

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

RAMANA CARVALHO GOMES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA COMPARAÇÃO DO
PERÍODO PRÉ E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19**

**RECIFE - PE
2022**

EMPREENDEDORISMO FEMININO: UMA ANÁLISE DO PERÍODO PRÉ E PÓS PANDEMIA DA COVID-19

Ramana Gomes - Discente 8º Per. UFRPE
Alessandra Ceolin- Profº Orientadora UFRPE

RESUMO

O empreendedorismo feminino está relacionado com empoderamento, visibilidade e reconhecimento das mulheres. A influência delas nos ecossistemas empresariais ganha força ao longo dos anos, e apesar da crise em meio a pandemia da COVID-19, muitas conseguiram manter ou adquirir novas fontes de renda. Ainda assim, pesquisas mostram que há muito para ser conquistado no Brasil e no mundo. Diante do exposto, esse artigo teve como objetivo comparar o empreendedorismo feminino em um período pré e durante a pandemia da COVID-19, por meio de uma coleta de dados documental, com abordagem de caráter descritivo e exploratório, baseando-se em duas fontes de pesquisa sobre o empreendedorismo feminino: I) Global Entrepreneurship Monitor (GEM), de 2019 e 2021, e II) Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) de 2019 e 2021. O estudo realizado demonstra que o nível de impacto variou muito no período estudado, a depender da região e renda. O medo do fracasso teve uma queda expressiva (passando de 67,9% para 49,9%), por outro lado, ter menos tempo para o negócio, porque se dedicam mais a família do que os homens, continua a fazer parte da realidade das mulheres.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Mulheres. COVID-19. Desafios. Negócios.

1. INTRODUÇÃO

Presentes no comércio, varejo, indústrias, prestação de serviços e negócios digitais, as mulheres ganham mais visibilidade no empreendedorismo. A luta pela igualdade de gênero passou a marcar os últimos anos e as mulheres conquistam o protagonismo com mais espaço e voz em um mundo que antes era exclusivo dos homens. Um desejo que vai muito além do lucro, elas empreendem, pois, almejam por visibilidade, reconhecimento e empoderamento.

No relatório específico sobre o empreendedorismo feminino do *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019* (GEM, 2019), é pontuado que, de um modo geral, as intenções empreendedoras das mulheres são mais baixas nos países de alta renda, em parte porque elas possuem muitas oportunidades de emprego, além

do empreendedorismo. No Brasil, apesar das mulheres terem maiores níveis de escolaridade do que os homens, elas atuam principalmente nos setores de serviço (GEM, 2019).

O empreendedorismo pode ocorrer de duas maneiras: por necessidade ou por oportunidade. Segundo Greco *et al.* (2010), uma é mais benéfica para o desenvolvimento econômico do país do que a outra. Por necessidade, segundo Dornelas (2005), é derivado da falta de opção, ou seja, o empreendedor decide começar uma atividade empreendedora por uma carência financeira. Geralmente, pessoas que não conseguem espaço no mercado e iniciam o seu próprio negócio como alternativa de trabalho. O que torna, dessa maneira, responsável por manter ocupado uma parte da população que por algum motivo deixou de estar empregado e foi em busca de seu sustento (OLIVEIRA; BATISTA, 2017).

Desta forma, o empreendedorismo feminino surge como uma das alternativas mais recorrentes para as mulheres que buscam chegar ao mercado de trabalho e conseguir se destacar. Globalmente, 27% das mulheres empreendedoras relataram iniciar um negócio por necessidade em comparação com 21,8% dos homens, constituindo um aumento de 20% na probabilidade de mulheres empreendedoras por necessidade em relação aos homens (GEM, 2020).

Em outra pesquisa do GEM (2019), verifica-se que o número de empreendedores iniciais (negócios criados a menos de 3,5 anos) motivados por necessidade saltou de 37,5% (2019) para 50,4% (2020), o mesmo nível de 18 anos atrás.

Devido a crise econômica em meio à pandemia da COVID-19, houve um aumento substancial do empreendedorismo por necessidade. De acordo com a pesquisa Estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2020, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a perda do emprego e, sem a conquista de novas oportunidades, milhares de brasileiros embarcaram em empreendimentos próprios para compor a renda (IBGE, 2020).

Foram bloqueios em todo o mundo, falhas sistêmicas nas cadeias de suprimentos e colapso dos mecanismos de apoio social. Deixando uma marca significativa e às vezes devastadora em muitas vidas em todo o mundo, e as mulheres empreendedoras inevitavelmente arcaram com a maior parte do fardo dos efeitos da pandemia (GEM, 2021).

Diferentemente do empreendedorismo por necessidade, há o empreendedorismo por oportunidade. Neste modelo, apesar de alternativas de emprego e renda, às pessoas com perfil empreendedor sentem-se motivadas a abrirem o seu próprio negócio. Esses empreendedores são visionários e sabem exatamente onde querem chegar. Planejam, sonham alto e vislumbram o futuro com sucesso, estando aptos a empreender de forma eficaz, afinal se capacitaram para tal. Este tipo de empreendedorismo está relacionado ao desenvolvimento

econômico do país, pois cria empresas mais consolidadas e com maiores chances de sucesso (DORNELAS, 2005).

Dornelas (2005) ressalta que é necessário implementar uma cultura empreendedora no país, afirmando que o empreendedorismo por oportunidade é imprescindível:

a quebra de um paradigma cultural de não valorização de homens e mulheres de sucesso que têm construído esse país e gerando riquezas, sendo eles os grandes empreendedores, que dificilmente são reconhecidos e admirados. Pelo contrário, muitas vezes são vistos como pessoas de sorte ou que venceram por outros meios alheios à sua competência. Isso deverá levar ainda alguns anos, mas a semente inicial foi plantada [...] tinha um conceito bem claro da função do entrepreneur[...] (DORNELAS; 2005, p.29).

Essa percepção pode ser confirmada pela pesquisa feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em 2019, onde, de maneira crescente, as mulheres aquecem cada vez mais a economia brasileira e mundial. O empreendedorismo feminino não só contribui para o desenvolvimento econômico de um país, como também para o desenvolvimento sociocultural, ao potencializarem suas famílias através de investimentos em cultura e educação, possibilitando o crescimento de outras pessoas, mostrando que o empreendedorismo feminino é, além de tudo, um importante instrumento de transformação social (SEBRAE, 2019).

As taxas de Atividade Empreendedora Total (TEA) impulsionadas pela oportunidade para as mulheres são mais altas nos países de alta renda. Esses resultados são consistentes em todos os anos do relatório GEM, sugerindo que a necessidade pode levar a taxas mais altas de TEA em níveis de renda nacional mais baixos, enquanto a menor necessidade de empreendedorismo faz com que menos pessoas comecem em economias de alta renda, com poucas exceções (GEM, 2019).

Os dados do GEM revelam, que, apesar das tragédias enfrentadas em meio à pandemia da COVID-19, muitas mulheres empreendedoras conseguiram tirar proveito do novo contexto de negócios. As mulheres empreendedoras persistiram em buscar oportunidades para criar negócios, mesmo negócios de alto crescimento. Ao fazê-lo, inspiraram outras pessoas, especialmente mulheres, a também se tornarem empreendedoras e iniciarem ainda mais negócios, o que levou a recompensas positivas, como criação de empregos e melhoria do bem-estar para todos (GEM, 2021).

Sendo assim, mesmo com a crise causada pela pandemia da COVID-19, as mulheres conseguiram se destacar no segmento do empreendedorismo. De acordo com os dados do *LinkedIn*, a participação feminina no setor cresceu globalmente. Em 2020, o Brasil registrou um salto de 41% entre as mulheres que iniciaram algum negócio próprio. Entre os homens, o crescimento foi de 22%. Os números foram comparados com o ano de 2019.

Diante do exposto, este estudo pretende realizar uma análise sobre os dados do empreendedorismo feminino para compreender mais a fundo essas modificações em meio à crise econômica. Para tanto, o presente estudo tem como objetivo principal: comparar as principais informações sobre o empreendedorismo feminino no período pré e durante a pandemia COVID-19. Como objetivos específicos são elencados os seguintes: 1. Compreender se houve modificações em relação ao número de empreendedoras no período analisado; 2. Analisar se as mulheres empreendedoras foram afetadas pela pandemia da COVID-19.

Neste artigo, em seguida a esta introdução, apresentam-se os capítulos do referencial teórico, sendo feito um estudo a respeito dos conceitos do empreendedorismo e empreendedorismo feminino, da metodologia utilizada, dos resultados e análises realizados e, por fim, as considerações finais e referências que embasaram este estudo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

O empreendedor é aquele que possui um olhar de inovação e enxerga o mundo ao seu redor com novos propósitos e significados. A palavra empreendedorismo se origina de *entrepreneur*, um termo francês, que significa concepção, lançamento e gestão de novos negócios; sendo usada primeiramente no século XVI pelo economista Richard Cantillon (1680-1734), para salientar que o *entrepreneur* é um indivíduo que assume riscos (CHIAVENATO, 2021).

Segundo Joseph Schumpeter (1947, p.158), “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”. Uma pessoa que deseja e é capaz de converter uma nova ideia ou invenção em uma inovação bem-sucedida, no qual a introdução de novos produtos ou serviços se dá em substituição aos que estão no mercado. Assim, na visão dele, o empreendedorismo destrói o velho para construir o novo (FOSTER; KAPLAN, 2000).

Para Barreto (1998, p. 190), “empreendedorismo é a habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É o desenvolver de uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la. Segundo Dornelas (2008), o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.

Chiavenato (2004) afirma que espírito empreendedor é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. Além disso, para o mesmo autor, ele é quem fareja as oportunidades e precisa ser muito rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros aventureiros o façam. O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um

negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente.

Segundo Dornelas (2016), o empreendedorismo no Brasil começou a ganhar força na década de 1990, antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e na criação de pequenas empresas. Com a abertura da economia, foi então que o país necessitou de mudanças e ajustes, as empresas tiveram que se modernizar para assim concorrer com o restante do mundo.

Dornelas (2020) afirma que o empreendedorismo não está restrito apenas para os negócios que estão iniciando, mas que pode ser empregado por organizações já existentes como forma de sistematizar seus processos internos para a geração das inovações empresariais, tendo em vista que o empreendedorismo e a inovação estão intimamente ligados e são fundamentais para o desenvolvimento econômico.

O conceito utilizado pelo *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2018), quando acrescenta ser aquele indivíduo que realizou esforços concretos na tentativa de criação de um novo empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma ou uma empresa, seja ela formalizada ou não, bem como a expansão de um negócio já existente.

2.2 Empreendedorismo Feminino

Ainda é muito recente o papel de mulher de negócios. É importante lembrar que até 1962, as mulheres casadas só podiam trabalhar fora de casa se o marido permitisse, e até 1974 as mulheres eram proibidas de ter cartão de crédito, a não ser que elas tivessem um homem que assinasse sua aplicação, de acordo com o Código Civil de 1916.

Apesar da antiga crença de que empreender seria algo unicamente masculino, com o passar do tempo, a sociedade foi mudando de opinião e dando oportunidade às mulheres de trabalharem em empresas ou abrir seus próprios negócios e cuidar da família e da casa. Empreender é uma tarefa tanto para homens quanto para mulheres, independentemente de sua classe social ou profissão. Basta que a pessoa deseje, use da sua criatividade, inove, motive e assuma riscos. Segundo Dogen (1989, p. 11) [...] “o empreendedor, por definição, tem de assumir riscos, e o seu sucesso está na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles [...]”.

Machado (2012) afirma que a participação da mulher no mercado de trabalho, obteve um crescimento considerável nos últimos anos, destacando que as mulheres estão cada vez mais presentes em todos os segmentos de mercado, mesmo com as desigualdades e obstáculos existentes.

Isso pode ser confirmado em um levantamento de dados realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), revelando que o número de mulheres responsáveis financeiramente pelos domicílios vem crescendo a cada

ano e já chega a 34,4 milhões (IBGE, 2020). Além disso, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), o percentual de domicílios brasileiros comandados por mulheres saltou de 25%, em 1995, para 45% em 2018, devido, principalmente, ao crescimento da participação feminina no mercado de trabalho (IPEA, 2018).

O empreendedorismo feminino é definido por mulheres que estão envolvidas na tomada de decisão de negócios independentes relacionadas com a gestão empresarial. O papel da mulher empreendedora é significativo para a contribuição da economia do país, reduzindo a pobreza, aumentando as receitas e, ocorrendo o desenvolvimento econômico local (HAPSARI *et al.*, 2018).

Silva (2012) reflete que:

[...] o mundo da ciência se estruturou em bases quase exclusivamente masculinas, ora excluindo as mulheres, ora negando as suas produções científicas, através de discursos e práticas nada neutros. Contudo, apesar dos mecanismos de exclusão, seja pelos processos formais que impediam por leis ou regulamentos o acesso das mulheres às universidades, pelos discursos científicos que, ao “naturalizarem” as diferenças entre homens e mulheres, determinavam os lugares sociais que os sujeitos deveriam ocupar de acordo com suas características biológicas, ou até mesmo pelos processos culturais de visibilização de mulheres cientistas ao longo da história, as mulheres, em maior ou menor representatividade, estiveram presentes e atuantes na história das ciências (SILVA, 2012, p. 20).

Segundo Villas Boas (2010, p.51), “existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”.

Gomes e Santana (2009) destacam que uma das principais razões para que a mulher venha a ter o próprio negócio é a flexibilidade de horários, pois dessa forma poderá compatibilizar o trabalho e a família. Para Strobino e Teixeira (2014) são raras as empreendedoras que têm a fronteira entre o trabalho e a vida pessoal, ou a vida em família, bem definida, e como consequência, geralmente o conflito trabalho-família é defrontado.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora (RME, 2016), as mulheres estão empreendendo mais, melhoraram a questão do networking, mas ainda precisam de uma maior contribuição familiar na divisão de tarefas, de acesso ao crédito e de políticas públicas que incentivem o crescimento de seus negócios. A constatação da relação da mulher (mãe) com o empreender ainda parece ser mais uma necessidade do que uma opção.

Segundo Vilela, em 2020, o Brasil registrou o maior número de empreendedores de sua história, motivo gerado pelo período pandêmico, e principalmente pela necessidade de geração de renda. Nos nove primeiros meses do ano, o número de microempreendedores individuais (MEIs) cresceu 14,8%, na

comparação do mesmo período do ano passado, chegando a 10,9 milhões de registros (VILELA, 2020).

Diante do exposto, durante a pandemia, o desemprego e a falta de renda, desencadeou o empreendedorismo feminino. Em uma pesquisa realizada pela RME (2020), 26% das mulheres consultadas iniciaram seu negócio atual nesse período.

2.3 Pandemia da COVID-19

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Tratava-se de um novo tipo de coronavírus (*Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 24 – Sars-Cov-2*) que não havia sido identificada antes em seres humanos (OPAS, 2020).

A pandemia da doença pelo coronavírus 2019, COVID-19 (sigla em inglês para *coronavirus disease 2019*) foi reconhecida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) no dia 11 de março de 2020. A rápida escalada da doença com disseminação em nível global, fez com que a *World Health Organization* a considerasse uma pandemia (OMS, 2020)

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa utiliza a metodologia descritiva que busca descrever as características de determinadas populações ou fenômenos (GIL, 2008) e exploratória com a pretensão de observar e compreender os mais variados aspectos relativos ao fenômeno estudado (GIL, 2017).

Faz o uso de coleta de dados documental tomando como fonte apenas documentos, escritos ou não, que constituem o que se denomina de fontes primárias, que podem ter sido feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois (MARCONI; LAKATOS, 2019). Nesse artigo fez-se o uso de documentação eletrônica, como tabelas, documentos e relatórios.

Assim, a coleta de dados a fim de atingir o objetivo do presente estudo foi realizada por meio de leitura e análise das seguintes pesquisas: *Global Women's Reports* de 2019 e *Women's Entrepreneurship Report de 2021 ambas do Global Entrepreneurship Monitor* (GEM); *Empreendedorismo no Brasil: um recorte de gênero de 2019 e empreendedoras e seus negócios 2020: recorte dos impactos da pandemia*, ambas do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME).

Os resultados são apresentados por meio de análise discursiva no próximo tópico, iniciando pelos relatórios do período anterior à pandemia (Gem (2019) e Irme (2019)), seguindo pela análise dos relatórios publicados durante o período da pandemia (Gem (2021) e Irme (2021)). Logo após, é apresentada a comparação entre estes períodos (antes e durante a pandemia).

4. RESULTADOS

4.1 Antes da Pandemia

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é uma fonte de pesquisa global que coleta dados sobre empreendedorismo diretamente de empreendedores individuais, realiza pesquisas em economias de todo o mundo por meio de um sistema de coleta de dados rigorosa, análise extensiva e ampla disseminação de resultados. Estudos sobre a participação das mulheres também fazem parte deste projeto, com *Global Women's Reports* desenvolvido aproximadamente a cada dois anos, comparando mulheres e homens empreendedores em todo o mundo.

O Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) é uma organização sem fins lucrativos que atua na promoção de projetos que incentivam a autonomia econômica, voltado principalmente a mulheres em situação de vulnerabilidade. Criado em 2017 pela empreendedora Ana Fontes, seu principal objetivo é ajudar mulheres brasileiras a serem donas da própria vida e do próprio negócio. Anualmente realiza uma pesquisa para levantamento e aprofundamento de dados sobre empreendedorismo feminino no Brasil, a fim de gerar informações relevantes para a elaboração de políticas públicas e, a partir disso, incidir na agenda e no debate em torno dos desafios e potencialidades do empreendedorismo feminino.

A pesquisa da GEM de 2019 apresenta análises de 59 economias agrupadas em três níveis de renda nacional e seis regiões geográficas: Leste e Sul da Ásia e Pacífico, Europa e Ásia Central, América Latina e Caribe, Oriente Médio e Norte da África, América do Norte e sub-regiões África do Saara (GEM, 2019).

O Relatório Global da Mulher considera como fatores regionais, nacionais e econômicos que podem destacar semelhanças e diferenças entre mulheres e homens empreendedores. Identifica países e regiões onde a disparidade de gênero pode ser significativa e onde pode estar diminuindo. Além disso, examina como fatores estruturais, como demografia (idade, educação) e distribuição/segregação da indústria, influenciam o empreendedorismo feminino de maneiras complexas em regiões, países e nível de renda nacional (GEM, 2019).

A pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) de 2019, traz comparações entre negócios liderados por mulheres e homens, destacando as diferenças no perfil e na motivação para empreender. Para tal, foi realizada uma pesquisa nacional quantitativa com 2554 entrevistas, na qual participaram 1930 mulheres e 624 homens (IRME, 2019).

A Atividade Empreendedora Total (TEA) representa a porcentagem da população adulta em idade ativa (18–64) que são empreendedores nascentes ou novos. Em 2019, de acordo com a pesquisa da GEM, a taxa de TEA para as mulheres em todo o mundo era de 10,2%, aproximadamente três quartos da observada para os homens (GEM, 2019).

As mulheres relataram ter menor nível de confiança do que os homens em suas capacidades para iniciar um negócio, uma taxa de confiança de 43,4% em sua capacidade de iniciar um novo negócio para elas, em comparação com 55,6% para os homens, e não há nenhuma região em que as mulheres tenham uma classificação mais alta do que os homens. No geral, os homens têm cerca de 10% mais chances de não se intimidar pelo medo do fracasso do que as mulheres (67,9% das mulheres, contra 72,3% dos homens); e, em todas as regiões, os 79,5% homens têm uma resposta mais positiva do que as mulheres (GEM, 2019).

Apesar disso, no mundo, 79,5% das mulheres afirmaram ter habilidades para iniciar um negócio em comparação a 84,2% dos homens. Dessas, 36,4% trabalham como empreendedoras solo, operando por conta própria sem cofundadores ou empregados, contra 26,9% dos homens. No Brasil, esse percentual é o maior comparado aos outros países, com 83% de mulheres empreendedoras solo (GEM, 2019). Nos resultados do IRME, o número de empreendedoras solo no Brasil é de 60% (IRME, 2019).

O relatório da GEM faz uma classificação de seis setores para empreendedores (Agricultura e mineração; fabricação e transporte; atacado e varejo; Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC); serviços profissionais e administrativos; governo, educação e saúde). Globalmente, 53,4% do TEA feminino está no atacado ou varejo, face a 43,5% da atividade masculina. As maiores disparidades de gênero estão na agricultura, mineração e tecnologia da informação e comunicação (TIC), em que os homens empreendedores têm duas vezes mais chances de operar do que as mulheres (GEM, 2019). O Brasil segue a pesquisa mundial, onde 54% dos negócios estão na área de serviços (IRME, 2019).

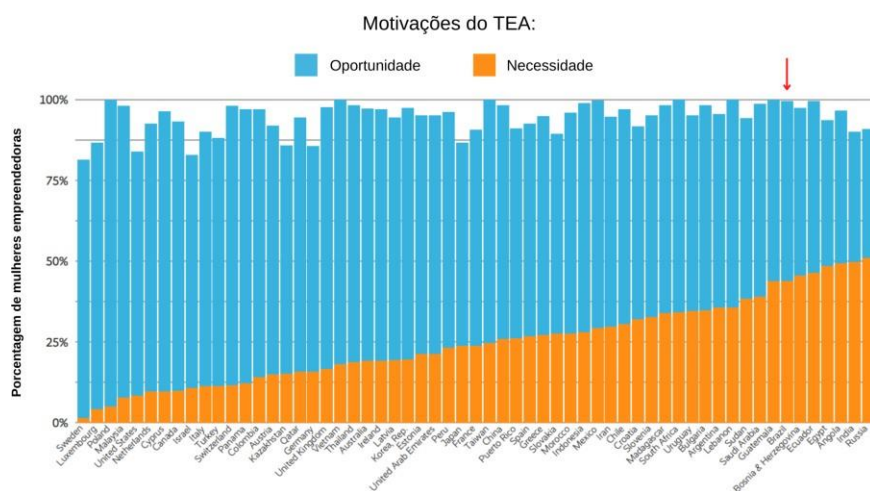
A taxa média global para a descontinuidade dos negócios é cerca de 10% menor para as mulheres (2,9%) do que para os homens (3,2%). As taxas de descontinuidade de negócios são mais altas em países de baixa renda e diminuem à medida que a renda em nível de país aumenta. As causas são atribuídas a um conjunto de razões, incluindo falta de lucro, falta de financiamento, outra oportunidade de trabalho/negócio, aposentadoria, venda ou aquisição, motivos pessoais/familiares, impostos governamentais/regulamentos, e assim por diante. Menos da metade do fechamento de negócios de mulheres possuem motivos atribuídos diretamente a razões financeiras (45,8%), incluindo 29,6% relatando o fechamento por falta de lucro e 16,2% alegando falta de financiamento (GEM, 2019).

Em todo o mundo, as pessoas são incitadas a iniciar negócios principalmente por uma de duas razões gerais: (1) oportunidade; ou (2) necessidade.

As mulheres são mais propensas do que os homens a relatar um motivo de empreendedorismo por necessidade na maioria dos países (GEM, 2019). Segundo Moreira (2010), os empreendedores por necessidade iniciaram seu empreendimento de maneira autônoma, por não possuírem melhores opções para trabalho, e se veem diante da abertura de um negócio a fim de gerar renda para manter suas famílias (MOREIRA, 2010).

Globalmente, 27% das mulheres empreendedoras relataram iniciar um negócio por necessidade em comparação com 21,8% dos homens, os negócios por oportunidade são 42,1% de mulheres e homens com 47,3%. As diferenças nos motivos de necessidade e oportunidade podem ser observadas entre as regiões do planeta, conforme a figura 1. Economias com as maiores taxas de necessidade TEA (que indica níveis mais baixos de empreendedorismo de oportunidade) muitas vezes também têm altos níveis de TEA, possivelmente ligados a níveis mais baixos de oportunidades de trabalho assalariado (GEM, 2019).

Figura 1 – Porcentagem de TEA da motivação das mulheres em 59 economias.



Fonte: Pesquisa (GEM, 2019, p 24).

Como já citado, o empreendedorismo por necessidade é visto mais acentuadamente nos países com renda mais baixa. É o que confirma Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo por necessidade está mais ligado à situação econômica dos países, tendendo a diminuir quando a oferta de emprego é maior, sendo mais praticado por pessoas em vulnerabilidade financeira (HISRICH; PETERS, 2004).

Com relação ao crescimento no meio empreendedor há uma diferença de gênero substancial, com 17,6% das mulheres empreendedoras que esperam crescer em comparação com 28,4% dos homens empreendedores. Nessa análise, foi observado que não há região em que as mulheres esperem crescer mais do que os homens, possivelmente devido ao desejo de controlar e gerenciar seus negócios com mais cuidado, devido a restrições de acesso a recursos. Além disso, os fatores do contexto do país também podem influenciar as aspirações de crescimento, especialmente programas e apoio especificamente para mulheres empreendedoras, incluindo opções de cuidados infantis (GEM, 2019).

De acordo com a pesquisa do IRME (2019), as mulheres têm menos tempo para os negócios, pois são mais dedicadas com a casa e filhos do que os homens,

investindo 24% a mais no tempo de atenção à família. Esse é o principal desafio delas, o gerenciamento de tempo trabalho *versus* família (IRME, 2019).

Diretamente ligado ao crescimento, os níveis de inovação tendem a aumentar desenvolvimento econômico. Essa progressão normalmente reflete fatores como investimentos em conhecimento avançado, níveis de ensino superior, instituições legais que protegem ideias e clientes sofisticados dispostos a experimentar coisas novas. As taxas globais de inovação mostram que as mulheres são menos inovadoras do que os homens em aproximadamente 6% (12,6% contra 18,7%). Em todos os níveis de renda, não há país em que a taxa de inovação das mulheres exceda a dos homens (GEM, 2019).

4.2 Durante a Pandemia

A pesquisa da GEM *Women's Entrepreneurship Report 2020/21*, com base em dados coletados de abril a agosto de 2020, fornece uma análise do empreendedorismo feminino em 43 países, quatro regiões (Central e Leste Asiático, Europa e América do Norte, América Latina e Caribe e Oriente Médio e África) e três níveis de renda (definidos pelo Banco Mundial com base na Renda Nacional Bruta per capita: baixa renda, renda média e alta renda), de acordo com o quadro 1 (GEM, 2021).

Quadro 1 – Níveis de renda do empreendedorismo feminino por região.

Região global	Grupo de Renda		
	Baixa renda	Renda média	Alta renda
Ásia Central e Oriental	Índia	Índonésia	República da Coreia
		Cazaquistão	Taiwan
Europa e América do Norte		Federação Russa	Áustria; Canadá; Croácia; Chipre; Alemanha; Grécia; Itália; Letônia; Luxemburgo; Holanda; Noruega; Polônia; República Eslovaca; Eslovênia; Espanha; Suécia; Suíça Reino Unido; Estados Unidos.
América Latina e Caribe		Brasil	Chile
		Colômbia	Panamá
Oriente Médio e África	Angola Burquina Egito Marrocos Togo	Guatemala	Uruguai
		Irã	Israel Kuwait Oman Catar Arábia Saudita Emirados Árabes Unidos

Fonte: Elaboração da autora com dados pesquisa GEM (2021).

Outra pesquisa usada neste artigo foi realizada pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) publicada no ano de 2021, que coletou dados entre setembro e outubro de 2020, com a participação de 1.555 empreendedores por todo o Brasil, visando trazer o recorte dos impactos da economia no empreendedorismo feminino (IRME, 2021).

De acordo com os países da pesquisa GEM, estima-se que 274 milhões de mulheres em todo o mundo estejam envolvidas em *startups* de negócios, além de 139

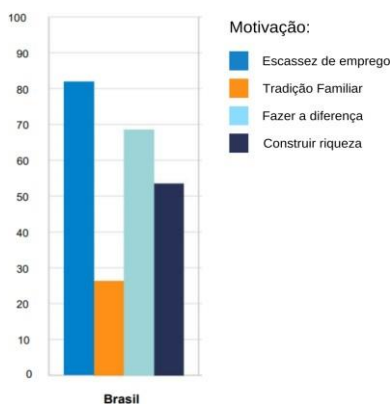
milhões de mulheres proprietárias/gerentes de empresas estabelecidas e 144 milhões de mulheres investidoras informais em todo o mundo (GEM, 2021).

A taxa média global de Atividade Empreendedora Total em Estágio Inicial (TEA), com base na pesquisa divulgada no ano de 2021, para mulheres empreendedoras foi de 11%, mais de três quartos da dos homens (proporção de 0,8 mulheres para homens). Cerca de 0,8% a mais quando comparado com a última pesquisa do GEM de 2019 (GEM, 2021).

Globalmente, as mulheres são cerca de 10% menos propensas do que homens relatam ter visto novas oportunidades de negócios (42,5% *versus* 47,5%) e não se intimidam pelo medo do fracasso (49,9% vs. 54,8%). As mulheres também relataram uma confiança média 20% menor do que os homens em suas capacidades para iniciar um negócio (54,7% vs. 66,2%) (GEM, 2021).

Quando questionados sobre suas razões para iniciar um negócio, tanto mulheres quanto homens são mais propensos a relatar a escassez de emprego como principal motivação (75% das mulheres *versus* 70% dos homens), conforme figura 2. A escassez de emprego foi o motivo mais citado para a criação de negócios também no Brasil. Durante a pandemia, as mulheres empreendedoras se mostraram mais propensas do que os homens a dizer que iniciar um negócio foi mais difícil (65,5% *versus* 60,8%) (GEM, 2021).

Figura 2 – Motivações das mulheres empreendedoras para iniciar um negócio em 2020.



Fonte: Pesquisa (GEM, 2021, p 65).

Apesar disso, dados mostram que mulheres e homens estavam em paridade ao relatar que a pandemia proporcionou novas oportunidades de negócios (40,6% *versus* 42,2%). Elas são ligeiramente mais propensas do que os homens a relatar expectativas de crescimento mais altas devido à pandemia (53,5% *versus* 49,6%), talvez refletindo alto otimismo (GEM, 2021).

Apesar do impacto nos negócios, elas saíram mais fortes. É o que traz a pesquisa do IRME, em que 36% das mulheres indicaram que o faturamento não foi

impactado ou que aumentaram seu faturamento na pandemia, contra 26% dos homens. O interesse por continuar empreendendo está relacionado à importância que as mulheres veem em seus negócios e à sua resiliência, além disso, elas são motivadas pelo equilíbrio entre trabalho e família e pela flexibilidade de horários (IRME, 2021).

Segundo dados dessa mesma pesquisa, 47% dos negócios liderados por mulheres continuaram funcionando com limitações. Entre as medidas tomadas pelos empreendedores para lidar com os impactos da pandemia, mulheres e homens fizeram o uso da digitalização (meios digitais como *Facebook* e *Instagram* como canais de venda e divulgação) e trabalho remoto. Além disso, as mulheres deram foco a mudanças estratégicas em seus negócios (IRME, 2021).

Globalmente, as mulheres tendem a administrar negócios muito menores do que os homens, essa realidade é mostrada nas duas pesquisas do GEM citadas neste artigo. Em 2020, cerca de 36,6% das mulheres empreendedoras trabalhavam como empreendedoras individuais na fase inicial, operando por conta própria sem cofundadores ou funcionários, em comparação com 24,6% dos homens (GEM, 2021). A pesquisa do IRME também mostra essa realidade, onde 57% dos negócios liderados por mulheres não possuem funcionários, contra 46% dos homens (IRME, 2021).

Na classificação dos seis setores para empreendedores (agricultura e mineração; fabricação e transporte; atacado e varejo; TIC; serviços profissionais e administrativos; governo, educação e saúde), a maioria das atividades empreendedoras em estágio inicial no mundo segue no setor de comércio atacadista/varejo, com 51,3% de mulheres empreendedoras e 43,4% de homens empresários (GEM, 2021).

No Brasil, 46% dos negócios liderados por mulheres se concentram no setor de serviços, em que 50% das mulheres possuem faturamento médio mensal de até R\$2.500 contra 40% dos homens empreendedores com esse mesmo faturamento mensal (IRME, 2021).

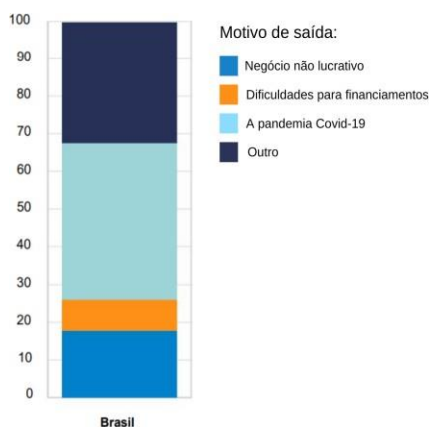
Daqueles que relataram fechar um negócio recentemente, as mulheres participantes da pesquisa são 20% mais propensas do que os homens a relatar o fechamento de um negócio devido à pandemia (41,9% *versus* 35,5%) (GEM, 2021).

As mulheres apontaram que a gestão do tempo piorou durante a pandemia, 20% delas afirmaram ter aumentado a dificuldade em organizar o tempo e realizar todas as tarefas, contra 11% dos homens e 17% delas afirmaram ter aumentado a dificuldade em conciliar trabalho e família, contra 8% dos homens. Com isso, mulheres parecem ter sido psicologicamente mais afetadas do que os homens com os impactos da pandemia (IRME, 2021).

As mulheres empreendedoras brasileiras relatam que a pandemia da COVID-19 foi o principal motivo de descontinuidade de seus empreendimentos. A falta de

lucro para dar continuidade aos seus negócios também foi causa para a sua saída, seguido das dificuldades de financiamentos (figura 3).

Figura 3 – Razões para o fechamento dos negócios de mulheres empreendedoras em 2020.



Fonte: Pesquisa (GEM, 2021, p 66).

A pandemia teve um impacto representativo sobre as mulheres empreendedoras. Os dados do GEM (2021) mostram que as mulheres foram mais profundamente impactadas pela pandemia do que os homens. Muitas mulheres empreendedoras se adaptaram com sucesso às rupturas e novas realidades de mercado causadas pela pandemia, embora as intervenções de políticas públicas tenham sido muitas vezes insuficientes, especialmente levando em consideração áreas como apoio ao cuidado familiar, escolaridade e impactos de pequenas empresas (GEM, 2021).

4.3 Comparação de Dados

O empreendedorismo é uma importante ferramenta de transformação profissional, econômica, social e pessoal na vida das mulheres. É o que é possível perceber ao comparar os dados expostos nesse artigo em um período antes (relatórios 2019) e durante a pandemia da COVID-19 (relatórios 2021). A tabela 1 apresenta a comparação das informações sobre empreendimentos femininos antes e durante a pandemia, com o objetivo de analisar se houve alterações neste período.

Tabela 1 - Comparação de dados das mulheres empreendedoras antes e durante a pandemia da COVID-19.

Comparação de dados das mulheres empreendedoras			
Índices	Pesquisa	Antes da Pandemia	Durante a Pandemia
		GEM	59 países
	IRME	2554 entrevistas no Brasil	1555 entrevistas no Brasil
Taxa de Empreendedorismo Inicial - TEA	GEM	10,2%	11,0%
Por que iniciam um negócio	GEM	79,9% por que tem habilidades	75% por escassez de emprego
Oportunidade para empreender	GEM	42,1%	42,5%
Nível de confiança	GEM	43,4%	54,7%
Não se intimidam pelo fracasso	GEM	67,9%	49,9%
Operam Solo	GEM	36,4%	36,6%
	IRME	60,0%	57,0%
Tempo para os negócios	IRME	Menos tempo pois se dedicam mais a família	Aumento da dificuldade em conciliar trabalho e família
TEA feminino no atacado e varejo	GEM	53,4%	51,3%
	IRME	54,0%	46,0%
Descontinuidade de negócios	GEM	10% mais que homens (falta de lucro)	20% mais que homens (pandemia)
Iniciar um negócio foi mais difícil	GEM	-	65,5%
Pandemia proporcionou novas oportunidades	GEM	-	40,6%

Fonte: Elaboração da autora com dados da pesquisa GEM 2019 e 2021 e IRME 2019 e 2021.

A taxa de empreendedorismo inicial (TEA) teve um aumento de 0,8%, conforme tabela 2. Enquanto que no ano de 2019 as pesquisas afirmaram que as mulheres iniciam um negócio porque acreditam ter habilidades, durante a pandemia a escassez de emprego foi o motivo mais citado.

Apesar do momento de crise, muitas mulheres encontraram oportunidades para empreender no ano de 2020, com um leve aumento de 0,4%. 40,6% delas afirmam ainda que a pandemia proporcionou novas oportunidades.

Estudos mostram que as mulheres são menos confiantes em suas habilidades empreendedoras em geral, e que isso provavelmente está relacionado às percepções de que ser um empreendedor é uma ocupação masculina (GEM, 2019). Porém entre os anos de 2019 e 2021 foi possível notar um aumento no nível de confiança delas de 11,3%.

Esse aumento da autoconfiança também é possível notar em outro índice, o medo pelo fracasso, que teve uma diminuição considerável nesses 3 anos, passando de 67,9% para 49,9%.

Empreender é uma atividade solitária para 36,4% das mulheres em 2019 e 36,6% em 2021, esse índice se manteve em todo o mundo, e no Brasil também, com uma diminuição de apenas 3%.

Na medida em que mulheres criam seus negócios, surge também a dificuldade com relação à falta de tempo para si mesma, já que um novo empreendimento demanda uma dedicação intensa, evidenciando a dificuldade em conciliar trabalho e família (CRAMER *et al.*, 2001). De acordo com o IRME (2021), as mulheres são bastante motivadas pelo equilíbrio entre trabalho e família, onde muitas buscam empreender pela flexibilidade dos horários. Devido a isso, antes da pandemia elas tinham menos tempo para os negócios, e durante a pandemia a dificuldade em conciliar trabalho e família aumentou.

Nos anos pesquisados nesse artigo, as mulheres empreendedoras estão concentradas no atacado e no varejo. Porém, em ambas as fontes de pesquisa, houve uma diminuição de mulheres nesses setores, onde, de acordo com o GEM (2021) passou de 53,4% para 51,3% em nível mundial, e no Brasil, conforme o IRME (2021), a diminuição de 8%, caindo de 54% para 46% entre os anos pesquisados.

Outro fator elencado também é a descontinuidade dos negócios, enquanto que no ano de 2019 elas fechavam 10% mais negócios que os homens devido a falta de lucro, em 2021 esse número dobrou. Os dados mostram que as mulheres fecharam 20% mais seus negócios que os homens, o motivo, porém, foi devido a situação da COVID-19.

Devido a todas as limitações causadas pela pandemia, apesar das diversas formas de adaptação, no ano de 2021, de acordo com o relatório da GEM, 65,5% das mulheres consideravam que iniciar no mundo do empreendedorismo foi mais difícil quando comparado a uma realidade não endêmica.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto neste artigo, é possível notar que a pandemia da COVID-19 representou vários desafios de sobrevivência para a mulher empreendedora, os bloqueios associados interromperam seriamente o trabalho e o comércio, e muitos mercados diminuíram ou até desapareceram.

Muitas que iniciaram um novo negócio consideraram que fazê-lo era mais difícil do que em anos anteriores. Ao mesmo tempo, verificou-se que muitas mulheres iniciantes viram novas oportunidades de negócios como resultado da pandemia.

O nível de impacto variou muito entre elas, desde sufocar ou restringir as intenções dos empreendedores de criar negócios, até fornecer novas oportunidades de mercado para aquelas ágeis e criativas o suficiente para responder rapidamente às mudanças nas circunstâncias.

A adaptação mais necessária nesse período encontrada por elas foram os negócios realizados online, promovidos por meio de mídias sociais, com o objetivo de vender seus produtos ou serviços nesse período estudado.

Embora, tradicionalmente, o mundo dos negócios tenha sido orientado para os homens, os relatórios usados nessa pesquisa mostraram que esse cenário está mudando, e de forma relativamente rápida em alguns países. O aumento da taxa de atividade empreendedora (TEA) das mulheres, para que fique mais próxima da dos homens, aumentaria substancialmente o número de novos negócios em muitas economias, proporcionando novos empregos e oportunidades de renda.

O estudo realizado apresenta limitações quanto à ausência de índices presentes nas duas pesquisas do GEM apresentadas, dificultando a comparação dos materiais. Em 2019, os dados mostram as taxas de empreendedorismo feminino por

necessidade e oportunidade, porém, não é apresentado durante a pandemia da COVID-19. Outra limitação importante se refere ao tamanho da amostra, nas pesquisas realizadas pelo IRME, que ao se apresentar em número reduzido, permite considerar os resultados encontrados apenas para a população em questão. Sugere-se para trabalho futuros a sequência de um modelo com o objetivo de facilitar comparações, bem como a realização de pesquisas com coletas de dados primários.

REFERÊNCIAS

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 337 p.

SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. **Journal of Economic History**, p. 149-159, 1947.

Barreto, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Educação Brasileira, v. 20, n. 41, pp. 189-197, 1998.

BRASIL. **Lei nº 3.071**, de 1 de janeiro de 1916. Institui o Código Civil, 1916.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo - Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. Grupo GEN, 2021. 9788597028089. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597028089/>. Acesso em: 05 jul. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas; e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: 2. ed. Campus, 2004 4ª Reimpressão.

CRAMER, L.et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. In: Anais do II EGEPE, Londrina/PR, p.46-59, 2001.

DOGEN, Ronald Jean. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios**. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 293 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier 2008.

DORNELAS, José, **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 6 ed. São Paulo, Ed. Atlas, 2016.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo corporativo**. Editora Empreender, 2020. 9786587052045. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587052045/>. Acesso em: 25 jul. 2022.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FOSTER, Richard; KAPLAN, Sarah. **Por que empresas feitas para durar não são bem-sucedidas**. Rio de Janeiro, Campus, 2002. p. 86.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor 2019. **Women 's Entrepreneurship Report**. GEM, 2019. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20182019-womens-entrepreneurship-report>. Acesso em: 05 jul. 2022.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor 2021. **Women 's Entrepreneurship Report: Thriving through Crisis**. GEM, 2021. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>. Acesso em: 05 jul. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas 2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

Gomes, A. F.; Santana, W. G. P. & Araújo, U. P. **Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte**. In: Anais do Encontro da ANPAD. 33. São Paulo, 2009.

Greco, S., M., S., S. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba. IBQP, 2010.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Grupo A, 2014. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580553338/>. Acesso em: 25 jul. 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas de Empreendedorismo**. Rio de Janeiro, 2020.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Relatório econômico**. Brasília: Ipea; IBGE, 2018.

IRME. Instituto Rede Mulher Empreendedora-IRME. **Empreendedorismo no Brasil: Um recorte de Gênero**. 2019. Disponível em: <https://institutorme.org.br/pesquisas/>. Acesso em: 29 jul. 2022.

IRME. Instituto Rede Mulher Empreendedora-IRME. **Pesquisa IRME revela que empreender ajudou 48% das empreendedoras a saírem de relações abusivas.** 2021. Disponível em: <https://rme.net.br/2021/10/06/pesquisa-irme-revela-queempreender-ajudou-48-das-empreendedoras-a-sairem-de-relacoes-abusivas/>. Acesso em: 09 ago. 2022.

MACHADO, Hilka Vier et al. **O Processo De Criação De Empresas Por Mulheres.** Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482003000200007. Acesso em: 12 ago. 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 337 p

Moreira, M.A. (2010). **Mapas conceituais e aprendizagem significativa.** São Paulo: Centauro. Editora. 80p.

OMS. **Report of the WHO-China Joint Mission on Coronavirus Disease 2019 (COVID-19).** [S. l.], Nações Unidas, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who-china-joint-mission-on-covid-19-final-report.pdf>. Acesso em: 06 de out. 2022.

OPAS. **Histórico da pandemia de COVID-19.** Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19#:~:text=Em%2031%20de%20dezembro%20de,identificada%20antes%20em%20seres%20humanos>. Acesso em: 06 de out. 2022.

SCHUMPETER, Joseph A. The creative response in economic history. **Journal of Economic History**, p. 149-159, nov, 1947.

SEBRAE. **Empreendedorismo Feminino no Brasil.2019.** Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 30 ago. 2022.

Strobino, M. R. C. & Teixeira, R. M. (2014). Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba. **Revista Administração**, USP, São Paulo. Acesso em: 30 ago. 2022.

Vilela, P. R. (2020). **Pandemia faz Brasil ter recordes de novos empreendedores.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-fazbrasil-ter-recorde-de-novos-empreendedores>. Acesso em: 30 ago. 2022.

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você.** São Paulo: Ed. do autor, 2010.