



Terra Boa de Mulheres Fortes: Germinando o Empreendedorismo Feminino no Solo Pós Tempestade

Kailaini Eduarda da Silva, Universidade Estadual do Paraná/UNESPAR, Brasil

Cristiane Marques de Mello, Universidade Estadual do Paraná/UNESPAR, Brasil

RESUMO

A presente investigação tem por finalidade analisar as dinâmicas contemporâneas do empreendedorismo feminino no contexto pós-pandêmico, com ênfase no município de Terra Boa, Paraná. A pesquisa integra abordagens quantitativa e qualitativa com vistas a capturar, de forma ampla e crítica, os efeitos persistentes da crise sanitária da Covid-19 sobre negócios liderados por mulheres. Mediante aplicação de questionários estruturados e semiestruturados junto a nove empreendedoras locais, foram examinadas variáveis relativas à sustentabilidade dos empreendimentos, estratégias de adaptação e conciliação entre papéis sociais e empresariais. Os achados evidenciam a centralidade do empreendedorismo enquanto estratégia de enfrentamento da exclusão econômica e da precarização laboral, especialmente entre mulheres que acumulam múltiplas jornadas e carecem de suporte institucional. Apesar da ausência de crescimento expressivo no período pós-crise, observou-se notável resiliência, materializada na manutenção dos negócios, incorporação de práticas digitais e realização de metas estruturais. A pesquisa contribui para a ampliação das reflexões sobre a interseccionalidade de gênero, trabalho e território, ao problematizar os limites e as potencialidades do empreendedorismo feminino em realidades periféricas, reforçando sua relevância como instrumento de autonomia e transformação socioprodutiva em contextos adversos.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Crise sanitária; Autonomia econômica; Resiliência; Interseccionalidade.

1. INTRODUÇÃO

Ainda que a pandemia da Covid-19 tenha sido superada em termos epidemiológicos, seus efeitos seguem latentes em diversas esferas da sociedade, notadamente na economia e no mundo do trabalho. O cenário pós-pandêmico revela-se como um campo complexo e ainda em transformação, no qual as empresas – especialmente as de menor porte –

continuum enfrentando as consequências de uma crise sem precedentes. A tempestade provocada pela pandemia deixou marcas profundas: fechamento de negócios, rupturas produtivas, desequilíbrios financeiros e mudanças abruptas nas formas de consumo e gestão.

Nesse contexto, o empreendedorismo reafirma sua importância como motor de desenvolvimento econômico e social, sendo compreendido sob diferentes prismas teóricos. Cordeiro de Souza (2023) o define como um campo multidisciplinar, com abordagens diversas que dialogam com praticamente todas as áreas do conhecimento, destacando seu caráter transversal. Dolabela (2006), por sua vez, expande essa compreensão ao afirmar que o empreendedorismo não se restringe a um fenômeno econômico, mas configura-se como instrumento de transformação social e expressão cultural, sobretudo ao se ancorar em saberes regionais e práticas comunitárias.

Ao se considerar a dimensão sociocultural do empreendedorismo, torna-se imprescindível a análise do protagonismo feminino neste campo, marcado historicamente por desigualdades estruturais. Como apontam Bogenhold e Fachinger (2014), o gênero ainda representa uma variável significativa nas disparidades relacionadas à criação e sustentabilidade dos negócios, aos lucros e à inserção no mercado.

O empreendedorismo feminino destaca-se, ainda, por um modelo de gestão próprio, pautado por competências como sensibilidade interpessoal, organização, criatividade e resiliência (Villas Boas, 2010). No entanto, essas potencialidades podem ser tensionadas em cenários de adversidade, como a tempestade pandêmica, onde fatores externos colocaram à prova a estabilidade e a continuidade dos negócios (Cruz; Moraes, 2013).

Durante esse período de incertezas, no entanto, observou-se um fenômeno singular no município de Terra Boa, no estado do Paraná. Enquanto a maioria dos empreendimentos nacionais enfrentava retrações severas, um grupo expressivo de empreendedoras locais apresentou crescimento nos lucros e adaptação estratégica às novas condições de mercado. Segundo levantamento de Silva et al. (2021), 62,5% das empreendedoras entrevistadas relataram aumento no faturamento durante o período pandêmico, demonstrando resiliência e capacidade de inovação em meio ao caos.

Tal achado, somado à característica do município – de pequeno porte, com economia local fortemente baseada em empreendimentos individuais – desperta o interesse em compreender como essas mulheres seguem atuando no contexto pós-pandemia. Embora a tempestade tenha passado, os ventos ainda sopram fortes, e as adaptações exigidas naquele momento continuam moldando a realidade atual.

Diante disso, esta pesquisa propõe-se como objetivo principal analisar as dinâmicas REGMPE, Brasil-BR, V.10, Nº2, p. 229-252, Mai/Ago. 2025. www.revistas.editoraenterprising.net

|

contemporâneas do empreendedorismo feminino no contexto pós-pandêmico, com ênfase no município de Terra Boa, Paraná. O intuito foi o de compreender como mulheres empreendedoras estão lidando com os efeitos remanescentes da crise sanitária e econômica, quais estratégias têm sido mobilizadas para a manutenção e crescimento de seus negócios, e de que forma o território e suas especificidades contribuem para a construção de trajetórias empreendedoras resilientes.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Nesta seção, delineiam-se as abordagens teóricas que sustentam a presente pesquisa, contemplando uma análise da trajetória histórica do trabalho feminino. Discorre-se ainda sobre as especificidades do empreendedorismo feminino, bem como sobre suas reconfigurações e estratégias de resistência no contexto da pandemia de Covid-19, entendida aqui como um marco disruptivo que tensionou estruturas produtivas e relações sociolaborais.

2.1 A EVOLUÇÃO DO TRABALHO FEMININO

As mulheres sempre exerceram atividades laborais, embora historicamente invisibilizadas pelas categorias tradicionais de análise social e econômica. Gardey (2003) aponta que trabalhos realizados por mulheres no campo, no lar e em pequenos comércios foram por muito tempo excluídos das estatísticas formais. Murani e Meron (2016) complementam, afirmando que, embora sempre tenham trabalhado, as mulheres raramente tiveram esse trabalho reconhecido ou remunerado.

A entrada feminina no mercado formal deu-se de forma desigual, limitada inicialmente a funções subalternas e mal pagas, muitas vezes utilizadas como mão de obra de baixo custo em tempos de crise (Corrêa, 2004; Paoli, 1985). Para Alves e Guimarães (2009), essa desvalorização representou um dos maiores entraves à inserção produtiva feminina.

Bruschini e Lombardi (2003) destacam que fatores sociais, culturais e demográficos, impulsionados pelos movimentos feministas das décadas de 1970 e 1980, contribuíram para ampliar a presença das mulheres no mercado de trabalho. Castells (2005) reforça que essas transformações sociais ocorrem em sincronia com mudanças tecnológicas e econômicas.

A educação também foi crucial nesse processo. Segundo Amaral (2012), o acesso ao ensino superior ampliou a participação feminina, embora persistam desigualdades.

Bruschini e Prüppin (2004) observam que, apesar do avanço, há diferenças salariais e condições mais precárias. Nesse sentido, Brasil et al. (2009) sintetizam: “mulheres trabalhando mais e ganhando menos” (p. 100).

Hirata e Kergoat (2007) explicam que a divisão sexual do trabalho se baseia em dois princípios: separação de funções e hierarquia, com maior valor atribuído ao trabalho masculino, sustentado por uma ideologia naturalista que associa papéis sociais a aspectos biológicos.

Mesmo com a garantia constitucional de igualdade formal (Brasil, 1988), as desigualdades permanecem. Probst (2003) destaca que, nos anos 2000, embora representassem 40% da força de trabalho, as mulheres ocupavam apenas 24% dos cargos gerenciais e recebiam salários 29% inferiores aos dos homens em funções similares.

De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (IBGE, 2022), no terceiro trimestre de 2022, cerca de 47,9 milhões de mulheres estavam inseridas no mercado de trabalho. Ainda assim, a diferença salarial era de 21% nas mesmas funções, e 43,3% atuavam na informalidade, expostas à insegurança econômica e à ausência de proteção social.

2.1.1. Jornada dupla: entre o trabalho e o papel social da mulher

A inserção das mulheres no mercado de trabalho e sua crescente qualificação trouxeram consigo transformações importantes na compreensão de realização pessoal. No entanto, o papel tradicionalmente atribuído à mulher como cuidadora da casa e da família continua vigente, impondo à maioria delas uma jornada dupla de trabalho (Silva et al., 2016; Lindo et al., 2004).

O movimento feminista fortaleceu a concepção de que a carreira profissional é uma forma legítima de autorrealização (Santos, 2012). Nesse sentido, Andrade (2012) observa uma mudança na concepção de sucesso feminino, anteriormente associada à qualidade de vida familiar e agora voltada à esfera pessoal e profissional. Essa transição vem desconstruindo o modelo patriarcal tradicional, no qual o homem era o provedor e a mulher a cuidadora (Simões et al., 2012).

Apesar disso, a sobrecarga gerada pelas múltiplas funções que a mulher exerce é evidente. Muitas enfrentam não apenas a jornada dupla, mas a tripla, que inclui o trabalho remunerado, as tarefas domésticas e a busca por formação contínua (Azambuja et al., 2007). De acordo com Lima et al. (2013), essa acumulação de responsabilidades gera um sentimento constante de cobrança e autossuficiência, que leva ao cansaço físico e emocional. Para Ávila e Portes (2012), a sobreposição de tarefas exige uma execução acelerada das atividades diárias, o que compromete a qualidade de

vida.

Pluut et al. (2018) destacam que as dificuldades em conciliar múltiplas jornadas ocorrem quase diariamente, afetando tanto o desempenho profissional quanto o bem-estar pessoal. Muitas mulheres acabam limitando sua carreira para atender às exigências da família, o que, em alguns casos, leva ao abandono da vida profissional (Santos, 2012; Beutell & O'Hare, 2018). Assim, embora avanços tenham sido alcançados no campo da participação no mercado de trabalho, as mulheres ainda enfrentam uma sobrecarga estrutural.

2.2. EMPREENDEDORISMO FEMININO

A presença feminina no mercado de trabalho deixou de se restringir à condição de empregada, expandindo-se para o papel de empregadora. Essa crescente participação tem gerado impactos positivos na economia de diversos países (Gomes et al., 2009), fortalecendo a diversidade dos agentes econômicos e contribuindo para o crescimento nacional (Micozzi & Lucarelli, 2016).

Para muitas mulheres, empreender representa uma alternativa de inserção profissional mais alinhada aos seus objetivos pessoais e familiares. É também uma via para alcançar independência financeira, melhores condições de vida e realização pessoal e social (Cavada et al., 2017; Loiola, 2016). A flexibilidade associada ao empreendedorismo atrai especialmente aquelas que enfrentam a dupla jornada entre o trabalho e as responsabilidades domésticas e familiares (Machado et al., 2016).

As mulheres enfrentam desafios específicos no processo de empreender, tais como a conciliação entre vida pessoal e profissional (Barbosa et al., 2011), o preconceito de gênero (Bolson, 2018) e a dificuldade de acesso a crédito e financiamentos (Wu, 2012). Segundo Bomfim e Teixeira (2015), é comum que mulheres empreendedoras enfrentem desconfiança quanto à sua capacidade de gestão, o que pode comprometer a viabilidade de seus negócios desde o início.

Apesar das barreiras, empresas lideradas por mulheres tendem a apresentar maior longevidade, mesmo entre microempreendimentos (Barbosa et al., 2011). Essa resiliência já era observada nos anos 1990, quando Calás e Smircich (1998) atribuíram a durabilidade desses negócios à dedicação e ao comprometimento das empreendedoras.

Tradicionalmente associado a homens, o empreendedorismo passou a contar com maior protagonismo feminino ao longo das décadas, impulsionado pela busca por autonomia e pela necessidade de sustento (Araújo et al., 2018; Longo et al., 2017).

Dados da PNADC (2021) indicam a presença de cerca de 6,2 milhões de mulheres no empreendedorismo informal, número superior ao das formais (aproximadamente 3 milhões). A informalidade, predominante em setores de baixa produtividade como o comércio ambulante e a produção familiar, caracteriza-se pela ausência de regulamentação (Lima, 2010), é frequentemente escolhida como alternativa aos altos custos e à burocracia do regime formal (Tiryaki, 2008).

Apesar do crescimento da atuação feminina, a presença masculina no setor ainda é mais expressiva. Carranza et al. (2018) atribuem essa desigualdade a fatores como aversão ao risco, restrições econômicas e emocionais, além de barreiras institucionais enfrentadas pelas mulheres.

2.3 EMPREENDEDORISMO E A PANDEMIA

Com a chegada da Covid-19, medidas de isolamento social e quarentena foram implementadas com o objetivo de conter a disseminação do vírus. Embora necessárias do ponto de vista sanitário, essas ações impactaram severamente o setor socioeconômico, provocando declínio na atividade comercial e elevadas taxas de desemprego (Borges, 2020; Oliveira, 2020).

Paralelamente à retração econômica, observou-se um aumento na abertura de novos negócios nos primeiros meses de 2020, superando o número de empresas encerradas no mesmo período. Esse movimento reforça o papel do empreendedorismo por necessidade como estratégia diante de cenários de crise e desemprego (Governo Federal, 2020; Corrêa et al., 2013).

A pandemia expôs vulnerabilidades estruturais nos modelos tradicionais de negócio e exigiu dos empreendedores um processo de adaptação acelerado. O distanciamento social impôs o redesenho das formas de operação e atendimento, desafiando gestores a desenvolverem novas estratégias (Ratten, 2020).

Muitos empreendedores não estavam preparados para lidar com uma crise sanitária de tal magnitude. Além disso, há escassez de materiais e diretrizes específicas voltadas ao empreendedorismo em contextos de crise, o que dificultou a resiliência de pequenos negócios (Leite et al., 2021).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa classifica-se como um estudo ex post facto, uma vez que tem como objetivo principal analisar o estado atual dos empreendimentos liderados por mulheres

após o período pandêmico da Covid-19. De acordo com Fonseca (2002), esse tipo de pesquisa busca identificar possíveis relações de causa e efeito entre um fenômeno ocorrido no passado (no caso, a pandemia) e seus efeitos observáveis posteriormente.

Quanto à sua natureza, trata-se de uma pesquisa básica, voltada à ampliação do conhecimento teórico sobre o empreendedorismo feminino em contextos de crise, sem pretensões imediatas de aplicação prática. No que se refere aos objetivos, a investigação apresenta caráter exploratório e descritivo. Segundo Gil (1999), a pesquisa exploratória é apropriada para temáticas pouco investigadas, como é o caso do empreendedorismo feminino no município de Terra Boa. Já o caráter descritivo está presente na medida em que a pesquisa se propõe a retratar e analisar as características do fenômeno em estudo, descrevendo comportamentos, condições e relações existentes entre variáveis (Alves, 2013; Gil, 1999).

A abordagem metodológica predominante é a quantitativa, com o intuito de mensurar e analisar estatisticamente os dados coletados. De acordo com Michel (2005), a pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo uso de técnicas estatísticas, como o cálculo de médias e percentuais, com o propósito de assegurar maior precisão na interpretação dos resultados. Contudo, elementos da abordagem qualitativa também foram integrados à investigação, posto que, a pesquisa qualitativa, como salientam Goldenberg (1997) e Minayo (2001), se ocupa da compreensão de significados, percepções e motivações, aspectos que não podem ser reduzidos a dados numéricos.

Os dados utilizados são primários, obtidos por meio de uma pesquisa de campo, realizada no segundo semestre de 2023. Para tanto, foi aplicado um questionário estruturado, contendo perguntas fechadas, de natureza objetiva, e abertas, voltadas à captação de opiniões e percepções individuais das respondentes, permitindo a combinação das abordagens quantitativa e qualitativa na análise dos resultados.

A amostragem adotada foi por conveniência, método em que os participantes são selecionados com base em sua acessibilidade e disponibilidade para participar da pesquisa. Segundo Freitag (2018), essa técnica é especialmente útil em contextos em que o pesquisador depende do contato direto com os sujeitos e da colaboração voluntária para a coleta dos dados. Os critérios estabelecidos para a seleção das participantes foram: (i) serem mulheres empreendedoras em Terra Boa (PR); (ii) manterem seus negócios ativos desde o período da pandemia; e (iii) estarem disponíveis para responder ao questionário no período de coleta.

4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta seção descreve e analisa os dados coletados com o intuito de compreender as

dinâmicas atuais do empreendedorismo feminino no contexto pós-pandêmico, com foco no município de Terra Boa, Paraná. A partir das informações obtidas, destacam-se os principais desafios, estratégias e transformações enfrentadas pelas empreendedoras locais, bem como os impactos da pandemia de COVID-19 sobre suas trajetórias e negócios.

4.1 Perfil das empreendedoras respondentes

Com o intuito de caracterizar o perfil das empreendedoras participantes da pesquisa, foram adicionadas no questionário de coletas de dados perguntas da esfera pessoal, dessa forma, se tornou mais completa a leitura das informações empresariais tendo a noção do perfil do alvo de pesquisa. A seguir, no quadro 1, são apresentadas as informações referentes ao perfil das empreendedoras.

Quadro 1
Perfil das empreendedoras

Empreendedoras	Idade	Escolaridade/nível de instrução	Quantidade de filhos	Tempo de empresa	Ramo empreendido
E1	28	Ensino Médio Completo	mais de 1	4 anos	alimentação
E2	23	Ensino Médio Completo	0	5 anos	confeitaria
E3	49	Ensino Médio Completo	mais de 1	12 anos	confeitaria
E4	40	Ensino Médio Completo	1 filho	10 anos	beleza
E5	26	Ensino Médio Completo	0	6 anos	beleza
E6	51	Ensino Fundamental Completo	mais de 1	22 anos	decoração de festas
E7	40	Ensino Médio Completo	0	17 anos	vestuário
E8	44	Ensino Médio Completo	mais de 1	12 anos	vestuário
E9	42	Ensino Médio Completo	mais de 1	16 anos	metalúrgico

Fonte: Dados da pesquisa

A respeito da faixa etária, as empreendedoras se encontram na maioria, possuindo de 23 a 51 anos. Trata-se, portanto, de um intervalo etário relativamente amplo, o que possibilita analisar como diferentes grupos etários experienciam e enfrentam os desafios do empreendedorismo, considerando-se os distintos momentos de vida e contextos individuais que influenciam suas trajetórias no ambiente empresarial.

Em relação à escolaridade, 88,9% das respondentes possuem ensino médio completo, enquanto 11,1% possuem apenas ensino fundamental completo. Pode-se notar que nenhuma das respondentes possui ensino superior completo, ou seja, em se tratando de escolaridade elas não possuem conhecimento formal sobre administração ou gestão de negócios.

Para adentrar o assunto de múltiplos papéis da vida feminina, foi questionado o estado civil das respondentes e se possuíam filhos. Em relação ao estado civil, 55,6% afirmaram ser casadas, 33,3% solteiras e 11,1% divorciadas. Já ao questioná-las sobre a maternidade, 55,6% alegaram ter mais de um filho, 33,3% alegaram não ter filhos e 11,1% alegaram ter apenas

um filho.

Foi questionado se a respondente era responsável pelo sustento financeiro do seu lar. Nessa questão, 22,2% das empreendedoras afirmaram ser totalmente responsáveis, assumindo o papel de “chefe da família”, 44,4% são parcialmente responsáveis, enquanto que apenas 33,3% responderam não ser responsável pelo sustento financeiro do lar. O número de mulheres responsáveis pela subsistência de seu lar (parcialmente e totalmente são 66,6%) pode ser relacionado ao empreendedorismo por necessidade, já que carregam essa responsabilidade financeira, ainda que um percentual seja responsabilidade dividida com seu companheiro(a).

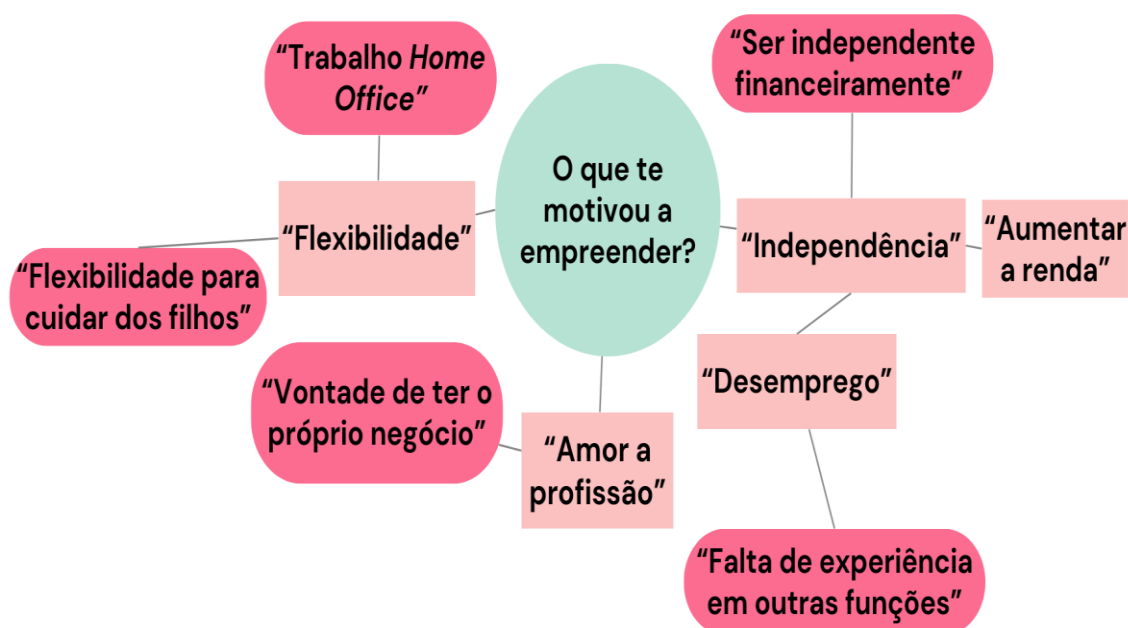
4.2 Trajetória rumo às ações empreendedoras

No que se refere à decisão de empreender e as dificuldades encontradas, obtiveram-se os seguintes resultados descritos a seguir.

As respostas sobre a motivação/decisão de empreender podem ser representadas pela figura 1.

Figura 1

Motivação para empreender



Fonte: Elaborado com base na pesquisa de campo

Um dos primeiros aspectos evidenciados na análise dos dados diz respeito à flexibilidade proporcionada pela atividade empreendedora. Muitas participantes relataram ter optado por esse modelo devido à possibilidade de trabalhar em home office e gerenciar seus

próprios horários. Essa autonomia foi apontada como essencial para conciliar as exigências profissionais com as responsabilidades familiares.

As falas dialogam com Beutell e O'Hare (2018), que destacam a tendência de mulheres em limitar sua inserção no mercado formal para priorizar demandas domésticas, realidade ligada à sobrecarga da dupla jornada.

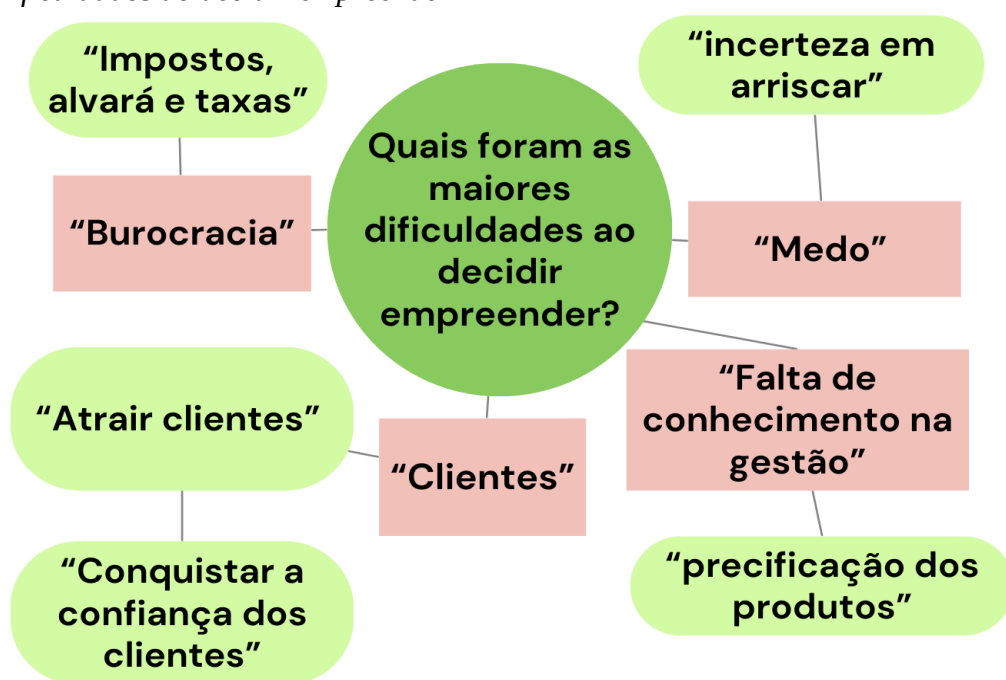
Outro fator relevante nas motivações para empreender foi a busca por autonomia, sobretudo financeira. Muitas entrevistadas associaram a criação do próprio negócio ao desejo de emancipação econômica e à necessidade de complementar a renda familiar.

4.2 Principais dificuldades enfrentadas e apoio recebido

A figura 2 retrata as respostas relacionadas às dificuldades enfrentadas para empreender.

Figura 2

Dificuldades ao decidir empreender



Fonte: Elaborado com base na pesquisa de campo

A principal dificuldade relatada pelas empreendedoras no processo de decisão e implementação dos negócios foi a captação, fidelização e manutenção de clientes. As participantes destacaram a complexidade de atrair o público-alvo, conquistar sua confiança e manter relações comerciais duradouras. Essa fragilidade evidencia a vulnerabilidade de pequenos negócios, diante de um mercado competitivo e, muitas vezes, pouco receptivo às

|

iniciativas autônomas.

Outro obstáculo recorrente foi a burocracia relacionada à formalização, incluindo o gerenciamento de tributos, taxas e obtenção de alvarás, sobretudo nas fases iniciais. Uma entrevistada relatou que sua maior dificuldade era “andar corretamente com impostos, alvará e taxas” (E3), apontando lacunas em conhecimentos técnico-administrativos essenciais à sustentabilidade do negócio.

A isso se soma a dificuldade na precificação adequada de produtos e serviços, o que compromete a saúde financeira das atividades e revela a carência de formação em gestão por parte de muitas participantes, reforçando a necessidade de capacitação técnica e estratégica.

Também se investigou o apoio recebido no início dos empreendimentos. Verificou-se que cerca de 80% das entrevistadas contaram apenas com apoio familiar, enquanto as demais mencionaram suporte adicional de amigos. Esse apoio revelou-se crucial não só emocionalmente, mas também financeiramente e operacionalmente, como mostra o dado de que 11,1% recorreram a empréstimos de familiares. Essa rede é fundamental, sobretudo frente à sobrecarga de responsabilidades domésticas atribuídas socialmente às mulheres, como indicam Lima et al. (2013), o que impõe barreiras adicionais à inserção no empreendedorismo.

Diante desses desafios, questionou-se se já haviam cogitado desistir dos negócios. Mais da metade afirmou que sim, devido à instabilidade financeira, dificuldades na gestão e sobrecarga emocional. Em contrapartida, três empreendedoras disseram nunca ter pensado em desistir, o que se relaciona às motivações profundas que as impulsionaram a empreender.

4.3 Caracterização dos empreendimentos

A identificação de elementos como o setor de atuação, o porte das empresas e o tempo de funcionamento contribui para delinear o perfil sociodemográfico e produtivo dos negócios analisados, oferecendo subsídios para a compreensão do contexto em que essas mulheres estão inseridas.

No que se refere ao segmento de mercado, observou-se uma diversidade considerável nas áreas de atuação, contemplando setores como alimentação, beleza, serviços metalúrgicos, confeitaria, decoração de eventos, moda e vestuário.

Em relação ao tempo de existência dos empreendimentos, observou-se uma variação entre 4 e 22 anos. Quanto ao porte das empresas, predominou a figura do Microempreendedor Individual (MEI), correspondente a 33,3% dos casos, mesmo percentual identificado para os empreendimentos informais, ou seja, sem registro formal junto aos órgãos competentes. Em proporções menores, destacaram-se as empresas de médio porte (22,2%) e, por fim, as de

pequeno porte, com 11,1% de representatividade entre as participantes.

A expressiva presença de mulheres atuando na informalidade revela a persistência de barreiras estruturais que dificultam ou desestimulam a formalização dos negócios. Essa constatação dialoga com a análise de Souza et al. (2014), que atribuem o elevado número de empreendedores informais, em parte, à complexidade e burocracia envolvidas nos processos de legalização. Tal correlação é corroborada pelos dados desta pesquisa, que apontam a burocracia como um dos principais entraves enfrentados na etapa inicial da trajetória empreendedora, conforme já discutido.

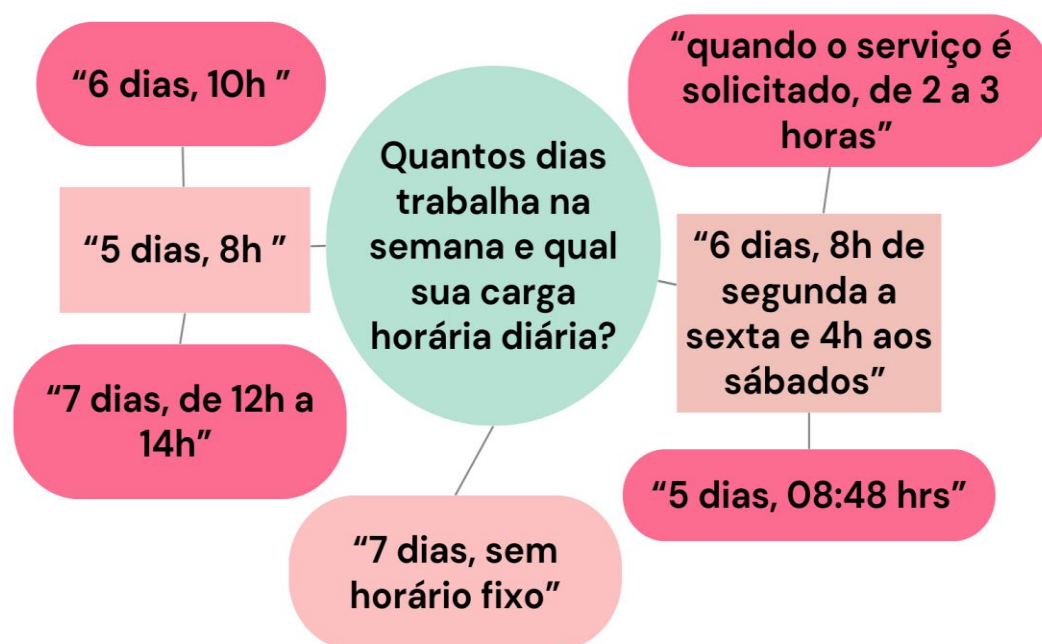
No tocante à responsabilidade administrativa dos empreendimentos, constatou-se que cerca de 80% das empreendedoras exercem controle majoritário sobre seus negócios, assumindo a gestão principal. As demais participantes relataram compartilhar essa função com sócios, o que, ainda assim, não descaracteriza o protagonismo feminino na condução empresarial, mesmo diante de limitações estruturais.

Observou-se que 44,4% das entrevistadas não possuem funcionários, caracterizando empreendimentos unipessoais nos quais todas as atividades operacionais, administrativas e estratégicas são desempenhadas exclusivamente pela própria empreendedora. Essa configuração tende a resultar em jornadas de trabalho longas e extenuantes.

A análise da jornada laboral será apresentada na Figura 3, para uma compreensão mais precisa da extensão e intensidade das atividades desempenhadas pelas participantes.

Figura 3

Jornada de trabalho



Fonte: Elaborado com base na pesquisa de campo

Os dados reforçam a sobrecarga enfrentada por mulheres que, além de empreenderem de forma autônoma, acumulam responsabilidades domésticas e familiares, compondo o que a literatura especializada denomina jornada múltipla de trabalho.

A análise dos dados empíricos revela que as empreendedoras enfrentam uma significativa sobrecarga decorrente da conciliação entre as demandas do trabalho e as responsabilidades domésticas. Esse cenário configura o que a literatura especializada define como jornada múltipla de trabalho, conceito discutido nos estudos de gênero e trabalho e no presente estudo.

A sobreposição dessas esferas de atuação acarreta impactos diretos sobre a saúde física e emocional das mulheres, bem como sobre a sustentabilidade de seus empreendimentos, conforme apontado por autoras como Hirata e Kergoat (2007), que destacam a centralidade do trabalho reprodutivo invisibilizado na estrutura das relações sociais e econômicas.

As empreendedoras também foram questionadas sobre como gerenciam o equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Organização de horários e das atividades de trabalho apareceram repetidamente como respostas, porém foram colhidas três afirmações contrárias que evidenciam empreendedoras que não tiveram o controle sobre as duas jornadas ainda.

“Ainda não consegui 100% isso” (E4)

“Com ajuda de Deus” (E6)

“Sem gerência, faço o que dá para fazer” (E7)

Apesar de parte das participantes indicar jornadas de trabalho compatíveis com o regime padrão de 44 horas semanais, outras relataram rotinas significativamente mais extensas, caracterizadas pela ausência de horários fixos para encerrar suas atividades diárias. Embora a flexibilidade de horários tenha sido mencionada, como uma das motivações para empreender, tal condição se distancia da realidade vivenciada por muitas empreendedoras, que chegam a dedicar até 14 horas diárias ao trabalho, ao longo da semana. Esses dados revelam uma contradição entre a expectativa de autonomia temporal e as exigências reais impostas pela gestão de um negócio próprio.

4.4 Conciliação do empreendedorismo com outros papéis sociais

Esta seção tem como objetivo analisar de que maneira as empreendedoras conciliam as múltiplas funções, além da gestão dos seus negócios. Conforme discutido anteriormente, Azambuja et al. (2007) apontam que as mulheres enfrentam dificuldades na administração de suas atividades diárias, em razão da multiplicidade de jornadas simultâneas, que envolvem

|
responsabilidades profissionais e familiares.

Ao serem questionadas sobre a existência de dificuldades em conciliar o empreendedorismo com a vida pessoal, observou-se que 66,67% das participantes declararam não enfrentar dificuldades significativas, enquanto 33,33% afirmaram vivenciar obstáculos nesse processo de conciliação. Uma das entrevistadas expressou sua percepção afirmando: “Era muita função para mim, às vezes deixava meu momento de lazer para trás” (E5). Tal depoimento encontra respaldo na literatura, como destacado por Ávila e Portes (2012), ao enfatizar que a maioria das mulheres que acumulam múltiplas jornadas encontra dificuldade em delimitar o tempo dedicado a cada esfera de sua vida, o que acaba por gerar rotinas intensas e fragmentadas.

Diante desse cenário, buscou-se compreender quais estratégias são adotadas para equilibrar os domínios pessoal e profissional. As respostas mais recorrentes apontaram para a organização prévia dos horários, o planejamento das atividades laborais e a intercalação entre tarefas domésticas e empresariais como formas de gerenciar as múltiplas demandas. Contudo, também foram identificados relatos de empreendedoras que reconhecem não conseguir administrar de forma satisfatória ambos os âmbitos. Tais declarações foram registradas por participantes identificadas como (E4), (E6) e (E7), sinalizando que, para parte das entrevistadas, o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal ainda é uma meta não plenamente alcançada.

4.5 Conciliação do empreendedorismo com os papéis maternos e conjugais

Além das já complexas exigências inerentes à conciliação entre vida profissional e pessoal, algumas participantes relataram ainda a necessidade de compatibilizar suas atividades empreendedoras com os papéis de mãe e esposa. Quando questionadas sobre as dificuldades em gerenciar simultaneamente essas funções, 71,43% das empreendedoras declararam não enfrentar obstáculos relevantes, ao passo que 28,57% reconheceram dificuldades nesse processo.

Um dos relatos mais emblemáticos foi registrado por uma das respondentes: “Sim, não é fácil ser dona de casa e trabalhar fora exige muita responsabilidade” (E8). Essa percepção encontra respaldo em Lima et al. (2013), que destacam a sobrecarga feminina decorrente das múltiplas responsabilidades sociais atribuídas à mulher, especialmente no que diz respeito ao cuidado com o lar e com a família.

No tocante à maternidade, foi ainda questionado se as empreendedoras que são mães precisaram interromper suas atividades para atender às demandas de cuidado com os filhos.

Os resultados indicam que 62,5% das respondentes relataram já ter pausado suas atividades por algumas horas com esse objetivo, enquanto 37,5% afirmaram não ter enfrentado essa necessidade. Tal comportamento é compatível com o que afirmam Beutell e O'Hare (2018), ao indicar que mães empreendedoras frequentemente limitam sua atuação profissional em função das necessidades emocionais e físicas dos filhos, priorizando os vínculos familiares em detrimento do empresarial.

4.6 Durante a pandemia: ações, estratégias e panorama

O período da pandemia de Covid-19 impôs desafios inéditos ao ambiente empreendedor, exigindo rápida adaptação dos negócios para mitigar os impactos das medidas restritivas. Para compreender tais desafios, foram levantadas informações referentes a lucratividade, obstáculos enfrentados, mudanças de estratégia, ações emergenciais, reestruturação do marketing e demais práticas adotadas durante esse contexto crítico.

Entre as dificuldades enfrentadas, os relatos mais frequentes incluíram: “o medo”(E1); “os momentos em que eu peguei covid, que não podia trabalhar e meu negócio depende principalmente de mim, semanas sem trabalhar é dinheiro sem receber e as contas continuavam do mesmo jeito” (E2); “ir ao mercado para repor ingredientes”(E3); “manter o caixa” (E4); “saber quem atender devido a morar com meus pais, por eles serem grupo de risco” (E5); “sem locação” (E6); “pagar aluguel, funcionários sem vendas” (E7); “atender a domicílio” (E8); e “problema de deslocamento (E9)”. Essas respostas refletem a vulnerabilidade dos negócios de pequeno porte frente a uma crise sanitária de proporções globais, exigindo resiliência, criatividade e reestruturação por parte das empreendedoras.

Frente a esses desafios, as principais ações adotadas incluíram a reformulação do modelo de negócios, a redução de custos operacionais e a revisão do planejamento estratégico. Tais respostas indicam a adoção de medidas reativas e adaptativas, compatíveis com o perfil de gestão em contextos de crise (He & Harris, 2020).

Em relação à lucratividade, observou-se que 11,1% das entrevistadas não enfrentaram queda no faturamento, 55,6% relataram quedas parciais e 33,3% indicaram aumento nos ganhos durante o período pandêmico. Importa destacar que nenhuma das empreendedoras declarou ter sofrido queda total de faturamento, o que sugere uma capacidade de adaptação significativa.

A fim de compreender os fatores que contribuíram para o aumento de faturamento em alguns casos, investigou-se se houve alteração nas estratégias de marketing. As empreendedoras que modificaram suas abordagens mencionaram a utilização intensiva das

redes sociais, a oferta de promoções e a divulgação digital como principais instrumentos. Esse comportamento está alinhado com Mangold e Faulds (2009), que consideram as mídias sociais fundamentais para a manutenção da comunicação com clientes fidelizados e potenciais, especialmente em contextos de distanciamento social.

Quando questionadas sobre quais plataformas digitais utilizaram durante a pandemia, o Instagram e o WhatsApp foram mencionados por seis empreendedoras cada, seguidos pelo Facebook, citado por três respondentes. Esses dados são compatíveis com o Relatório Digital 2021, que posiciona essas plataformas entre as quatro mais utilizadas no país.

4.7 Cenário atual pós-pandemia

No que se refere à continuidade das práticas implementadas durante a pandemia, observou-se que determinadas estratégias, sobretudo aquelas relacionadas ao uso de redes sociais, foram mantidas. Foram mencionadas, por exemplo, práticas como: “Sempre conversar com a cliente para fazer algo que tenha a ver com ela” (E5), o que remete à personalização do atendimento e ao fortalecimento do relacionamento com o consumidor.

Outro hábito citado por empreendedoras do setor de moda refere-se à entrega de peças em regime de condicional, permitindo que as clientes experimentem os produtos no conforto de suas residências. Essa prática, adotada como alternativa ao distanciamento físico, demonstrou aceitação e preferência do público, sendo mantida mesmo após o fim das medidas sanitárias.

A permanência dessas estratégias demonstra que mudanças forçadas pela pandemia foram incorporadas de maneira permanente aos modelos de negócio, respondendo às novas demandas de consumo por praticidade, segurança e personalização (Siqueira, 2020).

Quanto ao crescimento dos empreendimentos no período pós-pandemia, verificou-se que 33,3% das entrevistadas relataram expansão, enquanto 56,7% afirmaram manter-se em situação de estabilidade. Importante ressaltar que nenhuma das empreendedoras relatou retração, o que revela resiliência, ainda que acompanhada de certa estagnação.

Para compreender as razões da não expansão, questionou-se se as participantes consideravam o momento atual como a melhor fase de seus negócios. As respostas foram variadas:

“Não, despesas muito altas” (E7)

“Sim” (E3, E5, E8)

“Não” (E9)

Entre os fatores mencionados como impeditivos ao crescimento, destacam-se mudança de governo, queda na demanda, elevação de despesas operacionais e alterações nos

hábitos de consumo. Esses elementos são coerentes com o que afirmam Boone et al. (2009), ao reconhecerem que as decisões de consumo estão fortemente influenciadas por fatores econômicos e institucionais.

A respeito da realização de metas empresariais no período de 2022 a 2023, os dados indicaram que, mesmo sem crescimento expressivo, as empreendedoras conseguiram alcançar importantes objetivos, como aquisição de novos equipamentos, ampliação do espaço físico, qualificação e aumento no faturamento. Alguns exemplos incluem:

- “Equipamento novo” (E1)
- “Está em andamento a ampliação do meu negócio” (E2)
- “Faturamento” (E3)
- “Espaço próprio” (E4)
- “Reforma da loja” (E7)
- “Maquinário novo, ampliação de ambiente” (E9)

Esses relatos demonstram que, ainda que em ritmo moderado, os empreendimentos vêm apresentando avanços concretos, representando sinais de consolidação e sustentabilidade.

O quadro 2 que será apresentado a seguir tem por objetivo sistematizar os principais relatos das empreendedoras entrevistadas, oferecendo ao leitor uma visão condensada das múltiplas dimensões que permeiam a experiência do empreendedorismo feminino no contexto analisado.

Quadro 2
Síntese das respostas das empreendedoras (E1 a E9)

Tema	Empreendedoras	Principais Respostas / Destaques
Conciliação trabalho e vida pessoal	E4, E6, E7, E5	“Ainda não consegui 100% isso” (E4); “Com ajuda de Deus” (E6); “Sem gerência, faço o que dá” (E7); “Deixava meu momento de lazer para trás” (E5).
Papéis maternos e conjugais	E8	“Não é fácil ser dona de casa e trabalhar fora exige muita responsabilidade”
Dificuldades durante a pandemia	E1 a E9	Medo (E1); Covid e paralisação (E2); Reposição de insumos (E3); Caixa (E4); Grupo de risco (E5); Falta de locação (E6); Aluguel e funcionários (E7); Atendimento domiciliar (E8); Deslocamento (E9)
Estratégias mantidas no pós-pandemia	E5	Atendimento personalizado: “Sempre conversar com a cliente para fazer algo que tenha a ver com ela”

Percepção sobre o momento atual do negócio ser a melhor fase	E3, E5, E7, E8, E9	“Sim” (E3, E5, E8); “Não, despesas muito altas” (E7); “Não” (E9)
Metas alcançadas (2022–2023)	E1, E2, E3, E4, E7, E9	Equipamento novo (E1); Ampliação em andamento (E2); Faturamento (E3); Espaço próprio (E4); Reforma da loja (E7); Maquinário novo e ampliação (E9)

Fonte: Dados da pesquisa

O quadro permite visualizar com mais clareza a sobrecarga vivida por essas mulheres, que conciliam o negócio, as responsabilidades familiares e os desafios de um mercado instável, especialmente no contexto da pandemia. Os relatos evidenciam tanto a resiliência e capacidade de adaptação quanto os limites enfrentados na gestão diária. A continuidade de práticas adotadas durante a crise, somada à conquista de metas estruturais, indica um caminho de consolidação, embora marcado por esforço constante e falta de apoio institucional. Assim, o quadro reafirma o empreendedorismo como estratégia de sobrevivência e autonomia, sem ignorar suas contradições.

5. CONCLUSÕES

A pandemia da Covid-19 provocou profundas transformações sociais e econômicas, impondo desafios particularmente severos aos microempreendedores, que, diante da fragilidade estrutural, precisaram reagir com estratégias imediatas de sobrevivência. Este estudo evidenciou que o empreendedorismo feminino, mesmo diante de barreiras históricas como a subvalorização e a sobrecarga de trabalho, exerce papel central na economia local, sobretudo em contextos de crise.

A análise empírica mostrou que as empreendedoras de Terra Boa mantiveram seus negócios ativos por meio de criatividade e resiliência. Embora tenham enfrentado queda no faturamento, não houve encerramentos, o que indica que os impactos da pandemia foram superados com reconfiguração de estratégias de marketing, redução de custos e uso intensivo de redes sociais.

No cenário pós-pandêmico, observou-se uma tendência à estagnação no crescimento, atribuída a fatores como custos elevados, mudanças nas preferências dos consumidores e ausência de conhecimento técnico em gestão.

Esta pesquisa contribui significativamente para o campo do empreendedorismo ao integrar a perspectiva de gênero à análise dos impactos da pandemia da Covid-19, com ênfase

no contexto de um município de pequeno porte. Em termos teóricos, o estudo (a) amplia a compreensão do empreendedorismo feminino como um fenômeno multidimensional, articulando os aspectos econômicos, sociais, culturais e emocionais da atuação das mulheres no mundo dos negócios, conforme discutido por Dolabela (2006) e Villas Boas (2010); (b) reforça a análise do empreendedorismo feminino como uma estratégia de enfrentamento da exclusão econômica, evidenciando como muitas mulheres se inserem nesse campo impulsionadas pela necessidade e pela falta de oportunidades formais, especialmente em contextos de crise (Carter & Robb, 2002; Cavada et al., 2017); (c) dialoga com teorias sobre divisão sexual do trabalho e jornada dupla, ao evidenciar a persistência das desigualdades estruturais de gênero, conforme abordado por Hirata e Kergoat (2007) e Lima et al. (2013), e suas implicações para a gestão do tempo e da energia das mulheres empreendedoras; e (d) aprofunda a literatura sobre empreendedorismo em tempos de crise, abordando a pandemia como um fenômeno disruptivo que exigiu inovação, adaptação e resiliência, corroborando com estudos de Ratten (2020) e Leite et al. (2021).

Do ponto de vista prático, os achados oferecem subsídios para políticas públicas e programas de capacitação voltados a mulheres empreendedoras, especialmente em cidades pequenas. Destacam-se: (a) estratégias eficazes durante a pandemia, como uso das redes sociais e personalização do atendimento; (b) identificação de barreiras, como burocracia, falta de apoio e sobrecarga emocional; e (c) o papel do apoio familiar na sustentabilidade dos negócios, tanto emocional quanto financeiramente.

Entre as limitações, destaca-se o recorte territorial e a amostra restrita, que limitam a generalização dos resultados. Sugere-se, para estudos futuros, ampliar a amostra e a abrangência geográfica, realizar estudos longitudinais e análises interseccionais que considerem gênero, raça, classe e escolaridade, aprofundando a compreensão das múltiplas desigualdades que permeiam o empreendedorismo feminino.

A pandemia redefiniu as dinâmicas empresariais, exigindo dos empreendedores não apenas resiliência, mas também inovação e capacidade constante de adaptação.

REFERÊNCIAS

- Alves, M. H., & Guimarães, N. A. (2009). A divisão sexual do trabalho e a desvalorização da mão de obra feminina. In A. B. F. Silva (Ed.), *Gênero e trabalho: reflexões críticas* (pp. 25–42). São Paulo: Expressão Popular.
- Alves, N. C., & Triviños, A. N. S. (2013). Introdução à pesquisa em ciências sociais: A pesquisa qualitativa em educação – O positivismo, a fenomenologia, o marxismo.

|

Formação (Online), 1(20).

<https://revista.fct.unesp.br/index.php/formacao/article/view/2335>

Amaral, G. A. (2012). Os desafios da inserção da mulher no mercado de trabalho. *Itinerarius Reflectionis: Revista eletrônica do curso de pedagogia do campus Jataí, Universidade Federal de Goiás*, 8(2), 1–20.

Andrade, M. M. (2002). *Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: Noções práticas* (5ª ed.). São Paulo: Atlas.

Ávila, M. B., & Portes, L. H. (2012). A sobrecarga de trabalho feminino e seus impactos na saúde. *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, 37(125), 85–94.
<https://doi.org/10.1590/S0303-76572012000100010>

Azambuja, M. P., Silva, R. M., & Costa, M. F. (2007). Múltiplas jornadas de trabalho e saúde mental de mulheres. *Revista de Saúde Pública*, 41(4), 665–672.
<https://doi.org/10.1590/S0034-89102007000400020>

Barbosa, F. C., Carvalho, C. F., Simões, G. M. M., & Teixeira, R. M. (2011). Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 5(2), 124–141.

Beutell, N., & O'Hare, M. (2018). Work schedule and work schedule control fit: Work-family conflict, work-family synergy, gender, and satisfaction. *SSRN*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3105671>

Bomfim, L. C. S., & Teixeira, R. M. (2015). Empreendedorismo feminino: Desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 9(2), 48–69.

Boone, L. E., Kurtz, D. L., & Block, C. S. (2009). *Contemporary marketing* (13th ed.). South-Western Cengage Learning.

Bruschini, M. C. A., & Prüppin, V. M. A. (2004). Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. *Cadernos de Pesquisa*, 34(123), 37–59. <https://doi.org/10.1590/S0100-15742004000100003>

Calás, M. B., & Smircich, L. (1998). On femininity and feminist organizational theories. In S. R. Clegg, C. Hardy, & W. R. Nord (Eds.), *Handbook of organization studies* (pp. 218–257). SAGE Publications.

Carranza, E., Dhakal, C., & Love, I. (2018). *Female entrepreneurs: How and why are they different?* Washington, DC: World Bank. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-8644>

Carter, S., & Robb, A. (2002). *The impact of finance on women-owned businesses: A review of the literature*. Small Business Service.

Castells, Manuel. (2005). *A sociedade em rede*. 8th ed. São Paulo: Paz e Terra.

Cavada, M. C., Maffini Gomes, C., & Sampaio, C. A. C. (2017). O processo empreendedor

|

em empresas criadas por necessidade. *Gestão & Produção*, 24(1), 119–131.
<https://doi.org/10.1590/0104-530X1932-15>

Cordeiro de Souza, H. (2023). O empreendedorismo e suas principais vertentes teóricas: Uma visão crítica. *Revista Estudos e Pesquisas em Administração*, 7(1).
<https://doi.org/10.30781/repad.v7i1.14558>

Cruz, R. C., & Moraes, R. L. (2013). O impacto da crise na sustentabilidade de micro e pequenas empresas: Um estudo de caso. *Revista de Administração da UFSM*, 6(2), 336–355.

Dolabela, F. (2006). *O segredo de Luísa: Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios* (24^a ed.). Cultura Editores Associados.

Fonseca, J. J. S. (2002). *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC.

Freitag, R. M. (2018). Teoria crítica: ontem e hoje. *Impulso*, 28(70), 15–28.

Goldenberg, M. (1997). *A arte de pesquisar*. Rio de Janeiro: Record.

Governo Federal. (2020). *Boletim do Mapa de Empresas - Impactos da pandemia de COVID-19*. Ministério da Economia. <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/publicacoes/boletins/boletim-do-mapa-de-empresas>

He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176–182.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.030>

IBGE. (2022). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua: 3º trimestre de 2022*. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
<https://www.ibge.gov.br/>

Lindo, J. M., Sanders, N. J., & Oreopoulos, P. (2004). Ability, gender, and performance standards: Evidence from academic probation. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series*, No. 17427.

Loiola, E. (2016). Empreendedorismo feminino e as múltiplas jornadas de trabalho. *Revista Científica do UNIFATEA*, 9(2), 95–110.

Longo, A. R., Rabelo, A. G., & Silva, L. G. (2017). O protagonismo da mulher empreendedora no Brasil: uma análise da liderança feminina. *Revista Interfaces Científicas - Humanas e Sociais*, 5(2), 19–32.

Machado, H. V., Paiva, E. L., & Souza, E. M. (2016). Empreendedorismo e gênero: Um estudo com mulheres empreendedoras no Brasil. *Revista de Administração Mackenzie*, 17(4), 124–149. <https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n4p124-149>

Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.

- Michel, M. H. (2005). *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos*. Revista Atlas.
- Micozzi, A., & Lucarelli, C. (2016). Heterogeneity in entrepreneurial intent: The role of gender across countries. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(2), 173–194.
- Minayo, M. C. S. (Org.). (2001). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (18ª ed.). Vozes.
- Murani, M., & Meron, M. (2016). Como contar o trabalho das mulheres? In A. R. de Paiva Abreu, H. Hirata, & M. R. Lombardi (Eds.), *Gênero e trabalho no Brasil: perspectivas interseccionais* (pp. xx-xx). Boitempo.
- Oliveira, J. (2020). 716.000 empresas fecharam as portas desde o início da pandemia no Brasil, segundo o IBGE. *El País*. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-07-19/716000-empresas-fecharam-as-portas-desde-o-inicio-da-pandemia-no-brasil-segundo-o-ibge.html>
- Paoli, M. C. P. M. (1987). Trabalhadores urbanos na fala dos outros: tempo, espaço e classe operária brasileira. *Cultura e Identidade Operária: Aspectos da Cultura da Classe Trabalhadora*. UFRJ/Marco Zero. Disponível em: https://biblio.fflch.usp.br/Paoli_MCPM_9_771685_TrabalhadoresUrbanosNaFalaDosOutros.pdf
- Pluut, H., Ilies, R., Curseu, P. L., & Liu, Y. (2018). Social support at work and at home: Dual buffering effect in the work-family conflict process. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 146, 1–13.
- Probst, E. R. (2003). A evolução da mulher no mercado de trabalho (Monografia de Especialização). Instituto Catarinense de Pós-graduação, Florianópolis.
- Ratten, V. (2020). Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 629–634.
- Relatório Digital 2021. (2021). Data Reportal. Disponível em: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-brazil-january-2021-v01> Acesso em: 10/11/2023.
- Santos, C. M. M. (2012). *As mulheres brasileiras: do espaço privado da casa para as posições executivas nas organizações brasileiras* (Dissertação de Mestrado). PUC Minas, Belo Horizonte.
- SEBRAE. (2020). *O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios* (2ª ed.). <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal>
- Silva, M. S., Lasso, S. V., & Mainardes, E. W. (2016). Características do empreendedorismo feminino no Brasil. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, 13(2), 150–167.

- Simões, F. I. W., & Hashimoto, F. (2012). Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX. *Revista Vozes dos Vales: Publicações Acadêmicas da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri*, 1(2).
- Simões, A., Ferreira, J., & Lopes, R. (2012). Empreendedorismo feminino e conciliação trabalho-família: desafios e estratégias. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 1(2), 45–62.
- Siqueira, E. D. (2020). A atuação do marketing digital como meio para divulgação do marketing social frente à pandemia de COVID-19 no Brasil. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, 5(5), 55–64.
- Souza, A. A. de, Ruppim, L. W., Cunha, N. G., & Freitas, J. M. (2014). Os desafios enfrentados pelos empreendimentos solidários: Um estudo na Região Metropolitana de Belo Horizonte - MG. In *VIII Encontro de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)*, Goiânia. <http://www.egepe.org.br/anais/tema02/315.pdf>
- Tiryaki, G. F. (2008). A informalidade e as flutuações na atividade econômica. *Estudos Econômicos*, 38(1), 97–125.
- Villas Boas, A. (2010). *Valor feminino: Desperte a riqueza que há em você*. Edição do Autor.
- Wu, Z. A. (2012). Second-order gender effects: The case of US small business borrowing cost. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 443–463.

Terra Boa de mulheres fortes: germinando o empreendedorismo feminino no solo pós tempestade

RESUMO

A presente investigação tem por finalidade analisar as dinâmicas contemporâneas do empreendedorismo feminino no contexto pós-pandêmico, com ênfase no município de Terra Boa, Paraná. A pesquisa integra abordagens quantitativa e qualitativa com vistas a capturar, de forma ampla e crítica, os efeitos persistentes da crise sanitária da Covid-19 sobre negócios liderados por mulheres. Mediante aplicação de questionários estruturados e semiestruturados junto a nove empreendedoras locais, foram examinadas variáveis relativas à sustentabilidade dos empreendimentos, estratégias de adaptação e conciliação entre papéis sociais e empresariais. Os achados evidenciam a centralidade do empreendedorismo enquanto estratégia de enfrentamento da exclusão econômica e da precarização laboral, especialmente entre mulheres que acumulam múltiplas jornadas e carecem de suporte institucional. Apesar da ausência de crescimento expressivo no período pós-crise, observou-se notável resiliência, materializada na manutenção dos negócios, incorporação de práticas digitais e realização de metas estruturais. A pesquisa contribui para a ampliação das reflexões sobre a interseccionalidade de gênero, trabalho e território, ao problematizar os limites e as potencialidades do empreendedorismo feminino em realidades periféricas, reforçando sua relevância como instrumento de autonomia e transformação socioprodutiva em contextos adversos.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino; Crise sanitária; Autonomia econômica; Resiliência; Interseccionalidade.

Terra Boa of strong women: nurturing female entrepreneurship in post-storm soil

ABSTRACT

This research aims to analyze the contemporary dynamics of female entrepreneurship in the post-pandemic context, focusing on the municipality of Terra Boa, Paraná. The study integrates both quantitative and qualitative approaches to broadly and critically capture the persistent effects of the Covid-19 health crisis on women-led businesses. Through the application of structured and semi-structured questionnaires with nine local female entrepreneurs, the research examined variables related to business sustainability, adaptation strategies, and the reconciliation of social and entrepreneurial roles. The findings highlight the centrality of entrepreneurship as a strategy to confront economic exclusion and labor precariousness, especially among women who juggle multiple roles and lack institutional support. Despite the absence of significant growth in the post-crisis period, notable resilience was observed, evidenced by the continuity of businesses, the adoption of digital practices, and the achievement of structural goals. This study contributes to the expansion of reflections on the intersectionality of gender, labor, and territory by problematizing the limits and potential of female entrepreneurship in peripheral realities, reinforcing its relevance as an instrument of autonomy and socio-productive transformation in adverse contexts.

Keywords: Female entrepreneurship; Health crisis; Economic autonomy; Resilience; Intersectionality.

Terra Boa of strong women: nurturing female entrepreneurship in post-storm soil

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar las dinámicas contemporáneas del emprendimiento femenino en el contexto pospandémico, con énfasis en el municipio de Terra Boa, Paraná. El estudio integra enfoques cuantitativos y cualitativos con el fin de captar de forma amplia y crítica los efectos persistentes de la crisis sanitaria del Covid-19 sobre los negocios liderados por mujeres. A través de la aplicación de cuestionarios estructurados y semiestructurados a nueve emprendedoras locales, se examinaron variables relacionadas con la sostenibilidad de los emprendimientos, las estrategias de adaptación y la conciliación entre los roles sociales y empresariales. Los hallazgos evidencian la centralidad del emprendimiento como estrategia para enfrentar la exclusión económica y la precariedad laboral, especialmente entre mujeres que asumen múltiples jornadas y carecen de apoyo institucional. A pesar de la ausencia de un crecimiento significativo en el período posterior a la crisis, se observó una notable resiliencia, expresada en la continuidad de los negocios, la incorporación de prácticas digitales y la concreción de metas estructurales. La investigación contribuye a ampliar las reflexiones sobre la interseccionalidad de género, trabajo y territorio, al problematizar los límites y las potencialidades del emprendimiento femenino en realidades periféricas, reforzando su relevancia como instrumento de autonomía y transformación socioproductiva en contextos adversos.

Palabras clave: Emprendimiento femenino; Crisis sanitaria; Autonomía económica; Resiliencia; Interseccionalidad.