos no ramo, ou seja, não são considerados no estágio inicial, porém elas dedicam 6 horas diariamente, pois necessitam conciliar o negócio com compromissos pessoais e familiares, portanto houve a necessidade de contratar funcionárias para ter mais organização, produtividade e facilitar no atendimento aos clientes, dessa forma ocorreu mais oportunidades de trabalho.

Acerca sobre as habilidades indispensáveis que consideravam importantes, mencionaram rapidamente: ter comprometimento e além disso a entrevistada 3 argumenta:

*“Na minha trajetória, a primeira habilidade é se reinventar, pois o mercado á cada dia sendo inovado, principalmente no ramo de festas que tudo á cada dia muda muito rápido e como também trabalho com gráfica rápida, á cada dia, a gente aprende algo diferente, assim, a gente tem que está sempre aberta aprender coisas novas, porque a cada dia os clientes chegam buscando, sempre a questão de se reinventar que é o maior desafio, porque tem que está apto ás mudanças e sempre tem que ficar atualizada de programas e aplicativos novos”*

Além disso, há necessidade de buscar conhecimento para comandar o negócio, portanto palestras que são diretamente ligadas ao empreendedorismo são bastante úteis. A entrevistada 1 relata que já participou de uma palestra online e a entrevistada 3 cita:

*“Particpei primeiro de um treinamento presencial que foi durante o dia inteiro e depois fiz outro treinamento com a duração de 3 dias que tinha como pautas: formas de lidar com os funcionários, como lidar com os clientes, com as finanças pessoais”*

## **4.2 Motivos Mencionados pelas Empreendedoras em Iniciar o Empreendimento**

Em relação aos motivos das mulheres em empreender, o principal é a falta de oportunidade no mercado de trabalho, mas também como cita os autores elas buscam auto realização e ter estabilidade financeira (JONATHAN; SILVA,2007, p.83). A entrevistada 1 relata o motivo de empreender:

*“ Sim empreendi por falta de emprego, pois sempre fui contratada da prefeitura, estava sem trabalho na prefeitura e pensei em montar um negócio próprio para trabalhar para mim e ter uma renda fixa com o objetivo de não depender de contratos na prefeitura”*

Também, afirma que o empreendedorismo feminino é uma forma de combater a desigualdade de gênero:

*“Sim, pois muitos homens acham que a mulher não tem capacidade de exercer algumas funções, acho que empreender é uma função que faz a gente se sentir mais poderosas iguais eles”*

Vale ressaltar que empreender é uma forma para reduzir a desigualdade de gênero e transformar disparidades de relações profissionais e a maioria delas iniciam um

empreendimento por necessidade, principalmente quando tornam-se mães e há uma dificuldade de conciliar trabalho com o contexto familiar, ou seja é difícil manter a maternidade com o mercado de trabalho tradicional (TORRES,2021).

A entrevistada 2 relata qual o principal motivo que fez iniciar o negócio:

*“Sempre trazia roupas para vender as minhas amigas e além disso buscar uma forma de ganhar dinheiro, porque se desse certo, montava a loja. Pois naquele tempo os homens achavam que as mulheres somente deviam estar em casa, lavando roupas e fazendo comida”*

E uma situação de preconceito que já passou:

*“ No início, quando ia fazer compras, uma pessoa me desmotivava dizendo que não era bom fazer grande quantidade de compras, pois teria o risco de não vender e aquilo entrava na minha cabeça, mas isso não impediu de prosseguir”*

Conforme Sebrae (2022), as mulheres são mais resilientes e adaptáveis às mudanças, pois em um contexto de pandemia, tentaram buscar novas estratégias utilizando a tecnologia para tentar manter os empreendimentos.

A entrevistada 3 conta sobre a sua paixão pelo empreendedorismo:

*“Sempre trabalhei como empreendedora, no início, venho de uma trajetória bem antiga, antigamente era uma lan-house e tive que migrar que era uma coisa que o mercado não exigia mais, ou seja o acesso à internet tornou algo mais fácil, dessa forma continuei com a gráfica rápida e depois de acordo com os clientes ia buscando convites, mimos, lembrancinhas, aí foi amplificando através da necessidade dos clientes, pois a lan-house não tinha mais lucratividade”*

Argumenta também sobre o crescimento do empreendedorismo feminino nos últimos anos e o preconceito vivenciado por ela:

*“Na minha opinião, a mulher é mais criativa, tem facilidade de lidar com as pessoas e cada dia a mulher torna-se mais independente. Tem gente que chega na loja, acham que sempre tem um homem por trás ajudando, para mim foi uma das principais dificuldades, pois as pessoas achavam que eu não era capaz e é um desafio muito grande em achar que a mulher não tem capacidade de iniciar e continuar sozinha”*

O preconceito no meio empresarial evidencia a forma figurativa quando trata-se sobre quem administra os negócios, explicitando a forma como ainda vivemos em um mundo que desacredita da capacidade de uma mulher para gerir os negócios e atribuir somente aos homens a capacidade. Porém, as mulheres estão enfrentando esses desafios e lutando para reduzir essa desigualdade e buscar equilíbrio profissional, mesmo que necessitem conciliar a vida pessoal e familiar (RAMOS; VALDISSER 2019, p.31).

### 4.3 Necessidade de Políticas Públicas para Empreendedoras na Pandemia do Covid-19

A pandemia do covid-19 foi um período de incertezas e inseguranças para a sociedade, principalmente para o mundo dos empreendimentos que houve a necessidade de buscar medidas preventivas e estratégias de vendas para conseguir permanecer no ramo. Foi imprescindível observar a importância da tecnologia e inserir frequentemente, os aplicativos e ferramentas que contribuíram para facilitar a presença dos clientes virtualmente, pois pela rapidez das redes sociais tornou-se frequente esta comunicação nesse período. Ou seja, era necessário ter apoio e entender técnicas de vendas para manter o empreendimento. O termo marketing digital foi bastante comentado na pandemia do covid-19, segundo Lana (2019, p.20), marketing significa aprofundar conhecimento e entender o mercado para buscar entender a necessidade do cliente através do produto/serviço à qual vai oferecer.

Mas, o marketing digital difere-se do marketing tradicional, pois utiliza a principal fonte: a internet para interagir e atrair um determinado público alvo. Porém, torna-se necessário ter conhecimento sobre isso para utilizar de forma estratégica e trazer resultados positivos (SOMOLON,2011).

Aliás, o planejamento é essencial para incrementar este termo nos negócios.

Como o autor Patel (2019), criou um passo a passo para interagir de forma presencial e virtualmente. Como mostra no quadro 2:

**Quadro 3-** Passo a passo para segmentar o público

<b>1.DEFINA SEU OBJETIVO DE NEGÓCIO COM RELAÇÃO AO PÚBLICO</b>	Na maioria das vezes, pode ser a venda de um produto ou serviço;
<b>2. IDENTIFIQUE OS RECURSOS NECESSÁRIOS</b>	São recursos humanos ou ferramentais para desenvolver a estratégia;
<b>3. COLETE OS DADOS</b>	Busca de fontes confiáveis para dados geográficos e demográficos;
<b>4. SELECIONE UM MÉTODO E CRIE UM MODELO</b>	Retoma os tipos de segmentação e veja qual deles é o mais apropriado ao seu objetivo de negócio.
<b>5.COMBINE OS DADOS</b>	Redireciona as pesquisas e combinar os dados coletados para começar a dar forma aos seus segmentos de público;
<b>6. CRIE SUAS PERSONAS</b>	Define o público;
<b>7. MONITORE AS MUDANÇAS</b>	Programa para reavaliar a sua estratégia a cada seis meses.

Fonte: Adaptado de Patel (2019)

As entrevistadas sabem a importância do marketing digital nos negócios, porém acreditam que necessita aplicar melhores estratégias através das divulgações nas redes sociais. A entrevistada 3 enfatiza a dificuldade para buscar formas para adaptar à crise e deu bastante importância à tecnologia:

“Sim, tive dificuldade, porque tive um segmento e tive que mudar, pois tinha que atender a necessidade do cliente. Os desafios que vemos enfrentando ultimamente é a pandemia, e eu tive que reinventar em relação às plataformas digitais, eu usava muito, mas passei a usar bem mais, ou seja percebi que o cliente não precisava vir até à loja para adquirir o produto e como não oferecia a opção de delivery, ou seja o WhatsApp foi a ferramenta principal, indispensável, principalmente no empreendedorismo, primeiro que é uma ferramenta gratuita e depois que aproxima as pessoas, ou seja quebrou todas as barreiras e fez como que mantássemos até hoje, pois os clientes querem agilidade e rapidez”

A entrevistada 1 ressalta um aplicativo que utilizou frequentemente na pandemia:

“Foi indispensável divulgações no Instagram, pois no Instagram é um vínculo muito forte com os clientes e dá para divulgar bastante o trabalho”

A entrevista 3 utilizou seu conhecimento adquirido em treinamentos feitos durante a pandemia e inseriu uma estratégia:

“Como minha loja é de artigos de festas, foi bastante desafiador, pois antes as pessoas faziam festas para 100,200 pessoas e a gente mostrou para o cliente através de divulgação de vídeos com a questão de festejar, como por exemplo: o aniversário, não precisava ser festa gigante e assim a gente passou a vender coisas em quantidades menores e assim oferecíamos kit (lembrancinhas, bolos e docinhos) e fez com que manteve, assim as pessoas perceberam que as festas poderia ser em casa, somente com os familiares”

Além disso, comenta algo que considera imprescindível para empreender, principalmente em um contexto de pandemia:

“Primeiro, precisa ter um equilíbrio psicológico e a questão de se reinventar, pois foi algo muito inesperado. Podendo oferecer outras coisas e vai voltando à lucratividade, porque se ficar achando que acabou, aí acaba fechando as portas”

O isolamento social foi uma das medidas preventivas para evitar a propagação do covid-19, principalmente para quem tinha feito o teste e o resultado foi positivo, através disso, o medo e a tensão de contrair o vírus foi frequente, pois era caracterizado como um vírus bastante perigoso causando sintomas irreversíveis que poderia levar até à morte. Infelizmente, nesse período, muitas pessoas foram diagnosticadas com ansiedade e depressão. Com a pesquisa recentemente, da OMS (Organização Mundial da Saúde), no ano de 2020, a prevalência global desses problemas de saúde, aumentou em 25%, atingindo mais jovens e mulheres (CNN BRASIL,2022)

Tornando evidente, o quanto é essencial debater sobre assuntos referentes à valorização da saúde mental, aliás para comandar um negócio perante a uma situação inesperada, foi necessário desenvolver inteligência emocional e ter apoio psicológico. As

entrevistadas comentam que gostaria de ter um suporte mental com um (a) especialista. A entrevistada 3 menciona:

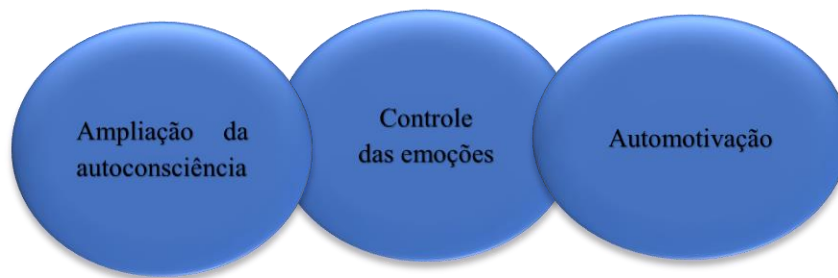
“Busquei ajuda através de curso, pois para você está bem no seu negócio, você precisa está bem psicologicamente, com sua família, com relacionamentos, ou seja não tem como está com o casamento destruído ou com os filhos largados e conseguir manter o foco. Porque o psicológico abala tudo, é o HD central. Ou seja, precisa está tudo equilibrado”

Ou seja, além de entender habilidades técnicas, é fundamental saber administrar as emoções consigo mesmo e com as pessoas que convivem.

A inteligência emocional pode ser considerada também como inteligência social e trata-se de uma habilidade comportamental para lidar melhor com os sentimentos (BROTTO,2017)

O autor Weisinger(2001), desenvolveu este termo em três aspectos, como mostra na figura:

**Figura 4-**Aspectos da inteligência emocional



Fonte: Weisinger (2001)

Na ampliação da consciência é uma forma de avaliar as emoções e sentimentos e lidar com mais eficiência ao atendimento público. Em relação ao controle de emoções é importante, pois ajuda a solucionar problemas urgentes e principalmente em situações difíceis, como por exemplo, em crises econômicas e na automotivação contribui para não desistir em momentos desafiadores e contribui para inserir um ambiente mais acolhedor e produtivo para os clientes e os colaboradores.

Além da crise de saúde, ocorreu impactos econômicos, consequentemente causado pela paralisação das atividades comerciais. O índice de desemprego aumentou juntamente com a inflação e o empreendedorismo ficou mais evidente como uma forma de necessidade para ter uma renda, conforme os autores Nassif, Ghobril, Amaral (2009), quando ocorre dessa forma há um retardamento econômico, pois entram despreparados e sem conhecimento necessário para manter o negócio, além disso, segundo os dados divulgados no SEBRAE (2021), as mulheres tem menos tempo para dedicar às atividades, pois 49% são chefes de domicílio. Aliás quem já

possuía empreendimentos antes desse cenário de pandemia, também teve dificuldades em relação á adaptar à estas transformações, principalmente para quem não estava instruído á encarar uma crise econômica e sem capacidade técnica e psicológica para este período. Ou seja, é fundamental ter um planejamento financeiro, porque ajuda a controlar as entradas e saídas de caixa num período futuro, decide o melhor momento para repor estoque e auxilia a rever os prazos de pagamentos negociados com os fornecedores. Como a entrevistada 3 comenta que teve prejuízos em mercadorias:

“Tive dificuldades com mercadorias vencidas, pois tem uma parte de bomboniere, docinhos, tudo reduziu e tudo parou, perdi mercadorias, não pensei em fechar, mas tive que reduzir funcionários, reduzir custos. Trabalhava de forma interna, ficou eu e uma funcionária. Até da quantidade de computadores que ficava ligados, somente um ficava ligado, mas depois que reabriu, consegui colocar quitar algumas dividas e foi fluindo”

Inclusive, mães empreendedoras tiveram mais dificuldade na pandemia para conciliar a rotina pessoal com a profissional, as entrevistadas comentam que foi uns dos fatores mais desafiadores, pois precisava ter uma rede de apoio. Conforme, os dados divulgados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), divulgado no ano de 2021, destaca uma porcentagem elevada, com 54,6% de mulheres nos empreendimentos com a idade de 25 e 49 anos que são mães de filhos de até 3 anos (REDAÇÃO VIVO,2022)

Como a entrevistada 2, relembra a sua dupla jornada sendo mãe empreendedora:

*“No período da pandemia, estava grávida e minha gravidez era de risco, não pude dedicar tanto à loja, como por exemplo postar nas redes sociais”*

Pelo surgimento frequente de novas empreendedoras, houve mais importância ao termo do empreendedorismo feminino, pois uns dos principais objetivos de implementação de políticas públicas é inserir mais bem-estar á determinado grupos de minorias e principalmente em uma crise econômica, essa necessidade é transformada em urgência para solucionar eventuais problemas, pois quando as mulheres desejam manter seu negócio, primeiramente é para trazer uma satisfação pessoal, porém na pandemia do covid-19 tornou-se bastante desafiador em organizar a vida pessoal e profissional, pois precisava ter apoio psicológico e técnico perante á um cenário de novas adaptações. Principalmente para quem era mãe e empreendedora.



Como foi mencionada pela entrevistada 3, a importância de ter apoio direcionado ao empreendedorismo feminino:

“Seria bom ter um suporte mental e psicológico oferecido pela prefeitura, eu já passei por uma trajetória e sofri bastante com isso, mas busquei estratégias e soube reinventar, mas tem pessoas que está começando e não sabe, tem muitas dúvidas e não tem como tirar essas dúvidas. Ou seja, a prefeitura oferecesse cursos como: manter o negócio, como organizar as finanças pessoais, finanças jurídicas, pois ainda tem muitas pessoas que confundem e acham a mesma coisa e tendo suporte seria bem melhor”

Por fim, foi feita uma pergunta relacionada à necessidade de políticas públicas á esse tema com o intuito de solucionar problemas pertinentes e quebrar alguns paradigmas existentes.

**Quadro 4-** Uma das perguntas utilizadas na entrevista semiestruturada

<b>Entrevistadas</b>	<b>Em sua opinião, necessita ter mais implementação de políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo feminino, objetivando contribuir para reverter alguns desafios? Por quê?</b>
<b>Entrevistada 1</b>	<i>“Sim, precisa. As políticas públicas deveria dá mais importância ao empreendedorismo feminino, pois não há uma valorização necessária”</i>
<b>Entrevistada 2</b>	<i>“Sim, pois teve muita gente que fechou loja e não conseguiu reabrir. É necessário ter mais políticas públicas, pois acho esse tema um pouco esquecido, poderia existir palestras educativas e também apoio psicológico para elas enfrentarem o que vem pela frente”</i>
<b>Entrevistada 3</b>	<i>“Sim, se tivesse mais apoio da prefeitura seria importante. Por exemplo: Campanhas. Assim, se fizesse uma pesquisa aqui no município, já percebe que a maioria são mulheres no empreendedorismo”</i>

Fonte: Autoria Própria (2022)

Nota-se nos argumentos apresentados pelas entrevistadas que desejam ter um respaldo mais sólido através de novas implementações de políticas públicas voltadas para o empreendedorismo feminino, pois ainda há obstáculos que precisam ser enfrentados e uns dos mais inerentes são: reduzir a desigualdade de gênero no mercado de trabalho e o preconceito.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino é sinônimo de empoderamento e coragem, pois quebra paradigmas impostos pela sociedade, necessitando ter mais implementação de políticas públicas direcionadas á este público. A reflexão acerca dessa escassez foi notória durante a pandemia do covid-19, um período de crise econômica e de saúde que ocasionou consequências estarrecedoras. Destacando que nos comércios locais de pequeno e grande porte precisaria buscar direcionamento técnico e mental para manter os empreendimentos. Aliás, para quem devia organizar a vida pessoal e profissional como mãe, empreendedora e esposa tornou-se mais desafiador.

Os objetivos do estudo foram alcançados, conforme foi mencionado pelas entrevistadas, as adversidades enfrentadas que surgiram por possuir empreendimento durante a pandemia do covid-19 e principalmente dificuldade para inserir estratégias de vendas, ter planejamento financeiro e inteligência emocional em uma fase conturbada. Além disso, foi evidente a paixão por empreender e a vontade de restringir o preconceito e desigualdade de gênero. Portanto, percebeu-se a importância da intervenção municipal para reverter problemas, inserindo apoio técnico e mental voltado para o empreendedorismo feminino.

A construção do estudo deu-se á partir de referências bibliográficas, sites confiáveis e a realização de entrevista com três empreendedoras residentes no município de Barreira-Ceará, para descobrir principais desafios durante um cenário de novas adaptações e com a interface teórica que possibilitou entender de forma mais aprofundada sobre a temática escolhida.

Entre os resultados obtidos, as empreendedoras que foram entrevistadas, possuem perfis semelhantes, ou seja, requer mais organização para administrar a vida pessoal e profissional, por ser mãe, empreendedora e esposa. Perante á isso, é possível destacar, através dos argumentos expostos por elas, em relação os motivos em abrir o próprio negócio, tornando-se convincente o tipo de empreendimento por necessidade, pois além de obter satisfação pessoal, desejam inserir novamente no mercado de trabalho caracterizado como competitivo, desigual e também a pretensão de independência financeira.

Ressaltando que uns dos principais desafios mencionados por elas durante a pandemia, foram utilizar técnicas de vendas através das redes sociais, pois antes disso elas não utilizavam frequentemente o modo de vender pela forma virtual e nesse período, foi de extrema importância reinventar e entender minuciosamente sobre o marketing digital e quem já dominava nestas técnicas de vendas, conseguiu manter o negócio com mais facilidade. Além

disso, lidar com situações inesperadas precisa tentar gerir melhor as emoções para não tomar decisões desagradáveis. Ou seja, em uma crise econômica, torna-se imprescindível buscar inteligência emocional para enfrentar momentos imprevisíveis.

A realização desta pesquisa traz contribuições às questões importantes referentes ao empreendedorismo feminino ao problematizar a necessidade de políticas públicas á esse tema em um cenário consideravelmente desafiador e difícil no município de Barreira, localizado no estado do Ceará, em um contexto de pandemia, também trouxe pontos fundamentais e dificuldades existentes no ato de empreender á partir do empreendedorismo feminino, mas não esgota as possibilidades de estudos empíricos neste campo.

Considerando que nenhum conhecimento é finito, recomenda-se a realização de mais pesquisas empíricas neste campo sob diferentes perspectivas, como a partir das perspectivas de mais mulheres que possui empreendimentos no município de Barreira-Ceará ,também com mulheres barreirenses que desejam empreender e elaboração de entrevistas com o âmbito público municipal, dessa forma possibilitará enfrentar cada vez mais, a escassez da produção acadêmica de conhecimento acerca do tema aqui proposto e as desigualdades socioeconômicas e desafios que assolam as mulheres, em geral, e as mulheres empreendedoras, em específico.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, R. O; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo.**, São Paulo- SP, v. 6, n. 3, p.151-171, 2021. Disponível em:[https://uniesp.edu.br/sites/\\_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf](https://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf) Acesso em: 20 abr. 2022.

AQUINO, Estela M. L. Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciência & saúde coletiva.**, v.25, p.2423-2446, 2020. Disponível em: <https://scielosp.org/pdf/csc/2020.v25suppl1/2423-2446> Acesso em:18 mai.2022.

ASCOM MULHERES REPUBLICANAS. **TPM: pesquisa aponta impulsionamento do empreendedorismo feminino durante a pandemia.** Brasília, DF. Disponível em: <https://republicanos10.org.br/mulheres-republicanas/tpm-pesquisa-aponta-impulsionamento-do-empreendedorismo-feminino-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 28 mai.2022.

BAGGIO, Adelar Francisco.; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Rev. De empreendedorismo, inovação e tecnologia.**,v.1,n.1,p.25-38,2014.Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 10 mar. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo, SP: Edições 70, 2011.

BATISTA, Geovana Ely Souza. **Empreendedorismo feminino e políticas públicas: necessidades, oportunidades e desafios no município de Caruaru-Pe.**2021.46f. 46 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Centro Acadêmico do Agreste, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, Pe,2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/42907/1/BATISTA%2c%20Geovana%20Ely%20Souza.pdf>.Acesso em: 12 mar.2022.

BRASIL. **Plano nacional de políticas para as mulheres.** Brasília-DF: Presidência da República,2006. Disponível em: [https://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/plano\\_nacional\\_politicas\\_compacta.pdf](https://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/plano_nacional_politicas_compacta.pdf). Acesso em: 15 abr.2022.

BROTTO, Filla Thaian. **Inteligência emocional: o que é?** Disponível em: <https://www.psicologosberrini.com.br/blog/inteligencia-emocional/>. Acesso em: 17 jun.2022.

CARLOMAGNO, C. Márcio.; ROCHA, Leonardo Caetano Da. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista eletrônica de ciência política.** Vol. 7, n.1, p.173-188, 2016. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/45771/28756>. Acesso em: 22 abr.2022.

CARVALHO, Grishna Polyanna Machado De. **Características e desafios do empreendedorismo feminino.**2018.38f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas e Humanas, Universidade Federal Rural do Semiárido, Mossoró, RN,2018. Disponível em:

repositorio.ufersa.edu.br/bitstream/prefix/5282/1/GrishnaPMC\_MONO.pdf.Acesso em: 16 abr.2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Dando asas ao espírito empreendedor**.4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

CNN BRASIL. **Casos de ansiedade e depressão cresceram 25% durante a pandemia, diz OMS**. Disponível em:<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/casos-de-ansiedade-e-depressao-cresceram-25-durante-pandemia-diz-oms/>. Acesso em: 04 jun.2022.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier,2008.

\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.4. ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier,2012.

\_\_\_\_\_.\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5.ed. Rio de Janeiro, RJ: Empreende; LTC, 2014.

DUARTE, Rosália. Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo. **Cadernos de pesquisa**., Rio de Janeiro, n.115, p.139-154,2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/PmPzWqMxQsvQwH5bkrhrDKm/> Acesso em: 29. Abr.2022.

FILLION, I. J. Empreendedorismo: empreendedorismo e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. São Paulo, v. 34, n. 2, p.05-28,1999. Disponível em: [https://www.academia.edu/1168821/empreendedorismo\\_empreendedores\\_e\\_propriet%C3%A1rios\\_gerentes\\_de\\_pequenos\\_neg%C3%B3cios](https://www.academia.edu/1168821/empreendedorismo_empreendedores_e_propriet%C3%A1rios_gerentes_de_pequenos_neg%C3%B3cios) Acesso em: 29 mar.2022.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil – 2015**. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/wp-content/uploads/2019/05/7347.pdf> Acesso em: 24 mar.2022.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil – 2016**. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8eb2dfb4fca9e5c31bd5a05f89374a7/\\$File/7577.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b8eb2dfb4fca9e5c31bd5a05f89374a7/$File/7577.pdf) Acesso em: 16 mar.2022.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil – 2018**. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4909960/mod\\_folder/content/0/GEM-2018-Apresenta%C3%A7%C3%A3o-SEBRAE-Final-slide.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4909960/mod_folder/content/0/GEM-2018-Apresenta%C3%A7%C3%A3o-SEBRAE-Final-slide.pdf) Acesso em: 29 mar.2022.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil – 2019**. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf> Acesso em: 29 mar.2022.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

GOMES, A. F et al. Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**., v. 16, n. 51, p. 319-342, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/b7pGYz8sKCcCFGWd8B4SrSB/> Acesso em: 30 mar.2022.

GOMES, Ferraz Almirava; SANTANA, P.G.W; SILVA, Moreira Jovino. Mulheres empreendedoras: desafios e competências. **Directory of Open Access Journals.**, Buenos Aires, v.4, n.24, p.01-14,2005. Disponível em: <http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm> Acesso em: 26 mar.2022.

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

HISRICH, R. D.; PETER, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman,2009.

JONATHAN, Eva G.; SILVA, Taissa, M. R. Da. Empreendedorismo Feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Revista Psicologia & Sociedade.**, Rio de Janeiro-RJ, v.19, n.1, p.77-84,2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/LPJhbkH3T9yWLxYkhFxsMSf/> Acesso em: 12 abr.2022.

LAGES, S. R. C. 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:<https://portaladm.estacio.br/media/4404/4-desafios-empresorismo-feminino-reflexao-dificuldades-mulheres-pobres-conducao-projetos-geradores-renda.pdf> Acesso em:10 mai. 2022.

LANA, Piazzarolo Cibele. **Marketing na prática**: conceitos e exemplos para atuar na área. São Paulo, SP: Senac,2019.

LANDSTROM, H.; BENNER, M. Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. In: landstrom, h.; lohrke, f. (org). historical foundations of entrepreneurship research. Great Britain: edward elgar publishing. p.15-45, 2010.

MARCONI, Andrade de Marina.; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas,2003.

MERLIN, Higyá Alessandra et al. Empreendedorismo Feminino no Brasil: teorias, políticas e tendências. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo.**, Campo Grande- MS, v.6, n.3, p.30-46,2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/view/27311/16077>. Acesso em: 15. Abr.2022.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 29. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

NASSIF, V. M. J.; GHOBIL, A. N.; AMARAL, D. J. Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no brasil. **Pensamento & realidade**, v. 24, n. 1, p. 143-168, 2009. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/43694/empreendedorismo-por-necessidade--o-desemprego>. Acesso em: 03 jun. 2022.

NATIVIDADE, Daise Rosas Da. Empreendedorismo Feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública – RAP**. Rio de Janeiro, RJ. V. 43, p. 231-256, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/4W3tx5pLKYYTsTqtmcQD9BC/> acesso em: 10 mai.2022.

NUNES, Ginete C.; NASCIMENTO, Maria Cristina d.; LUZ, Maria Aparecida C.A. Pesquisa Científica: conceitos básicos. **Id on Line Revista de Psicologia**, v.10, n.29. p. 144-151,2016. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/390>. Acesso em:25 abr. 2022.

PATEL, N. **Segmentação de Mercado: guia completo de segmentação**. [S.l. ]: Neil Patel, 2019. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/segmentacao-de-mercado/>. Acesso em:05 jun.2022.

POSSATI, I. C.; DIAS, M. R. Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico. **Psicologia: Reflexão e Crítica.**, UFPB,v.15, n.2, p.293-301,2002.Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/26362295\\_multiplicidade\\_de\\_papeis\\_da\\_mulher\\_e\\_seus\\_efeitos\\_para\\_o\\_bem-estar\\_psicologico](https://www.researchgate.net/publication/26362295_multiplicidade_de_papeis_da_mulher_e_seus_efeitos_para_o_bem-estar_psicologico). Acesso em: 12 mai. 2022.

RAMOS, Karla de Sousa.; VALDISSER, Cassio Raimundo. Das dificuldades ao sucesso: os caminhos tortuosos e cheios de obstáculos enfrentados por empreendedoras. **GETEC**, v.8, n.20, p.23-40,2019. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/getec/article/view/1611>.Acesso em:10 mai.2022.

REDAÇÃO VIVO. **Mães empreendedoras: quando a rede de apoio faz a diferença**. Disponível em: <https://vivomeunegocio.com.br/conteudos-gerais/expandir/maes-empreendedoras/>. Acesso em: 01 jun.2022.

RIELLA, Renato. **Relatório do Sebrae mostra que a taxa de empreendedorismo volta a cair no Brasil**. Disponível em: em: [https:// Relatório do Sebrae mostra que a taxa de empreendedorismo volta a cair no Brasil » BLOG DO RIELLA](https://Relatório do Sebrae mostra que a taxa de empreendedorismo volta a cair no Brasil » BLOG DO RIELLA).Acesso em: 30 mar.2022.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil-2021**. [s.d] Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/arquivos\\_chronus/bds/bds.nsf/f4926fff9f6e08e087a86d4b820bd917/\\$file/30636.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/arquivos_chronus/bds/bds.nsf/f4926fff9f6e08e087a86d4b820bd917/$file/30636.pdf) Acesso em: 02 mar.2022.

SEBRAE. **Qual a realidade do empreendedorismo feminino no Brasil?** Santa Catarina. [s.d]. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-a-realidade-do-empreendedorismo-feminino-no-brasil> Acesso em: 09 mar.2022.

SILVA, Allan Gustavo Freire da et al. A relação entre estado e políticas públicas: uma análise teórica sobre o caso brasileiro. **Revista Debates.**, Porto Alegre- RS, v. 11, n.1, p. 25-42,2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/72132> Acesso em: 12 abr.2022.

SOMOLON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**.9. ed. Porto Alegre, RS: Bookman,2011.

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias.**, Porto Alegre- RS, v.08, n. 16, p.20-45,2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/6YsWyBWZSdFgfSqDVQhc4jm/> Acesso em:21 out.2021.

TEIXEIRA, Enise Barth. A análise de dados na pesquisa científica: importância e desafios em estudos organizacionais. **Editora unijuí**.v.1, n.2, p.177-201,2003.Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/20204/a-analise-de-dados-na-pesquisa-cientifica--importancia-e-desafios-em-estudos-organizacionais>. Acesso em:18 abr.2022.

TORRES, Victor. Empreendedorismo feminino: importância e desafios. **Contabilizei**, 2021. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/empreendedorismo-feminino/>.Acesso em: 30 mai. 2022.

VALDETE, Boni.; QUARESMA, Jurema Sílvia. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. Santa Catarina,v.02,n.1,p.68-80,2005.Disponível em: <https://www.studocu.com/pt-br/document/universidade-candido-mendes/metodologia-da-pesquisa/valdete-boni-e-silvia-jurema-quaresma-aprendendo-a-entrevistar-como-fazer-entrevistas-em-ciencias-sociais/10850148> .Acesso em:16 abr.2022.

WEISINGER, H. **Inteligência emocional no trabalho**. Rio de Janeiro, RJ: Objetiva, 2001.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. **Metodologia de pesquisa**.2. ed. Florianópolis, SC: UFSC,2011.



## APÊNDICES



### APÊNDICE A– TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO (TCLE)

Título da Pesquisa: Empreendedorismo feminino: uma reflexão em um contexto de pandemia no município de Barreira-Ceará

Nome do (a) Pesquisador (a): Gleiciane Sousa da Silva

Nome do (a) orientador (a): Andrea Yumi Sugishita Kanikadan

Você está sendo convidada para participar da pesquisa intitulada **empreendedorismo feminino: uma reflexão em um contexto de pandemia no município de Barreira-Ceará** sob a responsabilidade da pesquisadora **Gleiciane Sousa da Silva**. Nesta pesquisa estou buscando analisar os desafios enfrentados pelas empreendedoras em um contexto de pandemia no município de Barreira-Ceará. Além disso, descrever algumas características pessoais e profissionais das empreendedoras; relatar os motivos mencionados em iniciar o empreendimento e identificar a necessidade de políticas públicas para empreendedoras barreirenses na pandemia do covid-19. Sua participação é muito importante e seria da seguinte forma: responder algumas perguntas relacionadas aos objetivos da pesquisa. Para facilitar o trabalho, e não tomarmos o seu tempo, será gravada uma entrevista que após a escuta das gravações para a pesquisa, a mesma será transcrita.

Esclarecemos que sua participação é totalmente voluntária, podendo você: recusar-se a participar, ou mesmo desistir a qualquer momento, sem que isto acarrete qualquer ônus ou prejuízo à sua pessoa. Esclarecemos, também, que suas informações serão utilizadas somente para os fins desta pesquisa e serão tratadas com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade, pois os resultados serão úteis para a realização do **TCC (trabalho de conclusão de curso)**, mas todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais, somente a pesquisadora e a orientadora terão conhecimento de sua identidade e nos comprometemos a mantê-la em sigilo ao publicar os resultados no trabalho. Você não terá nenhum gasto ou ganho financeiro por participar da pesquisa. Os riscos para você, com a divulgação de sua história, entre outras que deverão ser relatadas, parecem-nos inexistentes. No entanto, identificamos como benefício a contribuição para desenvolver estudos que poderão estimular a criação/implementação de novas políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo feminino.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto preencha, por favor, os itens que se seguem: Confiro que recebi uma via deste termo de consentimento e autorizo a execução do trabalho de pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo. Qualquer dúvida a respeito da pesquisa, você poderá entrar em contato com: Gleiciane Sousa da Silva, pelo telefone (85) 99417-1646, no endereço Rua Cândido Pereira, S/N, Cep:62.795-000, Barreira- CE. Ou se preferir pelo e-mail: [gleicianes2608@gmail.com](mailto:gleicianes2608@gmail.com)

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa:

Barreira, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

---

**Nome da participante da pesquisa**

---

**Assinatura da participante da pesquisa**

---

**Assinatura da pesquisadora**

## **APÊNDICE B: ROTEIRO DE ENTREVISTA**

Os dados coletados serão utilizados, exclusivamente para o desenvolvimento do trabalho de pesquisa em pauta, o qual está sendo desenvolvido por Gleiciane Sousa da Silva com a orientação da Professora Doutora Andrea Yumi Sugishita Kanikadan, a ser apresentado na Universidade Federal da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, para obtenção do título de bacharela em Administração Pública.

**Objetivo Geral:** Analisar os desafios enfrentados pelas empreendedoras em um contexto de pandemia no município de Barreira- Ceará.

### **Objetivos específicos:**

- Descrever algumas características pessoais e profissionais das empreendedoras;
- Relatar os motivos mencionados em iniciar o empreendimento;
- Identificar a necessidade de políticas públicas para empreendedoras barreirenses na pandemia do covid-19.

### **• CARACTERÍSTICAS PESSOAIS E PROFISSIONAIS DAS EMPREENDEDORAS**

*Entrevistada 1, 2 e 3*

#### **1.Idade da empreendedora:**

#### **2.Estado Civil:**

( ) solteira ( ) casada ( ) divorciada ( ) Viúva

#### **3.Grau de escolaridade?**

( ) Ensino Fundamental; ( ) Ensino Médio Incompleto; ( ) Ensino Médio Completo ( ) Ensino Superior Incompleto ( ) Ensino Superior Completo; ( ) Pós-Graduada

#### **4.Tem filhos? Se sim, quantos?**

#### **5.Tipo de empreendimento:**

#### **6. Tempo de existência da empresa:**

( ) Menos de um ano ( ) de 1 a 3 anos ( ) de 4 a 6 anos ( ) de 7 a 10 anos ( ) Acima de 10 anos

**7.Jornada de trabalho:**

( ) até 6 horas ( ) de 6 á 12 horas ( ) mais que 12 horas

**8.Número de funcionários:**

( ) Até 1 funcionário ( ) de 2 a 4 funcionários ( ) de 5 a 7 funcionários

**9.Na sua opinião, quais as habilidades indispensáveis no empreendedorismo feminino?**

**10. Já participou de alguma palestra voltada especialmente para empreendedoras?**

- **MOTIVOS MENCIONADOS PELAS EMPREENDEDORAS EM INICIAR O EMPREENDIMENTO**

*Entrevistada 1, 2 e 3*

**11.Me conta um pouquinho sobre os motivos que fizeram abrir seu empreendimento?**

**12.Uns dos motivos de empreender, foi a falta de oportunidade no mercado de trabalho?**

**13.O empreendedorismo feminino está crescendo bastante nos últimos anos. Por qual motivo deu-se esse crescimento?**

**14.Para você, empreendedorismo é uma forma de combater a desigualdade de gênero. Se sim, por quê?**

**15.Na sua opinião, ainda existe preconceito em relação ás mulheres liderar seus próprios negócios? Se sim, já passou alguma situação desconfortável de preconceito?**

- **NECESSIDADE DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EMPREENDEDORAS BARREIRENSES NA PANDEMIA DO COVID-19**

*Entrevistada 1, 2 e 3*

**16.Quando acontece uma crise econômica, é necessário reinventar, buscar estratégias para adaptar à crise. Você teve dificuldade para manter o seu empreendimento e por quais motivos?**

**17.Para você, quais foram os maiores desafios na pandemia?**

( ) Preconceito ( ) Falta de apoio amigos e/ou família ( ) Excesso de cobrança

( ) Desafio de conciliar vida pessoal e profissional ( ) Recurso financeiro ( ) outros.

**18. De acordo, com os dados divulgados no ano de 2020 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), muitas empreendedoras tiveram uma difícil decisão de fechar seus negócios. E você pensou em algum momento, desistir do seu negócio por causa da pandemia do covid-19? Se sim, por quê?**

**19. O que considera indispensável á uma empreendedora para lidar com um cenário de mudanças e novas adaptações perante á um contexto de pandemia?**

**20. Em uma crise econômica, foi imprescindível buscar inteligência emocional para enfrentar esse contexto? Foi fácil para você lidar com isso?**

sim  não, tive dificuldade

**21. Já teve um apoio psicológico com um (a) especialista?**

sim  não

**22. Já fez ou faz frequentemente planejamento financeiro?**

sim  não, mas desejo fazer

**23. Sabe a importância no marketing digital no seu negócio?**

sim  não

**24. Tem facilidade para fazer divulgações e aplicar estratégias de marketing digital nas suas redes sociais?**

sim  não, tenho dificuldade  não, desejo aprender

**25. Considera necessário, ter um suporte técnico e mental oferecido de forma gratuita pela prefeitura?**

**26. Em sua opinião, necessita ter mais implementação de políticas públicas direcionadas ao empreendedorismo feminino, objetivando contribuir para reverter alguns desafios? Por quê?**