

AS MULHERES EMPREENDEDORAS NA SERRA GAÚCHA NO CONTEXTO DA COVID-19¹

 <https://orcid.org/0000-0002-1885-7091>  Anelise D'Arisbo²

 <https://orcid.org/0000-0003-4211-4738>  Andressa Pasa³

Resumo: O empreendedorismo para as mulheres envolve características específicas. E o contexto pandêmico pode ter trazido outros fatores mais de análise ao processo empreendedor. Assim, como estudo relacionado ao Projeto de Pesquisa acerca dos temas de Carreira e Mercado de Trabalho, buscou-se o objetivo de compreender as motivações e dificuldades de mulheres da Serra Gaúcha que empreenderam na pandemia da Covid-19. Em pesquisa qualitativa, foram aplicadas entrevistas semiestruturadas com 10 (dez) mulheres da Serra Gaúcha que empreenderam e formalizaram seus negócios no período da pandemia da Covid-19. O estudo auxiliou na evolução do entendimento de como se dá o processo empreendedor em momentos de crise, bem como de quais as dificuldades exacerbadas pela pandemia. Os resultados apontaram para a busca do equilíbrio de fatores de ordem pessoal e profissional em contexto adaptativo à crise e permeado por questões do feminino.

Palavras-chave: empreendedorismo; mulheres empreendedoras; Covid-19.

INTRODUÇÃO

No cenário pandêmico, foram necessárias mudanças na sociedade e na vida das pessoas. Foram adotadas medidas como o isolamento social, restrições na abertura de comércios/serviços e até mesmo no deslocamento das pessoas (AQUINO et al., 2020). Tais medidas impactaram nas atividades econômicas e no mercado de trabalho. Fez-se necessário repensar as estratégias de gestão e a manutenção dos negócios e de empregos. Dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020) apontam em junho de 2020 que cerca de 700 mil pessoas passaram a fazer parte da estatística do desemprego.

Em contrapartida, no mesmo ano, o número de empresas abertas no País foi maior que o número de empreendimentos que fecharam as portas. No Rio Grande do Sul, os índices de abertura se sobressaíram, chegando a 202.388 novas empresas. Em um momento crítico, aponta o boletim do mapa de empresas (2020) que o empreendedorismo é um dos pilares que pode auxiliar no sustento da atividade econômica.

¹Vinculado ao Projeto de Pesquisa Mercado de Trabalho: seus Atores e Contextos, PVB862-2022, do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS).

² Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, *Campus* Bento Gonçalves. **Contato:** anelise.darisbo@farroupilha.ifrs.edu.br.

³ Aluna do curso de Tecnologia em Processos Gerenciais do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, *Campus* Farroupilha. **Contato:** andressapasa26@gmail.com.

Nesse âmbito, observa-se que, como em outras áreas profissionais, as mulheres vêm conquistando mais espaço no campo do empreendedorismo (TEIXEIRA e BOMFIM, 2016). De acordo com a pesquisa realizada e divulgada em 2019 pela Global Entrepreneurship Monitor – GEM–, no Brasil, 50% dos empreendedores iniciais são mulheres, em uma crescente no interesse feminino por empreender. Já no que tange a negócios consolidados, a população masculina leva vantagem (IBQP, 2019). Conduzidas pelas modificações econômicas estruturais e impulsionadas pelo crescente nível de escolaridade ou por vislumbrarem uma oportunidade de crescimento, mulheres marcam o empreendedorismo nacional com estratégia e inovação, mas não sem dificuldades (FERNANDES; CAMPOS; SILVA, 2013).

Importa que as empreendedoras tenham conhecimento dos desafios do mercado e atuem de modo a superá-los (WENDLING, 2020). Dessa maneira, procurou-se compreender as motivações e dificuldades de mulheres da Serra Gaúcha que empreenderam na pandemia da Covid-19. Para tal, buscou-se identificar os motivos que levaram as mulheres a empreender, descrever os desafios enfrentados pelas mulheres empreendedoras, e que foram exacerbados pela pandemia, e identificar se entre as entrevistadas houve empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade. Com esses objetivos, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, com coleta de dados através de entrevistas semiestruturadas em profundidade com 10 (dez) mulheres da Serra Gaúcha que empreenderam e formalizaram seus negócios no período da pandemia da Covid-19. Com isso, pode-se entender como se dá o processo empreendedor em momentos de crise e analisar quais as dificuldades foram exacerbadas pela pandemia enquanto elemento contextual atual.

Ainda, considerando a proporção da incerteza que impacta a economia global desde o início da pandemia da COVID-19, tornou-se relevante investigar como os desafios da pandemia foram enfrentados no empreendedorismo sob a perspectiva de mulheres (GOSLER, 2021; KALAKI, 2021).

2 METODOLOGIA

Com intuito de compreender quais as motivações e dificuldades de mulheres da Serra Gaúcha que empreenderam na pandemia da Covid-19. Realizou-se uma

pesquisa qualitativa exploratória, com uso de entrevista semiestruturada que passou por pré-teste. O roteiro contém 19 perguntas norteadoras além do perfil demográfico coletado (GIL, 2010).

O público de pesquisa foi composto por 10 mulheres que formalizaram seu negócio na região da Serra Gaúcha, no período da pandemia da Covid-19 (março de 2020 até o momento da coleta, princípio de 2022). Os dados demográficos são resumidas no Quadro 1:

Quadro 1- Perfil das Empreendedoras Entrevistadas

Entrevistada	Idade	Possui filhos	Formação	Ocupação antes de empreender	Ramo atual	Segmento	Início Negócio	Cidade do negócio
A	23	Não	Superior incompleto	Auxiliar de farmácia	Serviço	Beleza	Mar/20	Garibaldi
B	28	Não	Graduação	Assistente contábil	Indústria	Alimentício	Abr/20	Garibaldi
C	36	Sim	Pós-Graduação	Dava aula de confeitaria	Indústria	Alimentício	Mar/20	Garibaldi
D	42	Sim	Graduação	Contadora	Comércio	Artigos infantis	Abr/21	Garibaldi
E	32	Não	Pós-Graduação	Auxiliar administrativo	Serviço	Assessoria administrativa	Set/21	Carlos Barbosa
F	36	Gestante	Pós-Graduação	Professora de dança	Serviço	Ensino	Mar/20	Bento Gonçalves
G	39	Sim	Graduação	Analista administrativo	Indústria	Alimentício	Mar/20	Garibaldi
H	47	Sim	Pós-Graduação	Auxiliar de RH	Comércio	Cestas e presentes	Set/21	Garibaldi
I	28	Não	Pós-Graduação	Secretária em consultório	Serviço	Saúde	Set/21	Garibaldi
J	29	Não	Pós-Graduação	Dentista	Comércio	Semi joias	Abr/21	Garibaldi

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Para coleta dos dados, em primeiro momento, foi realizado um contato via telefone e e-mail com a APEME (Associação de Pequenas e Microempresas, escolhida com o intuito de evitar a endogenia), solicitando a indicação de empreendedoras do perfil delimitado. Posteriormente, as indicadas foram entrevistadas, em distanciamento social por meio da plataforma zoom que permitiu gravação com permissão (Termo de Livre

Consentimento). A base teórica para o estabelecimento do roteiro semiestruturado é evidenciado no quadro-resumo 2.

Quadro 2 – Motivações e Dificuldades do Empreendedorismo

MOTIVAÇÕES	FONTE
Alcançar Flexibilidade de horário	TEIXEIRA e BOMFIM (2016)
Conciliação de demandas profissionais e familiares	GOMES, GUERRA e VIEIRA (2011); TEIXEIRA e BOMFIM (2016); RAMOS e VALDISSER (2019); BANDEIRA, AMORIN e OLIVEIRA (2020)
Autorrealização	JONATHAN (2011);
Oportunidade mercadológica	GOMES, GUERRA e VIEIRA (2011)
Necessidade/Desemprego	GOMES, GUERRA e VIEIRA (2011);
Autonomia de atuação	TEIXEIRA e BOMFIM (2016); RAMOS e VALDISSER (2019); BANDEIRA, AMORIN, e OLIVEIRA (2020)
Crescimento profissional	GOMES, GUERRA e VIEIRA (2011); RAMOS e VALDISSER (2019); BANDEIRA, AMORIN, e OLIVEIRA (2020)
Independência Financeira	JONATHAN (2011); GOSLER (2021); SEBRAE (2021)
Tradição familiar	GEM (2019)
Apoio de outras pessoas	GOSLER (2021)
DIFICULDADES	FONTE
Preconceito contra Mulher	WENDLING (2020); SEBRAE (2021)
Empreender em setores de atuação tidos como masculinos	BOTELHO et al (2009)
Desempenho de múltiplos papéis (pessoal/profissional/familiar)	BORSA e NUNES (2011); ALPERSTEDT, FERREIRA e SERAFIM (2014); WENDLING (2020)
Aquisição de Recursos financeiros	ALPERSTEDT, FERREIRA e SERAFIM (2014)
Crise financeira	KALAKI (2021)
Home office	RATTEN (2020); KALAKI (2021)
Falta de domínio da tecnologia	BERNARDES, SILVA e LIMA (2020)
Falta de Apoio	GASS (2013); SEBRAE (2021)
Falta de experiência	SEBRAE (2021)
Falta de credibilidade	ALPERSTEDT, FERREIRA e SERAFIM, (2014)
Dificuldade na gestão do negócio	ALPERSTEDT, FERREIRA e SERAFIM (2014); SEBRAE (2021)

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Posteriormente, os dados foram transcritos com ajuda da ferramenta de digitação do Google Docs, e categorizados *a posteriori*, com o auxílio do Excel®, conforme quadro 3.

Quadro 3 – Categorização

Macrocategorias	Categorias		
Motivações	Flexibilidade	Dificuldades	Obstáculos da mulher
	Autorrealização		Conciliação das demandas
	Autonomia de atuação		Falta de apoio
	Oportunidade mercadológica		Questões financeiras
	Crescimento profissional		Home Office
	Questões financeiras		Falta de domínio da tecnologia
	Influência de terceiros		Falta de experiência
		Dificuldade na gestão	
		Falta de credibilidade	

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

Após triangulação dos dados⁴, para a análise dos mesmos, utilizou-se a análise de conteúdo (BARDIN, 2006).

3 RESULTADOS

Em análise, de forma objetiva, constatou-se que as empreendedoras têm como motivações principais fatores de ordem pessoal e profissional, abrangendo a busca por maior flexibilidade de horário que possibilita uma melhor conciliação das demandas, fator essencial no período pandêmico principalmente para as empreendedoras mães – o que evidencia a relevância do papel da maternidade em suas vidas. A busca por crescimento profissional (e autorrealização) e a autonomia de atuação também obteve destaque nas motivações, com a valorização da liberdade para comunicar suas aspirações e valores, e de exercer a capacidade de decisão.

Em relação às dificuldades, a questão do feminino permeia os primórdios do direcionamento do segmento de atuação – frequentemente relacionadas a cuidado – das empreendedoras constituindo um fator que, por vezes, não é percebido pelas próprias mulheres. A própria busca pela flexibilidade é ratificada pela possibilidade de conciliar os diversos papéis atribuídos às mulheres. Ademais, desafios foram exacerbados pelo

⁴ A triangulação de dados contou, além dos dados obtidos pelas entrevistas com respectiva transcrição, com a observação sistemática ao longo das coletas e registrada em diário de bordo, além da análise documental a partir da associação de páginas e sites das empreendedoras e respectivas empresas.

contexto pandêmico. Apesar da flexibilidade viabilizada pelo empreendedorismo, a questão de estarem em casa, algumas com os filhos, foi considerada fonte de sobrecarga e desequilíbrio entre vida profissional e pessoal. Ainda, foram requeridas a adaptarem-se à utilização das tecnologias e à modalidade online. Com exceção das empreendedoras que têm seus negócios já concebidos excepcionalmente na modalidade digital, elas não possuíam inicialmente domínio das tecnologias e facilidade no manuseio das mídias sociais. Por fim, a questão financeira e a incerteza de mercado se apresentaram como dificultadores, principalmente por serem empreendimentos em estágio inicial e pela inexperiência gerencial de algumas.

Diferente do esperado, percebe-se que não necessariamente oportunidade e necessidade são excludentes. Algumas empreendedoras foram estimuladas por suas famílias e clientes anteriores a abrir negócio, outras foram impulsionadas a abrir um empreendimento pela necessidade, ficaram mais atentas às oportunidades, buscaram conhecimentos e identificaram um ambiente adequado para investir. Constatamos a visão de que a dicotomia - necessidade ou oportunidade - pode não mais refletir as nuances das motivações para o empreendedorismo.

E apesar de o período pandêmico exacerbar desafios, também se apresentaram oportunidades no mercado identificadas por empreendedoras. Ademais, pode-se perceber que o empreendedorismo modificou a visão delas acerca das suas identidades, aflorando sentimentos como o de realização, de reconhecimento e de empoderamento.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo vem ganhando espaço no cenário nacional e seu desenvolvimento se fez presente no período pandêmico – seja por oportunidade ou por necessidade. Nesse contexto, cabe destacar que as mulheres já estão no comando de cerca de metade dos empreendimentos em estágio inicial no Brasil.

Diante disso, acredita-se ter agregado com reflexões sobre a mulher empreendedora – sem pretensão de generalização – e também com informações acerca das jornadas empreendedoras no período pandêmico. Como sugestões, recomendam-se estudos que investiguem as dificuldades enfrentadas pelas mulheres que empreendem

em segmentos tidos como masculinos, aqui percebidos como mais raros, bem como sobre o empreendedorismo como meio de empoderamento da mulher.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, Estela Maria L.; SILVEIRA, Ismael Henrique; PESCARINI, Julia; AQUINO Rosana; SOUZA-FILHO, Jaime Almeida. Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, n. 1, p. 2423–2446.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trads.). Lisboa: Edições 70, 2006. (Obra original publicada em 1977).
- BORSA, Juliane Callegaro; NUNES, Tiellet Maria Lucia. Aspectos psicossociais da parentalidade: O papel de homens e mulheres na família nuclear. **Psicologia e Argumento**. v. 29, p.31-39, 2011.
- BOTELHO, Louise de Lira Roedel et al. **Desafios gerenciais das mulheres empreendedoras: Como exercer a liderança em espaços de identidade masculina? O caso da Alpha Tecnologia**. 2009. Disponível em: https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/1904/1/27.pdf. Acesso em: 20 nov. 2021.
- FERNANDES, João André Tavares; DE CAMPOS, Fabiana; DA SILVA, Mirian Oliveira (2013). **Mulheres empreendedoras: O desafio de empreender**. Contribuciones a las Ciencias Sociales, junho de 2013. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html>. Acesso em: 20 nov. 2021.
- GASS, Helena de Medeiros. **O comportamento empreendedor feminino no Rio Grande do Sul**. Trabalho de conclusão de graduação: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013. Escola de Administração. Curso de Administração.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GOMES, Daniel Teodoro; GUERRA, Paulo Vítor; VIEIRA, Bruna Nobre. **O Desafio do Empreendedorismo Feminino**. In: Anais do Encontro da ANPAD, 2011. 35. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>. Acesso em: 18 out. 2021.
- GOSLER, Pedro Santos. **Fundados na pandemia de COVID-19: novos empreendedores do Estado de Rondônia**. Trabalho de conclusão de graduação em psicologia. Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/32009/1/FundadosPandemiaCovid-19.pdf> . Acesso em: 28 nov. 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. PNAD Contínua. **Desemprego chega a 14,4% no trimestre encerrado em agosto de 2020.** Disponível em:

<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-denoticias/noticias/29321>. Acesso em: 18 mar. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE - IBQP

Empreendedorismo No Brasil. Relatório executivo, 2019. Disponível em:

[https://ibqp.org.br/PDF_GEM/Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil 2019.pdf](https://ibqp.org.br/PDF_GEM/Relatório_Executivo_Empreendedorismo_no_Brasil_2019.pdf) . Acesso em 27 jan. 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas,

Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade? 2021. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade>. Acesso em: 31 out. 2021.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos de trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, v.10, n.1, p. 44-64, jan./abr. 2016.

WENDLING, Jéssica. Espaço da mulher no mercado de trabalho: um estudo sobre empreendedorismo feminino. Monografia; Instituição Evangélica de Novo Hamburgo, 2020. Disponível em: https://convibra.org/congresso/res/uploads/pdf/artigo21874_20201355.pdf. Acesso em: 27 set. 2021.