



Congresso Internacional
de Administração
ADM 2021

24 a 28
de outubro
Ponta Grossa - Paraná - Brasil

**SOBREVIVÊNCIA DAS ORGANIZAÇÕES
EM TEMPOS INCERTOS:**

O papel dos gestores e do ambiente externo
no sucesso e no fracasso organizacional.

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO SETOR DE SERVIÇOS: ANÁLISE DA CAPACIDADE DE RESILIÊNCIA EM TEMPOS DA COVID-19

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN THE SERVICES SECTOR: ANALYSIS OF THE CAPACITY FOR RESILIENCE IN THE TIME OF COVID-19

ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO

Beatriz Leite Gustmann de Castro, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, beatriz_gustmann@hotmail.com

Greice Eccel Pontelli, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, grace_pontelli@yahoo.com.br

Andrieli de Fátima Paz Nunes, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, andrieli.nunes@gmail.com

Jordana Marques Kneipp, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, jordana.kneipp@ufsm.br

Vânia Medianeira Flores Costa, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, vania.costa@ufsm.br

Resumo

A crise sanitária e econômica global, ocasionada pela pandemia da Covid-19, exigiu resiliência e adaptação dos empreendedores. As mulheres empreendedoras estão se destacando, cada vez mais, assumindo diversas tarefas e são desafiadas a encontrar formas para reinventar-se neste período. Desse modo, este estudo tem por objetivo identificar os processos de resiliência em mulheres empreendedoras considerando a crise sanitária e econômica ocasionada da pandemia da Covid-19. Foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa com a adoção do método descritivo. Foram conduzidas nove entrevistas com mulheres empreendedoras inseridas nos Estados do Rio Grande Sul e Paraná. Utilizou-se a análise de conteúdo para sistematizar os dados dispostos em três categorias: Empreendedorismo de necessidade; Empreendedorismo de oportunidade e Resiliência. Os resultados do estudo revelam a capacidade das mulheres empreendedoras de se reinventar, capacidade de realizar múltiplas tarefas em função das restrições impostas pela Covid-19, especialmente a do distanciamento social. Além disso, as empreendedoras buscaram parcerias comerciais para ampliar a divulgação de seus serviços, por meio das mídias sociais. Entretanto, a pesquisa aponta o contexto do surgimento da ansiedade, medo, insegurança e ausência de perspectivas em decorrência do contexto da pandemia.

Palavras-chave: Resiliência; Empreendedorismo Feminino; Crise; Covid-19.

Abstract

The global health and economic crisis, caused by the Covid-19 pandemic, demanded resilience and adaptation from entrepreneurs. Women entrepreneurs are increasingly standing out, taking on various tasks and are challenged to find ways to reinvent themselves in this period. Thus, this study aims to identify the processes of resilience in women entrepreneurs considering the health and economic crisis of the Covid-19 pandemic. A qualitative research was developed with the adoption of the descriptive method. Nine interviews were conducted with women entrepreneurs in the states of Rio Grande Sul and Paraná. Content analysis was used to systematize the data arranged in three categories: Entrepreneurship of necessity; Opportunity Entrepreneurship and Resilience. The results of the study reveal the ability of women entrepreneurs to reinvent themselves, ability to perform multiple

tasks depending on the restrictions imposed by Covid-19, especially that of social distancing. In addition, the entrepreneurs sought commercial partnerships to expand the dissemination of their services through social media. However, the research points out the context of the emergence of insecurity, anxiety, fear, insecurity and lack of perspectives due to the context of the pandemic.

Keywords: Resilience; Female Entrepreneurship; Crisis; Covid-19.

1. INTRODUÇÃO

A economia global foi afetada pela incerteza, cenário que exigiu estratégias empreendedoras, incentivos governamentais e resiliência para enfrentar os desafios impostos pela crise. A pandemia da Covid-19 trouxe impactos sem precedentes para empresários, especialmente, Pequenas e Médias Empresas (PMEs) (Castro & Zermeño, 2020). Considerando que o trabalho do empreendedor não é guiado por nenhum manual, ele deve contemplar diferentes perspectivas e implicações (Dobón & Soriano, 2008) para superar o dinamismo do mercado que levou à necessidade de adaptação dos empreendedores para alcançar a sustentabilidade do negócio (González-Tejero et al. 2022).

Para as empresas, a gestão da pandemia criou desafios e incertezas, incluindo aumento da demanda por alguns produtos e serviços, crise nas cadeias de suprimentos e gastos dos consumidores e limitações na operação em condições sociais. Amplos protestos contra o auto-isolamento também são sinais de drama social reagindo à gestão da pandemia e suas implicações socio-econômicas (González-Tejero et al. 2022; Popkova et al. 2022).

Desse modo, os reflexos foram sentidos de diversas formas (Hassan et al., 2020; Chatterjee et al., 2020; Nassif; Armando & La Falce, 2020), situação singular que não possui registro equivalente na literatura relativo ao empreendedorismo (Kuckertz et al., 2020). Assim, os empreendedores precisam ser resilientes para lidar com as incertezas provocadas pela crise (Ratten, 2020; Liu; Lee & Lee, 2020). A qualidade da resposta da organização à crise está associada à resiliência (Kuckertz et al., 2020).

No Brasil, o contingente de mulheres empreendedoras perfaz 30 milhões, em um universo de 52 milhões de empreendedores, segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), constituindo-se a principal pesquisa sobre empreendedorismo do mundo, realizada em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2020). O empreendedorismo feminino está em ascensão e tem impactado de forma significativa o fator econômico em diferentes países (Beriso, 2021).

À vista disso, pesquisas sobre empreendedorismo em tempos de crise são historicamente escassas (Duchek, 2018; Doern, 2021; Alshebami, 2022). Apesar do conceito ser amplamente debatido na literatura, a pesquisa sobre resiliência empresarial ainda é pouco evidenciada (Duchek, 2018). Deste modo, o fator Covid-19 está sendo decisivo para elevar o campo de estudo do empreendedorismo e resiliência a um novo patamar, uma vez que é possível estudá-lo à medida que se desenvolve.

Isto posto, o empreendedorismo feminino tornou-se importante ao contribuir para o crescimento social e econômico e pela geração de empregos. Entretanto, associações entre empreendedorismo e mulheres ainda são pouco estudadas (Bullough et al., 2021). Logo, é

essencial identificar as dificuldades e como a resiliência pode agir para amenizar as adversidades cotidianas de mulheres empreendedoras (Silva et al. 2019). Nesta perspectiva, este estudo tem por objetivo identificar os processos de resiliência em mulheres empreendedoras considerando a crise sanitária e econômica da pandemia da Covid-19.

Destaca-se que a pesquisa traz contribuições para a literatura, uma vez que a sobrevivência da organização está associada à adequação do empreendimento no atendimento às demandas e desenvolvimento do mercado (Onoshakpor, Etuknwa & Karamalla-Gaiballa, 2020). Outrossim, a temática do empreendedorismo feminino está diretamente relacionada ao Objetivo do Desenvolvimento Sustentável ‘ODS-05 Igualdade de gênero’ (ONU, 2021).

Para tanto este artigo está organizado em cinco seções, além dessa que faz uma introdução à temática proposta, tem-se o referencial teórico que aborda conceitos e reflexões sobre o tema em questão, na sequência a terceira seção apresenta o percurso metodológico. A quarta seção, traz os achados e contribuições oriundas da análise realizada, e, por fim, as considerações finais destacando a relevância dos resultados e as limitações do estudo.

2. EMPREENDEDORISMO FEMININO

A formulação de novas ideias e a sua aplicação com o objetivo de obter propostas ou oportunidades, ou seja, a transformação criativa de ideia em prática é uma das descrições correspondente ao empreendedorismo (Dornelas, 2005). Sendo assim, o conceito de empreendedorismo é válido para ambos os gêneros.

Os dados e estatísticas acerca do empreendedorismo revelam o crescimento da participação feminina em atividades empreendedoras em muitos países, porém esta área de pesquisa tem recebido atenção limitada conforme apontado por Brush & Cooper (2012) e Ojong et al. (2021); Ainda, acrescentam o quão vital a contribuição das mulheres para a amplificação da economia, favorecendo substancialmente não apenas para as mulheres e suas famílias, mas também com a comunidade, sociedade e economia (Surangi, 2022).

A literatura sobre empreendedorismo feminino aponta que as mulheres têm uma menor taxa de sucesso em seus negócios, o que não pode se assemelhar ao baixo desempenho (Marlow & McAdam, 2013; Jayawarna et al. 2021). Contudo, a literatura mostra que a porcentagem de sucesso em empreendedoras está em um nível baixo quando correlacionada a suas contrapartes masculinas (Marlow & McAdam, 2013). Resultando das maneiras pelas quais as mulheres propositadamente mantêm seus negócios pequenos como consequência de priorizar suas responsabilidades familiares (Surangi, 2022).

O estudo de Meyer (2018) evidencia que as mulheres geralmente são sub-representadas nos negócios, revelando um caminho mais amplo para o desenvolvimento do empreendedorismo feminino. Na maior parte dos casos, os negócios das mulheres são geralmente menores e de baixo valor, em indústrias de varejo e serviços. Além disso, o estudo denota que há diferenças de gênero imbuídas no ato de empreender, se sobressaindo no acesso reduzido ao capital financeiro, ausência de *networking*, expectativas sociais, pressão para seguir papéis femininos estereotipados de gênero e superação de barreiras culturais. Outras constatações, dizem respeito a forte relação entre masculinidade e empreendedorismo (Meyer, 2018; Surangi, 2022).

As razões pelas quais as mulheres criam e gerem seu próprio negócio são apontadas pela literatura como vocação ou percepção de oportunidades (Bochniarz, 2000), desejo de obter estabilidade financeira, independência, paixão pelo que faz, realização pessoal (Sarfaraz et al. 2014); sob outra perspectiva, menciona-se as situações inconvenientes que ocorrem por meio do desemprego, crise econômica, preocupação de manter o equilíbrio entre família-trabalho, ganhos familiares insuficientes, insatisfação com o trabalho existente (Sarfaraz et al. 2014) e a dificuldade de acesso a níveis superiores dentro das organizações (Machado et al. 2003; Silva et al. 2019).

Para Ge et al. (2022) a visão da mulher empreendedora baseia-se no pressuposto de que os negócios das mulheres podem gerar simultaneamente efeitos positivos para o desenvolvimento econômico e a igualdade de gênero. Da mesma forma, as mulheres se tornam ativas nos negócios e se empoderam à medida que o empreendedorismo aumenta seu controle sobre o dinheiro. Como resultado, as mulheres ganham a capacidade de desafiar as práticas culturais de gênero e renegociar as desigualdades sociais e políticas.

2.1 RESILIÊNCIA EM TEMPOS DE CRISE

A resiliência surgiu como uma habilidade empreendedora que permite às empresas adaptarem-se e fortalecerem-se diante dos desafios (Castro & Zermeño, 2020). Assim, o conceito vem ganhando relevância na academia, tendo em vista a sua importância para o sucesso empreendedor (Fisher, Maritz & Lobo, 2016). A literatura sobre gestão de crise e resiliência tem buscado explicar como os indivíduos e organizações reagem às adversidades, sendo que houve pouca integração entre as duas temáticas (Williams et al., 2017).

Além disso, a resiliência auxilia atores a persistir nas atividades apesar das dificuldades, ou seja, responder e ajustar-se aos eventos ocorridos (Williams et al., 2017) adaptando-se às mudanças (Salisu et al., 2020), a exemplo disso, a crise global originada pela pandemia da Covid-19. O cenário exigiu resiliência, incluindo prontidão psicológica, suporte organizacional e preparação no nível de sistema (Liu; Lee & Lee, 2020). “Em tempos de incertezas, o equilíbrio emocional e a resiliência se configuram como estratégias de enfrentamento e fomentam a reflexão, ambas necessárias à prospecção de um futuro melhor como seres humanos” (Nassif, Armando & La Falce, 2020, p. 6).

Salienta-se que crise e resiliência estão associadas, sendo que as duas temáticas permitem compreender o motivo pelo qual algumas empresas ajustam-se com sucesso e prosperam em meio às adversidades enquanto outras falham (Williams et al., 2017). A resiliência é essencial para indivíduos, organizações e sociedade sobreviver e prosperar em face da luta contra o vírus e os choques econômicos e sociais (Liu, Lee & Lee, 2020). Então, em uma perspectiva ampla, ao analisar o contexto de paralisia social e econômica, as evidências encontradas na literatura indicam que o empreendedorismo é necessário para promover a diversificação e a construção de capacidades em economias mais resilientes (Nassif, Armando & La Falce, 2020).

Outrossim, para ajudar a aliviar a carga financeira sobre as empresas e apoiar as indústrias afetadas com as restrições, os governos e bancos centrais disponibilizam pacotes e medidas emergenciais, incluindo proteção aos funcionários, estímulos financeiros e incentivos fiscais (Liu, Lee & Lee, 2020). Os formuladores de políticas são chamados a apoiar os empreendedores

em seus esforços para lidar com crises, como a pandemia da Covid-19, conduzindo a gestão de crises para o nível macro com a finalidade de fortalecer a resiliência dos negócios (Kuckertz et al., 2020).

De conformidade com Liu, Lee & Lee (2020), os quais destacam que a resiliência, a agilidade estratégica e o empreendedorismo desempenham um papel fundamental na captura de valor das oportunidades enquanto as empresas superam a crise. Kuckertz et al. (2020) mencionam que, após a crise, há grande probabilidade de que as regiões conduzam de forma diferente as consequências de medidas drásticas de bloqueio e algumas se beneficiarão de seu potencial empreendedor. Portanto, os empreendedores precisam compreender o contexto, buscar resiliência e encontrar mecanismos para se reinventar em um período crítico para a saúde e economia global. A seção seguinte apresenta o percurso metodológico do estudo realizado.

3. MÉTODO

Para atender ao objetivo estabelecido para esse trabalho, realizou-se um estudo qualitativo do tipo descritivo (Yin, 2011; Merriam & Tisdell, 2016). Qualitativo, pois se pretende compreender como as pessoas interpretam suas experiências, constroem seus mundos e atribuem significado a suas ações; e descritiva porque descreve as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

O universo da pesquisa abrangeu mulheres empreendedoras, residentes nos Estados do Paraná e Rio Grande do Sul, vinculadas ao setor de serviços, atuando em diferentes áreas como artesanato, filmagens, dança, pilates, comércio de serviços diversos, cuidados com a beleza, entre outros. A amostra foi selecionada pelo critério de acessibilidade e conveniência, em função da facilidade de contato, e, principalmente, pela diversidade de segmentos de serviços que atuam. Para identificação, optou-se pela utilização de codinomes (ME1, de Mulher Empreendedora 1; ME2, de Mulher Empreendedora 2; sucessivamente), a fim de garantir o anonimato de suas identidades. Os critérios para participação da pesquisa estabeleceram-se como: ser mulher, empreendedora e residir no território brasileiro.

A técnica utilizada para a coleta de dados foi entrevistas semiestruturadas (gravadas), direcionando para os aspectos de resiliência na atuação como empreendedora. A elaboração do roteiro de perguntas teve como base o Global Entrepreneurship Monitor - (GEM, 2018) para o empreendedorismo e os estudos de Castro e Zermeño (2020), Nassif, Armando e La Falce (2020) e Liu, Lee & Lee (2020) para a resiliência. As entrevistas ocorreram por meio do *Skype*, respeitando as normas de distanciamento social que vigoravam no período da coleta de dados.

Para a análise dos dados, utilizou-se a análise de conteúdo, que, segundo Bardin (2016) tem por finalidade compreender de forma crítica o sentido da comunicação e o seu conteúdo manifesto ou latente (Martins & Lintz, 2000), sendo também utilizada para comparar mensagens e identificar intenções. Essa técnica é composta por três etapas: (1) Pré-análise, (2) Exploração do material e (3) Tratamento dos resultados, inferência e a interpretação (Bardin, 2016). Para as entrevistas, o material em áudio foi organizado e transcrito, após procedeu-se a análise sistemática dos dados. Para a escolha das categorias analíticas e dos elementos de análise, foram elaborados quadros de referências, dispondo os conteúdos para análise posterior. Desse modo,

as categorias analíticas foram definidas *a priori*: (1) Empreendedorismo de Necessidade; (2) Empreendedorismo de Oportunidade e (3) Resiliência.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção apresenta os dados coletados nas entrevistas com empreendedoras, bem como as respectivas análises a partir da posse dos dados. Sendo assim, essa seção está dividida em quatro tópicos, em que o primeiro versa sobre a caracterização das participantes da pesquisa, o segundo aborda o empreendedorismo de necessidade, na sequência apresenta-se o empreendedorismo de oportunidade e, por fim a resiliência.

4.1 Caracterização das Empreendedoras

A tabela 1 expõe a caracterização das participantes da pesquisa, contemplando os elementos referentes a identificação das empreendedoras, faixa etária, grau de escolaridade, ramo de negócio e tempo na profissão.

EMPREENDEDORA	FAIXA ETÁRIA	ESCOLARIDADE	RAMO DE NEGÓCIO	TEMPO NA PROFISSÃO
ME1	30 anos	Superior completo	Personal trainer	07 anos
ME2	25 anos	Superior completo	Professora de dança	10 anos
ME3	26 anos	Ensino Técnico	Cabeleireira	12 anos
ME4	33 anos	Ensino Técnico	Massagista	03 anos
ME5	31 anos	Pós-Graduação Lato Sensu	Decoração e Artesanato	04 meses
ME6	35 anos	Superior completo	Decoração e Artesanato	04 meses
ME7	25 anos	Superior completo	Fotos e Filmagem	03 anos
ME8	36 anos	Superior completo	Fisioterapia – Pilates	02 anos
ME9	33 anos	Superior completo	Arquitetura e Urbanismo	06 meses

Tabela 1 – Caracterização dos dados pessoais e ocupacionais das participantes da pesquisa

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto aos dados pessoais das nove participantes da pesquisa, observa-se, na Tabela 1, que a faixa etária varia de 25 a 36 anos de idade. Em relação à escolaridade, duas possuem ensino técnico e as demais superior completo e pós-graduação *lato sensu*. As participantes da pesquisa atuam no segmento de serviços englobando atividades como: personal, professora de dança, cabeleireira, massagista, decoração e artesanato, fotos e filmagem, fisioterapia e arquitetura e urbanismo. O tempo na profissão varia de 04 meses até 10 anos.

4.2 Empreendedorismo de necessidade

Algumas evidências em relação a categoria ‘Empreendedorismo de Necessidade’ encontram-se no Quadro 1. O empreendedorismo de necessidade remete aos indivíduos que criam ou adaptam seus negócios por não terem muitas alternativas em determinado momento (GEM, 2018).

Categoria	Subcategoria	Evidências
EMPREDEDORISMO DE NECESSIDADE	Impactos da Pandemia	<p>ME1: “eu acho que nada substitui o contato humano né? Tá ali junto e todo mundo ali, (...) eu fiz uma Live para as meninas, mas deixei em modo público e muitas outras pessoas né começaram a observar ”;</p> <p>ME2: “O meu negócio foi um dos mais impactados né. Porque aula de dança é aglomeração de pessoas.</p> <p>ME3: “O que eu vi é que muita gente está dando mais valor ainda pelo tempo que tão podendo tá ali ou pelo valor que tá gastando ali. (...) Agora eu vejo se ela vai fazer um serviço de R\$ 100 ela dá valor para aquilo ali, porque tá incerto para todo mundo”;</p> <p>ME4: “a estética ela é considerada supérfluo, então tudo que é supérfluo as pessoas cortam primeiro (...)”.</p> <p>ME7: “eu acho que vai muda muito essa realidade de grandes eventos, eventos com 200 pessoas que são eventos onde se mais ganha (...) por exemplo, no lugar de um casamento com 200 pessoas, mas sim um casamento que se chama o <i>elopement</i> (...)”.</p> <p>ME09: “(...) serviços online, serviços à distância né, é uma coisa que as pessoas não davam tanto valor não davam tanta importância, tanta credibilidade isso é uma coisa que hoje em dia se tornou corriqueira, uma consultoria pra outra cidade”.</p>

Quadro 1 – Categoria Empreendedorismo de Necessidade

Fonte: Dados da pesquisa

No que tange à subcategoria ‘Impactos da pandemia’, é possível inferir que as empreendedoras sentiram os efeitos em seus diferentes segmentos. Segundo Kuckertz et al. (2020), foi essencial que as empreendedoras reagissem rapidamente à crise por meio de métodos internos, rede de parceiros externos, buscando novos caminhos e oportunidades. As entrevistadas ME1, ME2, ME7 e ME9 enfatizam mudanças forçadas, que não estavam preparadas, mas que foi preciso agilidade para as adaptações necessárias para manter-se no mercado buscando o equilíbrio entre saúde e finanças (Ratten, 2020).

Desse modo, a pandemia trouxe muitas transformações, dependendo do ponto de vista, positivas e/ou negativas, em que alguns setores da economia cresceram e outros nem tanto, conforme relato das entrevistadas ME3, ME4 e ME9, corroborando com o exposto por Ratten (2020), em que alguns sentiram-se receosos e inseguros, enquanto outros aproveitaram as oportunidades. Para as entrevistadas ME3 e ME9, os clientes passaram a dar mais valor ao serviço ofertado, valorizando o momento e o tempo atribuído à atividade. Em contrapartida, ME4, acredita que as pessoas optaram por cortar gastos e priorizar o essencial.

A crise da Covid-19 afetou negativamente os empreendedores em desenvolvimento, particularmente os países com apoio governamental limitado (Aqeel et al. 2022; Ge et al. 2022). Assim, a estratégia de bloqueio e as restrições ao movimento são os fatores significativos que afetam a atividade empreendedora. Desencadeou crises inesperadas e mudou a ordem da vida

cotidiana e do mundo dos negócios, nesta condição desafiadora, a sobrevivência de pequenas empresas está em alto risco (Surangi, 2022), sendo as empresas pertencentes a mulheres as que mais sofrem (Aqeel et al. 2022; Ge et al. 2022).

4.3 Empreendedorismo de oportunidade

O Empreendedorismo de oportunidade é caracterizado pelos indivíduos com visão de mercado que sabem onde querem chegar e preparam-se para isso (Quadro 2).

Categoria	Subcategoria	Evidências
EMPREENDEORISMO DE OPORTUNIDADE	Parcerias	<p>ME1: “no final de semana passada uma loja dos Estados Unidos que tem parceria com o Brasil me mandou uma mensagem (...) eu vi que tu faz bastantes vídeos e tudo mais (...) eu acho que se as empresas tivessem essa visão de divulgar todo mundo se ajudaria um pouquinho tu me entende?”;</p> <p>ME3: “A gente tem bastante parceria sim, porque cada data comemorativa a gente faz um sorteio né, a gente faz as <i>promoshares</i> das redes sociais (...). O que acaba gente levando cliente para as lojas e elas trazendo clientes também”.</p> <p>ME7: “Houve a solicitação de pedido de salão querendo fazer parcerias conosco. Ah, alguns ramos alimentícios querendo fazer permuta, troca de produtos por serviço, (...) esse sistema de parceria, que era um sistema de vamos todos nos ajudar e depois a gente vê o que pode recuperar”;</p> <p>ME9: “eu tenho parceria com outros colegas que fazem outros tipos de atividades”.</p>

Quadro 2 – Empreendedorismo de oportunidade

Fonte: Dados da pesquisa

Com base no Quadro 2, é possível observar que a ME1 relata o surgimento de oportunidade de parceria com uma empresa internacional e argumenta acerca da possibilidade de divulgar a marca de outras empresas em suas lives. Sob a percepção de Bullough et al. (2021), por promover o crescimento social e econômico e criar oportunidades de emprego, o empreendedorismo feminino tornou-se significativo.

Por conseguinte, as parcerias com outros empreendimentos (ME1, ME3, ME7 e ME9) evidenciam que as mulheres empreendedoras estão aproveitando as oportunidades e tornando-as realidade por meio de abordagens práticas, criativas e inovadoras (Beriso, 2021). Recorrendo a parcerias com diferentes segmentos, é possível atrair novos clientes para ambos os empreendimentos envolvidos, gerando ajuda mútua, enfatiza a ME3. Contudo, destaca-se a necessidade de desenvolver competências e habilidades necessárias para transformar rapidamente os negócios e as práticas de gestão (Liu, Lee & Lee, 2020) a fim de minimizar os impactos da crise sanitária e econômica.

Os estudos de Meyer (2018), Jayawarna et al. (2021) e Surangi (2022) convergem sobre o investimento no empreendedorismo feminino ser essencial para os países ampliarem a formação de novos negócios, uma vez que a mulher empreendedora identifica oportunidades, estuda habilidades criativas, assume e apresenta características de comportamento positiva tais como: humildade, intensidade, cortesia, valorização de ideias dadas por outrem e disponibilidade para aprender.

4.4 Resiliência

Os elementos de análise da categoria ‘resiliência’ fazem referência a percepções de falta de empatia, de desvalorização do trabalho, da ausência de motivação, de preocupações relativas ao financeiro, de manter-se calma, de atentar-se para o psicológico, de desespero, de insegurança, de falta de perspectiva, de medo e de desafios de lidar com a anormalidade. As adversidades enfrentadas pelas mulheres empreendedoras são decorrentes da crise global causada pela COVID-19. O Quadro 3 apresenta as evidências acerca da categoria ‘resiliência’ e de suas subcategorias.

Categoria	Subcategoria	Evidências
RESILIÊNCIA	Dificuldades	<p><i>ME2</i>: “A falta de empatia da imobiliária, de negociar o valor do aluguel. [...] eu senti uma falta de empatia como empreendedora né”;</p> <p><i>ME3</i>: “A maior dificuldade para mim foi desvalorizar o valor do meu serviço. [...] Ter que diminuir os valores e desvalorizar o meu serviço sendo que eu investi anos para isso”;</p> <p><i>ME7</i>: “A maior dificuldade atualmente nossa é a gente saber quando vai poder voltar a trabalhar com eventos isso [...] O desafio hoje é conseguir convencer o cliente que ele precisa gastar em uma coisa que ele não pode gastar. Esse é o nosso grande desafio”;</p> <p><i>ME9</i>: “Foi os pagamentos, as contas, pagamento do aluguel [...] sem receber dos alunos e não te com que paga”.</p>

Quadro 3 - Categoria Resiliência

Fonte: Dados da pesquisa

A partir da subcategoria ‘dificuldades’, é possível verificar a preocupação relativa ao financeiro, principalmente, em virtude das medidas governamentais de fechamento dos estabelecimentos comerciais. Todavia, a ME3 faz menção acerca de “desvalorizar o valor do meu serviço”, posto que, este configura-se como bem-estar e não apenas como necessidade essencial. O realce na fala da ME7, centra-se na incerteza de voltar à normalidade para o trabalho e também na maneira de como persuadir os clientes para comprarem seus produtos e serviços no ramo da

fotografia, em meio a uma crise sanitária e econômica. Outras constatações dizem respeito à nova modalidade de trabalho, utilizando ferramentas midiáticas e o alcance destas ao público.

A literatura explica que essas percepções e vivências diante das adversidades, tendem a influenciar diretamente a confiança das mulheres empreendedoras, aumentando as possibilidades de desistência do negócio, como também podem gerar redução de investimentos e possíveis contratações futuras, a sentirem-se menos confiantes em suas habilidades empreendedoras e maior medo do fracasso (Cabrera & Mauricio, 2017; Nyakudya, Simba & Herrington, 2018; Bandeira, Amorim & Oliveira, 2020; Castro & Zermeño, 2020).

Categoria	Subcategoria	Evidências
RESILIÊNCIA	Estratégias	<p><i>ME1</i>: “Para mim foi as aulas online mesmo, e comecei a fazer os lanches. [...] eu vi várias pessoas assim falando que legal tu não desiste [...] outras pessoas começaram a fazer outros lanches [...] Mas é aquilo sabe! Ou eu ficava ali parada reclamando da vida ou eu recomeçava né? Porque a gente achou que ia ser um mês e a pandemia tá até agora”;</p> <p><i>ME4</i>: “É manter a calma, tipo assim não desisti né, [...], meu maior sonho era trabalhar pra mim e eu consegui e aí você vai jogar fora assim, por causa de um vírus né”;</p> <p><i>ME6</i>: “[...] A gente, o tempo que a gente tem é livre a gente procura ir trabalhar, fazer alguma lembrancinha”;</p> <p><i>ME7</i>: “[...] nos primeiros dois meses, a gente tentou cuidar do psicológico, a gente ficou sumido e a gente tenta sempre pensar o lado bom [...] o nosso trabalho ainda permite a gente ter novas estratégias, novos mercados, e a gente tentar.”.</p>

Quadro 4 - Categoria Resiliência

Fonte: Dados da pesquisa

Os elementos de análise da subcategoria ‘estratégias’ fazem referências a busca de alternativas para continuar com o trabalho remoto, não perdendo lucratividade para manter o negócio ativo. Em momentos de crise, especialmente, da COVID-19, as empreendedoras foram compelidas a buscar estratégias de negócio diante do fechamento total dos estabelecimentos comerciais.

Assim, muitos trechos das falas demonstram como as empreendedoras tiveram *insights* de estratégias em meio a uma pandemia, alterando as condições atuais de mercado. A ME1 menciona que, utilizou as ferramentas tecnológicas para iniciar as suas aulas online e agregou a venda de lanches para complementar a renda. Outras constatações dizem respeito a “manter a calma” (ME4), “ir trabalhar” (ME6), “cuidar do psicológico” (ME7), “reinventar” ME7, “atender da melhor forma” (ME8). Por isso, as percepções a partir das falas das empreendedoras denotam a incerteza e o medo diante do desconhecido.

Conforme Ratten (2020), “as sociedades modernas são cada vez mais confrontadas com o ‘desconhecido’, ‘cisnes negros’ e ‘mega-crisis’. Contudo, isso significa que há crises imprevistas, incluindo a atual pandemia COVID-19, que tem grande efeito na sociedade. Dada a incerteza associada a essas crises, as abordagens existentes geralmente não funcionam e exigem uma nova perspectiva empreendedora.

Categoria	Subcategoria	Evidências
RESILIÊNCIA	Reações	<p><i>ME2</i>: “Eu chorei muito, muito, muito, muito, muito, muito, muito, porque além de além do psicológico que pesa em mim mesma, tem uns parentes né: porque se tu escolheu a dança como profissão? Porque isso? Tu devia ter feito um concurso [...]. Então eu chorei demais, eu pensei em desistir [...]. Pensei, não quero mais, eu não quero mais saber, não vou abrir nada [...]. Eu tive alunas minhas me oferecendo cesta básica. Então a gente vê empatia das pessoas nesse momento”;</p> <p><i>ME5</i>: “É de imediato [...] a sensação que a gente tem é meu deus o negócio já começou enfraquecendo né, mas pra nós que estamos iniciando [...] a gente tinha aquela sensação de que a gente não tinha iniciado no momento certo [...] nós fizemos um financiamento pra pagar esse maquinário a gente precisa tirar né esse dinheiro pra pagar [...]”;</p> <p><i>ME7</i>: “Psicológicos foi um...posso dizer que foi um desespero, uma falta de perspectiva...[...] o financeiro [...], a gente recebe parcelado, a gente ainda tinha um caixa entrando”;</p> <p><i>ME8</i>: “Ah...eu tive um desânimo tipo assim óh ‘puxa vida’ eu iniciei, abri agora por que acontecer agora né uma coisa que nunca, um anormal absurdo que nunca. [...] tem gente com 13 anos de loja e nunca passou por isso né, de tipo fechar tudo. [...] tô enxugando daqui dali, mas assim tive a redução do aluguel”.</p> <p><i>ME9</i>: “Olha foi bem difícil (risos) a gente tem que trabalhar ali a mente um pouquinho porque o psicológico afeta e muito. (...) também tive que fazer algumas mudanças, tive que sair do estabelecimento que eu tava mudei pra outro estabelecimento para poder pagar um aluguel com menor valor pra consegui mante”.</p>

Quadro 4 - Categoria Resiliência

Fonte: Dados da pesquisa

A subcategoria ‘reações’ denota medo, tristeza, fracasso e desânimo diante do impacto global da crise da COVID-19, observada nos trechos das entrevistas com as empreendedoras. A reação da ME2 foi de choro e tristeza “eu chorei muito”, “psicológico que pesa”, “chorei demais”. Esses relatos asseveram que faz-se necessário o desenvolvimento de intervenções eficientes para reduzir o sofrimento psicológico das pessoas.

Além disso, o “negócio já começou enfraquecendo” (ME5); “desespero”, “falta de perspectiva” (ME7), “sentimos muito medo” (ME9), “sentimento de perda” (ME9), são trechos de falas que transmitem o desalento de um período árduo, incerto e dramático, que o mundo atravessa. Soma-se o aspecto financeiro, fator evidente nas expressões das empreendedoras. Assim, perdas financeiras e estigma foram identificados como fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos mentais e afetos negativos prolongados. Conforme Ratten (2020), ratifica-se que há grande incerteza sobre as condições econômicas futuras, sendo necessário ampliar pesquisas para o enfrentamento em tempos de crise. Mesmo com a redução do número de casos, a crise da COVID-19 é um tipo diferente, visto que os reflexos econômicos tendem a perdurar por alguns anos.

Para Zanon et al., (2020), a pandemia da COVID-19 constitui uma crise grave que tem afetado toda a população mundial de diferentes formas (restrições financeiras, perda de liberdade, isolamento social, tristeza, solidão, perda de familiares e demissões). Nessa acepção, é possível afirmar que é um momento ímpar, no qual a resiliência pode constituir-se como um processo essencial para o enfrentamento das adversidades derivadas da pandemia, especialmente, no caso de empreendedores. A próxima seção apresenta as considerações finais e direcionamentos futuros.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve por objetivo identificar os processos de resiliência em mulheres empreendedoras considerando a crise sanitária e econômica ocasionada pela pandemia da COVID-19. Assim, a análise de diversos ramos de negócios permitiu verificar as convergências acerca da resiliência no período de crise.

Mediante o exposto, na categoria (1) empreendedorismo de necessidade foram observados aspectos relacionados aos impactos e ao apoio do Estado. Entretanto, as empreendedoras destacaram aspectos positivos e negativos. Acerca da categoria (2) empreendedorismo de oportunidade as evidências indicam para a importância de parcerias como forma de manter relações com outros estabelecimentos comerciais que podem trazer contribuições quanto à redução de custos e à divulgação do negócio.

Assim sendo, em relação à Resiliência (3), foram relatadas dificuldades como falta de empatia, desvalorização do serviço e impactos financeiros ocasionados pelo fechamento dos estabelecimentos (medidas governamentais). A fim de garantir a continuidade, a maioria das entrevistadas buscou alternativas para adaptar a sua atividade de acordo com o contexto, foram utilizadas estratégias como mídias digitais, manter-se trabalhando, prezar pelo atendimento ao cliente e buscar o equilíbrio emocional (calma no momento). Acerca das reações, as constatações convergem para sentimentos negativos como medo, tristeza, fracasso e desânimo diante do impacto global da crise ocasionada pela pandemia da COVID-19.

Em suma, atenta-se, primeiramente, para a busca do equilíbrio emocional, pois somente assim será possível esboçar estratégias e implementá-las, para enfrentar as adversidades impostas pelo cenário de crise pandêmica.

Cabe ressaltar que este estudo traz contribuições para a literatura ao integrar as temáticas do empreendedorismo feminino e resiliência. Como contribuições práticas enfatiza-se que os achados podem ser úteis para outros empreendimentos gerirem crises futuras. Outrossim, buscou-se enfatizar a importância da mulher no empreendedorismo, aspecto diretamente associado ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5 (ODS 5 - Equidade de Gênero) - uma das metas da Agenda 2030.

Desta maneira, as limitações concentram-se no número de entrevistadas e na localização geográfica, por limitar-se aos Estados (RS e PR), ambos da região sul do Brasil. Por fim, para pesquisas futuras, sugere-se ampliar a amostra e realizar um comparativo com outras regiões do país, a fim de aprofundar a temática do empreendedorismo e da resiliência. Estudos quantitativos podem ampliar as regiões pesquisadas e abordar aspectos acerca do cenário atual com o retorno à normalidade, bem como avaliar os reflexos psicológicos que ainda perduram em empreendedoras.

REFERÊNCIAS

- Alshebami, A. S. (2022). Psychological Features and Entrepreneurial Intention among Saudi Small Entrepreneurs during Adverse Times. *Sustainability*, 14(13), 7604. <https://doi.org/10.3390/su14137604>
- Aqeel, M., Rehna, T., Shuja, K. H., & Abbas, J. (2022). Comparison of Students' Mental Wellbeing, Anxiety, Depression, and Quality of Life During COVID-19's Full and Partial (Smart) Lockdowns: A Follow-Up Study at a 5-Month Interval. *Frontiers in Psychiatry*, 13.
- Bandeira, P. B., Amorim, M. V., & Oliveira, M. Z. D. (2020). Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. *Revista Psicologia Organizações e Trabalho*, 20(3), 1105-1113. <http://dx.doi.org/10.17652/rpot/2020.3.19694>.
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Beriso, B. S. (2021). Determinants of economic achievement for women entrepreneurs in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00141-5>.
- Bochniarz, H. (2000). Theses to the discussion at the conference “women entrepreneurs in SMES”. In: Conference women entrepreneurs in SMES, 2000, Paris. Paris: OECD.
- Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 1-6.
- Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T. S., & Schjoedt, L. (2021). Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Business Economics*, 1-12. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00429-6>.
- Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31–65. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>.
- Castro, M. P., & Zermeño, M. G. G. (2020). Being an entrepreneur post-COVID-19—resilience in times of crisis: a systematic literature review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2020-0246>.

- Chatterjee, P., Nagi, N., Agarwal, A., Das, B., Banerjee, S., Sarkar, S. & Gangakhedkar, R. R. (2020). The 2019 novel coronavirus disease (COVID-19) pandemic: A review of the current evidence. *Indian Journal of Medical Research*, 151(2), 147. https://doi.org/10.4103/ijmr.IJMR_519_20.
- Dobón, S. R., & Soriano, D. R. (2008). Exploring alternative approaches in service industries: The role of entrepreneurship. *The Service Industries Journal*, 28(7), 877-882. <https://doi.org/10.1080/02642060701846879>
- Doern, R. (2021). Knocked down but not out and fighting to go the distance: Small business responses to an unfolding crisis in the initial impact period. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00221. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00221>.
- Dornelas, J. (2005). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Duchek, S. (2018). Entrepreneurial resilience: a biographical analysis of successful entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(2), 429-455. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0467-2>.
- Fisher, R., Maritz, A., & Lobo, A. (2016). Does individual resilience influence entrepreneurial success. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 22(2), 39-53.
- Ge, T., Abbas, J., Ullah, R., Abbas, A., Sadiq, I., & Zhang, R. (2022). Women's entrepreneurial contribution to family income: innovative technologies promote females' entrepreneurship amid COVID-19 crisis. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Empreendedorismo no Brasil. IBPQ*. Disponível em: <<https://bit.ly/2kkzwwgS>>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *Empreendedorismo no Brasil*. Disponível em: <<https://ibpq.org.br/PDF%20GEM/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20Empreendedorismo%20no%20Brasil%202019.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- González-Tejero, C. B., Ulrich, K., & Carrilero, A. (2022). The entrepreneurial motivation, Covid-19, and the new normal. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 10(2), 205-217. <http://doi.org/10.15678/EBER.2022.100212>
- Hassan, T. A., Hollander, S., Van L., L. & Tahoun, A. (2020). Firm-level exposure to epidemic diseases: Covid-19, SARS, and H1N1. *National Bureau of Economic Research*, 26971(1), 1-67. <https://doi.org/10.3386/w26971>.
- Jayawarna, D., Marlow, S., & Swail, J. (2021). A gendered life course explanation of the exit decision in the context of household dynamics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(6), 1394-1430.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Reyes, C. A. M., Prochotta A., Steinbrink, K. M. & Berger, E. S. (2020). Startups in times of crisis - A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13(e00169), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>.
- Liu, Y., Lee, J. M., & Lee, C. (2020). The challenges and opportunities of a global health crisis: the management and business implications of COVID-19 from an Asian perspective. *Asian Business & Management*, 19, 277-297. <https://doi.org/10.1057/s41291-020-00119-x>.
- Machado, H. V., St-Cyr, L., Mione, A., & Alves, M. C. M. (2003). O processo de criação de empresas por mulheres. *RAE eletrônica*, 2.

- Marlow, S., & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: Advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Martins, G., Lintz, A. (2000). Guia para elaboração de monografia e trabalhos de conclusão de curso. São Paulo: Atlas.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). Qualitative research: a guide to design and implementation (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Meyer, N. (2018). Research on female entrepreneurship: Are we doing enough?. *Polish Journal of Management Studies*, 17. <https://doi.org/10.17512/pjms.2018.17.2.14>.
- Nassif, V. M. J., Armando, E. & La Falce, J. L. (2020). O Empreendedorismo e a Pequena Empresa no Contexto do Pós Covid-19: Há luz no Fim do Túnel. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(3), 1-7. <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v9i3.1940>.
- Nyakudya, F. W., Simba, A., & Herrington, M. (2018). Entrepreneurship, gender gap and developing economies: the case of post-apartheid South Africa. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 30(4), 293-324. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1412612>.
- Ojong, N., Simba, A., & Dana, L. P. (2021). Female entrepreneurship in Africa: A review, trends, and future research directions. *Journal of Business Research*, 132, 233-248.
- Onoshakpor, C., Etuknwa, A., & Karamalla-Gaiballa, N. (2020). Strategic flexibility and organizational resilience of women entrepreneurs' in africa during the covid-19 pandemic. *Research Journal of Business and Management*, 7(4), 277-287.
- ONU (2021). Organização das Nações Unidas. Agenda 2030. Recuperado em 21 de dezembro de 2021, de <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>.
- Popkova, E. G., Bogoviz, A. V., Lobova, S. V., Chililov, A. M., Sozinova, A. A., & Sergi, B. S. (2022). Changing entrepreneurial attitudes for mitigating the global pandemic's social drama. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1-12. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01151-2>
- Ratten, V. (2020). Coronavirus (covid-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(5), 503-516. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1790167>.
- Salisu, I., Hashim, N., Mashi, M. S., & Aliyu, H. G. (2020). Perseverance of effort and consistency of interest for entrepreneurial career success. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-02-2019-0025>.
- Sarfraz, L., Faghih, N., & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 1-11.
- Sebrae. (2020). Empreendedorismo feminino: crescimento e geração de renda que transformam a realidade. Disponível em: <<https://sebraers.com.br/momento-da-empresa/empreendedorismo-feminino-crescimento-e-geracao-de-renda-que-transformam-a-realidade/>>. Acesso em: 21 mar. 2021.
- Silva, P. M. M., El-Aouar, W. A., da Silva, A. W. P., & de Sousa, J. C. (2019). A resiliência no empreendedorismo feminino. *Gestão e Sociedade*, 13(34). <https://doi.org/10.21171/ges.v13i34.2346>.

- Surangi, H. A. K. N. S. S. (2022). The Experience of Applying a Narrative Research Approach With Female Entrepreneurs in Sri Lanka. *SAGE Open*, *12*(2), 21582440221096143.
- Williams, T. A., Gruber, D. A., Sutcliffe, K. M., Shepherd, D. A., & Zhao, E. Y. (2017). Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams. *Academy of Management Annals*, *11*(2), 733-769.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*. New York: The Guilford Press.
- Zanon, C., Dellazzana-Zanon, L. L., Wechsler, S. M., Fabretti, R. R., & Rocha, K. N. D. (2020). COVID-19: implicações e aplicações da Psicologia Positiva em tempos de pandemia. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, *37*. <https://doi.org/10.1590/1982-0275202037e200072>.