



## EMPREENDEDORISMO FEMININO: EFEITOS DA PANDEMIA COVID-19 EM NEGÓCIOS GERIDOS POR MULHERES

Jaiarys Capa BATAGLIN, IFPR, jaiarys@me.com  
Flávia Regina MIECOANSKI, Uem, flaviamiecoanski@gmail.com  
Andressa Carla PALAVECINI, Unioeste, addressapalavecini@gmail.com  
Débora Bonin PEREIRA, Unioeste.

*Referência:*

BATAGLIN, Jaiarys Capa; MIECOANSKI, Flávia Regina; PALAVECINI, Andressa Carla; PEREIRA, Débora Bonin. Empreendedorismo feminino: efeitos da pandemia Covid-19 em negócios geridos por mulheres. In: SIMPPA - SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. 4., 2024, Maringá. **Anais eletrônico...** Maringá: PPA, 2024. p. 16-32. Disponível em: <https://ppa.uem.br/iv-simppa-2024x/anais>. Acesso em: 25 nov. 2024.

### RESUMO

O presente estudo apresenta como temática o empreendedorismo feminino e os efeitos causados pela pandemia COVID-19. Assim, teve por objetivo investigar o empreendedorismo feminino e os principais efeitos decorrentes da pandemia COVID-19 nesses empreendimentos. A abordagem utilizada para a pesquisa foi a quantitativa, com caráter descritivo, a partir de dados coletados pelo método *Survey*. A pesquisa foi realizada com mulheres empreendedoras com negócios instituídos no município de Dois Vizinhos – PR. O instrumento de coleta de dados foi um questionário estruturado elaborado com base nos estudos de Adžić e Al-Mansour (2021), que aborda situações do período pandêmico. Para análise dos dados foram aplicadas técnicas estatísticas descritivas, correlação e o teste de Kruskal-Wallis. Com relação aos efeitos do COVID-19, destacam-se como maiores impactos negativos as variáveis relacionadas às alterações nas operações e na rede de abastecimento e relacionadas aos cortes de custos. Na análise de correlação, os maiores coeficientes positivamente correlacionados estão entre as variáveis inovação no modelo de negócios, novas oportunidades de negócio e estratégias de marketing inovadoras.

**Palavras chave:** Empreendedorismo Feminino; Efeitos nos negócios; COVID-19.

## ABSTRACT

The present study presents as its theme female entrepreneurship and the effects caused by the COVID-19 pandemic. Thus, the objective was to investigate female entrepreneurship and the main effects resulting from the COVID-19 pandemic on these enterprises. The approach used for the research was quantitative, with a descriptive character, based on data collected using the Survey method. A survey was carried out with women entrepreneurs with businesses established in the municipality of Dois Vizinhos – PR. The data collection instrument was a structured questionnaire based on studies by Adžić and Al-Mansour (2021), which addresses situations during the pandemic period. Descriptive and clarifying statistical techniques and the Kruskal-Wallis test were applied to analyze the data. Regarding the effects of COVID-19, the variables related to changes in operations and the supply network and related to cost cuts stand out as the biggest negative impacts. In innovation analysis, the largest positively correlated coefficients are among the business model innovation variables, new business opportunities and innovative marketing strategies.

**Keywords:** Female Entrepreneurship; Effects on business; COVID-19.

## 1 INTRODUÇÃO

Com as mudanças ocorridas nos últimos anos, a figura do empreendedor tem se sobressaído, como aquele que atende às necessidades sociais e promove o desenvolvimento socioeconômico, tornando-se um protagonista nos aspectos de desenvolvimento e crescimento demercado(AMORIM;BATISTA,2012).

Seu papel se torna ainda mais relevante nos momentos de crise, visto que se mostra um indivíduo persistente, com atitudes inovadoras, mantendo os negócios firmes nos momentos de incertezas e inseguranças.

O estudo do empreendedorismo se torna importante devido ao fato de estar diretamente relacionado ao desenvolvimento econômico de uma nação, sustentando grande parte das inovações que articularam esse desenvolvimento, por meio da geração de emprego e renda (SCHUMPETER, 1982).

Na atual conjuntura, empreender se torna algo ainda mais desafiador, em se tratando das mulheres, devido ao acúmulo de funções que normalmente carregam, com uma dupla jornada profissional e familiar. No âmbito profissional, há ainda fatores limitantes advindos de traços socioculturais, relacionados à percepção de que homens tem prioridade em executar determinadas funções. Outras limitações estão relacionadas às dificuldades de acesso ao crédito e ao apoio social – da família, amigos e sociedade, para a abertura de seu próprio negócio (PERRELLI, 2005).

Apesar das dificuldades encontradas e das diversas barreiras que ainda persistem no mercado de trabalho, a presença feminina no meio empresarial e empreendedor se apresenta com taxas menores, porém, estima-se que o número de mulheres empreendendo no Brasil, em 2019, foi de 25,8 milhões, muito próxima ao número de homens que foi de 28,7 milhões (GEM, 2020). Devido às lutas sociais travadas no decorrer da história, as mulheres têm ocupado espaços e funções até então, ocupadas pelo gênero masculino (SPRICIGO et al., 2017). Além do mais, estudos mostram que as empreendedoras femininas possuem as mesmas habilidades atribuídas socialmente aos homens, como força, iniciativa e autoconfiança, além, das qualidades socialmente ditas femininas como a sensibilidade, criatividade, persuasão e flexibilidade (PERRELLI, 2005; LIMA; GOMES FILHO, 2019).

Além destas dificuldades e dos desafios enfrentados pelas mulheres no processo empreendedor, a pandemia ocasionada pelo COVID-19, acentuou ainda mais tais barreiras e dificuldades (CASTRO et al., 2020). Diversos estudos têm apontado como a pandemia COVID-19 vem afetando os negócios, alguns de forma positiva e outras de forma negativa, culminando em uma crise repentina e severa (ADŽIĆ e AL-MANSOUR, 2021; ZOU; HUO; LI, 2020; SOUSA, 2020). Diante deste contexto, o presente trabalho tem como objetivo: Investigar o empreendedorismo feminino e os efeitos da Pandemia COVID-19 em empreendimentos geridos por mulheres, no município de Dois Vizinhos, Paraná.

## 2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

A diferença de gênero, entre homens e mulheres, têm sido assunto abordado em diversas áreas de pesquisa, tanto na psicologia quanto no marketing e áreas afins. O mundo feminino gira em torno da família e do trabalho, o que muitas vezes, torna-se um dilema para as mulheres o ato de decisão entre essas duas questões, ou então, a manutenção das duas alternativas (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). O empreendedorismo tem sido uma alternativa encontrada pelas mulheres para a conciliação das responsabilidades familiares e o trabalho, o que em geral contribui como um adicional para a renda mensal (GEM, 2019).

Neste sentido, encontra-se o conceito de empreendedorismo feminino, o qual decorre da ação das mulheres na idealização, ou gestão de novos projetos e negócios (DA SILVA CARREIRA et al., 2015). Entende-se por empreendedorismo feminino a inserção das mulheres no mercado de trabalho pelo processo de criação de algo novo, seja um novo produto, serviço ou uma nova maneira de realizar algo já existente, diferenciando-as das demais formas de empreendedorismo por fatores psicológicos e sociais (JONATHAN; DA SILVA, 2007).

Conforme Amorim e Batista (2012), no transcorrer dos anos as mulheres foram se organizando e conquistando direitos e igualdades nas oportunidades de trabalho, além de representatividade social, mostrando que são tão capacitadas quanto os homens. Empreendimentos criados por mulheres se caracterizam de forma geral como negócios menores, tendendo a ser prestadoras de serviços, além de apresentarem maiores dificuldades para acessar recursos financeiros, humanos e capital social. Essas características também podem ser consideradas barreiras a serem vencidas pelas empreendedoras (SANCHES, et al., 2013).

De acordo com Fleury (2013), o formato de gestão feminina possui características singulares, por exemplo, a habilidade de multiprocessamento de informações, fazendo com que se tenha uma visão mais global dos processos, bem como uma maior flexibilidade e capacidade de visualizar as pessoas como um todo, não somente na esfera profissional. Segundo a autora, há diversas abordagens que tratam do tema, visto que a forma de gestão se torna diferente devido aos grupos pesquisados e ao tipo de organização em que a gestora está inserida. A autora destaca ainda algumas características identificadas na gestão feminina, como ambiente de trabalho mais organizado, comprometimento com o trabalho exercido e maior compreensão com colaboradores, tratando-os não apenas como profissional.

No empreendedorismo, as mulheres encontram uma forma de empoderamento e liberdade, no âmbito psicológico se transformando em elevação da autoestima. De acordo com Malavota, Cinegaglia e Mello (2019), o empoderamento de forma efetiva e não apenas como benefício acontece através do estudo formal, da graduação e do acesso a informação.

Com base nos dados do GEM (2020), o nível de escolaridade média das mulheres com relação a média masculina aumentou nos últimos anos, estando um ano superior.

Como sugestões levantadas pela pesquisa GEM (2020), para estimular o empreendedorismo feminino estão as indicações de oferta de cursos e palestras específicas para o gênero, como também organização de grupos de apoio mútuo específico para mulheres.

Muitas organizações formalizaram, nos últimos anos, políticas que estabelecem cotas femininas, tanto no nível estratégico como nos outros níveis organizacionais. Além dos incentivos de cotas, outros tipos de incentivos para a ascensão feminina foram instituídos por empresas como Itaipu Binacional, Unilever, Petrobras, entre outras (DE OLIVEIRA; DE FATIMA PINTO; DOS SANTOS, 2015).

Há um nicho de mulheres que empreendem de maneira informal, neste sentido, foi criada a política de Microempreendedor Individual (MEI), como meio de formalização das atividades. Para enquadramento como MEI, no ano de 2021, é necessário que o empreendimento fature até R\$ 81.000,00 por ano, ou R\$ 6.750,00 por mês. A empreendedora não deve ter participação em outras empresas e deve ter no máximo um empregado contratado. Ser um MEI possibilita os direitos e benefícios de auxílio-maternidade, direito de afastamento remunerado por problemas de saúde, aposentadoria; isenção de tributos; acesso ao crédito com taxas mais baratas; entre outras (SEBRAE, 2021).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa possui abordagem quantitativa e caráter descritivo. O método utilizado é do tipo *survey*, que corresponde a um método que se baseia no interrogatório dos participantes, de modo a identificar atitudes, opiniões, características, percepções, dentre outros (MALHOTRA, 2001). Para Hair Jr et al., (2005, p.157), *survey* “é um procedimento para coleta de dados primários, a partir de indivíduos”.

Constituiu-se como o universo de pesquisa, mulheres empreendedoras localizadas no município de Dois Vizinhos, Paraná. Optou-se pela utilização da amostra não probabilística, visto que não foi possível ter acesso aos dados referente à esta população. Deste modo, a amostra foi não probabilística e por conveniência, quando os respondentes são selecionados por critério de acessibilidade (FREITAS et al., 2000). A amostra, portanto, foi constituída por um total de 79 respondentes.

A coleta de dados se deu por meio de questionário estruturado, adaptado do instrumento de coleta utilizado no estudo de Adžić e Al-Mansour (2021) contendo questões sociodemográficas e questões que evidenciam os aspectos gerais vivenciados no período de pandemia. Segundo os autores, as questões foram validadas através de testes quantitativos e testes de confiabilidade estatística. Para avaliação dos itens, foi utilizada a escala do tipo *Likert* (MALHOTRA, 2012), requerendo das respondentes a avaliação do nível de impacto da pandemia COVID-19 em relação às 21 variáveis medidas, sendo 1 (impacto nada significativo) e 5 (impacto totalmente significativo).

O questionário está dividido em três principais partes: i) a primeira parte busca identificar o perfil sociodemográfico das entrevistadas (gênero; faixa etária, renda, dentre outros); ii) a segunda, identifica o perfil dos empreendimentos geridos pelas empreendedoras (tempo de atividade, área de atuação, porte, motivação de iniciar o negócio), com base em questões sugeridas pelo GEM (2019) e SEBRAE (2020); iii) já a terceira, busca identificar efeitos da pandemia COVID-19 nos negócios, conforme proposto por Adžić e Al-Mansour (2021, tradução nossa).

Cabe ressaltar que a adaptação do questionário se deu em razão da inclusão da variável 21 no instrumento. Tendo em vista que diversos estudos têm ressaltado o conflito entre trabalho e família, no contexto das mulheres empreendedoras, como exemplo de Jonathan (2007); Teixeira e Bomfim (2016) e Lemos, Barboza e Monzato (2021), optou-se por incluir esta questão.

A distribuição dos questionários foi realizada por meio de contatos das pesquisadoras, bem como por ferramentas digitais, principalmente, redes sociais, *e-mail* e aplicativo *Whatsapp*, entre os dias 13 de julho de 2021 a 09 de agosto de 2021. Todas as respondentes foram devidamente informadas sobre a intenção e finalidade da pesquisa, bem como sobre a liberdade de participar, ou não, da mesma.

Anterior a aplicação do questionário formalizado, houve a realização de um pré-teste (ou teste piloto) com 19 respondentes, dentre estes havendo duas especialistas da área pesquisada. Este questionário piloto foi aplicado entre os dias 21 de junho de 2021 a 08 de julho de 2021, tendo sido realizado alguns ajustes de nomenclatura para o questionário final que foi aplicado com as empreendedoras. Tais ajustes foram na nomenclatura e forma de escrita das questões, com intuito de permitir uma melhor interpretação das variáveis ao contexto pesquisado.

Para tabulação e tratamento dos dados estatísticos, foi utilizado o *software Statistics Package for the Social Sciences – SPSS* (versão 26). Os dados foram tabulados em planilha do *software Excel®* e exportados diretamente para o *software* estatístico. Inicialmente, a análise se deu por meio de técnicas estatísticas descritivas, incluindo análise de frequência e medidas de dispersão (mediana, desvio padrão, intervalo interquartil, assimetria e curtose).

Na sequência, foram aplicadas técnicas de análise multivariada, que conforme Hair Jr et al. (2005), se trata de combinações lineares de variáveis previamente especificadas pelo pesquisador, para atingir os objetivos de pesquisa propostos. A validade e confiabilidade do instrumento de pesquisa foi realizada por meio do teste Alfa de Cronbach, obtendo-se um coeficiente de 0,76.

Com o intuito de verificar quais análises e testes poderiam ser utilizados, efetuou-se primeiramente o teste de Kolmogorov-Smirnov [K-S]. O teste pressupõe a hipótese nula ( $H_0$ ) de que os dados provêm de uma distribuição normal, a um nível de significância de 95%. Porém, o p-valor foi significativo para todas as variáveis ( $p < 0,01$ ), indicando que a distribuição é significativamente diferente de uma distribuição normal, portanto, com desvio da normalidade (FIELD, 2009). Para tanto, realizou-se a análise de correlação de *Spearman*, a qual tem intuito de identificar o relacionamento entre variáveis, com dados ordinais e sem distribuição normal, considerados como não paramétricos (FIELD, 2009). Além disso, a fim de verificar se havia diferença significativa em relação aos efeitos da pandemia COVID-19, para as categorias relacionadas à faixa etária, tempo de atividade e nível de escolaridade, procedeu-se com o teste de Kruskal-Wallis (FIELD, 2009).

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 PERFIL DAS RESPONDENTES E DOS EMPREENDIMENTOS

A primeira parte do questionário, buscou coletar dados sociodemográficos das respondentes, para identificação do perfil das empreendedoras e dos empreendimentos geridos por estas. A Tabela 1 sumariza as variáveis socioeconômicas e o perfil das respondentes, nos aspectos: faixa etária, estado civil, grau de instrução, filhos e renda familiar.



**Tabela 1 - Variáveis Sociodemográficas das Respondentes**

Variáveis	Categorias	Frequência	Porcentagem (%)
<b>Faixa Etária</b>	De 18 a 24 anos	9	12,2%
	De 25 a 34 anos	40	54,1%
	De 35 a 44 anos	14	18,9%
	De 45 a 54 anos	10	13,5%
	Acima de 55 anos	1	1,4%
<b>Total</b>		74	100%
<b>Estado Civil</b>	Solteira	18	22,8%
	Casada/União Estável	55	69,6%
	Divorciada/Separada	6	7,6%
<b>Total</b>		79	100,0%
<b>Grau de Instrução</b>	Ens. fundamental completo	2	2,5%
	Ens. fundamental incompleto	1	1,3%
	Ens. médio completo	14	17,7%
	Ens. médio incompleto	4	5,1%
	Formação técnica	3	3,8%
	Ens. superior completo	23	29,1%
	Ens. superior incompleto	11	13,9%
	Pós-graduação completa	17	21,5%
	Pós-graduação incompleta	4	5,1%
<b>Total</b>		79	100%
<b>Possui filhos</b>	Sim	48	60,8%
	Não	31	39,2%
<b>Total</b>		79	100%
<b>Renda Familiar</b>	Até 1 salário mínimo (R\$ 1.100,00)	1	1,3%
	De 1 a 3 salários mínimos (de R\$ 1.101,00 a R\$ 3.300,00)	22	27,8%
	De 3 a 6 salários mínimos (de R\$ 3.301,00 a R\$ 6.600,00)	42	53,2%
	De 6 a 9 salários mínimos (de R\$ 6.601,00 a R\$ 9.900,00)	8	10,1%
	Acima de 9.900,00	6	7,6%
<b>Total</b>		79	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O resultado quanto à idade das respondentes é bastante heterogêneo, variando entre idade mínima de 22 e máxima de 56 anos. A variável idade foi registrada em anos completos e, posteriormente, categorizada, havendo predominância na faixa etária de 25 a 34 anos (54,1%). Foram identificados 5 valores faltantes nesta questão, tendo um total de 74 respostas válidas.

A faixa etária predominante é consoante com os resultados encontrados no estudo de Ferreira (2012), em que a idade média das empreendedoras catarinenses na abertura das empresas é de 29 anos. Porém, se considerados os estudos de Silveira e De Gouvêa (2008), Jonathan (2011) e Da Silva Melo e De Jesus (2018), o perfil predominante das empreendedoras são de mulheres mais maduras, estando na faixa etária de 33 a 59 anos.

Com relação ao estado civil, a maioria das respondentes se declaram casadas ou em união estável, representando 55 das 79 respondentes, equivalente a 69,6% da amostra. Do restante das respondentes, 18 se declaram solteiras (22,8%) e 6 se declaram divorciadas ou separadas (7,6%). Considerando os resultados de maior proporção, estes se assemelham aos encontrados nos estudos de Silveira e De Gouvêa (2008) e Ferreira (2012). Da Silva e Lasso (2016) também encontra a maioria das empreendedoras como casada, inclusive citam que o

casamento afeta de forma positiva os negócios, visto que seus cônjuges as motivam em suas atividades profissionais.

Seguindo nas questões relacionadas à família, uma outra questão era referente à filhos, onde 48 respondentes afirmaram ter filhos, representando 60,8% dos resultados, contra 31 respondentes que declaram não ter filhos, um percentual de 39,2%. De acordo com os dados do estudo de Reis (2018), a maternidade se torna um fator relevante na decisão de empreender, gerando impacto na vida pessoal e profissional das mulheres, fazendo com que estas tenham que conciliar as tarefas de mãe e empreendedoras, com ou sem ajuda de terceiros.

Referente ao grau de instrução das respondentes, ensino superior completo e pós-graduação completa se sobressaíram entre as demais opções. Assim, a soma de respondentes com ensino superior completo e pós-graduação é de 55,7%. Ensino médio completo aparece como a terceira opção mais representativa, correspondendo a 17,7% das respondentes. Os dados do GEM (2020), mostram que para os empreendimentos em estágio inicial, o maior percentual corresponde ao ensino superior completo (27,6%), o que difere das taxas identificadas para os empreendimentos já estabelecidos, na qual o maior percentual é composto pelo ensino médio completo (23,2%). Relacionado ao grau de instrução das mulheres, o GEM destaca que é de um ano superior ao dos homens, além de possuírem conhecimentos técnicos para gerir seus negócios.

Tais métricas identificadas nesta pesquisa vão ao encontro dos estudos de Jonathan (2011), o qual consta que o perfil da maioria das empreendedoras é de mulheres com alta escolaridade, com ensino superior completo, casadas e com filhos. No estudo de Ferreira (2012), cita que muitas das mulheres concluem o ensino superior, após a constituição da empresa por sentirem necessidade de buscar novos conhecimentos para contribuir as atividades da área em que atuam.

Em se tratando de renda familiar, destaca-se de 3 a 6 salários mínimos, correspondendo em reais de R\$ 3.301,00 a R\$ 6.600,00, sendo que 42 respondentes declararam se enquadrar nesse rendimento mensal. Esses resultados se contrapõem aos apresentados pelo GEM (2020), o qual apresenta o maior percentual para a faixa salarial acima de 6 salários mínimos, tanto em empreendimentos estabelecidos como nos empreendimentos iniciais. Nesta pesquisa, a faixa salarial acima de 6 salários mínimos representa 7,6% dos resultados.

A Tabela 02, apresenta dados relacionados ao perfil dos empreendimentos gerenciados pelas respondentes, abrangendo aspectos relacionados ao tempo de atividade, setor de atuação e porte dos empreendimentos.

**Tabela 2 – Perfil dos Empreendimentos**

Variáveis	Categorias	Frequência	Porcentagem (%)
<b>Tempo de Atividade</b>	Até 1 ano	14	17,7%
	De 1 a 3 anos	24	30,4%
	De 3 a 6 anos	22	27,8%
	De 7 a 10 anos	11	13,9%
	Acima de 10 anos	8	10,1%
<b>Total</b>			
<b>Setor de Atuação</b>	Comércio	42	53,2%
	Serviço	29	36,7%
	Indústria	1	1,3%
	Agronegócio	6	7,6%

	<b>Total</b>	79	100%
<b>Porte do Empreendimento</b>	Não formalizado	23	29,1%
	MEI (Microempreendedora Individual)	40	50,6%
	EPP (Empresa de Pequeno Porte)	2	2,5%
	ME (Microempresa)	13	16,5%
	Grande Porte	1	1,3%
	<b>Total</b>	79	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Dos empreendimentos geridos pelas mulheres, a maioria apresentou de 1 a 3 anos de atividades, correspondendo a 24 respostas (30,4%), sendo o segundo maior percentual de 3 a 6 anos de existência, declarado por 22 respondentes (27,8%). Tal resultado em concordância com os resultados obtidos pela pesquisa da Rede Mulher Empreendedora - REM (2019), na qual 61% nos negócios femininos objeto da pesquisa foram abertos nos últimos três anos.

Com relação ao ramo de atuação, mais da metade dos resultados representados negócios alocados no comércio (53,2%), seguidos pelo serviço (36,7%) e pela indústria (1,3%). Segundo Ferreira (2012), comércio e serviços são atividades condizentes com características ditas como femininas, ao contrário da indústria pesada, ramo automotivo que são ramos tidos como masculinos. Segundo Da Silva e Lasso (2016), as mulheres estão mais inseridas na área de vendas devido aos investimentos serem mais baixos que outros ramos.

Para a formulação da questão referente ao porte dos negócios, foi utilizada como referência a classificação de porte, de acordo com o número de empregados, disponibilizado pelo SEBRAE (2018). Como resultado foi identificado que o maior número de respondentes está classificado como Microempreendedoras Individuais (MEI) – 40 respondentes (50,6%), seguido de empreendimentos classificados como não formalizados (29,1%). Segundo Farias (2020), as micro e pequenas empresas tem representado a maior parte do PIB e do contexto empresarial do país, além de serem os maiores empregadores. No contexto feminino, pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora - RME (2019), apresenta que quando formalizados, 57% dos negócios são MEIs. Em pesquisa anterior da Rede Mulher Empreendedora (2017), cita que 64% das empreendedoras justificam a falta de recursos financeiros como um dos principais motivos da informalidade.

O GEM (2020) reforça o aumento e a importância da formalização de negócios no país, já os negócios não formalizados, segundo o relatório, se dá em razão de muitos empreendedores não verem a necessidade de formalização, não terem certeza quanto à continuidade do negócio, ou ainda, não terem condições de bancar os custos para essa formalização. Conforme Sanches et al. (2013), empreendimentos criados por mulheres se caracterizam de forma geral como negócios menores, tendendo a ser prestadoras de serviços, além de apresentarem maiores dificuldades para acessar recursos financeiros, humanos e capital social. Essas características também podem ser consideradas barreiras a serem vencidas pelas empreendedoras.

Com relação às atividades exercidas pelas empreendedoras, a questão foi aberta, permitindo às respondentes incluir mais de uma atividade, abrindo um leque maior de possibilidade de resultados. As atividades mais representativas estão relacionadas à Vestuário (20,3%), Beleza (16,5%), Alimentação (17,7%) e Saúde e Bem-Estar (8,9%).

Também segundo o GEM (2020), as principais atividades econômicas das empreendedoras, estão relacionadas a vestuário e saúde e bem-estar, reforçando os achados desta pesquisa, a qual apresentou um percentual de 20,3% e 8,9% respectivamente.



Quanto às motivações para empreender, a questão permitia que as participantes selecionassem mais de uma opção, sendo as respostas cumulativas. As motivações mais presentes foram a realização de um sonho ou realização pessoal, correspondendo a 45,7% dos resultados, seguido pelo aumento ou complemento de renda, correspondendo a 31,5%.

#### 4.2 IMPACTO DA COVID-19 NOS NEGÓCIOS

Os resultados buscaram avaliar impactos do COVID-19 nos negócios, sendo os impactos mais fortes classificados com a nota mais alta 5 (cinco). Das 21 questões, com escala *Likert* de 5 pontos, 13 questões foram transformadas em ordem reversa para fins da pesquisa (questões 3 a 5, 7 e 12 a 20), pois nem todas as questões indicavam fragilidades dos empreendimentos, conforme sugerido por Adžić e Al-Mansour (2021).

Inicialmente, foi realizada a análise de confiabilidade do instrumento, por meio do Alfa de Cronbach, obtendo-se inicialmente um valor de 0,76. Valores acima de 0,7 são considerados aceitáveis (FIELD, 2009). As variáveis 1 (trabalho em casa) e 21 (conflitos entre trabalho-família) apresentaram uma correlação negativa, assim, quando excluídas o Coeficiente de ALFA aumentou para 0,836. Porém, tendo em vista a importância destas variáveis no contexto do COVID-19, optou-se por mantê-las.

**Tabela 3 - Variáveis sobre impactos da covid-19 nos negócios** (continua)

Variáveis	N	Média	Mediana	IQR <sup>1</sup>	Kolmogorov-Smirnov	Kolmogorov-Smirnov p
1 - Trabalho em casa (Home office)	79	3.25	3	3	0.826	< .001
2 - Declínio da produtividade	79	3.65	4	2	0.816	< .001
3 - Disponibilidade da internet e tecnologias na Web foi satisfatória	79	3.84	2	2	0.827	< .001
4 - Modernidade da TI (Tecnologia da Informação)	79	3.76	2	2	0.835	< .001
5 - Implementação de inovações digitais	79	3.48	2	3	0.865	< .001
6 - Falta de recursos financeiros	79	3.78	4	2	0.843	< .001
7 - Ajuda financeira do governo durante a pandemia	79	1.76	5	1	0.590	< .001
8 - Alterações/desordem nas operações	79	4.29	5	1	0.675	< .001
9 - Alterações/desordem na rede de abastecimento	79	4.20	5	1	0.680	< .001
10 - Cortes de custos	79	4.28	5	1	0.638	< .001
11 - Dispensas/demissões de trabalhadores	79	1.97	1	2	0.630	< .001
12 - Trabalhadores tiveram segurança de renda/emprego	79	2.19	5	2	0.743	< .001
13 - Aumento da receita	79	2.48	3	2	0.872	< .001
14 - Realização de estratégias e táticas de marketing inovadoras	79	3.06	3	2	0.884	< .001
15 - Identificação de novas oportunidades de negócios	79	3.32	2	2.5	0.865	< .001

<sup>1</sup> IQR: Variação interquartil

16 - Inovação do modelo de negócios	79	3.20	3	2	0.880	< .001
17 – Participação em atividades sociais / responsabilidade social corporativa	79	2.24	4	2	0.799	< .001
18 - Liderança foi eficaz	79	3.28	3	1	0.892	< .001
19 – Negócio foi resiliente	79	3.91	2	2	0.847	< .001
20 - Novas formas de parceria/colaboração foram estabelecidas	79	3.58	2	1.5	0.854	< .001
21 - Conflitos trabalho-família	79	3.56	4	2	0.853	< .001
GERAL	-	2.94	3	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – *software* SPSS (versão 26)

Para identificação de quais análises e testes poderiam ser utilizados, foi realizado primeiramente o teste de Kolmogorov-Smirnov [K-S] (HAIR JR et al., 2005). O teste pressupõe a hipótese nula ( $H_0$ ) de que os dados provêm de uma distribuição normal, a um nível de significância de 95%. Porém, conforme visualizado na Tabela 05, o p-valor foi significativo para todas as variáveis ( $p < 0,01$ ), indicando que a distribuição é significativamente diferente de uma distribuição normal, portanto, com desvio da normalidade (FIELD, 2009).

O impacto médio geral das variáveis em uma escala de 1 a 5 foi avaliado em 2,94 de média e 3 de mediana, semelhante ao achado pelos autores Adžić e Al-Mansour (2021). Segundo os autores, uma possível explicação para essa nota média é que as ações e influências positivas acabam sendo neutralizadas pelas ações e influências negativas, como por exemplo, aspectos como identificação de novas oportunidades de negócio, resiliência, novas formas de parceria e colaboração, disponibilidade e acesso à internet e tecnologias modernas, bem como implementação de inovações digitais (variáveis com mediana 2), considerados aspectos positivos, uma vez que as maiores notas se referiram a efeitos negativos.

Para dados ordinais que não se revelem aderentes à distribuição normal, o mais indicado é observar a mediana para descrição da amostra, ao invés da média e o desvio padrão, que podem não reproduzir corretamente a tendência central e dispersão dos dados (HAIR JR et al., 2005). Neste sentido, as variáveis que apresentaram maior impacto negativo para as empreendedoras, com base nas medianas, foram as questões relacionadas a falta de ajuda financeira do governo durante a pandemia (V7), alterações ou desordem nas operações (V8), alterações ou desordem na rede de abastecimento (V9), corte de custos (V10) e insegurança de renda/emprego durante a pandemia (V12).

Quanto às alterações na rede de abastecimento, Da Silva (2021) identificou que alguns ramos tiveram suas demandas e ofertas reduzidas drasticamente, em consequência de períodos com parada total de produção, culminando em alguns casos em fechamento de empresas, ou necessidade de apoio dos governos.

Quando ao corte de custos, Volkova (2021, tradução nossa), reforça que o apoio do governo é uma alternativa para as empresas manterem sua gestão de custos. Segundo o autor, por conta da pandemia, muitos mantiveram a produção graças a medidas de apoio financeiro do governo, incluindo reduções de fiscalizações e incentivos fiscais. Neste sentido, o impacto negativo identificado com relação à redução de custos, é correspondente a variável

relacionada à falta de ajuda financeira do governo, a qual está entre as medianas mais baixas, visto que as respondentes afirmaram não terem recebido nenhum apoio, ou ajuda do governo.

Outro item que se apresentou com alto índice foi referente à insegurança de renda/emprego dos trabalhadores (V12) com mediana 5, contrastando com os índices descritos no trabalho de Adžić e Al-Mansour (2021, tradução nossa), a qual foi a variável com menor impacto, avaliada em 1,66, tanto na Servia como no Kuwait. Sobre isso De Lima e Freitas (2020), afirmam que é necessário um apoio do governo para garantia de renda, emprego e sobrevivência das famílias e empresas. Neste sentido, esta insegurança pode também estar relacionada ao apoio governamental. Apesar de terem sido publicadas medidas provisórias referente a alterações trabalhistas, redução da jornada do trabalho, salários e suspensão temporária do contrato de trabalho (LIMA, 2020), tais medidas não se aplicam diretamente ao contexto das empreendedoras, em sua maioria MEI.

Com relação às variáveis com menores índices, tem o item de dispensas e demissões de trabalhadores (V11), apresentando mediana com nível 1. Esta variável de menor impacto, na percepção das respondentes, pode estar relacionada com o fato de que a maioria das respondentes se declarou como Microempreendedora individual, podendo não ter nenhum ou no máximo um funcionário, conforme SEBRAE (2021).

As demais variáveis com menor índice, refletem as oportunidades geradas pela pandemia, como exemplo das variáveis implementação de inovações digitais (V5) e realização de estratégias e táticas de marketing inovadoras (V14). Essas variáveis, estão em concordância com os estudos de De Rezende, Marcelino e Miyaji (2020), na qual citam o aumento das vendas digitais, seja por meio de redes sociais ou de outras plataformas online como as denominadas *E-marketplace* e *Omnichannel*, integrando às lojas física, e conseguindo o escoamento de seus produtos. Os autores também citam, principalmente no ramo alimentício, o crescimento do mercado de *delivery*, crescendo o número de entregas a domicílio em decorrência das medidas de isolamento social.

#### 4.3 CORRELAÇÕES ENTRE AS VARIÁVEIS INVESTIGADAS

Com o intuito de identificar o relacionamento entre as variáveis, foi realizado o teste de correlação. Por se tratar de dados ordinais e sem distribuição normal – considerados como não paramétricos – foi utilizado o teste de correlação de *Spearman*. De forma geral, os coeficientes de correlação de *Spearman* ( $\rho$ ) podem variar em termos de valor de -1 a +1, assim, quanto mais próximos desses valores, mais forte é a relação entre as variáveis (FIELD, 2009). Dancey e Reidy (2006), apontam a seguinte classificação para os coeficientes:  $r = 0,10$  até  $0,30$  (fraco);  $r = 0,40$  até  $0,60$  (moderado); e  $r > 0,70$  (forte).

No presente estudo, boa parte dos coeficientes se encontraram em nível moderado e bom, com níveis entre  $0,4$  a  $0,87$ . Na Tabela 06, estão ilustradas as principais correlações, estando a matriz completa nos apêndices do presente trabalho.

**Tabela 4 - Níveis de correlação de spearman**

Variáveis	Coluna1	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V8	V14	V15	V16	V18
V1 - Trabalho Home office	Spearman's rho	—										
	p-value	—										
V2 - Declínio da produtividade	Spearman's rho	-0.261	—									
	p-value	0.020	—									
V3 - Disponibilidade da Internet e tecnologias online	Spearman's rho	-0.423	0.007	—								
	p-value	<.001	0.950	—								
V4 - Modernidade da TI	Spearman's rho	-0.459	-0.056	0.709	—							
	p-value	<.001	0.625	<.001	—							
V5 - Inovações Digitais	Spearman's rho	-0.357	0.032	0.575	0.657	—						
	p-value	0.001	0.782	<.001	<.001	—						
V6 - Falta de recursos financeiros	Spearman's rho	-0.002	0.497	0.003	-0.020	-0.141	—					
	p-value	0.983	<.001	0.978	0.859	0.216	—					
V7 - Ajuda financeira do Governo	Spearman's rho	-0.188	-0.025	0.061	0.116	0.069	-0.240	—				
	p-value	0.098	0.825	0.593	0.309	0.544	0.033	—				
V8 - Perturbação/Desordem nas operações	Spearman's rho	-0.003	0.579	0.039	-0.070	-0.060	0.474	—				
	p-value	0.981	<.001	0.730	0.540	0.600	<.001	—				
V9 - Alterações/Desordem na rede de abastecimento	Spearman's rho	-0.006	0.406	-0.027	-0.136	-0.046	0.342	0.467	—			
	p-value	0.957	<.001	0.812	0.231	0.685	0.002	<.001	—			
V10 - Cortes de custos	Spearman's rho	0.111	0.495	-0.057	-0.031	0.036	0.401	0.578	—			
	p-value	0.330	<.001	0.616	0.786	0.751	<.001	<.001	—			
V14 - Estratégias e táticas de marketing inovadoras	Spearman's rho	-0.245	0.056	0.328	0.409	0.532	-0.062	0.218	—			
	p-value	0.030	0.622	0.003	<.001	<.001	0.588	0.054	—			
V15 - Novas oportunidades de negócios	Spearman's rho	-0.530	0.081	0.488	0.509	0.513	0.036	0.039	0.600	—		
	p-value	<.001	0.479	<.001	<.001	<.001	0.753	0.731	<.001	—		
V16 - Inovação do modelo de negócios	Spearman's rho	-0.484	0.056	0.491	0.524	0.589	0.005	0.082	0.724	0.876	—	
	p-value	<.001	0.627	<.001	<.001	<.001	0.963	0.472	<.001	<.001	—	
V17 - Atividades responsabilidade social corporativa	Spearman's rho	-0.236	0.127	0.115	0.146	0.191	0.049	0.077	0.301	0.239	0.318	—
	p-value	0.036	0.266	0.311	0.198	0.092	0.667	0.499	0.007	0.034	0.004	—
V18 - Liderança eficaz	Spearman's rho	-0.352	0.173	0.395	0.447	0.329	0.003	0.195	0.535	0.443	0.560	—
	p-value	0.001	0.128	<.001	<.001	0.003	0.982	0.085	<.001	<.001	<.001	—
V19 - Resiliência	Spearman's rho	-0.362	0.222	0.560	0.407	0.182	0.081	0.166	0.184	0.318	0.346	0.493
	p-value	0.001	0.049	<.001	<.001	0.108	0.480	0.143	0.105	0.004	0.002	<.001

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – software SPSS (versão 26)

Dentre os maiores coeficientes de correlação, está a variável V16 – inovação no modelo de negócios, fortemente relacionada com a variável V15 – novas oportunidades de negócios ( $\rho = 0,876$ ;  $p < .001$ ) e com a variável V14 – estratégias e táticas de marketing inovadoras ( $\rho = 0,724$ ;  $p < .001$ ), conforme a Tabela 06. Tal resultado se associa com os resultados obtidos por Moreira, Lopes e Carneiro (2020), na qual apresentam que a possibilidade de inovar em serviços, processos e gestão se torna uma ferramenta de extrema importância no cenário de crise que exige diversas mudanças.

Já a variável relacionada às práticas de trabalho *home office* (V1), apresentou coeficiente negativo ( $\rho = -0,484$ ;  $p < .0001$ ). Ao analisar a variável relacionada ao trabalho *home office*, uma das principais mudanças ocasionadas pela pandemia COVID-10 nos negócios, percebe-se que esta apresentou coeficiente negativo na correlação com 20 das 21 variáveis analisadas, destacando-se a correlação com as novas oportunidades de negócios ( $-0,530$ ). De acordo com Bridi (2020), o trabalho remoto ou *home office*, alterou grandemente as condições de trabalho, pelo fato de terem que trabalhar a partir de suas casas, nem sempre em espaços adequados, além de envolver a junção das atividades profissionais com as domésticas. Neste estudo especificamente, os resultados também podem estar relacionados com o fato de parte das atividades desenvolvidas pelas empreendedoras, não serem realizadas de forma remota, podendo acarretar em uma correlação negativa com as demais variáveis. Não obstante, este é um aspecto que carece de maior atenção, a fim de compreender os motivos da correlação negativa entre as variáveis.

Cabe destacar ainda, que nem todas as correlações negativas se mostraram significativas ( $p\text{-value}<0.05$ ), conforme Tabela 6. Das variáveis com maior coeficiente de correlação e estatisticamente significativas, estão novas oportunidades de negócio, inovação no modelo de negócio e modernidade de tecnologias online e disponibilidade da internet, indicando que um aumento em atividades *home office* tende a diminuir os demais aspectos. Uma possível explicação para isso, pode estar relacionada à natureza das atividades desenvolvidas pelas empreendedoras, ou mesmo limitação nas condições e no acesso aos recursos.

Outras variáveis que obtiveram correlações fortes, foram V4 – modernidade da tecnologia da informação e V3 – disponibilidade da internet e tecnologias online ( $\rho = 0,709$ ;  $p<.0001$ ). No mesmo contexto, a V5 – inovações digitais e V3 – disponibilidade da internet e tecnologias online, obtiveram um coeficiente moderado e significativo ( $\rho = 0,575$ ;  $p<.001$ ), assim como a V5 – inovações digitais com a V4 – modernidade da TI ( $\rho = 0,657$ ;  $p<.001$ ). Neste sentido, percebe-se que há relação entre a implementação de inovações digitais e a disponibilidade da internet, tecnologias online e sistemas de informação. As tecnologias têm sido apontadas como um dos fatores de destaque no enfrentamento da COVID-19 (CAVALCANTI, 2020), além de superar as barreiras de distância impostas pelas medidas de isolamento durante a pandemia (BREIER et al., 2021).

Conforme estudos de Silva e Silva (2020), por conta do isolamento e distanciamento social imposto pela pandemia, os microempreendedores encontraram nas ferramentas online uma forma de enfrentamento das dificuldades e em muitas das situações aumento das vendas, pois aqueles que não utilizavam dessas ferramentas, estão se aprimorando para implementação efetiva e adequação nos negócios para esse formato.

A variável V8 – perturbação/desordem nas operações, apresentou correlação positiva e significativa com as variáveis V2 – declínio da produtividade (0,579) e V6 – falta de recursos financeiros (0,474). Conforme estudo de Soares e Mazon (2020), sobre o declínio organizacional em tempos de pandemia, problemas de cunho financeiro interferem na operação dos negócios, e alterações no ponto de equilíbrio e fluxo de caixa inviabilizaram financeiramente muitas empresas em decorrência dos períodos de isolamento social, o que pode justificar os dados identificados nesta pesquisa.

Já a variável V19 – resiliência, apresentou correlações positivas e significativas com as variáveis V3 – disponibilidade da internet e tecnologias online (0,560) e V18 - liderança eficaz (0,493). Entendendo a resiliência como a capacidade de se recuperar em tempos adversos, conforme Costa (2021), a internet e as tecnologias fazem com que as pessoas desenvolvam a habilidade da resiliência, visto que em muitas das atividades o contato físico que foi perdido pelo distanciamento social era de extrema importância. De acordo com Adžić e Al-Mansour (2021, tradução nossa), os líderes devem ter o entendimento de como enfrentar as crises, moldando seus funcionários contra sentimentos de ansiedade e desamparo, levantando sua equipe e criando o espírito de resiliência nos seus negócios.

#### 4.3.1 Análise Kruskal-Wallis

Após a análise de correlação, foi utilizado o teste de Kruskal-Wallis para verificar a existência ou não de diferenças significativas, em relação à faixa etária, ao tempo de empresa, nível de escolaridade e setor de atuação, cada aspecto de forma independente, em relação à média geral da pandemia COVID-19 nos negócios.



**Tabela 5 - kruskal-wallis idade em relação ao efeito do covid-19**

	$\chi^2$	df	p	$\epsilon^2$
<b>Faixa etária</b>	6.52	4	0.163	0.0894
<b>Tempo de atividade</b>	9.37	4	0.053	0.120
<b>Nível de escolaridade</b>	19.7	8	0.011	0.253
<b>Setor de atuação</b>	3.61	4	0.461	0.0463

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – *software* SPSS (versão 26)

Conforme observado na Tabela 7, o  $p > 0.05$  mostra que não houve diferença estatisticamente significativa em relação aos efeitos da pandemia COVID-19, entre as categorias de faixa etária, tempo de atividade, nível de escolaridade e setor de atuação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudos nas áreas de empreendedorismo são importantes tanto para a sociedade, quanto para o avanço do conhecimento acadêmico. No contexto do empreendedorismo feminino, investigar o perfil das mulheres empreendedoras, bem como dos negócios geridos por elas, torna-se relevante numa conjuntura local e nas discussões sobre o papel da mulher no mercado de trabalho, além das questões pandêmicas que assolaram a população mundial.

Para tanto, o objetivo geral de investigar o empreendedorismo feminino e os efeitos ocasionados nos negócios, em decorrência da pandemia do COVID-19, no município de Dois Vizinhos – Paraná foi atingido, visto que os dados apontaram o perfil das empreendedoras e dos seus empreendimentos, além dos efeitos relacionados aos negócios no período de pandemia.

Quanto ao perfil socioeconômico das empreendedoras, cabe destacar que a maioria se encontra na faixa etária entre 25-34 anos, com maior nível de escolaridade, ensino superior completo ou pós-graduação, quando comparados os dados por gêneros. A maioria das respondentes também se declararam casadas e com filhos, corroborando com a dupla jornada feminina, de conciliação entre trabalho e família, apontada em diversos estudos.

Já em relação ao perfil dos empreendimentos, evidenciou-se mais da metade classificadas como Microempreendedoras Individuais, reforçando o fato de que cada vez mais pessoas estão buscando formalizar seus pequenos negócios. Não obstante, há outra parcela significativa de respondentes que ainda se encontram na informalidade, já que seus empreendimentos são vistos como um complemento de renda para a família.

Num âmbito geral, os efeitos do COVID-19 nos negócios podem ser classificados como moderados, visto que os aspectos negativos avaliados em algumas medidas são compensados por outros aspectos positivos. Dentre os principais aspectos negativos, estão a falta de apoio governamental e recursos financeiros, alterações na rede de abastecimento e operações. No entanto, oportunidades puderam ser identificadas onde inovações e novas estratégias e táticas de marketing foram implementadas nos negócios, o que pode trazer benefícios e resultados ainda melhores para os negócios, após a pandemia. Desta forma, os dados obtidos reforçam alguns conceitos do empreendedorismo, relacionados à resiliência dos empreendedores e dos negócios em momentos de crise, além da identificação de oportunidades.

O período de pandemia foi marcado também pela consolidação de práticas de trabalho remoto por grande parte dos empreendimentos. No estudo em questão, esta variável apresentou correlação negativa com a maior parte das variáveis investigadas. Tais achados podem ser melhor investigados em estudos futuros, de modo a compreender tais relações e implicações das atividades *home office*. Possíveis explicações estão relacionadas à natureza das atividades exercidas pelas empreendedoras, as quais não compreendem este tipo de prática.

O estudo em questão foi realizado no ano de 2021, ainda em período de pandemia, tornando-se uma limitação da pesquisa em decorrência do distanciamento social, impedindo a realização de uma posterior etapa qualitativa, a fim de compreender os achados da pesquisa de forma mais aprofundada. O fator tempo também pode ser elencado como um limitador, visto que algumas das empreendedoras estavam envolvidas com atividades de suas empresas e famílias e não conseguiram responder até o prazo de fechamento do questionário. Como sugestão de pesquisas futuras, poderão ser verificados se os efeitos identificados no cenário atual continuarão significativos num contexto posterior à crise da pandemia.

## REFERÊNCIAS

ADŽIĆ, Slobodan; AL-MANSOUR, Jarrah. **Análise de negócios na época do COVID-19: teste empírico das descobertas acadêmicas contemporâneas.** Tradução nossa. Management Science Letters, 2021.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento.** 2012.

BERNARDES, Juliana Reis; DE SOUSA SILVA, Bárbara Letícia; LIMA, Thais Cristina Ferreira. **Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios.** Revista da FAESF, 2020.

BREIER, Matthias et al. **O papel da inovação do modelo de negócios na indústria hoteleira durante a crise do COVID-19.** Tradução nossa. International Journal of Hospitality Management, 2021.

BRIDI, Maria Aparecida. **A pandemia Covid-19: crise e deterioração do mercado de trabalho no Brasil.** 2020.

CASTRO, Thiele Costa Muller et al. **Em tempos de Coronavírus: home office e o trabalho feminino.** Novos Rumos Sociológicos, 2020.

CAVALCANTI, I. M. F. **Tecnologias em tempos de isolamento social.** (Coordenadora do Projeto Educa Coronavírus) –1. ed. Vol. 7 –Belém: RFB Editora, 2020.

COSTA, Barbara Regina Lopes. **Bola de neve virtual: O uso das redes sociais virtuais no processo de coleta de dados de uma pesquisa científica.** Revista Interdisciplinar de Gestão Social, 2018.

DA SILVA, Rafael Mozart. **Os impactos da pandemia do covid-19 na cadeia de suprimentos e atividades logísticas:** contribuições e insights teóricos. *Inovae - Journal of Engineering, Architecture and Technology Innovation*, 2021.

DA SILVA, Mariana Santos; LASSO, Sarah Venturim; MAINARDES, Emerson Wagner. **Características do empreendedorismo feminino no Brasil.** *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 2016.

DA SILVA MELO, Marta Regina; DE JESUS, Djanires Lageano Neto. **Empreendedorismo feminino:** desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 2018.

DANCEY, Christine & REIDY, John. (2006), **Estatística Sem Matemática para Psicologia: Usando SPSS para Windows.** Porto Alegre, Artmed.

DE LIMA, Alexandre Vasconcelos; FREITAS, Elísio De Azevedo. **A Pandemia e os impactos na economia brasileira.** *Boletim Economia Empírica*, 2020.

DE OLIVEIRA, Larissa Thomaz; DE FÁTIMA PINTO, Waléria; DOS SANTOS, Christiane Bischof. **Incentivos às mulheres em altos cargos executivos:** um estudo das grandes empresas no brasil. *Memorial TCC Caderno da Graduação*, 2015.

DE REZENDE, Adriano Alves; MARCELINO, José Antônio; MIYAJI, Mauren. **A reinvenção das vendas:** as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, 2020.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FÁVERO et al. **Análise de dados:** modelagem multivariada para tomada de decisões. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FERREIRA, Luis Fernando Filardi et al. **Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo.** *Gestão & Produção*, 2012.

FIELD, Andy. **Descobrendo a estatística usando o SPSS.** 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLEURY, Maria Tereza Leme. **Liderança feminina no mercado de trabalho.** GV EXECUTIVO, 2013.

FREITAS, Henrique et al. **O método de pesquisa Survey.** *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 2000

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2018: relatório nacional.** Curitiba: IBQP, 2019.

GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil – 2019: relatório executivo.** Curitiba: IBQP, 2020.

HAIR JR, et al. **Fundamentos de métodos e pesquisas em administração.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

JONATHAN, Eva G.; DA SILVA, Taissa MR. **Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes.** Psicologia & Sociedade, 2007.

JONATHAN, Eva G. **Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder.** Psicologia Clínica, 2011.

KOTLER, Philip; KATAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Do tradicional ao digital.** Rio de Janeiro; Sextante, 2017.

LEMOS, Ana Heloísa Da Costa; BARBOSA, Alane De Oliveira; MONZATO, Priscila Pinheiro. **Mulheres em home office durante a pandemia da covid-19 e as configurações do conflito trabalho-família.** Revista de Administração de Empresas, 2021.

LIMA, Sílvia Tibo Barbosa. **Redução de jornada e salário e suspensão do contrato de trabalho por acordo individual no contexto da pandemia da COVID-19.** 2020.

MALAVOTA, Gustavo Pedroso; CINEGAGLIA, Maria Natalina; MELLO, Silvia Conceição Reis Pereira. **Políticas públicas no âmbito do empreendedorismo feminino: perspectivas de empoderamento.** Revista da Seção Judiciária do Rio de Janeiro, 2019.

MALHOTRA, N. K. (2001). **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** Porto Alegre, Editora Bookman.

MOREIRA, Raphael Leandro Fernandes; LOPES, Daniel Paulino Teixeira; CARNEIRO, Daniela Maria Rocco. **Enfrentando a crise da pandemia de COVID-19: a inovação seria um caminho possível aos meios de hospedagem.** 2020.

PERRELLI, Marly Terezinha. **Mulheres do petróleo: sentidos atribuídos por homens e mulheres a tarefas tradicionalmente consideradas masculinas.** 2005.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Empreendedorismo no Brasil: Um recorte de gênero.** 2019.

REDE MULHER EMPREENDEDORA. **Empreendedoras e seus negócios: Perfil do empreendedorismo feminino no Brasil.** 2017.

REIS, Lisandra Brenda Bezerra. **Empreendedorismo Materno: mulheres que abriram o próprio negócio após o nascimento dos filhos.** 2018.

SANCHES, Fernanda Cristina et al. **Empreendedorismo feminino: um estudo sobre sua representatividade no município de Toledo-Paraná.** Revista de Gestão e Secretariado, 2013.

SOUSA, Allana D. **Os pequenos empreendimentos e o planejamento de suas atividades frente a pandemia da Covid-19 em São Luís do Maranhão.** 2020.

SCHUMPETER, Josef Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e ciclo econômico.** São Paulo; Nova Cultural, 1982.

SEBRAE. **Anuário do trabalho nos pequenos negócios: 2016.** 9 ed. São Paulo: DIEESE, 2018.

SEBRAE (Santa Catarina). **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** 2019.

SEBRAE. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios.** 2020.

SEBRAE. **Tudo o que você precisa saber sobre o MEI.** 2021. Disponível em:  
<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/o-que-e-ser-mei,e0ba13074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 10 fev. 2021.

SILVEIRA, Amélia; DE GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzka. **Empreendedorismo feminino:** mulheres gerentes de empresas. Revista de Administração FACES Journal, 2008.

SPRICIGO, Cristiane et al. **Gestão empresarial e ascensão feminina:** estudo de caso em uma empresa da região sul do Brasil. 2017. Dissertação de Mestrado.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BOMFIM, Lea Cristina Silva. **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, 2016.