



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL DO PIAUÍ
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

VITÓRIA KEYTILA DE ALMEIDA MOURA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: DESAFIOS E POSSIBILIDADES DE
EMPREENDER NO CONTEXTO PÓS-PANDEMIA EM ANGICAL-PI**

ANGICAL DO PIAUÍ - PI

2023

VITÓRIA KEYTILA DE ALMEIDA MOURA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: DESAFIOS E POSSIBILIDADES DE
EMPREENDER NO CONTEXTO PÓS-PANDEMIA EM ANGICAL-PI

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como requisito obrigatório para a obtenção do diploma do Curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus de Angical-PI.

Orientadora: Prof. Ma. Eliana Pires Conde.

ANGICAL DO PIAUÍ - PI

2023

EMPREENDEDORISMO FEMININO: DESAFIOS E POSSIBILIDADES DE EMPREENDER NO CONTEXTO PÓS-PANDEMIA EM ANGICAL-PI

Vitória Keytila de Almeida Moura¹
Eliana Pires Conde²

RESUMO

O empreendedorismo feminino no contexto pós-pandemia tem ganhado maior notoriedade visto os avanços na garantia dos direitos femininos e a massiva inserção das mulheres no mundo dos negócios em posição de liderança e criação de novas empresas. Dessa forma, buscou-se através deste artigo analisar os desafios e as possibilidades associados ao empreendedorismo feminino frente ao cenário de pós-pandemia no município de Angical-PI. A metodologia direcionou uma pesquisa qualitativa-descritiva a qual esteve embasada em produções teórico-bibliográficas, contemplando o período de 2012 a 2022, bem como na aplicação de entrevistas semiestruturadas realizadas por meio de ferramentas digitais como o aplicativo de WhatsApp com 18 mulheres empreendedoras do município. Os resultados apontaram que dentre os desafios para o empreendedorismo feminino em Angical-PI estão a queda de vendas presenciais, a escassez e aumento dos preços da matéria-prima e, em contrapartida, evidenciaram as possibilidades variadas de alcance ao público consumidor através das mídias digitais.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino; município de Angical-PI; desafios e possibilidades; COVID-19.

ABSTRACT

Women's entrepreneurship in the post-pandemic context has gained greater notoriety, given advances in guaranteeing female rights and the massive insertion of women in the business world in a position of leadership and creation of new companies. In this way, this article seeks to analyze the challenges and possibilities associated with female entrepreneurship in the face of the post-pandemic scenario in the municipality of Angical-PI. The methodology directs qualitative-descriptive research which was based on theoretical-bibliographic productions, covering the period from 2012 to 2022, as well as the application of semi-structured interviews carried out with 18 women entrepreneurs in the municipality. The results showed that among the challenges for female entrepreneurship in Angical-PI are the drop in face-to-face sales, the scarcity and increase in raw material prices and, on the other hand, evidenced the varied possibilities of reaching the consumer public through digital media.

Keywords: female entrepreneurship; challenges and possibilities; covid-19.

Data de aprovação: 30/05/2023

¹ Discente do curso Bacharelado em Administração – IFPI.
caang20191baa40@aluno.ifpi.edu.br.

² Docente Mestra Orientadora vinculada ao Curso Bacharelado em Administração – IFPI.
eliana.conde@ifpi.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino tem ganhado notoriedade, devido ao processo de feminização do mercado de trabalho, contribuindo atualmente para o crescimento de forma gradual de empreendimentos criados e liderados por mulheres ao evidenciar a importância de tal movimento no cenário econômico e social, tomando-se ainda como campo de pesquisa imprescindível para compreender as razões pelas quais as mulheres buscam empreender e, deste modo, destacar as particularidades pertinentes ao empreendedorismo feminino (AMORIM; BATISTA, 2012).

Segundo Chiavenato (2006), o empreendedor tem capacidade de identificar as oportunidades de mercado, somando sua sensibilidade frente aos negócios para concretizar suas ideias e projetos em seu benefício econômico. Deste modo, entende-se que o contexto econômico ocasionado pela pandemia da Covid-19 evidenciou a crise financeira e as altas taxas de desemprego, forçando a busca da população pela recuperação de crédito financeiro através da criação de novos empreendimentos a fim de agregar valor e transformar conhecimentos em novas oportunidade e produtos.

Assim, a pandemia também contribuiu para o crescimento do empreendedorismo feminino. Dessa forma, embora com o fechamento de inúmeras empresas devido a necessidade de isolamento social em função da pandemia, as mulheres empreendedoras finalizaram o ano de 2020 com um crescimento de 40% do empreendedorismo feminino (EMPREENDEDOR, 2020). A faixa etária da maioria dessas mulheres é de 22 a 35 anos, destacando que 54% das mulheres buscaram abrir uma nova empresa ou investir em negócios voltados aos setores de alimentação, beleza, estética e moda (EMPREENDEDOR, 2020).

Este estudo tratou-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa a qual partiu de entrevistas semiestruturadas com as mulheres empreendedoras do município de Angical do Piauí, bem como esteve pautada no embasamento teórico advindo de pesquisas científicas, selecionadas nos bancos de dados, pertinentes à temática, cujo objetivo fora analisar os desafios e as possibilidades associados ao empreendedorismo feminino frente ao cenário de pós-pandemia no município de Angical-PI. Adicionalmente, em relação aos objetivos específicos, buscou-se: traçar o perfil das empreendedoras do município de Angical do Piauí; investigar como acontece o empreendedorismo feminino em Angical - PI; conhecer as estratégias utilizadas pelas mulheres para potencializar seus empreendimentos.

Considerando este cenário, o presente estudo justificou-se pela importância do processo de feminização do mercado de trabalho e pela forte participação da mulher no setor de empreendedorismo, pois, cada vez mais as mulheres estão tomando frente nos negócios e se tornando empreendedoras de sucesso (AMORIM; BATISTA, 2012). Tal potencialidade feminina ganha destaque e se torna uma realidade possível e em ascensão ao passo que as mulheres têm construído alternativas para a ocupação e permanência no mercado econômico, bem como geram oportunidades de emprego, contribuindo para o desenvolvimento econômico da sua comunidade e, conseqüentemente, do país.

Neste sentido, compõem a estrutura do trabalho, uma seção introdutória referente à temática, bem como a fundamentação teórica a qual apresenta um apanhado de informações históricas e conceituais acerca do empreendedorismo centrado na atuação das mulheres.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedor é de origem francesa “entrepreneur” cujo significado corresponde a “aquele que está entre ou intermediário” (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). O empreendedorismo surgiu no século XVII com o início da industrialização que ocorria por todo o mundo devido a Primeira Revolução Industrial que ocorreu na Grã-Bretanha. Com a mudança do sistema econômico, os empreendedores passaram a se distinguir dos fornecedores de capital, os capitalistas, sendo utilizado, inicialmente, pelo economista francês Jean-Baptiste Say com o intuito de definir o indivíduo que transforma recursos econômicos que antes faziam parte de um setor de baixa produtividade para um setor cuja produtividade é maior.

No Brasil, o movimento do empreendedorismo no Brasil delineou-se por volta dos anos 90, a partir da criação de instituições como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Destacando ainda, algumas ações que também contribuíram para a potencialização do empreendedorismo no Brasil, dentre elas: os programas Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços) que promoviam atividades de empreendedorismo em software, o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, voltado à capacitação de mais de 6 milhões de empreendedores no país, além dos programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE (DORNELAS, 2016).

Ao longo dos anos as definições acerca do empreendedor sofreram alterações sendo, atualmente, compreendido como um indivíduo que desenvolve um negócio inovador e próprio. Deste modo, o empreendedor expressa capacidade de impulsionar o desenvolvimento econômico e social através da reforma ou da revolução nos modelos de produção (SCHUMPETER, 1997). Segundo Chiavenato (2006), o empreendedor aplica esforços, recursos, ideias e ações, atuando em seu favor e em favor da comunidade.

De acordo com dados apresentados pela pesquisa realizada pela *GEM - Global Entrepreneurship Monitor* (2019), no Brasil há em torno de 52 milhões de empreendedores atuantes em diversos modelos de negócios e de empresas nos diferentes setores da economia. Dentre os tipos de empreendedorismo, destacam-se: empreendedorismo cooperativo, corporativo, digital, startups, social e informal. Assim, direcionado para o desenvolvimento de competências e habilidades, cabe ao indivíduo empreendedor assumir algumas características inerentes a tal atuação, como: a capacidade de planejamento, responsabilidade, criativo, inovador e possuir potencial de liderança (FILION, 2000).

Empreendedor é uma pessoa que idealiza, desenvolve e coloca em prática suas ideias, além de ser uma pessoa criativa, visionária que busca desenvolver a capacidade de definir e atingir objetivos, mantendo uma visão holística do ambiente no qual está inserido e utilizando-o para detectar oportunidades de negócios. Sendo assim, o empreendedorismo é voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades. Desta forma, o estudo das características empreendedoras se torna importante não só no contexto do mundo de negócios mas também no contexto pessoal, tornando-o mais seguro e atento ao alcance de objetivos (FILLON, 2020).

Assim, destaca-se a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento do país, pois contribui para a geração de novos postos de trabalho e para a oferta de novos produtos e serviços que anteriormente, o consumidor não tinha acesso. Além disso, atitudes empreendedoras possuem potencial para criar bem estar social, especialmente quando elas objetivam desenvolver soluções para determinados problemas da sociedade.

2.1.1 Empreendedorismo no Brasil durante a pandemia

A pandemia da Covid-19 tem registros iniciais datados no período dezembro de 2019 como apontado por Aguiar et al. (2020, p.1). Assim, o surgimento do novo coronavírus teve

seus primeiros casos localizados na cidade de Wuhan, na China, onde um grupo de pacientes apresentavam quadros de pneumonia, sendo posteriormente definida Covid-19 pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Com a evolução da epidemia, percebeu-se que o curso da infecção indicava grau de transmissibilidade acentuado, levando a OMS a reunir um comitê de emergência para discutir o surto e, a partir do qual fora declarado o estado de Emergência de Saúde Pública de âmbito internacional (AGUIAR et al., 2020, p.1).

O alastramento substancial da COVID-19 causou graves danos à saúde, economia e à socialização. A proporção crescente de casos, gerou preocupação em escala mundial, forçando aos governos a tomada de medidas drásticas de sobrevivência, assim, estratégias de isolamento social e de restrição às atividades econômicas foram realizadas com o intuito de desacelerar a infecção e a disseminação do contágio, gerando, por consequência, impactos significativos na economia e na sociedade. Ademais, cabe destacar que a pressão econômica mundial, levou ao fechamento de várias empresas e à perda de emprego e renda por parte da população, além do agravamento da crise sanitária (KUCKERTZ et al., 2020).

As mudanças ocasionadas pela crise da COVID-19 impactaram no estilo de vida, cultura e interações sociais dos indivíduos. Sob a perspectiva do gerenciamento, surgiram novas demandas aos empreendedores quanto às novas maneiras de viver (RATTEN, 2020a). Segundo Kuckertz et al. (2020), é necessário entender as implicações que a COVID-19 teve para os empreendedores, os quais tiveram que reforçar o caráter resiliente e adaptável para criar novas estratégias de negócios.

Nassif et al. (2020b) compreende que o grande desafio do empreendedor com a COVID-19 refere-se à adaptabilidade, modificação e adaptação de estratégias para atender as novas nuances de mercado e demandas sociais, bem como inovar em ambientes cujas restrições de recursos são existentes para a manutenção dos negócios. Neste sentido, a crise de saúde global impôs movimentos voltados ao cultivo das capacidades e habilidades necessárias para transformar os modelos de negócios e práticas de gestão, de forma ágil e flexível (LIU et al., 2020; XING, LIU, BOOJIHAWON e TARBA, 2020).

De acordo com o Mapa das Empresas, em boletim apresentado pelo Ministério da Economia (2022), no primeiro quadrimestre de 2022, apontam a abertura 1.350.127 de empresas, a qual representa um aumento de 11,5% em relação ao último quadrimestre de 2021, porém com queda de 3,2% quando comparado com o primeiro quadrimestre de 2021. Os resultados revelam um saldo positivo de 808.243 empresas abertas, com um número total de 19.373.257 empresas ativas (BRASIL, p.1, 2022). Cabe destacar que no cenário econômico brasileiro as atividades do setor terciário da economia exercem maior predominância, relativas ao comércio e prestação de serviços, representando 81,5% das empresas ativas no País.

Como apontado por Nassif, Armando e Falce (2020a), empreender exige uma perspectiva visionária das oportunidades que surgem em tempos (adversos, sendo necessário aprimorar as habilidades referentes à adaptação e preparo técnico, a exemplo do manejo tecnológico, cuja aplicabilidade se faz essencial, atualmente. Tal recurso tem se tornado primordial para os empreendimentos, ao passo que a comercialização na modalidade física precisou adotar as medidas de isolamento social, tendo por consequência o fechamento da mesma (BERNARDES, SILVA & LIMA, 2020).

Durante esse cenário, cabe atentar-se à avaliação dos riscos do negócio, captando novos clientes, e buscando novas alternativas para o desenvolvimento. (LIGUORI & PITTZ, 2020). Corroborando com esta ideia, Castro, Pontelli, Nunes, Kneipp, e Costa (2021), destacam que dentre as oportunidades que surgiram durante a pandemia, destaca-se o aperfeiçoamento pessoal e profissional, reinvenção de serviços, novos modelos de trabalho, de negócios e a implementação do e-commerce.

Desta forma, a resiliência tornou-se imprescindível, de caráter psicológico, mas também quanto ao apoio e preparação organizacional (LIU, LEE & LEE, 2020). Para tanto, como apontado na pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora- RME (2020) diversas medidas foram tomadas pelas mulheres que decidiram empreender no período pós-pandêmico, como: trabalho remoto, adequação dos produtos às novas demandas, serviços voltados para as mídias digitais e mudanças estratégicas para potencializar o alcance de vendas.

2.1.2 Empreendedorismo feminino

O crescimento exponencial da participação das mulheres frente ao mundo dos negócios demonstra cada vez mais o reconhecimento social das potencialidades femininas quanto ao desenvolvimento de atividades econômicas e à capacidade de criar e empreender, promovendo inovações na cultura organizacional brasileira.

Teixeira e Bomfim (2016) pontuam a existência de múltiplas razões para as decisões que levam as mulheres a criar o próprio negócio, dentre elas, em caráter intrínseco, destacam-se a autossatisfação, possibilidade de construção do conhecimento por meio da correção de erros, autonomia na tomada de decisões, além da flexibilidade de horários que pode vir a auxiliar no conciliamento entre trabalho e demais papéis desempenhados pelas mesmas.

Em virtude às demandas consequentes ao período pós-pandêmico, as mulheres assumiram em parte ou em sua totalidade a responsabilidade financeira familiar e, neste sentido, passaram a criar e a gerenciar seus próprios empreendimentos a fim de superar os impactos econômicos ocasionados pela pandemia da Covid-19 (TEXEIRA & BONFIM, 2016).

O Brasil é o sétimo país com o maior número de mulheres empreendedoras, que totalizam cerca de 30 milhões, correspondendo a 48% dos empreendimentos no país dentre. Cabe destacar que 63% dessas mulheres possuem total independência na gestão de seus negócios, conforme aponta a pesquisa realizada pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (GEM; IBQP, 2022).

A pesquisa aponta, ainda, que 55% dessas mulheres empreendem partindo da necessidade de gerar renda (GEM, 2020). Embora os desafios encontrados pelas mulheres se apresentem em formato diferente quando considerados no universo masculino, a competência em inovar garante às mesmas grande destaque no contexto de negócios pós-pandemia.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo refere-se a uma pesquisa qualitativa-descritiva, cujo enfoque é dado aos aspectos subjetivos que compõem a realidade social do objeto estudado, considerando os valores, história, significados e intenções dos agentes sociais (MINAYO, 2013).

As pesquisas descritivas visam apontar as características de determinado fenômeno estabelecendo relações entre variáveis, assim como levantar opiniões, atitudes e crenças de uma população ou grupo, como também descobrir a existência de associações entre variáveis (GIL, 2010). Neste sentido, buscou-se descrever o perfil das mulheres empreendedoras, bem como as estratégias utilizadas na criação e/ou potencialização de seus empreendimentos.

O levantamento de dados foi realizado junto à prefeitura do município de Angical-PI e através da busca ativa por parte da pesquisadora de forma presencial e online com o objetivo de identificar os empreendimentos liderados ou criados por mulheres residentes no município, no período entre 2021 e 2023, ativos até a realização do estudo.

Quanto à coleta de dados utilizou-se a aplicação de um questionário sociodemográfico e de uma entrevista semiestruturada de forma presencial e com a mediação de aparelhos

celulares através do aplicativo digital WhatsApp, ferramenta virtual de uso comum entre as empreendedoras, na qual participaram 18 entrevistadas. O questionário sociodemográfico consiste, portanto, em uma importante ferramenta que permite coletar informações gerais sobre um grupo de pessoas, tais dados incluem atributos como idade, sexo, local de residência, etnia, nível de escolaridade, renda, dentre outras informações sobre o grupo estudado (SANTOS, 2017). Para tanto, se faz pertinente destacar os dados referentes à figura das mulheres que configuram o público-alvo desta pesquisa.

Segundo Gil (2010, p. 121) a entrevista consiste em uma:

"técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado".

Os aspectos de investigação abordados na entrevista foram contemplados nas seguintes questões: 1) Qual(ais) a(s) motivação(ões) que a levou a empreender? 2) Você teve capital próprio para iniciar sua atividade? 3) Qual nicho você escolheu para investir? Por quê? 4) Como é/foi para você empreender no cenário pós-pandemia? 5) Quais as estratégias você tem utilizado para manter/potencializar o seu negócio? 6) Cite dificuldades e facilidades de empreender no contexto pós pandemia.

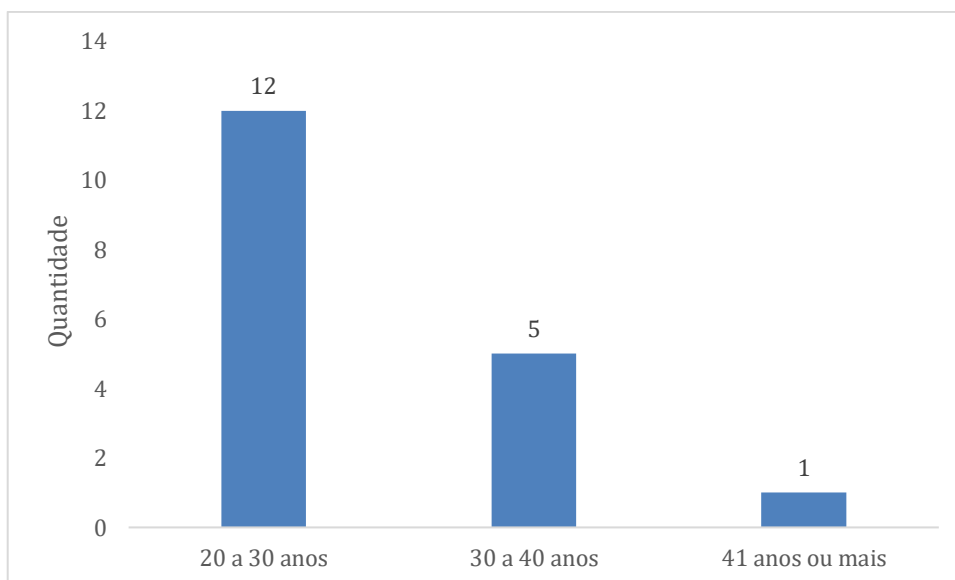
A entrevista, atribui importante significação à pesquisa qualitativa, possibilitando compreender a realidade ou o fenômeno que envolve o sujeito entrevistado. Desse modo, fez-se imprescindível dar voz às mulheres que empreendem para, então, compreender o empreendedorismo feminino em suas possibilidades e desafios no período pós-pandemia.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A presente pesquisa foi ambientada no município de Angical do Piauí, pertencente à microrregião do Médio Parnaíba. De acordo com os dados do IBGE (2010) a população soma um total de 6.670 residentes, dentre os quais 3.437 são mulheres, correspondendo, portanto, à 51,5% da população geral. Segundo o SEBRAE (2020), Angical do Piauí possui 273 empreendimentos registrados e informais, a fim de contemplar o público-alvo desta pesquisa foi feito um recorte para a seleção de empreendimentos liderados apenas por mulheres no período pós-pandemia. Assim, a referida pesquisa contou com a participação de 18 mulheres empreendedoras, as quais responderam a um questionário dividido em duas partes, dados sociodemográficos e entrevista semiestruturada.

Inicialmente, o objetivo foi realizar a identificação do perfil da população entrevistada, compreendendo dados acerca da faixa etária, estado civil, cor/raça, grau de instrução, quantidade de membros na família e renda média. De acordo com os dados provenientes do questionário sociodemográfico, verificou-se que a faixa etária das participantes situa-se entre 20 e 41 anos de idade, considerando que a maioria destas possuem entre 20 a 30 anos, como apontado no gráfico abaixo.

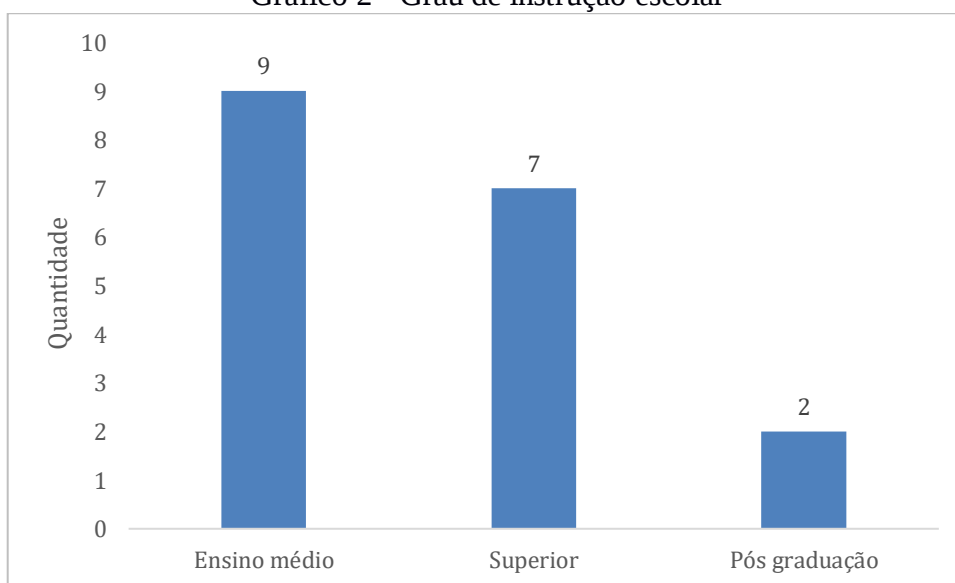
Gráfico 1- Faixa etária



Fonte: Elaborado pela autora.

Quanto ao grau de instrução, observou-se que das entrevistadas possuem o ensino superior completo, seguido do ensino médio completo (9) ensino superior (7) e pós-graduação (2), como demonstrado no gráfico abaixo.

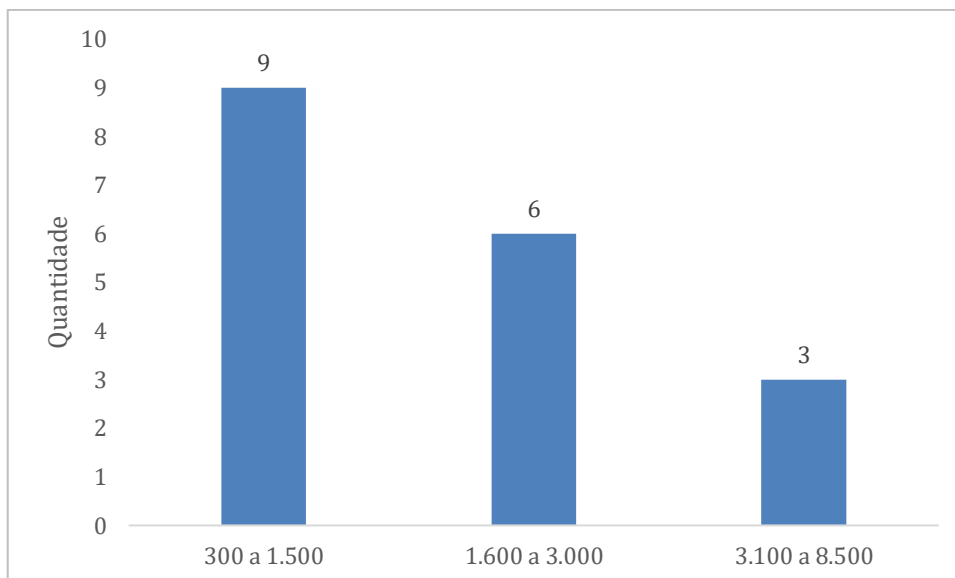
Gráfico 2 - Grau de instrução escolar



Fonte: Elaborado pela autora.

Em se tratando da renda média, as participantes apresentaram ganhos cuja soma mensal varia entre R\$ 300,00 (trezentos reais) e seis salários mínimos, rendimentos estes provenientes, exclusivamente, dos seus empreendimentos, apresentado no gráfico a seguir.

Gráfico 3- Renda mensal



Fonte: Elaborado pela autora.

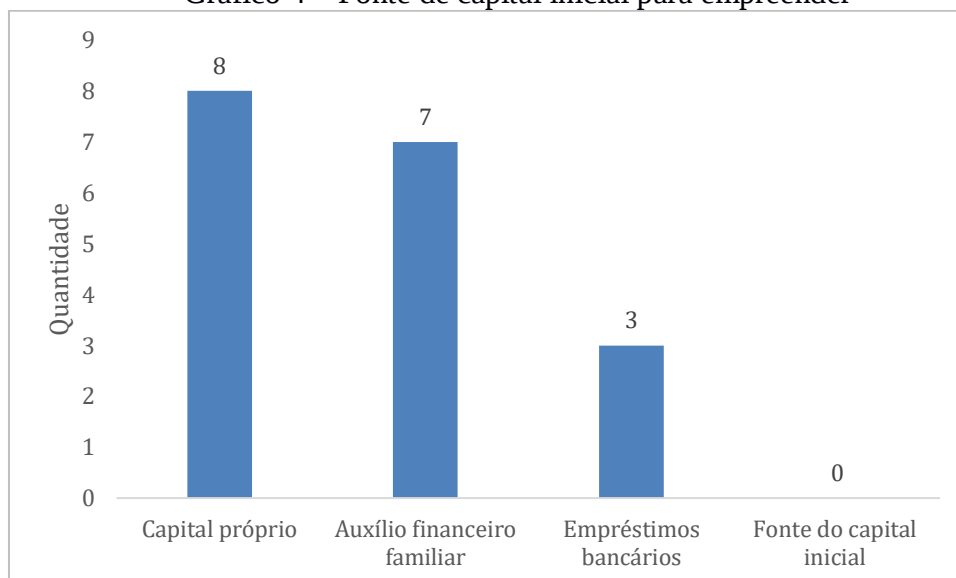
A entrevista semi-estruturada adotou o objetivo de compreender os desafios e possibilidades enfrentadas pelas empreendedoras angicalenses no período pós-pandêmico, considerando 6 questões pertinentes à pesquisa, as quais cabe destacar: 1) Qual(ais) a(s) motivação(ões) que a levou a empreender? 2) Você teve capital próprio para iniciar sua atividade? 3) Qual nicho você escolheu para investir? Por quê? 4) Como é/foi para você empreender no cenário pós-pandemia? 5) Quais as estratégias você tem utilizado para manter/potencializar o seu negócio? 6) Cite dificuldades e facilidades de empreender no contexto pós pandemia.

A motivação e a persistência para empreender, segundo Ribas (2011) mediante a iminência dos riscos ao empreender podem estar associados ao vislumbre do sucesso inerente a cada empreendedor. Dessarte, as motivações que direcionam as pessoas a empreender são múltiplas, apresentam-se, portanto, em uma relação de dependência com os objetivos e as particularidades do empreendedor. Dentre tais justificativas, destacou-se entre as participantes da pesquisa, apontamentos voltados à necessidade ou interesse pela independência financeira e renda extra, tendo citações menos expressivas a flexibilidade nos horários e afinidade com área pretendida.

Segundo, Teixeira e Bonfim (2016), em consequência do impacto ocasionado pela pandemia e refletido no cenário pós-pandemia, a maioria das mulheres foram levadas a assumir a responsabilidade financeira familiar, as quais desenvolveram o espírito empreendedor, criando e gerenciando empreendimentos próprios, buscando a superação dos impactos econômicos emergentes.

Sendo assim, ao serem indagadas sobre o capital próprio para início de atividade, oito (8) das entrevistadas utilizaram sua própria renda para investir em mercadorias. Duas delas afirmam: "Fui demitida e com os direitos trabalhistas consegui investir em meu próprio negócio"; "Eu já trabalhava CLT e com meu próprio salário eu investia em mercadorias". Em seguida, sete (7) das entrevistadas relataram não ter capital e que receberam ajuda de familiares para compor seu capital, e somente três (3) conseguiram recurso financeiro através de empréstimos bancários, como apontado no gráfico a seguir.

Gráfico 4 – Fonte de capital inicial para empreender



Fonte: Elaborado pela autora.

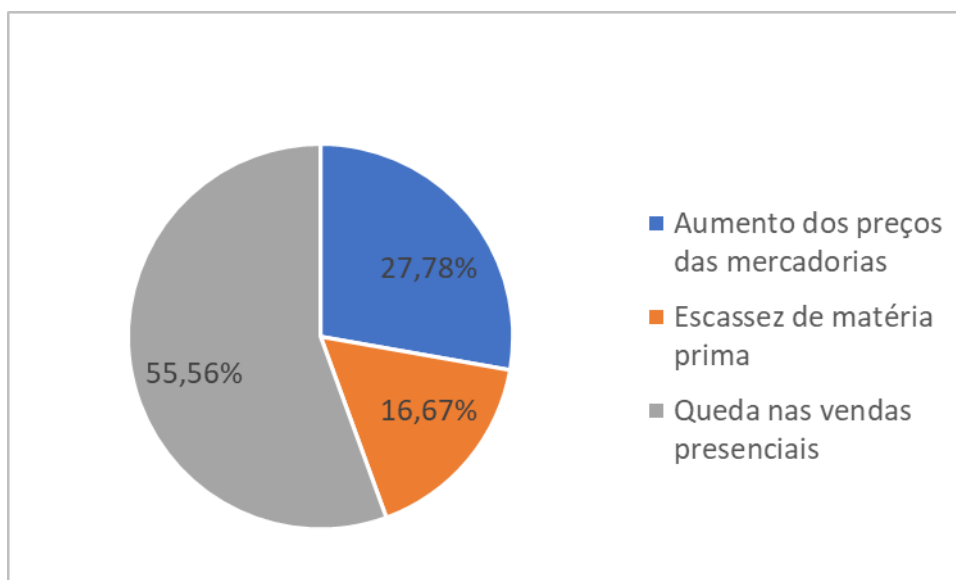
Observa-se que, como debatido por especialistas nos resultados da pesquisa GEM (2019), as oportunidades de crédito e apoio financeiro são uma das principais barreiras ao desenvolvimento de empreendimentos no Brasil (GEM BRASIL, 2019) e para as mulheres essas oportunidades são ainda mais complexas. As respostas obtidas corroboram com a atual literatura, visto que em um estudo realizado pelo Sebrae em março de 2019, os dados indicam que as mulheres buscam menos por empréstimos bancários em relação aos homens, o que pode estar associado às altas taxas de juros. (SEBRAE, 2019).

Segundo Ahl (2006), os termos empreendedorismo e o empreendedor estão fortemente ligados ao gênero masculino como resultado de percepções construídas em âmbito acadêmico e midiático, as quais promovem a invisibilidade das mulheres empreendedoras. Dessa forma, a feminilidade adotaria características divergentes ao empreendedorismo, atrelando o perfil do gênero feminino às condições de dependência, subordinação, inaptidão. Tais fatores podem, por exemplo, subsidiar as justificativas de discriminação sofrida por mulheres ao buscarem concessão de empréstimos bancários.

A pandemia da COVID-19 provocou mudanças nos mais diversos espaços sociais, gerando impactos também nos processos de gerenciamento de negócios. De acordo com Kuckertz et al. (2020), é necessário compreender como a pandemia de COVID-19 afetou os empreendedores, os quais tiveram que potencializar a efetivação de habilidades referentes à resiliência e adaptabilidade para criar e diversificar as estratégias de negócios.

Deste modo, onze (11) das respondentes afirmaram que ficou mais difícil empreender no cenário pós-pandemia, pois houve aumento de preço das mercadorias, dificuldade em encontrar matéria-prima e queda nas vendas, enquanto sete (7) respondentes afirmaram que se tornou mais fácil pois a pandemia incentivou-as a saírem da zona de conforto e investirem na utilização de redes sociais. Uma das participantes cuja atuação se dá na área farmacêutica relatou que as vendas aumentaram devido ao acréscimo de cuidados preventivos com a saúde no pós-pandemia. Logo, o empreendedorismo feminino é por si só um obstáculo, e somado a crise sanitária e econômica global foi uma experiência desafiadora a qual exigiu muita resiliência e superação (VIEIRA, 2022).

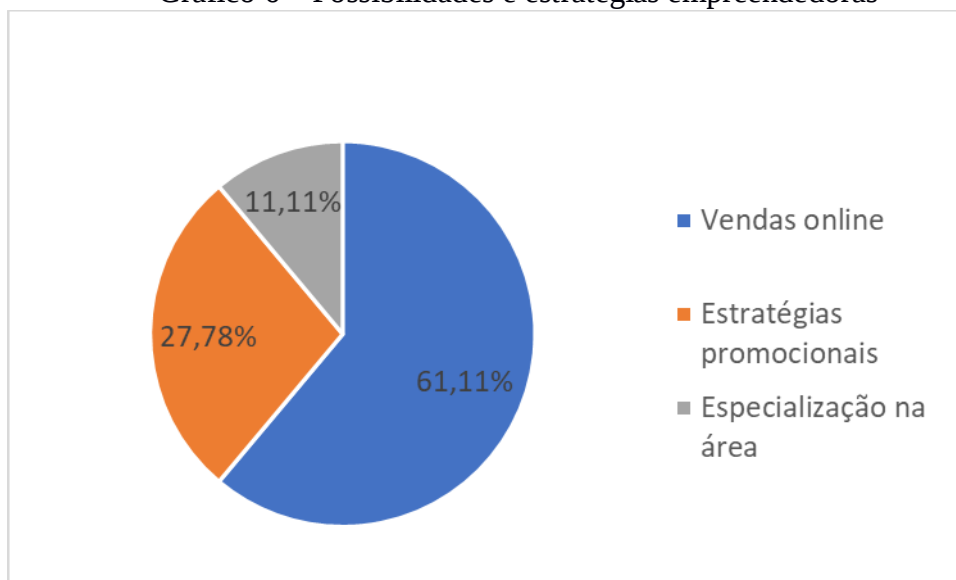
Gráfico 5 – Desafios no processo de empreender



Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre as entrevistadas, 50% das participantes responderam que a estratégia utilizada para manter o negócio foram as vendas online e o marketing digital, enquanto as demais citaram qualidade do produto, qualidade do atendimento, cursos profissionalizantes para se especializar na área de atuação, preços baixos e estratégias promocionais. Desse modo, os empreendedores tiveram que buscar novas oportunidades e estratégias para se destacar no mercado, como as redes sociais, por exemplo (VIEIRA, 2022).

Gráfico 6 – Possibilidades e estratégias empreendedoras



Fonte: Elaborado pela autora.

Compreender as especificidades da figura feminina como atuante no mundo do empreendedorismo se faz importante para apreender cenários nos quais as possibilidades e desafios podem estar intimamente atrelados também às questões de gênero. O período pós-pandemia trouxe consigo ressignificações de diversos contextos, inclusive sobre as possibilidades de inovação e barreiras para o empreendedorismo. Considerando o público o

qual compôs a presente, fora possível compreender o caráter resiliente e criativo para efetivar, potencializar e manter-se empreendendo, características estas necessárias para o perfil empreendedor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A participação massiva das mulheres no mercado de trabalho tem ampliado as possibilidades de atuação e liderança das mesmas no mundo dos negócios. Deste modo, o papel de empreendedor também passa a ser ocupado pelas mulheres e tem ganhado cada vez mais notoriedade devido às transformações sócio-culturais e ao empoderamento feminino. A importância do presente estudo é reforçada pela contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do município de Angical do Piauí no qual a população é majoritariamente feminina de acordo com os dados do IBGE (2010).

Com os agravos sociais e econômicos evidenciados e/ou resultantes da pandemia da Covid-19, o contexto do empreendedorismo também sofreu impactos significativos. Assim, a pesquisa objetivou a compreensão dos desafios e possibilidades encontrados pelas mulheres no processo de empreender no município de Angical-PI no contexto pós-pandemia. Como apontamentos, o presente trabalho destacou que dentre os fatores que levaram as 18 participantes a empreender foi a busca pela independência financeira, potencializada ainda mais pelos impactos da pandemia.

Considerando os desafios, quedas de vendas, dificuldade de captação de novos clientes, destacar-se e inovar no mercado mediante o aumento da concorrência, aumento no preço da matéria prima e dificuldades em encontrá-las. Como grande aliada ao novo formato de negócios, a globalização favorecida pelas redes sociais digitais, expandiu as possibilidades e estratégias para empreender no período pós-pandêmico como: a redução de custos, maior alcance, chances de inovação com o marketing digital e aumento das vendas on-line.

Mediante o exposto, entende-se que o presente estudo alcançou os objetivos propostos, visto que traçou o perfil das empreendedoras do município, bem como apontou os desafios e possibilidades encontrados pelas mesmas no processo de empreender no contexto pós-pandemia. Dentre as limitações para o desenvolvimento do estudo esteve emergente a dificuldade de identificação das empreendedoras junto ao órgão de registro municipal tendo em vista a desatualização dos dados.

Por fim, cabe salientar que o referido trabalho fomenta o arcabouço teórico acerca da temática e contribui como referência para estudos posteriores, destacando ainda a importância da ampliação com o incentivo para a realização de novas pesquisas com vistas à produção de dados mais robustos e atualizações constantes de informações em caráter científico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, A., MEIRELES, P., REBELO, R., & BARROS, H. (2020). **Da emergência de um novo vírus humano à disseminação global de uma nova doença** — Doença por Coronavírus 2019 (COVID-19). Disponível em: <http://asset.youoncdn.com/ab296ab30c207ac641882479782c6c34/a0a1b1511b3f9b5d09238e4c0a394c8a>. Acesso em: 15 de nov 2022.

AMORIM, R. O; BATISTA, L. E.. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 114, 2012. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 20 set 2022.

BERNARDES, SILVA & LIMA, 2020. Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios. **Revista da FAESF**, vol. 4. Número especial COVID 19. Junho (2020) 43-47 ISSN 2594 – 7125.

BRASIL. Ministério da Economia. **Mapa das empresas**. Brasília, 2022. Disponível em: <https://gov.br/mapadeempresas>, acesso em 13 out 2022.

CASTRO, C. LEITE et al . Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. **estud.gerenc.**, Cali , v. 37, n. 158, p. 49-60, Mar. 2021 . Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232021000100049 & lng= en\ nrm=iso>. Acesso em: 16 Nov. 2022.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: **Editora Saraiva**, 2006.

DORNELAS, J. C. Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro (RJ): **Elsevier**, 2016.

EMPREENDEDEDOR. **Empreendedorismo feminino cresce 40% durante a pandemia**. 2020. Disponível em: <https://empreendedor.com.br/noticia/empreendedorismo-feminino-cresce-40durante-apandemia/#:~:texto=De%20acordo%20com%20o%20Servi%C3%A7o,34%25%20dos%20dados%20de%20empresas.&text=De%20acordo%20com%20estudo%20tamb%C3%A9m,eram%20donas%20dos%20seus%20neg%C3%B3cios>. Acesso em: 20 set 2022.

FILION, L. J. O Empreendedorismo como tema de estudos superiores. Empreendedorismo, Ciência, Técnica e Arte. 1ª Ed. Brasília (DF): **CNI. IEL Nacional**, 2000.

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. São Paulo, Revista de Administração de Empresas, 2020.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, GEM. **Empreendedorismo no Brasil**, 2019. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: **Atlas**, 2010, p. 121.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. Empreendedorismo. 9ª. Ed. Porto Alegre (RS): **AMGH Editora**, 2014.

KUCKERTZ, A. & BRÄNDLE, L. & GAUDIG, A. & HINDERER, SEBASTIAN & MORALES R., CARLOS A. & PROCHOTTA, ALICIA & STEINBRINK, KATHRIN & BERGER, ELISABETH. (2020). **Startups in Times of Crisis – A Rapid Response to the COVID-19 Pandemic**. Journal of Business Venturing Insights.

LIU, Y., LEE, J. M. & LEE, C. (2020). **The challenges and opportunities of a global health crisis: the management and business implications of COVID-19 from an Asian perspective**. Asian Business & Management, 19(1), 277-297. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41291-020-00119-x>. Acesso em: 10 nov 2022.

LIGUORI, E. W. & PITZ, T. G (2020) **Strategies for small business: Surviving and thriving in the era of COVID-19**, Journal of the International Council for Small Business, 1:2, 106-110. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/26437015.2020.1779538>. Acesso em: 15 nov 2022.

MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: Hucitec, 2013.

NASSIF, V. M. J., ARMANDO, E. & LA FALCE, J. L. (2020a). O Empreendedorismo e a Pequena Empresa no Contexto do Pós COVID-19: Há luz no Fim do Túnel. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 9(3), 1-7. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v9i3.1940>. Acesso em: 16 nov 2022.

NASSIF, V. M. J., CORRÊA, V. S. & ROSSETTO, D. E. (2020b). Estão Os Empreendedores E As Pequenas Empresas Preparadas Para As Adversidades Contextuais? Uma Reflexão À Luz Da Pandemia Do COVID-19. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, 9(2), 1-12. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v9i2.1880>. Acesso em: 16 nov 2022.

RATTEN, V. (2020a). **Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective**. Thunderbird International Business Review, 62(5), 629-634. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/tie.22161>. Acesso em: 16 nov 2022.

REDE MULHERES EMPREENDEDORAS- RME (2020).

RIBAS, R. **A motivação empreendedora e as teorias clássicas da motivação**. Caderno de administração. v. 5, n.1, PUCSP, São Paulo, 2012. Disponível em: < <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/7781/6624> > Acesso em 20 mai 2023

SANTOS, L. C. **Questionário: considerações gerais** (2017). Disponível em: www.lcsantos.pro.br/ Acesso em: 02 nov. 2022.

SCHUMPETER, J. Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo (SP): **Editora Nova Cultural**, 1997.

TEIXEIRA, R. M.; BOMFIM, L. C. S. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44-64, 2016.

VIEIRA, Gleyse de França. **Mulheres empreendedoras e os desafios da Pandemia**. 2022. 45f. Monografia (Graduação em Administração) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022. Disponível em: < <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/49037> > Acesso em 20 mai 2023.

XING, Y., LIU, Y., BOOJIHAWON, R. & TARBA, S. 2020. Entrepreneurial team and strategic agility: A conceptual framework and research agenda. **International Journal of Production Economics**.