

Atitus Educação
Programa de Pós-Graduação em Administração
Mestrado em Administração

Rosilene da Silva Almeida Dias

**Empreendedorismo Feminino: Dificuldades e oportunidades no cenário da
Pandemia de Covid 19.**

Passo Fundo, RS

2023

Rosilene da Silva Almeida Dias

**Empreendedorismo Feminino: Dificuldades e oportunidades no cenário da
Pandemia de Covid 19.**

Dissertação apresentada como requisito para
obtenção do título de Mestre no Programa de
Pós-Graduação Stricto Sensu em
Administração da Atitus Educação sob
orientação da Prof. Dra. Leila Dal Moro

Passo Fundo, RS

2023

CIP – Catalogação na Publicação

- D541e DIAS, Rosilene da Silva Almeida
Empreendedorismo feminino: dificuldades e oportunidades no cenário da
pandemia de Covid 19 / Rosilene da Silva Almeida Dias. – 2023.
42 f., il.; 30 cm.
- Dissertação (Mestrado em Administração) – ATITUS Educação, Passo Fundo,
2023.
- Orientador: Profa. Dra. Leila Dal Moro.
1. Empreendedorismo feminino. 2. Movimento feminista. 3. Pandemia – Corona
vírus. I. DAL MORO, Leila, orientadora. II. Título.

CDU: **65**

Catálogo: Bibliotecária Angela Saadi Machado - CRB 10/1857

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo trazer a realidade do empreendedorismo feminino, tratando-se de um movimento em ascensão nos dias atuais e busca compreender quais os desafios, dificuldades, e suas potencialidades em tempos de Pandemia do Covid-19. Por se tratar de um estudo qualitativo e descritivo para elucidar, foram realizadas entrevistas com mulheres empreendedoras no segmento de estética feminina, na cidade de Cuiabá em Mato Grosso. Foi utilizado como instrumento de coleta de dados um roteiro de entrevista semiestruturado com 19 questões, o qual foi aplicado presencialmente pela pesquisadora. Como técnica de análise dos dados, foi utilizado a análise de conteúdo. Os resultados alcançados, reforçam que no período da pandemia, a importância de reinventar seu negócio, buscando novas oportunidades em tempos de crise foi importante. Observou-se, a dificuldade que as empreendedoras enfrentam em conciliar vida profissional, com a demanda da vida pessoal.

Palavras-Chaves: Desafios da mulher; Empreendedorismo feminino; Oportunidades para mulheres empreendedoras; Pandemia de Covid 19.

Abstract

The present work aims to bring the reality of female entrepreneurship, being a movement on the rise these days, and seeks to understand the challenges, difficulties, and its potential in times of the Covid-19 Pandemic. As this is a qualitative study and descriptive, to elucidate, interviews will be carried out with women entrepreneurs in the female aesthetics segment, in the city of Cuiabá in Mato Grosso. A semi-structured interview script with 19 questions will be used as a data collection instrument, which will be applied in person by the researcher. As a data analysis technique, content analysis was used. The results achieved, reinforce that during the pandemic, the importance of reinventing your business, when necessary, and also seeking new opportunities in times of crisis. It was observed the difficulty that entrepreneurs face in reconciling professional life with the demand of personal life.

Keywords: Challenges for women; Female entrepreneurship; Opportunities for women entrepreneurs; Covid 19 pandemic.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	06
1.1 Justificativa	09
1.2 Problema	09
1.3 Objetivo Geral	10
1.3.1 Objetivos Específicos	10
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 Evolução do papel da mulher na sociedade	10
2.2 Empreendedorismo feminino.....	12
2.3 Desafios da Mulher.....	14
2.3.1 Fatores sociais e econômicos	14
3 MÉTODO	16
3.1 Classificação da pesquisa.....	16
3.2 Local de estudos e atores envolvidos	17
3.3 Instrumento de coleta de dados.....	18
3.4 Técnica de análise dos resultados	18
4 RESULTADOS	19
4.1 Perfil dos atores envolvidos	20
4.2 Obstáculos enfrentados pelos atores envolvidos.....	20
4.2.1 Nuvem de palavras dos obstáculos.....	23
4.3 Oportunidades dos atores envolvidos.....	24
4.3.1 Nuvem de palavras das oportunidades.....	26
4.4 Propostas para os desafios enfrentados nesse contexto.....	28
5 Conclusão.....	30
REFERÊNCIAS	32
Apêndice I	40

1. Introdução

Na literatura é possível encontrar inúmeras definições para a atividade “empreender”, bem como, para empreendedorismo. De acordo com o Sebrae (2021), empreendedores são pessoas que possuem iniciativas diferenciadas, são capazes de identificar oportunidades que poucos conseguem analisar, e criam novas formas de inovação e modernização, tendo uma visão de futuro, são pessoas que estão a frente, por terem iniciativa, confiança e determinação.

Com a crescente expansão do empreendedorismo, vem despertando e impulsionando atuação de profissionais, criação de empresas inovadoras, gerando empregos e desenvolvendo a economia por meio de seus empreendimentos. Nesse cenário, a liderança feminina vem ganhando espaço, e tem aumentado o número de mulheres que buscam sua independência profissional. (Hryniewicz, Vianna, 2018).

Dessa forma o empreendedorismo feminino, se torna uma ferramenta importante para que alcancem novas oportunidades de trabalho, e o importante papel que estas desempenham no fomento de empregos e riquezas, ademais, contribuindo com desenvolvimento econômico local (Hapsari et al., 2018).

Demonstrada sua contribuição à sociedade, e a evolução do empreendedorismo feminino, é importante identificar, quais as características da mulher empreendedora, suas razões e motivações para empreender. Na prática o empreendedorismo feminino não consiste apenas, em atividades desenvolvidas por mulheres, e sim, no que suas ações colaboram, para transformações de outras diversas atividades, e implica em melhorias ao seu redor, e na sociedade em geral. (García, Capitán, 2016).

Ressaltamos, que o empreendedorismo é importante para o desenvolvimento da nossa economia, mesmo diante de determinadas situações, empreender é um processo evolutivo, que se faz necessário, persistência, coragem, aliado com a atitude de inovação, sendo assim, não podemos deixar de enfatizar, a importância da mulher empreendedora, e sobre o valor que o profissionalismo feminino desempenha e representa para sociedade no geral. (Krishnan, Ganesh, e Rajendran 2022).

Nesse contexto, de “novo mundo”, “novo normal”, onde muitas pessoas se referem ao estado diante da Pandemia do Covid-19, o empreendedorismo surgiu para alguns como uma possibilidade de mudar o cenário de crise, ou se alinhar, e acompanhar as novas tendências que foram surgindo (Bernardes et al.,2020).

No setor da estética, onde o público alvo, são pessoas preocupadas com aparência e bem estar, é essencial que os empreendedores desse setor, tomem decisões ajustadas as mudanças,

ou criem novas oportunidades, para que possam atrair, e manter seus clientes, que estão cada dia mais exigentes e preocupados (de Matos et al., 2019).

O mercado de beleza e cuidados pessoais no Brasil, é considerado o quarto maior mercado do mundo, cresce ano a ano, e mesmo com surgimento da Pandemia do Covid -19, o setor continua prospero, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2020).

Mesmo com os desafios, e com um cenário de incertezas e restrições causados, a pandemia promoveu grandes transformações e mudanças na sociedade, nos seus hábitos de consumo, e nos padrões de comportamento (Stangherlin, et al.,2021). A ABIHPEC 2020, estimou que 15% do orçamento das famílias, eram gastos em produtos, e serviços do setor de beleza e estética, se justificando, pela pesquisa realizada pela ACESSA 2020, (Associação brasileira da indústria de produtos para o autocuidado em saúde), onde na pandemia, as pessoas tiveram tempo hábil de visualizar a necessidade do cuidar da saúde, e adotar, ou rever hábitos que ajudariam a diminuir o risco de contaminação, e a promoção do seu bem estar, aumentando o cuidado com a saúde de forma global. (Santana 2020).

Por outro lado, um levantamento realizado pela ABSB 2021 (Associação Brasileira dos Salões de Beleza), em parceria com o SEBRAE 2021, mostrou que durante a Pandemia, houve uma queda no faturamento dos salões de beleza, como consequência, alguns donos de salões, fizeram empréstimos, outros que não tiveram acesso a essas linhas de créditos disponíveis, acabaram tendo atrasos nos pagamentos de impostos, aluguel e fornecedores. Outro ponto citado na pesquisa, cerca de 53% dos profissionais que atuava nos salões, durante a pandemia passaram a atender a domicilio seus clientes, e muito desses profissionais não retornaram aos estabelecimentos, após a retomada de atendimento dos salões (Costa, 2020).

Tomando como base as mudanças ocorridas, a pandemia gerou grandes impactos globais. Em virtude desse cenário, segundo Sales e Macedo (2021), um dos grandes impactos, foi a redução da participação feminina no mercado de trabalho, e a desigualdade de oportunidades que se reforçou durante a pandemia (Ferraz, 2020). A diferença de tratamento entre homens e mulheres persiste, conforme aponta um levantamento feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea 2020), onde a taxa de participação no mercado de trabalho das mulheres, foi de 39,7% em 2020, enquanto a dos homens foi de 58%.

Dentre outras consequências, no início da pandemia, houve uma redução, no mercado de trabalho, aportando mais de sete milhões de mulheres com trabalhos formais e informais, enquanto no caso dos homens, o índice foi de 4,2 milhões, ainda de acordo com a pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD,2020), realizada pelo IBGE (Instituto

Brasileiro de Geografia e Estatística 2020), a crise sanitária acentuou que em 2020, as mulheres seguiram com rendimento médio inferior aos homens, quando ocuparam cargos de gerência ou direção (De Amorim, 2020).

Tal condição de agravo, se deu por vários motivos, entre eles, a sobrecarga, e o acúmulo de atividades domésticas, as mudanças na rotina familiar, onde mães, tinham como desafios de trabalhar, com filhos sem o funcionamento das escolas ou creches, outro elemento que contribuiu, foi a ruptura da rede de apoio familiar. É preciso reconhecer e entender que a igualdade de oportunidades entre homem e mulher, não deve ser um fator limitante, devendo ser buscada, para construção coletiva de reconhecimento, e não sendo apenas, para contemplar um dos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU, mas como um objetivo que permeia e atravessa todos os demais, (Jayachandran, 2021).

A busca por soluções, para superação das desigualdades de oportunidades existentes entre homens e mulheres, tem feito parte das agendas de organizações governamentais e não governamentais. A ONU, nesse sentido, com a Agenda 2030, um documento que visa estabelecer metas e diretrizes de desenvolvimento sustentável, a serem atingidas, tendo como quinto objetivo, a Igualdade de Gênero (Candido, et al.,2021).

Nos últimos anos, tem aumentado os esforços, para eliminação das formas das desigualdades, sendo que as nove metas, nos quais o ODS5 se desdobra fomenta ainda mais uma humanidade igualitária, essas metas contemplam: acabar com todas as formas de discriminação, eliminar todas as formas de violência, eliminar todas as práticas nocivas, reconhecer e valorizar o trabalho de assistência e doméstico não remunerado, garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades, assegurar o acesso universal à saúde sexual e reprodutiva e os direitos reprodutivos, realizar reformas para dar às mulheres direitos iguais aos recursos econômicos, aumentar o uso de tecnologias de base, adotar e fortalecer políticas sólidas e legislação aplicável, para a promoção da igualdade de gênero, e o empoderamento de todas as mulheres (ONU, 2022). Tais metas, buscam auxiliar a sociedade ao reconhecimento de que as condições associadas ao gênero, masculino e feminino, são elementos fundamentais, e não fator limitante associados a discriminação (Vitale, 2018).

1.1 Justificativa

As escolhas, e as necessidades pelas quais as pessoas, decidem empreender são contextuais e característico de cada indivíduo, e são fatores que irão influenciar as ações e os comportamentos perante o processo de criação de sua empresa e seus negócios. (Barbosa et

al.,2021). De acordo com a pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor GEM (2020), muitas mulheres decidiram empreender por necessidade, ou seja, para ajudar na renda da família, ou pela dificuldade de se manter no mercado, e outras por estarem desempregadas enfrentando condições complexas. Com as incertezas da Pandemia do Covid-19, muitas empreendedoras, precisaram se reinventar, moldar e reconfigurar uma nova forma de gerenciar seus negócios, tendo que lidar com tensões emocionais os quais, exigem recursos físicos e psicológicos, para o enfrentamento desse momento na economia e no sistema de saúde. (Lacerda, 2020).

O crescimento do empreendedorismo feminino, é revestido por vários contextos e circunstâncias sociais, e as discussões a respeito, acabam se ampliando devido o cenário atual (Conceição et al., 2021).

1.2 Problema

A trajetória profissional das mulheres, notoriamente é marcada pelo difícil acesso ao mercado de trabalho, por carência de reconhecimento aos seus atributos como empreendedora, pela falta de investimentos e pela difícil escolha de conciliar família, trabalho e maternidade (Teixeira et al., 2021). Ainda que houve várias transformações no mundo moderno, o gênero feminino é o mais lembrado por ser o responsável em desempenhar as atividades domésticas e cuidado com a família (da Silva et al., 2019).

O dia 19 de novembro, foi escolhido pelas Nações Unidas para comemorar o Dia Internacional do Empreendedorismo Feminino, a data comemorativa proporciona diversas discussões e apresenta a luta feminista pela quebra de estereótipos, e por reconhecimento no mundo dos negócios (Strobino e Teixeira, 2014).

Nesse sentido, a pesquisa busca compreender o processo evolutivo do papel da mulher na busca por empreender, e reconhecer os desafios enfrentados por ela, em sua luta por espaço, reconhecimento, quebra de paradigmas e preconceitos, e como a Pandemia impactou em suas ações e repercussões perante ao seu negócio.

De modo geral, o empreendedorismo, se apresenta como sendo precursor para proporcionar o desenvolvimento econômico, e conseqüentemente a geração de empregos, e renda, no entanto, abrir e manter seu empreendimento, tem se tornado uma tarefa difícil para os novos empreendedores (Silva, 2020). De acordo com a pesquisa do SEBRAE (2020), indicam que a ausência de um bom planejamento, a falta de qualificação, e conhecimento na área que pretende atuar, bem como, uma organização financeira adequada, pode levar o fechamento do seu empreendimento em menos de dois anos. Ainda de acordo com dados da

pesquisa (Desafios do Empreendedor Brasileiro), organizado pela Endeavor, a burocracia jurídica, o ambiente regulatório, e as tributações existentes, foram apontados como grandes desafios para se empreender. Aliado a isso, com base nos dados do Doing Business 2020, no Brasil, o ato de empreender tem se tornando ainda mais difícil, quando comparado com outros países, onde há incentivos para atividade empreendedora, agilidade no processo de regulação, fomento a oferta de créditos, incentivo à cultura empreendedora, e uma menor carga tributária.

Diante desse contexto tem-se como problema de pesquisa: Quais os obstáculos e oportunidades enfrentados pelas mulheres empreendedoras durante a pandemia de Covid19? Na sequência são apresentados os objetivos para o atendimento do mesmo.

1.3 Objetivo Geral

Apresentar os obstáculos e oportunidades enfrentados pelas mulheres empreendedoras durante a pandemia de Covid 19.

1.3.1 Objetivos Específicos

- a) Apresentar os movimentos que a pandemia de Covid 19 ocasionou para as mulheres empreendedoras;
- b) Identificar a oportunidades das mulheres empreendedoras durante a pandemia de Covid 19;
- c) Descrever quais as estratégias e abordagens usadas pelas mulheres para contornar as dificuldades;
- d) Apresentar possíveis soluções para os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras.

Na sequência foi apresentado o referencial teórico para embasar o problema e os objetivos da investigação, bem como, o método utilizado para compor a pesquisa.

2. Referencial Teórico

2.1 Evolução do papel da mulher na sociedade

Historicamente, o papel da mulher na sociedade era voltado ao ambiente doméstico, de servir, cuidar da casa, do marido e da família. As suas principais funções eram a reprodução, a amamentação e a criação dos filhos, e o único provedor com o compromisso pelo sustento e das necessidades do lar era o homem (Siniglaglia, 2018).

Uma análise mais profunda permite compreender que a mulher tinha apenas que ser mãe, esposa e dona do lar, a ela não pertencia o direito de exercer uma atividade fora de casa, principalmente se fosse remunerada, permanecia a ideia de que a atuação da mulher devia estar

voltada para a família e para a economia doméstica, não havendo a possibilidade de ter uma formação profissional ou científica (Tonani, 2011).

Assim, com o passar do tempo houve uma nova concepção, que contribuiu para a promoção de um intenso debate sobre a mulher e seu espaço e papel na sociedade. Muitos fatores influenciaram essa mudança, como a inserção da mulher no mercado de trabalho, a urbanização, os avanços tecnológicos, as conquistas advindas da luta do movimento feminista, a maior participação sócio-política da mulher, dentre outros (Coutinho, 2011).

Segundo Schlickmann e Pizarro (2013), com o passar do tempo as mulheres estão deixando de serem apenas esposas, mães e donas do lar. Foi possível perceber com maior intensidade, a partir da década de 70, quando o público feminino foi conquistando profissões mais conceituadas e com maior responsabilidade, como por exemplo, o acesso das mulheres na política, sendo um ganho conceituado.

Sina (2005), também aborda que, embora discriminadas, no que se refere a atividades públicas, a mulher sempre desempenhou papéis relevantes, além daqueles de esposa e mãe. Devido as intensas transformações pelo qual a sociedade brasileira passou ao longo dos anos, o modo de vida da mulher, passou a ser discutido com mais veemência tanto na sociedade quanto nos estudos científicos. Todas as mudanças ocorridas aumentaram as possibilidades de inserção feminina no mercado de trabalho. Aos poucos, alguns padrões impostos estão sendo quebrados, e as mulheres vêm conquistando espaço em inúmeras áreas da esfera social, política e econômica, ambientes que até pouco tempo eram ocupados unicamente pelo gênero masculino (Rodrigues e Silva, 2015).

Essas transformações não são rápidas e ainda há uma urgência na igualdade de oportunidades e participação, mas apontam importantes mudanças para as próximas gerações de mulheres no mercado de trabalho, do seu papel na sociedade e também na família (Dieese, 2012).

Um desafio analisado por Amazonas (2013), é a administração do tempo necessário que cada responsabilidade requer. No momento em que a mulher conquista seu espaço no mercado, ela acaba omitindo que a sua vida familiar necessita muito do seu tempo, e assim, um desafio constante é a separação, e o equilíbrio da vida pessoal e profissional. A interação entre a vida pessoal e o trabalho mudou de maneira decisiva a estrutura da organização familiar, levando à proposição de novas configurações, arranjos familiares com interferências diretas nas relações familiares.

Alguns fatores estão repercutindo na qualidade de vida das mulheres trabalhadoras fora de seu lar com reflexos nas relações familiares permitindo que as mesmas passem a se

preocuparem com a satisfação pessoal, e o sucesso de sua carreira profissional, buscando sua ascensão no mercado de trabalho (Cramer et al., 2012).

2.2 Empreendedorismo feminino

Atualmente tem se falado muito no empreendedorismo, em especial o empreender feminino. É de conhecimento que empreender é desafiador haja vista que o sonho de se tornar o dono do seu “próprio negócio” muitas vezes inicia sem apoio, experiências, muitas vezes sem informações prévias, e quando trazemos para realidade do gênero feminino muitos outros desafios surgem, que acaba dificultando a sua escolha profissional (Teixeira et al., 2011).

Vivenciamos com a Pandemia, e os casos de Covid-19, que além de ser um aspecto envolvendo saúde, a pandemia trata de uma questão social. Muitas mulheres que eram Mães e dona de casa, foram surpreendidas principalmente no setor econômico, onde o país passou por grandes dificuldades, e muitas famílias perderam seus empregos e conseqüentemente suas rendas. De acordo com o relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em parceria com o SEBRAE (2020), o número de empreendedores iniciais motivados por necessidade aumentou significativamente, e a solução encontrada foi a de empreender para sobreviver perante a falta de empregos e oportunidades, consequência da pandemia do Corona vírus. Tendo em vista todo esse cenário trazido pela Pandemia, muitas mulheres necessitaram se reinventar e assumir na maioria dos casos o papel de chefes das suas casas (Conceição et al., 2021).

O caminho escolhido por muitas delas, era fazer algo que gerasse renda rápida e pudesse fomentar o orçamento, e se arriscaram a empreender de forma a se desenvolver e se aperfeiçoando na prática, no seu dia a dia.

Essa capacidade das mulheres de se reinventarem é um potencial, embora o debate sobre o empreendedorismo feminino, não seja apenas o ingresso da mulher no mercado de trabalho para complementar a renda da família, mas trata-se de alterações sociais, no mundo dos negócios e da família que gera grandes proporções (Alperstedt, Ferreira e Serafim 2014).

A cada dia que passa tem-se mais mulheres empreendedoras, pelo motivo de necessidade ou pelo seu desejo de crescimento profissional. Contudo, ainda existe um lado que dificulta o empreender feminino, que é em administrar o pilar profissional e o pessoal, filhos, casa, e ter que vencer alguns preconceitos e superar os desafios que naturalmente irão surgir. Diferente da narrativa que é divulgada, o sucesso do empreendedorismo não depende apenas de esforços individuais, fatores como investimentos, apoio, acesso a qualificação, oportunidades de mercado, trazem muitas diferenças para se desenvolver e obter o sucesso

esperado (Teixeira et al., 2016). A Figura 1 apresenta alguns dados do empreendedorismo da mulher no Brasil.

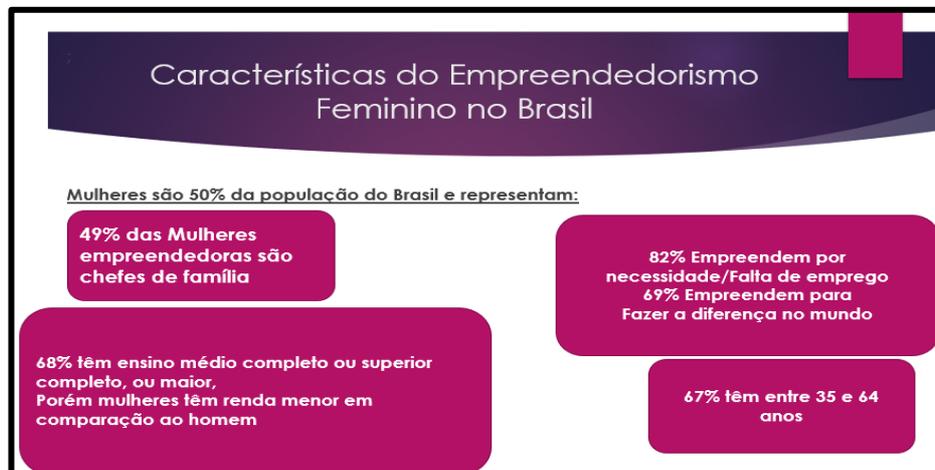


Figura 1: Características do empreendedorismo feminino no Brasil

Fonte: Elaborada pela autora, com base no relatório GEM,2020, e SEBRAE Empreendedorismo Feminino no Brasil (2021).

Nesse cenário, observamos algumas características que vem ao encontro da versatilidade das mulheres empreendedoras, que iniciam em casa fazendo atividades como: marmitas, doces, bolos, costura, artesanatos, vendem roupa, entre outras, cada uma com suas particularidades e nas mais diversas áreas de atuação. Além de serem responsáveis por movimentar a economia local, e ter sua autonomia e sua representatividade no mercado, as mulheres empreendedoras acabam sendo inspirações e estímulos para outras mulheres que desejam se arriscar (Bandeira et al.,2021)

Dessa forma, um exemplo de estímulo ao empreendedorismo feminino e qualificação das mulheres, é a Rede Mulher Empreendedora – RME, que nasceu em 2010, sendo a primeira e maior rede de apoio às empreendedoras femininas no Brasil. Todo projeto tem como principal objetivo fomentar o empreendedorismo feminino, e auxiliar quem deseja empreender, o auxílio pode vir através de capacitação técnica, de fóruns, cursos, mentorias e parcerias com empresas (Rede mulher empreendedora, 2022).

Colaborando com a visão de fomentar e dar protagonismo ao empreendedorismo feminino, a Prefeitura Municipal de Cuiabá, sanciona a Lei nº 6.725 de 19 de novembro de 2021, que dispõe sobre as diretrizes efetivas para a Política Municipal de Estímulo, Incentivo e Promoção da Mulher Empreendedora no município de Cuiabá. Segundo a Publicação na edição da Gazeta Municipal, esta lei se aplicará através de desenvolvimento de projetos e promoção do empreendedorismo da mulher por meio do incentivo à abertura de micro e pequenas

empresas e em atividades de pesquisa que desenvolvam ou implementem a criação de trabalho, emprego e renda para a mulher.

2.3 Desafios da Mulher

2.3.1 Fatores sociais e econômicos

O empreender para muitas pessoas ainda está associado ao gênero masculino, considerando que a discriminação baseada no gênero é um dos grandes desafios para o empreendedorismo. Embora vivemos em um ambiente contemporâneo, e com intensas inovações acontecendo em vários setores, as mulheres ainda enfrentam diferenciações quanto ao gênero na hora de empreender (Salvador, 2016).

A Organização das Nações Unidas (ONU), desde sua criação 1945, busca efetivar meios de sustentabilidade, relacionadas a qualidade de vida das gerações presentes e futuras do planeta. Visando conciliar o crescimento econômico mais saudável, e a proteção ao meio ambiente, a ONU, reunida a sua cúpula em assembleia no ano de 2015, aprovou na sua Agenda 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), contemplando 169 metas a serem atingidas até 2030. A agenda de 2030, possui 5 temas de atuação (5P's) com ações no planeta, pessoas, prosperidade, paz e parcerias. Esses temas abordam os principais desafios de desenvolvimento enfrentados pelo Brasil e no mundo ONU (2022). A Figura 2 apresenta os 17 ODS da ONU lançados em 2015.

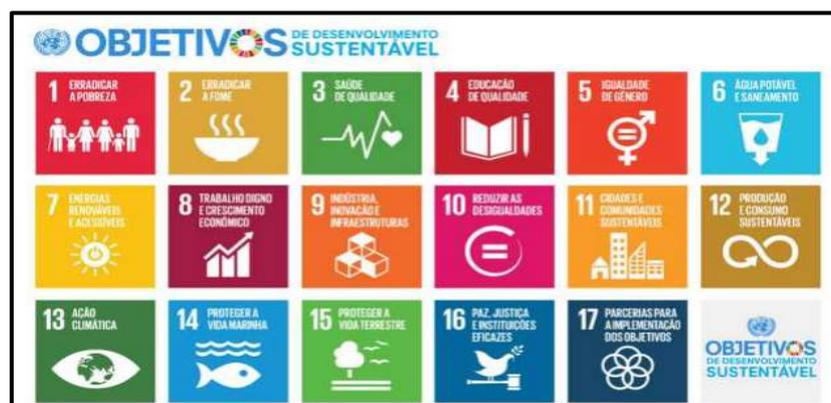


Figura 2: Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030
Fonte: ONU (2022)

É importante mencionar os ODS da ONU os quais, vêm buscando alcançar objetivos e metas cruciais para a humanidade. A Figura 3 apresenta o ODS 5 que contempla a igualdade de gênero que é um dos ODS que a presente pesquisa atende.



Figura 3: ODS 5 - Igualdade de Gênero

Fonte: GTSC-Grupo de trabalho da sociedade civil para agenda 2030 do desenvolvimento sustentável (2018).

Quando descrevemos sobre os desafios do empreendedorismo, questionamos de imediato as dificuldades financeiras das pequenas, e iniciantes mulheres empreendedoras, porém o que se observa que ainda há várias limitações que dificulta o fomento de um número maior de mulheres a optar pelo empreendedorismo em suas profissões (Strobino e Teixeira, 2014).

De acordo com Gomes, Guerra e Vieira (2011), para empreender a sociedade precisa ser inovadora, possuir visão e criatividade para conseguir detectar oportunidades de negócios, ter dedicação e buscar por conhecimentos, ademais, ter disposição para assumir riscos, sendo que o empreendedorismo pode ser ensinado e aprendido, ou seja, se a pessoa quiser abrir seu próprio negócio basta ter algumas qualificações e interesse. Na prática, o ato de empreender não se torna igual para todos, e não pode ser tratado como tal. Cramer et al., (2012) cita que as mulheres necessitam estar sempre provando que são capazes de administrar seus negócios para conseguirem conquistar seus espaços.

Dessa forma, o empreendedorismo feminino, surge com um sentimento de culpa e das cobranças decorrentes do papel apenas tradicional que a mulher exercia na sociedade. A relação trabalho-família vem impactando a estrutura familiar, sendo considerado um dos grandes desafios impostos, pois o acúmulo de responsabilidades exercidas pelas mulheres e independente do nível de desenvolvimento profissional, a mulher ainda é a maior responsável pela casa e pelos filhos. Muitas vezes a falta de apoio familiar, pressão do marido e dos filhos, acabam deixando de lado a atuação de empreender (Alperstedt, Ferreira e Serafim 2014).

Para as mulheres que conseguem vencer essas barreiras, é constante os desafios, administrarem seus negócios e família, no entanto, as mulheres tem buscado o seu espaço e sua representatividade no mundo dos negócios, porém a falta de confiança dos clientes e fornecedores, em ver uma mulher de negócios, faz surgir um outro problema: a dificuldade financeira, pois a concessão de empréstimos para poder melhorar ou ampliar seu

empreendimento fica limitado para algumas mulheres (Silva, 2013). A Figura 4 apresenta o desenho da pesquisa e a conexão do referencial teórico com o problema e seu objetivo geral.

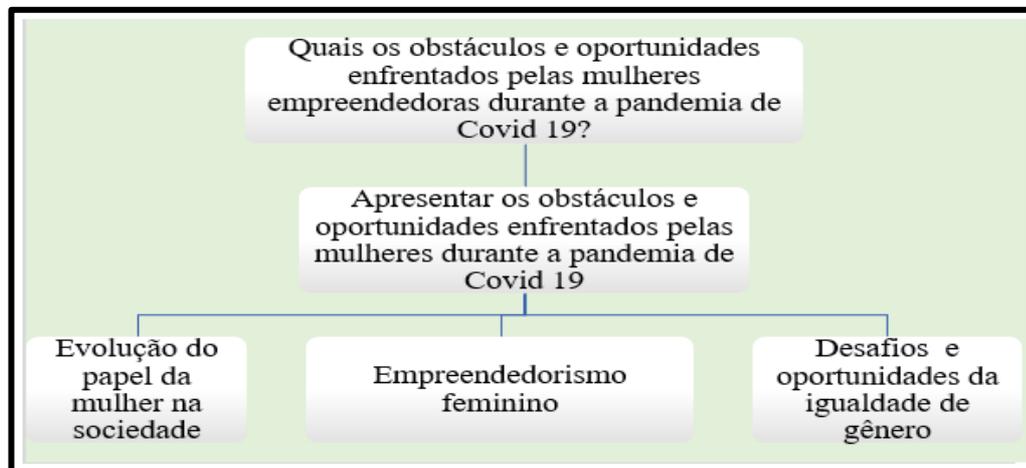


Figura 4: Fluxograma do trabalho de pesquisa

Fonte: Elaborado pela autora, com base no desenvolvimento da sua pesquisa

Na sequência foi apresentado o capítulo do método onde foi detalhado todas as etapas e procedimentos propostos para a presente pesquisa.

3. Método

3.1 Classificação da pesquisa

Considerando o problema da pesquisa, o tema foi aprofundado após acompanhar e observar, como as mulheres empreendedoras administram seus negócios e suas vidas, os desafios, bem como, as oportunidades que as cercam.

Nesse sentido, adotou-se uma metodologia de abordagem qualitativa de caráter descritivo. A pesquisa de natureza qualitativa, enfatiza as particularidades, por meio do tratamento, e da interpretação dos dados, buscando identificar as questões teóricas, permitindo compreender o fenômeno estudado e aprofundando nas relações, nos processos e nos acontecimentos (Chizzotti, 2018).

A pesquisa se caracteriza ainda, como sendo de caráter descritivo, segundo Gil (2016), tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o tema estudado, deixando-o mais compressivo, e aperfeiçoando as ideias, envolvendo levantamento bibliográfico, se preocupando em obter maior qualidade e profundidade nos resultados.

3.2 Local de estudo e atores envolvidos

Os agentes envolvidos nesta pesquisa, mulheres empreendedoras no segmento da estética feminina, da cidade de Cuiabá, no estado de Mato Grosso. Foi utilizado o método de saturação para compor a pesquisa. Sendo parâmetros importantes, para avaliação das pesquisas qualitativas, a amostragem por saturação, visa estabelecer, ou fechar o tamanho final de uma determinada amostra utilizada nas pesquisas, para assim, suspender a captação de novos participantes (Minayo,2017).

O perfil de mulheres empreendedoras escolhido para essa pesquisa, foram acessadas dentro da rede de relacionamento da pesquisadora. Como critério de inclusão pontua-se mulheres empreendedoras do ramo de estética que residem e trabalham em Cuiabá. Contudo, como critério de exclusão pontua-se mulheres que não são do ramo, bem como não trabalham na delimitação do município. Esses agentes participantes da pesquisa, conforme Vergara (2016), são as pessoas que fornecerão os dados para análise e discussão necessários para realização da pesquisa. A Figura 5 ilustra a localização da cidade de Cuiabá onde foi desenvolvido o estudo.



Figura 5: Mapa do Estado de Mato - Grosso, cidade de Cuiabá
Fonte: Google (2022)

O desenvolvimento dessa pesquisa, tem como objeto de estudo a cidade de Cuiabá, que é a capital do estado de Mato Grosso, estando localizando no centro Sul do estado conforme ilustrado na Figura 5, com sua população de aproximadamente 623.614 pessoas e uma área territorial de 5.077.181 km².

Sua principal atividade econômica, está no setor terciário, em atividades como o serviço público, o comércio e os serviços, seguido das atividades industriais, as agroindústrias, voltadas ao beneficiamento de produtos primários, como soja, algodão e carne bovina (IBGE, 2021).

De acordo, com a Junta Comercial do Estado de Mato Grosso, (Jucemat), em 2022 a cidade de Cuiabá-MT, apresenta mais de 100 mil empresas cadastradas (Tabela 1), sendo que o maior volume dessas empresas, se concentra nos setores de comércio, e serviço, desse montante as atividades de estética, e outros serviços de cuidados com a beleza, representam 5.452 empresas ativas, sendo 6% do total.

Tipo	Quantidade	(%)
Micro Empresa	43.674	43,19%
MEI	37.204	36,78%
Médio / Grande Porte	12.601	12,46%
Pequeno Porte	7.658	7,57%
	Total: 101.137	

Tabela 1: Quantidade de empresas em Cuiabá/ MT
Fonte: Jucemat, 2022

3.3 Instrumento de coleta de dados

O instrumento utilizado para a coleta de dados, foi um roteiro de entrevista semiestruturado com 19 questões divididas em três blocos o qual foi gravado até a análise dos dados, após foi excluído de todos os meios eletrônicos (gravador e computador). O roteiro (Apêndice I) seguirá o seguinte formato: Bloco A - Perfil das entrevistadas, Bloco B- Identificação da área de atuação, e Bloco C- Desafios, motivações e oportunidades.

Acredita-se, que as mulheres ficarão confortáveis em responder a partir de suas percepções, opiniões e experiências de trabalho no empreendedorismo, contribuindo com as informações necessárias para o desenvolvimento dessa pesquisa.

De acordo com Vergara (2016), a coleta dos dados busca obter informações necessárias para responder ao problema de pesquisa, sendo que uma pesquisa de campo adequada, pode, por meio de entrevistas, questionários e observação, atender os objetivos pontuados.

3.4 Técnica de análise dos resultados

Para a análise e discussão dos resultados obtidos junto as mulheres por meio das entrevistas, foi adotada a técnica da análise de conteúdo. De acordo com Bardin (2016), a análise de conteúdo, refere-se a um conjunto de técnicas de análise das comunicações, permitindo avaliar inúmeras informações de forma objetiva e subjetiva.

As entrevistas, foram realizadas com agendamento prévio, individual e presencial no estabelecimento das empreendedoras, durante todo o mês de agosto de 2022, sendo que o tempo médio de cada entrevista, variou de 1 a 2h horas. Ainda, segundo Minayo (2013), a análise de conteúdo é uma técnica de observação e descrição de dados, que objetiva a compreensão e interpretação do conteúdo qualitativo, visando explicá-lo.

Na análise de conteúdo, foi feita uma pré-análise, onde foram lidas todas as entrevistas, e organizados os assuntos semelhantes. A leitura desses materiais permite a sistematização das informações, ao qual foram importantes para construção do texto (Bardin, 2016). Posteriormente os documentos analisados, foram categorizados *a posteriori* de acordo com a coleta e subdivididos em subcategorias, de maneira a buscar atender o problema e os objetivos propostos pela pesquisa.

Para contribuir com a robustez da pesquisa, diante das entrevistas coletadas foi desenvolvido uma nuvem de palavras para os obstáculos, e para as oportunidades, salientando os termos e conceitos mais latentes mencionados pelos atores envolvidos (participantes).

4. Resultados e Discussões

Com o desenvolvimento dessa pesquisa, buscou-se diagnosticar, alguns fatores e justificativas, porque o empreendedorismo tem sido um dos caminhos escolhidos por muitas mulheres e qual é o impacto na sua rotina, quais os aspectos inovadores, e como fazem para buscar a sua independência financeira, levando em consideração a oportunidade de poder apresentar seu potencial, e sua crescente evolução perante a sociedade, tendo que atingir um equilíbrio entre sua vida profissional e a família.

Ainda que essa evolução possa vir acompanhada de algumas dificuldades, a mulher empreendedora, vem demonstrando seu potencial enquanto profissional, buscando mais conhecimentos, e sendo muitas vezes flexíveis, a ter que lidar com situações ímpares, e mudanças desafiadoras que possa vir ocorrer, como por exemplo a Pandemia do Covid-19 que ocasionou alterações no estilo de vida não apenas de mulheres empreendedoras, mas também de toda sociedade global.

Essa pesquisa buscou demonstrar a percepção da mulher no mercado de trabalho, e sua crescente representatividade, principalmente no meio dos empreendimentos.

Ademais, por meio desse estudo pretendeu-se contribuir com um diagnóstico das mulheres empreendedoras no ramo da estética, bem como, apresentar impactos que a pandemia Covid 19 ocasionou, apresentando quais foram as estratégias e a criatividade usada para

contornar as dificuldades, e por fim, como contribuição teórica, apresentar soluções para tais desafios.

4.1 Perfil dos atores envolvidos

Considerando os atores envolvidos na coleta dos dados, apresenta-se o perfil sociodemográfico (Tabela 2) das empreendedoras entrevistadas:

Faixa Etária			Estado civil		Nível de Escolaridade		Quantidade de filhos		
20 a 30 anos	31 a 40 anos	41 a 50 anos	Casada	Solteira	Médio Completo	Superior Completo	Nenhum	1	2
33,34%	50%	16,66%	75%	25%	41,66%	58,34%	25%	33,34%	41,66%

Tabela 2: Perfil dos participantes
Fonte: Elaborada pela autora, 2022

Os dados coletados, referentes ao perfil, vão ao encontro com as informações obtidas pelo SEBRAE (2020), e pesquisa da GEM (2020), onde as mulheres se iniciam cada vez mais jovens como empreendedoras e em sua maioria, as empreendedoras possuem nível escolaridade superior completo ou maior, destacando ainda, a continuidade do aperfeiçoamento profissional de duas participantes que atualmente cursam, a pós-graduação lato sensu. Acrescentando a pesquisa, realizada pela RME- Rede Mulher Empreendedora (2020), constatou que 61% das mulheres empreendedoras entrevistadas, possuem filhos, o que demonstra, a dupla jornada da mulher empreendedora, enquanto 39% não possuem, analisando a resposta das entrevistadas na pesquisa, onde as mesmas possuem de 1 a 2 filhos.

Na presente pesquisa, o segmento da estética, abrangeu uma classe variada de profissionais, tais como, manicures, designer de sobrancelhas, maquiadoras, lash design, cabeleireiras, pedicures, nail designer, esteticistas, operando nos salões de beleza e afins. O tempo médio de atuação como empreendedoras, varia de 2 anos há 16 anos.

4.2 Obstáculos enfrentados pelos atores envolvidos

Na sequência foi apresentado a análise dos dados qualitativos (Tabela 3), considerando primeiramente os obstáculos e posteriormente as oportunidades (4.3). Nesse viés foram considerados segundo a autora Bardin (2016) a codificação, as unidades de contexto, bem como, a enumeração e a categorização. É importante mencionar também os pontos mais latentes, ou seja, a maior enumeração constatada na análise de conteúdo.

Unidade de registro (Codificação)	Unidade de contexto	Enumeração	Categorização
Obrigatoriedade do fechamento do estabelecimento	O salão ficou 3 meses de portas fechadas, deu uma assustada, meio instável, nada certo.	11	Econômica
Redução de Clientes	Muitos clientes que iam até a clínica pararam de ir, por questão financeiras, pois estavam sem trabalhar também.	10	Econômica
Falta de clientes	O salão parou, estava sem clientes, pois estava tudo fechado, não tinha cliente, eu precisava pagar o aluguel.	10	Econômica
Medo da Infecção do Vírus	No início tive muito medo da contaminação, de como seria daqui para frente.	9	Social
Atrair e manter os clientes	Como eu tinha uma rotatividade boa de clientes, eu não ia atrás deles, eu esperava eles me procurar, vir até mim, mais com a pandemia eu tive que mudar e procurar e atrair mais os clientes até a clínica.	7	Social
Lidando com a nova rotina	Mudei meu atendimento, agora só com horário marcado, ficou mais restrito, atendo um cliente por vez, fazendo todo protocolo de segurança.	5	Social

Frequência das categorias:

Econômica: 50%

Social: 50%

Tabela 3: Análise de conteúdo dos dados coletados – Obstáculos

Fonte: Elaborada pela autora, 2023.

Sobre os impactos, e os obstáculos, observando as respostas das empreendedoras, além de todas as questões citadas anteriormente, dos reflexos da pandemia, uma das consequências mais mencionadas na pesquisa, foram a diminuição de clientes, falta de clientes e o controle de locais, com o fechamento total dos estabelecimentos. Esse fechamento dos locais abrangeu todas as classes de profissionais e trouxe preocupação, em manter os negócios ativos, com isso obteve-se queda na renda, instabilidade econômica e social, às empreendedoras (Lana, et.al, 2020).

Esses obstáculos mencionados na presente pesquisa, colaboram com a pesquisa do IBGE 2020, onde as restrições impostas pela pandemia, foram responsáveis, pelo fechamento de empresas em todos os setores da economia, sendo o setor de serviços, com maior efeito negativo.

Tais consequências, vão além, de precisar sobreviver com as portas fechadas, o cenário de crise gerado pela Covid-19, exigiu mudanças e adaptações, que não somente na estrutura do trabalho precisou ser readequada, mas os profissionais também, tiveram que mudar a sua forma de trabalhar. (Devotto, et al, 2020), resultando, em profissionais, com capacidade de resiliência, aos quais, seriam capazes de gerar novas competências, para poder entender a nova rotina instalada de modo acelerado (Blundell, Costa Dias, Joyce, & Xu, 2020).

Tal rotina, é citada na pesquisa, como sendo algo novo, ou um “novo normal”, ao qual, teve que ser implantado rapidamente. Essas transformações imediatas, foram responsáveis pela adoção de hábitos orientados e utilizados de modo ao enfrentamento, e pelo medo das participantes em contrair a doença, bem como, ser um agente transmissor do novo coronavírus vírus (Bartik, et al, 2020). Essa justificativa está apresentada na evidência de uma das participantes:

“Nunca me preocupei com esse negócio de contaminação, eu sempre limpei o salão, como todo mundo, agora eu me preocupo em higienizar tudo com álcool, e atendo minhas clientes de máscara, para proteção dela e minha, pois ainda tenho medo de contrair o vírus, e olha que eu já tomei a vacina”. (40 anos, nível superior, 2 filhos)

Considerando ainda, a pesquisa do IBGE 2020, as micro e pequenas empresas, alteraram seu modo de trabalho no período da pandemia, e essas mudanças podem se tornar permanentes a partir das novas necessidades dos seus clientes.

Conforme Ratten (2020), as organizações precisam adotar uma postura para saber abordar um ambiente de negócios altamente inseguro e volátil, com a velocidade dos acontecimentos e com as incertezas do mercado, para isso, precisam se alinhar as novas tendências e procurar adaptar-se as mudanças quando necessário, e em momentos de crises.

Mesmo que diante de pequenos negócios, as empreendedoras devem continuar a busca por maior produtividade e eficiência, e inserir práticas de gestão, que atenda as demandas do mercado (Gustmann, et al 2021). Um ponto positivo, a ser apresentado, é adotar o atendimento flexível e o atendimento ao domicílio, sendo um diferencial, para atrair clientes, e adaptar o dia

e horário desejado pelo seu público, isso se torna um grande diferencial. Nesse mesmo cenário, foi equilibrado a categorização, atendendo 50% fatores sociais e 50% econômicos.

4.2.1 Nuvem de palavras dos obstáculos

A nuvem de palavras enfatiza os pontos mais importantes no que tange aos obstáculos mencionados pelos participantes da pesquisa.



Figura 6: Termos (obstáculos) mais citados pelos participantes
Fonte: Elaborada pela autora, 2022.

Diante dos recursos utilizados, identificamos uma nuvem de palavras com sete termos mais utilizados pelas entrevistadas, com expressões e conceitos sobre a pandemia, na visão das empreendedoras, palavras essas que se repetiram, durante a entrevista. Dessa forma, buscamos identificar, quais seriam os maiores obstáculos para empreendedoras, visto que o ramo da estética feminina, sofreu duramente com o isolamento, causado pelo vírus do Covid-19, onde seus espaços tiveram que ser fechados, e por ser um setor, que não tem a opção de “delivery” ao cliente, e seus serviços requerem um contato diretamente ao público, causando assim, dificuldades na sua forma de trabalho (Colet & Mozzato, 2020).

Os relatos das entrevistadas, contempla que para não fechar seus estabelecimentos definitivamente, e por estarem há alguns anos empreendendo desempenhando suas profissões, as empreendedoras necessitaram se adaptar rapidamente a uma nova rotina e uma nova situação, onde, no início foram momentos difíceis e desafiadores causando grande instabilidade, assim, tais empreendedoras alteraram de forma considerável o rumo do seu negócio (Macêdo, 2020).

Outra questão foi a necessidade de adaptação, bem como, as estratégias das empreendedoras na busca por manter e fidelizar seu cliente e no meio das dificuldades, criar um ambiente seguro, pois a pandemia causou incertezas a todos os envolvidos (da Silva. et al,2022).

4.3 Oportunidades dos atores envolvidos

Na Tabela 4, descreve-se o contexto das oportunidades para os negócios, na percepção das participantes:

Unidade de registro (Codificação)	Unidade de contexto	Enumeração	Categorização
Busca por capacitação e atualização	Estou me atualizando, e me especializando, fazendo os cursos para poder melhorar.	10	Social
Persistência perante as dificuldades	Nunca pensei em parar, pois sabia que seria uma fase, nós que somos trabalhadores autônomos já sabemos que não é fácil ser dona do seu próprio negócio mesmo, e agora eu sinto que muita coisa melhorou.	9	Social
Utilização da tecnologia/ e Inovação	Comecei anunciar o salão, no Instagram, facebook, Whatsapp.	8	Econômica
Reinventar	Para não ficar sem dinheiro, comecei a atender minhas clientes em casa.	8	Social
Novas possibilidades de ganho	Tive que buscar outras alternativas, abri uma conta no Youtube, e comecei a dar curso de auto - maquiagem, maquiagem profissional.	7	Econômica
Adaptações e melhorias	Notei, que o salão precisa ter mais espaço, e ter mais opções para clientes, aprendi como melhorar a higienização do local e dos objetos usados, para não ter contaminação.	5	Econômica
Mudança de Atuação	Mudei o ramo que eu fazia, fui para o ramo que mais tinha clientes, conforme a necessidade deles.	4	Social

Empreender na Pandemia	Tinha um sonho de me tornar dona do meu próprio negócio, já vinha pensando em fazer isso e a pandemia só me fez ter coragem e decidir empreender.	3	Econômica
-------------------------------	---	---	-----------

Frequência das categorias:

Econômica: 50%

Social: 50%

Tabela 4: Análise de conteúdo dos dados coletados – Oportunidades

Fonte: Elaborada pela autora, 2022.

A pesquisa aponta, que o período de pandemia, também houve oportunidades, a mais citada foi a necessidade por capacitações e atualização no mercado. Esse fator maximiza o envolvimento de mulheres empreendedoras no setor estudado, a busca por se reinventar, e de crescimento em conhecimento, têm grande potencial transformador. Nassif et al. (2020), menciona, que no momento que o mundo está vivenciando, a adaptabilidade e a inovação se fazem necessário para atender a demanda do mercado, e continuar sua atuação.

Dessa forma a pandemia, auxiliou as empreendedoras migrarem da sua zona de conforto e acelerou alguns sonhos de empreender, que estavam sendo deixado de lado, conforme menciona uma das entrevistadas:

Tinha um sonho de me tornar dona do meu próprio negócio, já vinha pensando em fazer isso e a pandemia só me fez ter coragem e decidir empreender. (29 anos, ensino superior, 1 filho)

Outro ponto importante abordado foi que as participantes apresentam características desejável aos mundos dos negócios, tendo um perfil de liderança, e sendo abertas para mudanças e inovações que possam ocorrer, assim como apresenta um estudo realizado por Heinzemann, et al 2021. Nesse contexto, a pesquisa do SEBRAE (2021) em parceria com a FGV (Fundação Getúlio Vargas, 2021), evidenciou que as mulheres foram mais eficientes, e apresentaram respostas rápidas aos desafios impostos pela pandemia, e souberam agir de forma inovadora em seus negócios.

Um exemplo disso, foi que as participantes utilizaram mecanismos para amenizar a crise e os fechamentos dos estabelecimentos. Assim como apresentado, em um estudo que para poder continuar com seus atendimentos muitas empreendedoras mudaram o ramo de atuação, ao qual tinha maior procura por parte do seu público, e ainda, muitas iniciaram ministrando cursos em plataformas online para complementar a renda e promover uma maior rentabilidade financeira que vinha sendo afetada (Sousa,2021).

Assim, essas empreendedoras pesquisadas, demonstraram que embora com as mudanças provocadas, elas se mantiveram atualizadas com cursos e especializações, e sempre que necessário foram em busca de auxílio e continuaram sendo persistentes. Além de manterem-se atualizadas, fazem parte desse grupo, empreendedoras que foram em busca da modernização dos seus serviços e buscaram outras formas de atrair seus clientes, seja anunciando seus serviços em redes sociais, ou criando novas formas de estratégia para manter e atrair seu público alvo.

Conforme, Kuckertz et al. (2020), é necessário compreender o cenário, e as suas implicações e de acordo com a realidade, os empreendedores, precisam de novas formas criativas de atuação, pois não se pode esperar que tudo volte “ao normal”, pois o período de pandemia acelerou muitos fatores, como o acesso e o uso de tecnologias em prol do empreendedorismo.

Dentro desta análise, adequar-se à prestação de serviços, foi outro ponto bastante citado na pesquisa, pois os clientes estão exigentes, e com a mudança no padrão de comportamento, claramente exige das empreendedoras tal adaptação também. Dessa forma, inferem nas competências e no desempenho das empreendedoras, fazendo surgir serviços diferenciados e oportunidades em tempos de crise (Assunção et al.,2020). Nesse mesmo cenário, foi equilibrado a categorização, atendendo 50% fatores sociais e 50% fatores econômicos.

4.3.1 Nuvem de palavras das oportunidades

A nuvem de palavras enfatiza os pontos mais importantes no que tange as oportunidades mencionadas pelos participantes da pesquisa.



Figura 7: Termos (oportunidades) mais citadas pelos participantes
 Fonte: Elaborada pela autora, 2022.

Buscando identificar as oportunidades que surgiram na pandemia, diante de inúmeros efeitos negativos e situações incomuns que toda empreendedora enfrentou na sua jornada de empreender, destacamos entre os pontos o poder da resiliência, como um meio de enfrentar a crise e desenvolver rapidamente a autonomia para ajudar na recuperação diante das dificuldades (Castro & Zermeno, 2020). A pandemia, encarada como uma incerteza para todos os gêneros, ajudou na busca por novas maneiras de realizar as atividades, isso foi posto como critério, devido as mudanças no padrão de consumo dos clientes, e diante de novas situações desafiadoras, as empreendedoras foram impulsionadas a buscar novas possibilidades de ganhos, e utilizando da inovação para tal.

Cabe mencionar que as mulheres empreendedoras assumiram riscos de saúde, agindo diante de um obstáculo global, nacional, regional e local. e foram determinadas a buscarem novas formas de garantir e expandir seus negócios, dessa forma, conseguiram visualizar as oportunidades que foram surgindo e corroboraram para o sucesso, por meio de maneiras para adaptar e tornar seu negócio competitivo e rentável ao mundo dos negócios (Pontes.et al ,2020).

A representatividade feminina vem aumentando a cada ano no país e no mundo fomentando novos mercados, ajudando mulheres a se reinventarem quando necessário, e desenvolverem suas habilidades, demonstrando total contribuição ao empreendedorismo de forma ampla, principalmente em âmbito regional, trazendo mudanças significativas, oportunidades de melhorias e qualidade de vida para aqueles que as cercam (Silva.et al,2021).

4.4 Propostas para os desafios enfrentados nesse contexto

Em relação ao futuro e aos seus negócios as empreendedoras seguem otimistas, e acreditam que a situação econômica voltará a ser melhor, e muitas mencionaram, que com a ampliação das questões financeiras advindas do aumento de clientes e diversificação de serviços prestados, elas poderão também investir em melhorias para seus estabelecimentos, e conseguir atender uma demanda maior de clientes, bem como, poder contratar mais pessoas.

Dessa forma cabe ressaltar a importância de ter um diagnóstico, que muitas vezes tendencia apenas apontamentos negativos no contexto pandêmico, contudo, ao mesmo tempo oportuniza o autoconhecimento e o aprendizado para buscar soluções rápidas e eficazes (Tabela 5) que contribuam e auxiliarem para problemas futuros no setor.

Propostas	Literatura	Ações
Resiliência por parte das empreendedoras	dos Santos, V. F., Morais, G. M., de Araújo Ribeiro, F. F., & Jardim, D. (2019). Female entrepreneurship: Evolution, current challenges, and future prospects. <i>International Journal of Business Administration</i> , 10(5).	Iniciar um novo empreendimento, e conduzir de forma mais segura desde o início, aprendendo com as dificuldades e analisando os riscos inerentes.
Busca por conhecimentos	Silva, B. E. S. D. (2022). Empreendedorismo feminino na visão das empreendedoras da Zona Norte de Natal/RN (Bachelor's thesis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte).	Empreendedoras se profissionalizado na área que pretende atuar, realizando cursos online, oficinas para entender melhor sobre seu negócio, e assim poder investir com maior segurança.
Inserção da tecnologia no setor	Silva, C. F. (2021). Dificuldades das micro e pequenas empresas durante a pandemia: uma análise a partir dos pontos de vista dos empresários.	O uso do marketing e das redes sociais usado como estratégia, para auxiliar as empreendedoras a avançar em seus negócios.
Investir em teletrabalho por meio de cursos e palestras rentáveis	Melo, L. (2022). O Brasil não é feito para empreender: As dificuldades para empreender no País.	Necessidade e a importância de buscar conhecimento para ter retorno financeiro por meio da pulverização de informação rentável.
Diversificação de atividades dentro do setor ou fora dele	Ferreira, S. D. C., Caldeira, E. C. B., Silva, J. F., da Silva, M. D., & Caldeira, C. A. (2022). Empreendedorismo feminino em época de pandemia: um estudo de caso no ramo alimentício na cidade de Itapagipe-MG. <i>Research, Society and Development</i> , 11(3), e17011326344-e17011326344.	Nos momentos de crise, geralmente visualiza -se dificuldades, contudo, em meios as incertezas, é importante buscar novas oportunidades de negócio.

Estabelecer um horário de trabalho adequado para ambos os lados (cliente e empreendedor), para não se sobrecarregar e nem trabalhar menos que o necessário	de Carvalho, B. G. (2022). Registro de marca na era pandêmica: Relevância frente ao aumento do empreendedorismo. <i>Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas</i> , 7(03), 18-30.	As mudanças são necessárias, e para melhoria do empreendimento, uma ferramenta valiosa é a flexibilidade de horários.
Flexibilizar os horários de atendimento	de Carvalho, T. F., & Porém, M. E. (2020, November). Empreendedorismo Feminino em Tempos de Pandemia: Estudo de Caso sobre o Programa Potência Feminina a Partir de Uma Perspectiva Comunicacional. In <i>3º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies-Democracia, meios e pandemia</i> .	A pandemia, trouxe visões a respeito de como melhorar a forma de empreender, buscando novas formas de inovação, e horários de atendimento diferenciados (noturno, meio dia)
Investir em atendimento home office, pois com isso, há redução dos custos na empresa, como aluguel, água, luz, limpeza entre outros	Procacci, V., & Ammaturo, M. (2023). The Impact of the Covid-19 Pandemic on Women's Enterprises: Analysis of a Pilot Case. In <i>When the Crisis Becomes an Opportunity: The Role of Women in the Post-Covid Organization</i> (pp. 263-273). Cham: Springer International Publishing.	Os obstáculos surgem com a interrupção das atividades presenciais, contudo, se inicia uma mudança na forma de atendimento, e uma maior flexibilização, para poder manter seu cliente satisfeito.

Tabela 5: Proposta de solução para os desafios
 Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Em síntese foram apresentados os obstáculos, as oportunidades e possíveis soluções para fomentar o ramo de estética em Cuiabá, bem como em outras regiões globais. Nesse sentido cabe ressaltar que a Pandemia de Covid 19 acelerou fatores e impactou muito nos estabelecimentos estudados. Mas ao mesmo tempo exigiu das empreendedoras resiliência e uma análise crítica em relação ao futuro.

Conclusão

O objetivo da presente pesquisa, foi apresentar os obstáculos, e oportunidades enfrentados pelas mulheres empreendedoras durante a pandemia de Covid 19, no segmento da

estética em Cuiabá. Neste trabalho foi possível verificar a representatividade da mulher que antigamente era vista apenas como responsável dos afazeres da casa, contudo, hoje ocupa lugar de destaque no mundo dos negócios. No que tange esse tema, o empreendedorismo feminino tem evoluído, se tornando importante para economia, bem como, para a satisfação das mulheres, que buscam uma transformação pessoal e autonomia financeira.

Diante da disseminação do vírus do Covid 19, encontramos mulheres empreendedoras, engajadas, que embora com muitas dificuldades, perdas sociais e econômicas, se desenvolveram para seguir persistentes e resilientes, superando desafios, medos e incertezas, seguiram desenvolvendo suas atividades profissionais.

Assumindo seu papel de protagonistas dos seus empreendimentos e reconhecendo a importância da busca por conhecimentos, as mulheres sabiam que o mundo dos negócios havia mudado bastante, e para se manter competitivas na atividade, dependiam exclusivamente de suas ações e estratégias para diversificar seus negócios, sendo inovadoras e se reinventando, se necessário.

Ao decorrer da pesquisa, muitos foram os contratemplos, muitas adversidades surgiram no dia a dia, como empreendedora, porém a sua contribuição direta, fomenta o empreendedorismo na sua região e permanece atuando mesmo que diante de uma crise, ademais, vem reforçar o potencial feminino em conquistar seu espaço no mercado, agir com veemência na sua busca pela sua realização profissional. Nesse sentido, após suas conquistas e empenho, as empreendedoras tem motivação suficientes para irem em buscar de maiores avanços, e desejam mudanças mais positivas nos ambientes que a cercam.

Em relação as limitações da pesquisa, destaca-se, que ao entrar em contato com as empreendedoras, para agendar a entrevista, a maioria delas se mostrava interessadas, e motivadas, porem o tempo livre era escasso, considerando que e a cada questão, era necessário pausar para atender um cliente.

Cabe ressaltar, a importância de estudos futuros, no que tange à pesquisas sobreo empreendedorismo feminino, desconsiderando o contexto da pandemia, e analisar a capacidade em conciliar a vida profissional, os afazeres domésticos, suas culturas e costumes.

Este trabalho, contribui para o tema empreendedorismo feminino, e nesse contexto, como limitação do estudo, tem-se a carência de pesquisas realizadas na cidade de Cuiabá-MT, ademais, os achados favorecem e contribuem para fomentar políticas públicas, que irão auxiliar, a estimular o empreendedorismo feminino em outras cidades globais, bem como, ajudar a compreender como se desenvolve a atividade empreendedora, permitindo assim que

mulheres tenham melhores condições de atuarem no mercado, visto que o empreendedorismo feminino cada vez mais é necessário para o cenário econômico e para redução do desemprego.

Referências

ABIHPEC. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos- *Panorama do setor*. (2020). Recuperado de [https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2021/08/Panorama do Setor Atualizado Julho-Atualizado.pdf](https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2021/08/Panorama-do-Setor-Atualizado-Julho-Atualizado.pdf).

ACESSA. Associação Brasileira da Indústria de Produtos para o Autocuidado em Saúde.2020. *Autocuidado em tempos de Pandemia*. Recuperado de <https://acessa.org.br/>.

Abertura de empresas - Doing Business - Grupo Banco Mundial 2020. Recuperado de: <https://archive.doingbusiness.org/pt/reports/global-reports/doing-business-2020>

Alperstedt, G. D., Ferreira, J. B., & Serafim, M. C. (2014). *Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida*. Revista de Ciências da Administração, 16(40), 221-234.

Amazonas, E. (2013). *Inteligência Emocional Feminina em Alta*. Semente de vida.1. ed. Amazonas.

Assunção, M. V. D., Medeiros, M., Trump, L. N. R., Paiva, I. V. L., & Paes, C. D. S. (2020). Resiliência das cadeias de suprimentos brasileira com os impactos da COVID-19. *Holos*, 36(5), 1-20.

ABSB. Associação Brasileira dos Salões de Beleza. 2021. Pesquisa sobre salões de beleza na Pandemia. Recuperado de <http://www.saloesbrasil.com.br/site/pesquisa-de-mercado-sobre-saloes-de-beleza-napandemia>.

Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.

Bandeira, L. L., Mesquita, R. F. D., Araújo, M. K. F. D., & Matos, F. R. N. (2021). *As dificuldades de percurso das mulheres empreendedoras*.

Barbosa, H. M. A., da Rocha N., M. P., Júnior, S. L. C., & da Silva, P. M. M. (2021). *Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais*. Revista de Gestão e Secretariado, 12(2), 94-121.

- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. T. (2020). *How are small businesses adjusting to COVID-19? Early evidence from a survey* (No. w26989). National Bureau of Economic Research.
- Bernardes, J. R., de Sousa Silva, B. L., & Lima, T. C. F. (2020). Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios. *Revista da FAESF*, 4.
- Blundell, R., Costa Dias, M., Joyce, R., & Xu, X. (2020). COVID-19 and Inequalities. *Fiscal studies*, 41(2), 291-319.
- Candido, W. P., & Canguçu, L. R. (2021). Análise da ODS 5: igualdade de gênero nas organizações. *Brazilian Journal of Business*, 3(3), 2349-2363.
- Carvalho, M. do C. B. de (1995). *A família contemporânea em debate*. São Paulo: EDUC /Cortez, 1995. 122p.
- Castro, M. P., & Zermeño, M. G. G. (2020). Being an entrepreneur post-COVID-19—resilience in times of crisis: a systematic literature review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Conceição, A. J. S., Gois, E. S. B., Ribeiro, R. S., & Santos, S. R. (2021). *Os Desafios da Mulher Brasileira no Mercado de Trabalho: Em Busca do Papel da Liderança No Empreendedorismo*. Revista Caribeña de Ciencias Sociales, vol 10, Nº 7.
- Colet, D. S., & Mozzato, A. R. (2021). “Sonho Meu, Sonho Meu:” Sentidos Subjetivos Relacionados Às Dimensões da Ação Empreendedora. *Revista Gestão em Análise*, 9(3), 207-220.
- Coutinho, M. L. R.; & Coutinho, R. R. (2011). *Mulheres brasileiras em posições de liderança: novas perspectivas para antigos desafios*. Economia Global e Gestão v.16 n.1 Lisboa.
- Costa, S. D. S. (2020). Pandemia e desemprego no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 54, 969-978.
- Cramer, L., Cappelle, M. C. A., Andrade, Á. L. S., & de Brito, M. J. (2012). *Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios*. Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business, 1(1), 53-71.
- Chizzotti, A. (2018). *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. São Paulo: Editora Cortez.
- da Silva, P. M. M., El-Aouar, W. A., da Silva, A. W. P., & de Sousa, J. C. (2019). *A resiliência no empreendedorismo feminino*. Gestão e Sociedade, 13(34).

da Silva, L. C. M., da Silva OLIVEIRA, N. Q., & Paiva, M. D. O. S. (2022). Mulheres empreendedoras: Os impactos da pandemia nos aspectos emocionais e cognitivos de seus negócios. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 7(01), 137-152.

de MATOS, W. F., & SABINO, M. M. F. L. (2019). Análise das Estratégias de Marketing Aplicadas À Empresa Studio W Espaço Da Beleza. *Anais da Semana Científica e de Extensão do Centro de Ciências Sociais Aplicadas-Gestão*, 7(1).

de Amorim, W. A. C. (2020). Mercado de Trabalho no Brasil: Antes, durante... e Depois? *Mercado de Trabalho: Recuperação Atropelada pelo Combate ao Coronavírus*, 7.

de Carvalho, T. F., & Porém, M. E. (2020, November). Empreendedorismo Feminino em Tempos de Pandemia: Estudo de Caso sobre o Programa Potência Feminina a Partir de Uma Perspectiva Comunicacional. In *3º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies- Democracia, meios e pandemia*.

de Carvalho, B. G. (2022). Registro de marca na era pandêmica: Relevância frente ao aumento do empreendedorismo. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 7(03), 18-30.

Devotto, R. P. D., de Lara Machado, W., Vazquez, A. C. S., & Freitas, C. P. P. D. (2020). Work engagement and job crafting of Brazilian professionals. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*.

Dieese. (2012). *A Situação do trabalho no Brasil na primeira década dos anos 2000*. São Paulo. Recuperado de <https://www.dieese.org.br/livro/2012/livrosituacaotrabalhobrasil>.

ENDEAVOR. Brasil. Índice de Cidades Empreendedoras 2020. Recuperado de: <https://endeavor.org.br/ambiente/5-desafios-empresarios-pesquisa/>

dos Santos, V. F., Morais, G. M., de Araújo Ribeiro, F. F., & Jardim, D. (2019). Female entrepreneurship: Evolution, current challenges, and future prospects. *International Journal of Business Administration*, 10(5).

Ferreira, S. D. C., Caldeira, E. C. B., Silva, J. F., da Silva, M. D., & Caldeira, C. A. (2022). Empreendedorismo feminino em época de pandemia: um estudo de caso no ramo alimentício na cidade de Itapagipe-MG. *Research, Society and Development*, 11(3), e17011326344-e17011326344.

- Ferraz, T. (2020). COVID-19 e Perspectivas Sobre Desigualdade de Gênero. *Finanças Públicas: Mitigação da Crise e Vislumbre de Novo Modelo do Fundeb*, 52.
- García, P. O., & Capitán, Á. O. (2016). *Elements that contribute to boost female entrepreneurship: A prospective analysis*. *Suma de Negocios*, 7(15), 54-60.
- GEM-BRASIL. Global Entrepreneurship Monitor. (2020) *Relatório Executivo: Empreendedorismo no Brasil*. Recuperado de <http://www.ibgp.org.br/gem/download/>.
- Gomes, D.T., Guerra, P. V., & Vieira, B. N. *O desafio do empreendedorismo feminino*. In: XXXV ENANPAD – Encontro Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, p. 1-17, 201.
- Gustmann de Castro, B. L., Eccel Pontelli, G., Fátima Paz Nunes, A. D., Marques Kneipp, J., & Flores Costa, V. M. (2021). Empreendedorismo e coronavírus: impactos, estratégias e oportunidades frente à crise global. *Estudios Gerenciales*, 37(158), 49-60.
- Hryniewicz, L. G. C., & Vianna, M. A. (2018). *Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais*. *Cadernos Ebape. br*, 16(3), 331-344.
- Hapsari, N. R., & Soeditaningrum, N. (2018). *Cultural Factors on Female Entrepreneurship: A Literature Review*. In E3S Web of Conferences (Vol. 73, p. 11018). EDP Sciences.
- Heinzelmann, F. L., Coelho, L., Lópes, M., & Vieira, C. C. (2021). Impactos da COVID-19 na vida das mulheres em Portugal: Breve análise temática. *New Trends in Qualitative Research*, 9, 320-326.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020). Pandemia foi responsável pelo fechamento de 4 em cada 10 empresas com atividades encerradas. Recuperado de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28295-pandemia-foi-responsavel-pelo-fechamento-de-4-em-cada-10-empresas-com-atividades-encerradas>.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2021). *Cuiabá, Cidades e Estados*. Recuperado de <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mt/cuiaba.html>.
- IBGE-Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, (2020). Indicadores IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua). Recuperado de: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=destaques> .

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2020). Pesquisa IPEA. Recuperado de: <https://www.ipea.gov.br/portal/> .

Jayachandran, S. (2021). Social Norms as a Barrier to Women's Employment in Developing countries. *IMF Economic Review*, 69(3), 576-595.

Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A. M., Prochotta, A., ... & Berger, E. S. (2020). Startups in times of crisis—A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00169.

Krishnan, C. S. N., Ganesh, L. S., & Rajendran, C. (2022). *Entrepreneurial Interventions for crisis management: Lessons from the Covid-19 Pandemic's impact on entrepreneurial ventures*. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 72, 102830.

Lacerda, M. R. F. D. (2020). *Microempreendedoras individuais diante da pandemia da Covid-19: como lidar com as incertezas?*

Lana, R. M., Coelho, F. C., Gomes, M. F. D. C., Cruz, O. G., Bastos, L. S., Villela, D. A. M., & Codeço, C. T. (2020). Emergência do novo coronavírus (SARS-CoV-2) e o papel de uma vigilância nacional em saúde oportuna e efetiva. *Cadernos de Saúde Pública*, 36.

Macêdo, S. (2020). Ser mulher trabalhadora e mãe no contexto da pandemia COVID-19: tecendo sentidos. *Revista do NUFEN*, 12(2), 187-204.

Melo, L. (2022). O Brasil não é feito para empreender: As dificuldades para empreender no País.

Minayo, M. C. S. (2013). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde*. 13.ed. São Paulo: Hucitec.

Minayo, M. C. S. Cientificidade, generalização e divulgação de estudos qualitativos. *Ciência & Saúde Coletiva*. Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, p. 16. 17, 2017.

Muniz, D. D., Bacha, F. B.; & Pinto, J. M. (2015). *Participação Feminina no Mercado de Trabalho*. *Revista Científica Eletrônica UNISEB*, Ribeirão Preto, v.6, n.6, p.82- 97.

Nações Unidas no Brasil- ONU BR. (2022). *A Agenda 2030*. Recuperado de <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>.

Nassif, V. M. J., Armando, E., & La Falce, J. L. (2020). O empreendedorismo e a pequena empresa no contexto do pós COVID-19: há luz no fim do túnel. *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(3), I-VII.

Pontes, A. N., da Silva Santos, G. P., & Lima, N. M. L. (2020). Os desafios da mulher empreendedora em tempos de pandemia (COVID-19) e o enfrentamento em conciliar: família e trabalho. *SCIAS-Educação, Comunicação e Tecnologia*, 2(2), 391-404.

Procacci, V., & Ammaturo, M. (2023). The Impact of the Covid-19 Pandemic on Women's Enterprises: Analysis of a Pilot Case. In *When the Crisis Becomes an Opportunity: The Role of Women in the Post-Covid Organization* (pp. 263-273). Cham: Springer International Publishing.

Ratten, V. (2020). Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 629-634.

RME- Rede Mulher Empreendedora, (2020) "As Empreendedoras e o Coronavírus" - os negócios femininos no Brasil em meio a pandemia". Recuperado de: <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1590589703Locomotiva-Relatrio RME 1.pdf>.

Rodrigues, S. C., & Silva, G. R. da. (2015). *A liderança feminina no mercado de trabalho*. Vol. 1. Revista digital de Administração Faciplac. Salvador, S. L. (2016). *Desafios e oportunidades enfrentados pelas mulheres empresárias de Criciúma/SC*.

Santana, M. E. D., & PAES, R. V. D. C. (2020). O autocuidado diante de uma pandemia mundial.

Sales, I. K. B., & Macêdo, M. E. C. (2021). O Impacto da Pandemia da COVID-19 no Cenário das Micro e Pequenas Empresas/The COVID-19 Pandemic impacts on the Micro and Small Business Scenario. *ID on line. Revista de psicologia*, 15(57), 215-229.

Silva da rosa, s. A. M. A. N. D. A. (2020). Empreendedorismo e a atitude empreendedora: um relato de sua importância para a economia. *Administração de empresas em revista*, 4(22).

Silva, C. F. (2021). Dificuldades das micro e pequenas empresas durante a pandemia: uma análise a partir dos pontos de vista dos empresários.

Silva, B. E. S. D. (2022). *Empreendedorismo feminino na visão das empreendedoras da Zona Norte de Natal/RN* (Bachelor's thesis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte).

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021). O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios – 13ª Edição. Recuperado de <http://datasebrae.com.br/covid/> .

SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; ASN – Agência SEBRAE de Notícias. (2020). Recuperado de <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=pesquisa%20GEM/>

SEBRAE-Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021), *Empreendedorismo Feminino no Brasil*, Recuperado de <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/inspirese>.

SEBRAE-Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas, (2021). *‘Mas afinal, o que é empreendedorismo?’* Recuperado de <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empendedorismo/>.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021), - Gestão e inovação podem ajudar salões de beleza na retomada. Recuperado de <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ma/noticias/donos-de-saloes-de-beleza-sofrem-com-a-falta-de-profissionais,eb05c3fea3d0f710VgnVCM100000d701210aRCRD>

SINIGLAGLIA, B. (2018). O papel laboral da mulher na sociedade brasileira contemporânea: uma análise sobre sua evolução, a partir de um estudo de caso em uma empresa do município de Santa Rosa–MS. 2018. 159 f. *Dissertações (Mestrado em Práticas Socioculturais e Desenvolvimento Social) –Universidade Cruz Alta, Rio Grande do Sul*.

Sousa, C. M. (2021). *O Impacto da Covid-19 nos Hábitos dos Consumidores e no E-Commerce* (Doctoral dissertation, Universidade de Coimbra).

Schlickmann, E., & Pizarro, D. (2013). *A evolução da mulher no trabalho: uma abordagem sob a ótica da liderança*. Revista Borges. ISSN 2179-4308, VOL. 03, N. 01.

- Sina, A. (2005). *Mulher e trabalho: o desafio de conciliar diferentes papéis na sociedade*. São Paulo: Editora Saraiva.
- Silva, W. de F. (2013). *Empreendedorismo Feminino no Município de Picos Piauí*. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal do Piauí. Picos - PI, p. 21. 2013.
- SILVA, J. M. C., & KARPINSKI, C. (2021), Female entrepreneurship: support for discussion in information science. *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação; Vol. 14 No. 1: Revista Ibero-americana de Ciência da Informação; 238-258, 24(2), 258-238.*
- Strobino, M. R.C., & Teixeira, R. M. (2014). *Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba*. *Revista de Administração, 49(1), 59-76.*
- Stangherlin, A., JOÃO, D. D. M., & OLIVEIRA, J. N. D. D. (2021). Os desafios enfrentados pelos pequenos empreendedores durante a pandemia da Covid-19.
- Teixeira, R. M., Ducci, N. P. C., dos Santos S. N., Munhê, V. P. C., & Ducci, L. Z. (2011). *Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso*. *REGE-Revista de Gestão, 18(1), 3-18.*
- Teixeira, C. M., da Silva, A. F., de Sousa, F. N. T., & de Lavor, N. B. (2021). Empreendedorismo Feminino. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, 6(3), 151-171.*
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). *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, 10(1), 44-64.*
- Tonani, A. V. (2011). *Gestão Feminina - Um diferencial de liderança mito ou nova realidade*. Agosto de 2011. VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão.
- Vergara, S. C. (2016). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 16ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A.
- Vidal I. (2018) *Brasil tem enormes desafios para alcançar a igualdade de gênero*, GTSC- Grupo de trabalho da sociedade civil para agenda 2030 do desenvolvimento sustentável. Recuperado de <https://gtagenda2030.org.br/2018/11/19/brasil-tem-enormes-desafios-para-alcançar-a-igualdade-de-genero/>.

Vitale, D., & Nagamine, R. (2018). *Gênero, direito e relações internacionais: debates de um campo em construção*. EDUFBA.

APÊNDICE I

Este questionário tem como objetivo coletar informações sobre o empreendedorismo feminino perante a pandemia de Covid 19. Contamos com a sua participação e esperamos que responda com sinceridade e não deixe de responder a nenhuma questão. Suas respostas serão mantidas em sigilo. Obrigado pela colaboração.

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO

Bloco A: Perfil das participantes

1. Idade
2. Estado civil
3. Escolaridade
4. Profissão (manicure, maquiagem, cabelo, sobrancelha).
5. Possui quantos filhos
6. Com quem reside

Bloco B: Identificação da área de atuação

7. A senhora se considera uma empreendedora, ou seja, dona do próprio negócio?
8. Qual o segmento de atuação que a senhora atua?
9. Qual sua experiência profissional que antecede a atuação como empreendedora?
10. A senhora decidiu empreender por quais motivos?
11. Há quanto tempo que a senhora está empreendendo?
12. Quando surgiu a ideia de iniciar no empreendedorismo? Quais suas motivações?

Bloco C: Desafios, Motivações e Oportunidades

13. Ao longo do tempo, qual foi a sua maior dificuldade e principais conflitos no seu negócio. Pensou em encerrar as atividades?
14. Quais os principais desafios/dificuldades que enfrentou durante a pandemia?
15. Como conseguiu contornar esses desafios?
16. A Pandemia, de alguma forma alterou o modo de gerenciar o seu negócio?
Buscou alguma inovação? Ou se manteve da mesma forma?
17. O que mudou no seu negócio, após a Pandemia de Covid 19?
18. Com a Pandemia de Covid 19 houve algumas oportunidades para seu negócio?
Qual?
19. Como você analisa o futuro do setor, quais são as perspectivas para seu negócio?