



## HOME-OFFICE DE MULHERES EMPREENDEDORAS: UMA ANÁLISE NO PERÍODO DA PANDEMIA DO CORONAVÍRUS

### HOME-OFFICE OF ENTREPRENEURIAL WOMEN: AN ANALYSIS IN THE PERIOD OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC

**Taís Bruna Viana Fonseca**

Bacharel em Administração pela UNESPAR – Paranavaí/PR

[taisbruna@gmail.com](mailto:taisbruna@gmail.com)

**Edi Carlos de Oliveira**

Prof. Mestre na UNESPAR – Paranavaí/PR

[edicarlosdeoliveira@hotmail.com](mailto:edicarlosdeoliveira@hotmail.com)

#### RESUMO

Desde que os primórdios da civilização, o homem primitivo já apresentava características empreendedoras e com o decorrer dos anos, o processo de empreender deu um importante salto com as grandes civilizações. No caso do Brasil, o empreendedorismo ganhou força com a abertura econômica nos anos 90, onde a economia nacional passou por profundas mudanças. A mulher empreendedora ganhou destaque nesse cenário que se constituiu, mesmo que o empreendedorismo feminino é causado por motivações diferentes em relação às motivações dos homens e que outra realidade deve ser levada em consideração: os desafios que a mulher enfrenta para empreender, como as dificuldades em conciliar a vida pessoal e profissional, o preconceito por parte dos homens e a dupla jornada, que as obriga a conciliar responsabilidades da vida pessoal com a profissional. No atual cenário da pandemia, o Brasil caminha para registrar o maior número de empreendedores de sua história, não exatamente por vocação, mas principalmente por necessidade. Nesse sentido, essa pesquisa tem por objetivo analisar a atuação de mulheres empreendedoras em home-office no período de isolamento social devido à pandemia do coronavírus. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, descritiva, realizada com mulheres empreendedoras de Paranavaí – PR e resultados proporcionados pela técnica de análise de conteúdo. Os resultados apontam que embora o home-office tenha pontos fortes, a dificuldade em separar atribuições profissionais de atribuições pessoais e domésticas é um desafio na rotina diária dessas empreendedoras.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Mulher empreendedora. Pandemia. Home-office.

#### ABSTRACT

Since the dawn of civilization, primitive man already had entrepreneurial characteristics and over the years, the process of entrepreneurship has taken an important leap with the great civilizations. In the case of Brazil, entrepreneurship gained strength with the economic opening in the 1990s, when the national economy underwent profound changes. The entrepreneurial woman gained prominence in this scenario that was created, even though female entrepreneurship is caused by different motivations in relation to the motivations of men and that another reality must be taken into account: the challenges that women face to undertake,



such as difficulties in reconcile personal and professional life, prejudice on the part of men and the double shift, which forces them to reconcile personal and professional life responsibilities. In the current scenario of the pandemic, Brazil is on track to register the largest number of entrepreneurs in its history, not exactly by vocation, but mainly by necessity. In this sense, this research aims to analyze the performance of women entrepreneurs in the home-office during the period of social isolation due to the coronavirus pandemic. It is a qualitative, descriptive research, carried out with women entrepreneurs from Paranavaí - PR and results provided by the content analysis technique. The results show that although the home-office has strengths, the difficulty in separating professional assignments from personal and domestic assignments is a challenge in the daily routine of these entrepreneurs.

**Keywords:** Entrepreneurship. Entrepreneurial woman. Pandemic. Home-office.

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil, em seu ambiente interno, possui mais de 24 milhões de mulheres que se tornaram empreendedoras, sendo que a grande maioria se aventurou nesse processo em função da necessidade, seja para aumentar a renda, superar o desemprego ou conquistar independência financeira; porém, é sabido que as mulheres, além de desempenharem suas funções profissionais, ao término de sua jornada de trabalho, iniciam uma segunda jornada – resolver problemas domésticos e familiares, bem como a prática dos cuidados com a casa e com os filhos (ESTEVANS, 2021).

Frente ao desafio já presente na realidade das mulheres empreendedoras, surge um outro, que deixa sua rotina ainda mais complexa. Trata-se da necessidade de trabalhar por home-office, em virtude da pandemia do novo coronavírus, fazendo com que as mulheres empreendedoras tenham que se adaptar ao novo cenário e cumprir com suas tarefas profissionais e domésticas sem que tenham que sair de suas próprias casas, o que demanda maior organização e planejamento por parte delas. Seria essa uma nova maneira de empreender, pois essas mulheres estão aprendendo a sobreviver através do reposicionamento de suas atribuições em home-office, além de elas perceberem que esses momentos de crise também servem como oportunidades e aprendizados (GARCIA, 2021).

Com isso, tanto se fala em empreendedorismo nos dias atuais, mas se tem pouca clareza sobre o seu conceito; sendo assim, Bueno (2019) ressalta que o empreendedorismo consiste na capacidade de um indivíduo identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode-se perceber, então, que o empreendedorismo está absolutamente ligado à inovação, onde novos bens produtos ou serviços são inseridos no mercado. As pesquisas indicam que o Brasil apresenta grande potencial para o empreendedorismo (BUENO, 2019).

Nesse contexto do empreendedorismo, as mulheres vêm se destacando a cada dia mais, de modo que o empreendedorismo feminino vem ganhando mais força no mundo e no Brasil. Segundo Osório (2020), o empreendedorismo feminino, em alguns países, chega até mesmo a assustar algumas parcelas da sociedade, que haviam relegado à mulher um papel secundário na economia, seja por questões culturais ou descrença no potencial empreendedor da mulher.

Assim, com todos os preconceitos, ser mulher empreendedora no Brasil não é relativamente fácil e no ano de 2020, empreender ficou mais difícil, pois surgiu algo inesperado – a pandemia do Coronavírus, que alterou a rotina de todas as pessoas, dentre elas, as mulheres. De acordo com dados do SEBRAE (2020), a pandemia de coronavírus mudou o funcionamento



de 5,3 milhões de pequenas empresas no Brasil, o que equivale a 31% do total. Outros 10,1 milhões, ou 58,9%, interromperam as atividades temporariamente. Ante o exposto, essa pesquisa tem como objetivo analisar a atuação de mulheres empreendedoras em home-office no período de isolamento social devido à pandemia do coronavírus.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Essa seção se propõe ao resgate de teorias que auxiliem a compreensão do problema de pesquisa, bem como sustentem as discussões com vistas a atingir o objetivo proposto. Dessa forma, as abordagens teóricas são relacionadas ao empreendedorismo; empreendedorismo no Brasil; características do empreendedorismo; mulher empreendedora; e, algumas considerações sobre o coronavírus e o empreendedorismo no Brasil.

### 2.1 Empreendedorismo

Desde que os primórdios da civilização, o homem primitivo já apresentava características empreendedoras. Naquele período, para sobreviver era preciso construir diversas ferramentas que tinham por objetivo facilitar o processo de caça de animais. A história conta que o *homo habilis*, um dos ancestrais do *homo sapiens*, surgiu há aproximadamente 2 milhões de anos, e já realizava o hábito de caçar (LUIZ, 2020).

Com o decorrer dos anos, o processo de empreender deu um importante salto com as grandes civilizações antigas. A construção das pirâmides do Egito é um belo exemplo de empreendedorismo, pois para sua construção foram necessários anos de trabalho e milhares de trabalhadores (ALFREDO, 2009).

A evolução dos tempos fez com que no período da Revolução Industrial, as atuações desenvolvidas pelos empreendedores contemplavam também a organização e o controle, misturando os mesmos com administradores (IPED, 2020).

O empreendedor surge como uma figura independente de capitalistas, sendo o profissional que trabalha com seus próprios planos e investimentos, sem o dedo de terceiros. Atualmente, o conceito se refere ao profissional que dá início a uma organização, tanto em setores inovadores quanto tradicionais, mas no início de seu trabalho, o conceito era sobre um profissional que possuía habilidades técnicas para produzir, colaborando no desenvolvimento econômico com a transformação de recursos em negócios lucrativos (IPED, 2020, p. 1).

Segundo Coutinho (2019) o empreendedorismo apareceu no século XVII com o início da industrialização, que aconteceu por todo o mundo em função da “Primeira Revolução Industrial” que foi na Grã-Bretanha. Com a modificação do modelo econômico, os empreendedores passaram a se distinguir dos fornecedores de capital, os capitalistas. Nesse período, os primeiros empreendedores firmaram contratos com os órgãos governamentais para inserir novos produtos no mercado com seus próprios planos de negócios e investimentos, sem a participação dos agentes capitalistas.

Com o decorrer do tempo o empreendedorismo foi se desenvolvendo, admitindo riscos financeiros, psicológicos e sociais, e ajudando com desenvolvimento econômico mundial pela modificação criativa, diferenciada e cada vez mais valorizada de recursos em negócios lucrativos (IPED, 2020), realidade que também é percebida no Brasil, cujo lastro empreendedor se mostra em grandes escalas e modifica realidades de diversas pessoas, contribuindo para com



o desenvolvimento social e econômico do país. Frente a essa realidade, mostra-se relevante apresentar algumas contribuições teóricas que evidenciam a realidade do empreendedorismo no Brasil.

## 2.2 Empreendedorismo no Brasil

A partir do século XVII, com a colonização dos portugueses, percebendo a vastidão e o grande poder de exploração do território brasileiro, abancou a ocupar definitivamente essas terras, dividindo aos cidadãos portugueses. Entre as várias pessoas que realizaram os mais diversos empreendimentos no período de colonização, lembrando que a maioria deles à custa de trabalho escravo, um merece destaque: Irineu Evangelista de Sousa, o Barão de Mauá (ALFREDO, 2009).

Descendente dos primitivos empreendedores portugueses, o Barão de Mauá foi responsável por diversos empreendimentos, como a fabricação de caldeiras de máquinas a vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas, tubos para encanamentos e outros. Seu perfil empreendedor deixou uma herança que ainda hoje é tida como uns dos primeiros grandes empreendedores do Brasil (ALFREDO, 2009).

Costa (2009, p. 1) explica que “no Brasil o empreendedorismo ganhou força com a abertura econômica nos anos 90. A economia nacional passou por profundas mudanças. Com a abertura das importações, as empresas nacionais tiveram que se organizar e se modernizar.” No período anterior à abertura econômica dos anos 90, a terminologia empreendedorismo era quase que desconhecida no Brasil, sendo que a abertura de pequenas empresas era quase impossível pela instabilidade econômica e política, porém existiam sim empreendedores que estavam atuando dentro de grandes empresas, em áreas como finanças e marketing, e em outras áreas empresariais (COSTA, 2009).

Atualmente, o conceito e o contexto do empreendedorismo evoluíram não somente para a criação do novo no sentido empresarial de ser o dono do próprio negócio, mas enfatizando que “empreender é mais uma atitude a ser tida no trabalho” (SOUZA, 2020, p. 1). Além dessa percepção, algumas pesquisas indicam que nos dias de hoje, aproximadamente 52 milhões de brasileiros são donos do próprio negócio, sendo que a taxa atual de empreendedorismo total é de 38% e está entre uma das maiores do mundo. Dessa forma, o empreendedorismo se ligou a novos modelos de negócios e novos modelos de produção de bens ou serviços (SOUZA, 2020).

### 2.2.1 Empreendedorismo no Brasil na atualidade

O perfil do empreendedor brasileiro nunca esteve tão em alta e, nos momentos de colapso, ele aparece mais ainda. E mesmo com a crise (sem precedentes), causada pelo avanço da pandemia do novo coronavírus, estima-se que a pandemia deve incentivar a quantidade de pessoas que vão empreender como uma opção de renda (SEBRAE, 2020).

Em 2019, o GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que realiza um monitoramento de empreendedorismo global, marcou que o país atingiu 23,3% de taxa de empreendedorismo inicial, estimada uma das maiores marcas até o momento e o segundo melhor patamar total de empreendedores (38,7% da população adulta, entre 18 e 64 anos) desde 2002. O último levantamento do GEM, em 2019, demonstra que existam um total de 53,4 milhões de brasileiros à frente de alguma atividade empreendedora, envolvidos na invenção de um novo



empreendimento, concretizando uma nova empresa ou fazendo esforços para manter uma empresa já estabelecida (SEBRAE, 2020).

Uma outra realidade que deve ser levada em consideração diz respeito ao empreendedorismo feminino, que segundo informações do website Inovação Sebrae (2020), o “relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM)”, feito no Brasil todos os anos desde 2000, demonstrou, em 2017, que mulheres têm empreendido tanto quanto homens quando falamos de negócios em estágios iniciais.”

Essas ações empreendedoras, por parte das mulheres, evidenciam a necessidade das mesmas pela busca de uma colocação no mercado de trabalho que permita o equilíbrio entre vida profissional e pessoal. Além do fato da tentativa de as mulheres tentarem equiparar uma realidade em que profissionais do sexo feminino ganham, em média, cerca de 70% do salário dos homens. Assim nas últimas duas décadas, o número de empresas abertas por mulheres mais que dobrou (INOVAÇÃO SEBRAE, 2020).

### 2.3 Características do empreendedorismo

Muito se fala sobre empreendedorismo nato, se a pessoa nasce empreendedora ou ela pode desenvolver características empreendedoras. Estudos afirmam que muitas pessoas realmente já são propensas a serem empreendedoras. Isso se deve a sua personalidade e modo como foi criado. Mas esses atributos podem ser desenvolvidos ao longo da vida, por meio de cursos e treinamentos sobre empreendedorismo (ALFREDO, 2009).

A maioria das pessoas têm características e habilidades naturais que podem ser desenvolvidas por meio de formações específicas e profissionais. Algumas características podem ser fundamentais para um indivíduo desenvolver o que os especialistas da área chamam de “ímpeto empreendedor”, que segundo Bueno (2019) que são: iniciativa e busca de oportunidades; persistência; cálculo de riscos; preocupação com qualidade e eficiência; comprometimento; busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemáticos; persuasão e rede de contatos; e, independência e autoconfiança, conforme pode ser visualizado no quadro 1, a seguir.

<b>Iniciativa e busca de oportunidades</b>	Empreendedores com esses atributos comumente agem com proatividade, estando prontos para situações adversas. Elas também conseguem crescer em situações desfavoráveis.
<b>Persistência</b>	É uma das principais características de um empreendedor, que o torna bem-sucedido em suas ações para enfrentar os problemas e alcançar o sucesso.
<b>Cálculo de riscos</b>	Ser empreendedor é saber correr riscos, desde assuntos econômicos até problemas com fornecedores ou na estrutura física da empresa, porém esses riscos devem ser mapeados, calculados e planejados.
<b>Preocupação com qualidade e eficiência</b>	Um bom empreendedor deve sempre estar disposto a fazer o melhor e sempre buscar melhorias para seu negócio, no sentido de satisfazer as necessidades de seus clientes.
<b>Comprometimento</b>	Ser comprometido é uma das grandes características de um empreendedor, envolvendo sacrifício pessoal e responsabilidades no negócio.
<b>Busca de informações</b>	Para ter sucesso, é importante que o empreendedor esteja sempre atualizado em tudo que envolve dados e informações sobre seu negócio.



<b>Estabelecimento de metas</b>	Estabelecer metas que sejam bastante claras para o empreendimento, tanto em curto como em longo prazo é de suma importância.
<b>Planejamento e monitoramento sistemáticos</b>	Planejamento é base para qualquer empreendedor. Desde o início do negócio é necessário saber organizar tarefas e processos de maneira objetiva, com prazos definidos, para conseguir mensurar e avaliar os resultados.
<b>Persuasão e rede de contatos</b>	A persuasão junta o uso de estratégias para influenciar pessoas, além de se relacionar com quem pode auxiliar a alcançar os objetivos do empreendimento.
<b>Independência e autoconfiança</b>	É importante ter independência para desenvolver as atividades necessárias para estimular o crescimento da empresa. Esse processo exige autoconfiança para assumir riscos e tomar decisões estratégicas.

**Quadro 1:** Características vinculadas ao ímpeto empreendedor.

**Fonte:** Elaborado a partir de Bueno (2019).

A partir das características apontadas por Bueno (2019), cabe a percepção de Pilleggi (2016, p. 1), que afirma que

O empreendedorismo é um conjunto de comportamentos e hábitos. Até pouco tempo, se imaginava que o empreendedor nascia empreendedor, mas hoje é sabido que as características de um empresário de sucesso podem ser adquiridas com capacitação adequada.

## 2.4 Mulher empreendedora

Pesquisas apontam que o empreendedorismo feminino é causado por motivações diferentes em relação às motivações dos homens para empreender. A busca pela independência financeira é uma das principais causas; porém, para as mulheres, além desse motivo, elas também empreendem pela satisfação pessoal (OSÓRIO, 2019).

De acordo com o SEBRAE (2019), as mulheres decidem empreender por diversos motivos, sendo eles: mais flexibilidade, horários definidos pela própria empreendedora, dificuldade de encontrar colocação no mercado e a busca por realização profissional.

Quanto às características da mulher empreendedora, Osório (2019) destaca que existem diversas pesquisas que demonstram que o empreendedorismo feminino vem aumentando pelo simples fato de as mulheres possuírem características naturais que as favorecem no empreendedorismo, tais como: são mais detalhistas, intuitivas e muito sensíveis, características que melhoram seu desempenho na gestão das empresas; tendem a juntar as básicas características femininas, como sensibilidade, intuição e cooperação, com ações avançadas como coragem, determinação e iniciativa; estão mais dispostas a investir mais em capacitação; buscam mais informações sobre o negócio que pretendem abrir do que os homens; são mais atenciosas e cuidadosas com os clientes (na maioria das vezes); e, tendem a harmonizar melhor suas atividades profissionais com as atividades pessoais.

Empreender por si só já é um amplo desafio. Iniciar um negócio, passar por todas as etapas do seu crescimento e se manter no mercado é hoje um processo muito difícil. Assim, quanto às dificuldades que as mulheres enfrentam ao empreender, Bittencourt (2016) aponta a questão do preconceito e as dificuldades de conciliar a vida pessoal e profissional.

As mulheres que empreendem enfrentam os mesmos desafios de qualquer empreendedor; contudo, elas tendem a encarar dificuldades maiores pelo simples fato de serem



mulheres, tendo em vista que sua atuação será para uma sociedade que ainda é muito preconceituosa, inclusive no cenário de negócios (BITTENCOURT, 2016).

Em relação aos principais desafios que a mulher enfrenta para empreender, Bittencourt (2016) comenta sobre as dificuldades da mulher em conciliar a vida pessoal e profissional, sobre o preconceito; e também amplia a lista dos desafios pelos quais as mulheres tendem a enfrentar ao decidirem empreender, acrescentando a dupla jornada, o medo e a autoconfiança como desafios.

Em relação às dificuldades ligadas à vida pessoal, conseguir conciliar a vida pessoal com o negócio, a educação dos filhos cuidar da casa, ser esposa e ainda gerenciar um negócio é muito desafiador para a mulher. Normalmente, se tornam empreendedoras antes de casar e ter filhos, mas quando esses fatos ocorrem ficam com dificuldades de gerenciar essas questões e o sentimento de culpa passa a ser um grande parceiro das mulheres (BITTENCOURT, 2016).

Outro grande desafio para a mulher é o preconceito por parte dos homens no meio empresarial, fazendo com que as mulheres continuem enfrentando essas discriminações no mundo dos negócios e, com isso, fazer o seu negócio próprio prosperar pode ser muito mais difícil em face desse desafio (BITTENCOURT, 2016).

Quanto à dupla jornada, o simples fato de as mulheres terem que conciliar todas as responsabilidades da vida pessoal com a profissional torna-se um desafio. A maioria das mulheres empreendedoras tem ciência da sua função econômica, mas a maioria ainda é responsável pela gestão da casa e educação dos filhos (BITTENCOURT, 2016).

Por fim, destaca-se que o medo e a autoconfiança são elementos que se fazem presentes na vida da mulher empreendedora, mas o enfrentamento desses elementos pode ser impulsionado quando as mulheres buscam avanços nos aspectos comportamentais e técnicos, que proporcionam mais segurança em suas tomadas de decisões (SEBRAE, 2020).

Além desses desafios, Goulart (2020) chama a atenção para o trabalho em home-office, em virtude do distanciamento social provocado pela pandemia do coronavírus. Nessa modalidade de trabalho, as atividades profissionais e domésticas se misturam. Não é possível dizer mais que a mulher tem dupla jornada de trabalho, pois as atividades das quais tem que cumprir acontecem simultaneamente. Nesse contexto, percebe-se a desvantagem da mulher em relação ao homem, pois com a falta de apoio, sem empregadas domésticas e com o fechamento das escolas, as mulheres tiveram que desempenhar várias funções, o que tirou delas a competitividade no mundo dos negócios.

De acordo com dados do IBGE (2020), as mulheres dedicam 21 horas semanais para cumprir com tarefas domésticas e cuidados com a família, enquanto que os homens se dedicam apenas 10 horas semanais com a realização das mesmas atividades. Isso demonstra que há um certo desequilíbrio que favorece os homens e compromete o trabalho profissional das mulheres, que em tempos de pandemia, necessitam realizar atividades profissionais em home-office.

## **2.5 Coronavírus e o empreendedorismo no Brasil**

Estudos mostram que o coronavírus já existe há bastante tempo. O vírus foi identificado pela primeira vez em 1937 e descrita especificamente como corona em 1965, quando se conheceram suas características morfológicas. Sabe-se que tem vários tipos de coronavírus, sendo que a maioria deles infecta apenas animais; porém, esse vírus foi causa de

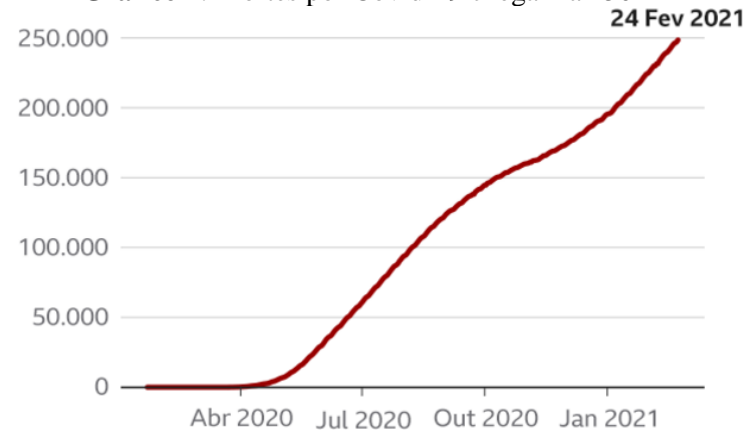


duas epidemias recentes que provocavam síndromes respiratórias graves em seres humanos (MOTA, 2020).

Atualmente, a pandemia é causada por um coronavírus novo, denominado de Sars-Cov-2, que começou a contaminar pessoas na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019; porém, ainda não se sabe a origem definitiva do vírus que provoca a Covid-19, que é transmitida quando alguém que se encontra infectado tosse ou espirra, expelindo gotículas contaminadas com o vírus e essas gotículas acabam entrando no sistema respiratório das pessoas (MOTA, 2020).

De acordo com BBC News (2021, p. 1), “o Brasil acumula um quarto de milhão de mortes por covid-19, às vésperas de se completar um ano desde o primeiro caso de coronavírus ter sido identificado no país”, conforme pode ser visualizado no gráfico 1, a seguir:

**Gráfico 1:** Mortes por Covid-19 chegam a 250 mil



**Fonte:** BBC News (2021)

De acordo com a Organização Pan-Americana de Saúde – OPAS (2021), em 12 de fevereiro de 2021, já se contabilizava 107.423.526 casos confirmados e 2.360.280 mortes no mundo. No caso do Brasil, em 15 de fevereiro de 2021 o país contabilizava 9.865.911 casos confirmando e 239.893 óbitos por Covid-19 desde o início da pandemia (G1, 2021).

Segundo orientações sanitárias divulgadas pela OPAS (2021), as medidas de prevenção do Covid-19 consistem em manter o distanciamento social, isolamento e principalmente um rigor ainda maior com a assepsia pessoal e dos produtos manuseados; e ainda: lavar as mãos com água e sabão e passar álcool em gel quando estiver fora de casa; evitar tocar mucosas de olhos, nariz e boca, mesmo com as mãos limpas; permanecer em ambientes ventilados e sem aglomerações; higienizar superfícies para prevenir o contágio; usar máscaras quando estiver em ambiente público; manter a distância mínima de um metro e meio de outras pessoas; e, manter o isolamento social, quando possível.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) alerta, que as medidas de isolamento social são a melhor opção para conter a proliferação do vírus e exigiu dos governos a garantia da renda e do bem-estar da população. O diretor de emergências da OMS, Michael Ryan, destacou que “no momento, restrições à circulação são única forma que governos têm pra conter a propagação do vírus”, tendo em vista que “essas medidas que atingem toda a sociedade são difíceis” (G1, 2020, p. 1).

Mas mesmo com as dificuldades do momento, especialistas do setor econômico acreditam que 2021 será um ano de esperança, sobretudo aos empreendedores, pois com a





esperança da vacinação e a possibilidade de estímulos fiscais e monetários, há uma grande possibilidade de recuperação por parte das empresas (EL PAÍS, 2021).

De acordo com o SEBRAE (2020) a crise do Covid-19 alterou o funcionamento de 5,3 milhões de pequenas empresas no Brasil, o que equivale a 31% do total. Outras 10,1 milhões, ou 58,9%, cortaram as atividades provisoriamente. Assim, pode-se observar como as maneiras de atuar dos pequenos empreendedores estão evoluindo neste período. Entre as empresas que permaneceram trabalhando, 41,9% realizam apenas entregas via atendimento online, outros 41,2% estão trabalhando com horário reduzido, enquanto 21,6% estão realizando trabalho em casa [home-office].

Para os empreendedores natos, são através das dificuldades que surgem oportunidades. Assim, de acordo com Frazão (2020, p. 1) “o Brasil caminha, em 2020, para registrar o maior número de empreendedores de sua história. Não exatamente por vocação, mas principalmente por necessidade”. Os dados relacionados aos Microempreendedores Individuais cresceram 14,8% após o início da pandemia, resultando em 10,9 milhões de registros (FRAZÃO, 2020).

Frazão (2020) destaca que os indivíduos estão buscando no empreendedorismo a possibilidade de incrementos de renda, sobretudo em função da crise gerada no período da pandemia do coronavírus. Além disso, o SEBRAE (2020) apresenta dados relevantes sobre o momento atual vinculado ao empreendedorismo:

Em 2020, o Brasil deve atingir o maior patamar de empreendedores iniciais dos últimos 20 anos, com aproximadamente 25% da população adulta envolvida na abertura de um novo negócio ou com um negócio com até 3,5 anos de atividade. O recorde estimado é verificado de acordo com a análise da série histórica da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que aponta aumento do empreendedorismo inicial, principalmente em períodos de recessão, como os que ocorreram entre os anos 2008-2009 e entre os anos 2014-2016 (SEBRAE, 2020, p. 1).

Com isso, o empreendedorismo pode ser visto como uma possibilidade de alavancagem da economia do país; e, nesse cenário, as mulheres empreendedoras são fundamentais, tendo em vista suas características e potencialidades frente aos momentos difíceis e pela contribuição que podem dar ao país, sobretudo pela capacidade de resiliência que possuem e pela coragem de empreender.

### 3. METODOLOGIA

Essa pesquisa é caracterizada como qualitativa (BAUER; GASKELL, 2007), tendo em vista que leva em consideração subjetividades de mulheres empreendedoras voltadas ao problema de pesquisa que direcionou a investigação, pois como descreve Creswell (2010), a pesquisa qualitativa tende a mostrar uma realidade dos fenômenos investigados a partir do contexto de investigação.

Quanto ao alcance do objetivo proposto, configura-se como uma pesquisa descritiva (VERGARA, 2004), pois se propõe a analisar a atuação de mulheres empreendedoras em home-office no período de isolamento social devido à pandemia do coronavírus. Assim, partindo do pressuposto defendido por Creswell (2010), a pesquisa descritiva se propõe na descrição das evidências identificadas no campo, contribuindo para o entendimento do contexto e dos fenômenos investigados.



A partir da classificação da pesquisa, optou-se pela entrevista semiestruturada (BAUER; GASKELL, 2007), para a etapa de coleta de dados, sendo que a amostra das participantes (mulheres empreendedoras) se deu por conveniência, principalmente em função do momento histórico atual devido à pandemia do coronavírus.

Dentre as possibilidades de entrevista por conveniência, três mulheres empreendedoras aceitaram participar da pesquisa, que aconteceram entre os dias 10 e 15 de junho de 2020. Em virtude da pandemia do coronavírus, optou-se por realizar as entrevistas individuais através de ferramentas tecnológicas (uso de formulário do Google), sendo que a partir da devolutiva da entrevista, nos casos de dúvida em relação às respostas, foi possível o contato com as empreendedoras através de telefone e/ou aplicativo WhatsApp.

A etapa de análise dos dados, que foi realizada através da técnica de Bardin (1997), chamada de análise de conteúdo, consistiu na categorização das respostas com vistas ao objetivo proposto, com base nas seguintes categorias analíticas: atuação de mulheres empreendedoras; mulheres empreendedoras em home-office; e, características das mulheres empreendedoras. Essa categorização possibilitou uma interpretação clara e consistente dos dados coletados na pesquisa, sendo que os resultados estão dispostos na próxima seção desse artigo.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

O que já era difícil, ficou ainda pior. Através dessa frase, percebe-se que o atual momento em que o mundo passa em virtude da pandemia do coronavírus, fez com que as atividades de empreendedores já inseridos no mercado se tornassem ainda mais complexas, tanto por questões de saúde pública quanto por fatores econômicos. No caso das mulheres empreendedoras, tal cenário mostra-se ainda pior, pois com o distanciamento social e a necessidade de trabalho em home-office, misturam-se suas atribuições profissionais às atribuições domésticas, dificultando a organização e o alcance dos objetivos, conforme descrito por Garcia (2021).

Em relação às empreendedoras que participaram da pesquisa, as mesmas possuem entre 22 e 37 anos e atuam no mercado local da cidade de Paranavaí – Paraná. Esses dados referentes à idade confirmam a percepção de Osório (2020), de que além do destaque às mulheres, essas começaram a empreender com pouca idade.

Quanto à escolaridade, as empreendedoras possuem nível superior completo e duas delas já complementaram a formação acadêmica com curso de pós-graduação. As microempreendedoras entrevistadas atuam em áreas diversas do comércio local, como vendas de alimentos, semi-jóias e Marketing Digital. Assim, para preservar suas identidades, serão utilizadas siglas para mencioná-las, da seguinte forma: AL (empreendedora do setor de alimentos); SJ (empreendedora do setor de semi-jóias); e, MD (empreendedora do setor de Marketing Digital).

Em relação ao tempo em que atuam no mercado como empreendedoras, SJ e MD empreenderam a pouco tempo (no período da pandemia do coronavírus), sendo que AL já está atuando há cerca de um ano. As empreendedoras que iniciaram suas empresas durante a pandemia compreendem melhor o trabalho em home-office, pois iniciaram as atividades com essa exigência instaurada, diferente da empreendedora que está há mais tempo no mercado, que vivenciou atividades presenciais antes da pandemia e agora, vivencia atividades remotas através do home-office.



Pra mim, o home-office é natural, principalmente por meu trabalho estar direcionado ao Marketing Digital. Assim, independe o local onde desenvolvo minhas atividades, o que preciso é de um espaço confortável e com tecnologia disponível (MD).

Trabalhar com venda de semi-jóias durante a pandemia acabou sendo um pouco complicado, pois preciso demonstrar os produtos e; nesse momento, é preciso cumprir com todos os protocolos de proteção individual por conta do coronavírus. Então, ao demonstrar os produtos, uso máscara, álcool em gel e procuro manter o distanciamento necessário (SJ).

A realidade de quem estava acostumada a trabalhar na empresa e ter que passar a trabalhar em home-office não é nada fácil, pois demanda outras atribuições e outras responsabilidades, mas o importante é conseguir trabalhar e atender os clientes da melhor maneira possível (AL).

Assim, percebe-se que embora a pandemia tenha originado sem que houvesse antes um planejamento, as mulheres empreendedoras estão conseguindo exercer as suas atividades, cada uma com suas potencialidades e limitações, mas seguindo em frente para cumprir com suas atribuições profissionais.

Quanto à formalização, as três empreendedoras possuem as empresas legalizadas com CNPJ e demais necessidades impostas pela legislação. Assim, contribuem com os impostos e podem, caso necessário, usufruir dos benefícios assegurados pelo governo em caso de gravidez ou doença, de modo que as empreendedoras percebem essa regularidade como sendo bastante positiva, tanto para elas quanto para o país.

Quando questionadas sobre o porquê começaram a empreender, SJ e MD responderam que foi pelo dinheiro, que principalmente pelo fato da redução da renda devido ao isolamento social causado pelo coronavírus, começaram a empreender para complementar renda. E MD disse que empreendeu para ajudar outras pessoas da família.

Quando questionadas sobre qual impacto da pandemia do coronavírus nos seus empreendimentos, todas responderam que foi positivo, pois mesmo com dificuldades iniciais, utilizaram as redes sociais para expor mais os seus produtos; e, conseqüentemente, conseguiram aumentar as vendas. Todas as entrevistadas disseram que estão fazendo vendas online e fazendo serviço de delivery de seus produtos, e apenas SJ disse que eventualmente faz atendimento presencial para demonstrar os produtos, mas sempre tomando todas as medidas preventivas de segurança que o momento impõe.

E todas responderam que conseguiram visualizar oportunidades durante a pandemia, como por exemplo, criação de novos produtos para atender esse momento de isolamento social, oportunidade de ampliar suas redes de contatos e expandir suas vendas. Tal percepção das empreendedoras confirma a afirmação de Garcia (2021), de que essa seria uma nova maneira de empreender, pois estão aprendendo a sobreviver através do reposicionamento de suas atribuições em home-office, além de perceberem que esses momentos de crise também servem como oportunidades e aprendizados.

Através das entrevistas, foi possível constatar que as mulheres empreendedoras que participaram dessa pesquisa possuem diversas características que se relacionam ao perfil empreendedor, como iniciativa, busca de oportunidades, persistência, preocupação com qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimentos de metas, independência e autoconfiança, dentre outras, confirmando a teoria de Bueno (2019). Além



dessas características, notou-se que as mulheres empreendedoras buscam implementar inovações em suas práticas diárias para o cumprimento de seus próprios objetivos.

Na percepção de Osório (2019), o empreendedorismo feminino vem aumentando pelo simples fato de as mulheres possuírem características naturais que as favorecem, como: ser detalhista, intuitiva, sensível, estimulam a cooperação, etc., que foram percebidas em todas as empreendedoras; porém, uma das características elencadas por Osório (2019) diz respeito ao fato das mulheres conseguirem harmonizar melhor suas atividades profissionais com as atividades pessoais, característica que não foi identificada na realidade das empreendedoras, talvez pela pressão do momento atual.

No início foi bastante complicado, além de não saber ao certo como cumprir com as atividades profissionais em home-office, não tinha um cronograma estabelecido de atribuições profissionais e domésticas, o que dificultou bastante a organização (SJ).

Pelo fato de ter que dispensar a empregada doméstica e não ter muito apoio familiar, as atribuições profissionais e domésticas quase que aconteciam simultaneamente, daí a minha dificuldade em saber separar as coisas, o profissional do pessoal, o importante e o urgente, etc. (MD).

Essa dupla jornada que temos desde sempre acabou se tornando uma tripla jornada, ou até uma jornada simultânea, onde é muito difícil se concentrar nas atividades do trabalho sendo interrompida pela família e por necessidades domésticas que não tem hora marcada pra acontecer, mas com o passar do tempo, consegui me organizar melhor e procuro sempre estipular um horário para o trabalho em home-office, um horário para a família e as atividades domésticas e um horário para mim mesma (AL).

Em face das percepções das empreendedoras em home-office, percebe-se que a realidade vivenciada por elas confirma a percepção de Bittencourt (2016) de que empreender por si só já é um amplo desafio e que as dificuldades da mulher em conciliar a vida pessoal e profissional, também amplia a lista dos desafios pelos quais elas tendem a enfrentar, acrescentando a dupla jornada, o medo e a autoconfiança em suas rotinas diárias.

Fato que chama a atenção é a percepção de MD e AL sobre as atribuições profissionais e domésticas acontecerem de forma simultânea, o que demonstra que embora o home-office tenha seus pontos fortes e seus benefícios, a mistura dessas atribuições torna-se não mais uma dupla jornada, mas uma jornada simultânea, onde as mulheres precisam se organizar para cumprir com cada uma delas de maneira eficiente e eficaz.

Ao serem indagadas sobre o que planejam para suas empresas no período pós pandemia, as entrevistas relataram que planejam ampliar seus negócios, estar atentas aos acontecimentos que podem impactá-las e buscar crescimento e consolidação de suas empresas no mercado, garantindo que suas pretensões sejam conquistadas.

## 5. CONCLUSÃO

Através das percepções teóricas sobre o empreendedorismo no mundo, no Brasil e especificamente em relação à mulher empreendedora, constatou-se que a inovação é um elemento fundamental na vivência de empreendedores. Nesse sentido, as mulheres vêm se destacando e a cada dia o empreendedorismo feminino vem ganhando mais força no mundo, no Brasil e nas realidades locais.



Como descrito ao longo desse artigo, empreender no Brasil não é fácil, principalmente para as mulheres, pois o país ainda pode ser visto como uma sociedade em que as mulheres sofrem muitos tipos de preconceitos e, no mundo dos negócios, isso acontece com maior frequência, o que confirma a percepção de Bittencourt (2016).

Com a pandemia do coronavírus, que teve início no ano de 2020, empreender ficou mais difícil ainda; porém, mesmo em tempos difíceis, pôde-se observar que o empreendedorismo feminino se destacou em meio à crise e ao isolamento social, sendo que as mulheres, com as suas características de persistência, comprometimento e inovação passaram a demonstrar que podem sim ter resultados positivos nos seus negócios mesmo nos períodos de crise.

A pesquisa demonstrou que através das três empreendedoras participantes, possuem perfil e características empreendedoras que contribuem para que tenham conseguido manter suas empresas mesmo com as dificuldades. Com iniciativa e busca de novas oportunidades, elas vêm ganhando mais espaço no mundo dos negócios, pois agem com proatividade e estão sempre prontas para situações adversas, conseguindo se manter e até mesmo crescer em situações desfavoráveis.

Um dos problemas vivenciados pelas empreendedoras foi a organização do home-office no período de isolamento social, sendo que por estar trabalhando em suas próprias casas, houve a dificuldade no estabelecimento do tempo e a separação das atividades profissionais, pessoais e domésticas, que de acordo com elas, acabaram se tornando atividades simultâneas, misturando atribuições profissionais a atribuições domésticas ao mesmo tempo. Porém, relataram que com o passar do tempo, conseguiram se organizar e dedicar o tempo necessário a cada uma de suas atribuições sem que uma atrapalhasse o desenvolvimento da outra, o que demonstra que essas empreendedoras possuem, de fato, características natas de empreendedoras de sucesso.

Assim, ao se findar essa pesquisa, pode-se dizer que o objetivo foi alcançado, tendo em vista que através de cada uma das etapas, sustentadas pelas categorias analíticas da pesquisa (atuação de mulheres empreendedoras; mulheres empreendedoras em home-office; e, características das mulheres empreendedoras), foi possível analisar a atuação de mulheres empreendedoras em home-office no período de isolamento social devido à pandemia do coronavírus.

As limitações da pesquisa se deram pela quantidade de participantes que aceitaram participar da pesquisa, sendo que justamente por vivenciar esse período atípico em função da pandemia, as mulheres estão sobrecarregadas de atividades em home-office (pessoais, profissionais e familiares), o que implicou diretamente na quantidade de participantes do estudo; e mesmo que a coleta de dados ocorreu de maneira remota, muitas empreendedoras disseram estar sobrecarregadas e impossibilitadas da participação.

Como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se uma investigação sobre a atuação de homens empreendedores em home-office no período de isolamento social; uma comparação entre gênero no tocante ao trabalho remoto, evidenciando as diferenças no cotidiano empreendedor de homens e mulheres; e, até mesmo replicar essa pesquisa em outras localidades ampliando o rol de profissões onde as mulheres se destacam em cargos de gerência.

## 6. REFERÊNCIAS



ALFREDO, Luiz. **Empreendedorismo**: origem e desafios para o Brasil do século XXI. 2009. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi>> Acesso 15 jun 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**: Um manual prático. 6 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

BBC News. **250 mil mortos por covid: gráfico mostra a dimensão da perda de vidas na pandemia no Brasil**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56193754>> Acesso em 13 fev 2021.

BITTENCOURT, Lyana. **Os principais desafios para mulheres empreendedoras**. 2016. Disponível em: <<https://exame.com/pme/principais-desafios-mulheres-empendedoras/>> Acesso em 16 jun 2020.

BUENO, Jefferson Reis, **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** In. SEBRAE. 2019. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/o-que-e-empendedorismo/>> Acesso em: 15 de jun. 2020.

COUTINHO, Tiago. **Empreendedorismo**: o que é, como surgiu. 2009. Disponível em: <<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/empreendedorismo-o-que-e>> Acesso em 13 jun 2020.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa**: Métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3 ed. Porto Alegre. Artmed, 2010.

COSTA, Carlos Eduardo da. **O empreendedor no Brasil**. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/o-empendedor-no-brasil>> Acesso em 15 jun 2020.

EL PAÍS. **2021**: uma injeção de esperança econômica. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/economia/2020-12-27/2021-uma-injecao-de-esperanca-economica.html>> Acesso em 12 fev 2021.

ESTEVANS, Gabrielle. **Coronavírus e o impacto nos negócios de mulheres empreendedoras**. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2020/04/coronavirus-e-o-impacto-nos-negocios-de-mulheres-empendedoras/>> Acesso em 23 fev 2021.

FRAZÃO, Fernando. **Pandemia faz Brasil ter recorde de novos empreendedores**. Disponível em: <<https://coronavirus.atarde.com.br/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empendedoros/>> Acesso em 12 fev 2021.

G1 – Bem Estar. **Brasil se aproxima de 240 mil mortes por Covid, com média móvel de 1.092 por dia**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/02/15/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-15-de-fevereiro-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>> Acesso em 20 fev 2021.

GARCIA, Andrea. **Empreendendo durante a pandemia**: A força da mulher de negócios. Disponível em: <<http://www.asplande.org.br/empreendendo-durante-a-pandemia-a-forca-da-mulher-de-negocios/>> Acesso em 18 fev 2021.

GOULART, Josette. **Pandemia agrava desigualdade entre homens e mulheres no mundo das startups**. 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/economia/pandemia-agrava-desigualdade-entre-homens-e-mulheres-no-mundo-das-startups/>> Acesso em 12 fev 2021.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mulheres dedicam mais horas aos afazeres domésticos e cuidado de pessoas, mesmo em situações ocupacionais iguais a dos**



**homens.** 2020. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/24266-mulheres-dedicam-mais-horas-aos-afazeres-domesticos-e-cuidado-de-pessoas-mesmo-em-situacoes-ocupacionais-iguais-a-dos-homens>> Acesso em 12 fev 2021.

**INOVAÇÃO SEBRAE. Empreendedorismo feminino:** desafios e oportunidades. Disponível em: <<https://inovacaosebrae.com.br/empreendedorismo-feminino-desafios-e-oportunidades/>> Acesso em 15 jun 2020.

**IPED. Quando surgiu o empreendedorismo?** Disponível em: <<https://www.iped.com.br/materias/gestao-e-lideranca/empreendedorismo.html>> Acesso 15 jun 2020.

**LUIZ, Augusto. Pré-história é o período que antecede o advento da escrita.** Disponível em: <<https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/historia-geral/pre-historia.htm>> Acesso em 15 jun 2020.

**MOTA, Camilla Veras. Coronavírus:** as respostas para as perguntas mais buscadas pelos brasileiros no Google. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/bbc/2020/04/04/coronavirus-as-respostas-para-as-perguntas-mais-buscadas-pelos-brasileiros-no-google.htm>> Acesso em 15 jun 2020.

**OPAS – Organização Pan-Americana de Saúde. Folha informativa COVID-19 - Escritório da OPAS e da OMS no Brasil.** Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19>> Acesso em 20 fev 2021.

**OSÓRIO, Josiane. Empreendedorismo feminino:** momento e desafios das mulheres empreendedoras. Disponível em: <<https://www.mulheresempreendedoras.net.br/empreendedorismo-feminino/>> Acesso em 15 jun 2020.

**PILLEGGI, Marcus Vinicius. As principais características de um empreendedor de sucesso.** 2016. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2020/06/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020.html>> Acesso em 16 jun 2020.

**SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios.** Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso 15 jun 2020.

**SOUZA, Ivan. Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios.** Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empreendedorismo/>> Acesso em 01 jun 2020.

**VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 8 ed. São Paulo: Atlas, 2004.