



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

DEPARTAMENTO DE ENGENHARIAS

CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

BÁRBARA KELLY GOMES LOPES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO VALE DO AÇU: UMA ANÁLISE DOS
IMPACTOS PROVOCADOS PELA COVID-19**

ANGICOS

2022

BÁRBARA KELLY GOMES LOPES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO NO VALE DO AÇU: UMA ANÁLISE DOS
IMPACTOS PROVOCADOS PELA COVID-19**

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semi-Árido como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de produção.

Orientador: Lucas Ambrosio B. Oliveira, Prof. Dr.

ANGICOS

2022

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

L864e

Lopes, Bárbara Kelly Gomes.

Empreendedorismo feminino no Vale do Açu: Uma análise dos impactos provocado pela Covid-19 / Bárbara Kelly Gomes Lopes. - 2022. 48 f. : il.

Orientador: Lucas Ambrosio de Oliveira.

Monografia (graduação) - Universidade Federal Rural do Semi-árido, Curso de Engenharia de Produção, 2022.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo feminino. 3. Formalização. I. Oliveira, Lucas Ambrosio de, orient. II. Título.

Bibliotecário: Helder Romero Maia Duarte
CRB: 15/673

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

BÁRBARA KELLY GOMES LOPES

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO VALE DO AÇU: UMA ANÁLISE DOS IMPACTOS PROVOCADOS PELA COVID-19

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semi-Árido como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de produção.

Defendida em: 18/11/2022.

BANCA EXAMINADORA

Lucas Ambrosio Bezerra de Oliveira, Prof. Dr. (UFERSA)
Presidente

Flavia Priscila Dantas, Prof. (UFERSA)
Membro Examinador

Leticia Soares Teixeira de Souza, Prof. (UFERSA)
Membro Examinador

Aos meus pais, Genilson e Maria Elizabete, por sonharem junto comigo. Ao meu noivo, Wesley Breno, por sempre segurar a minha mão.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por tantas bênçãos, por ser o meu amparo em todos os momentos, por ter sido o ponto chave para que eu pudesse chegar aqui. A Ele toda graça por ter me proporcionado sabedoria e força para que eu permanecesse firme na caminhada.

Aos meus pais, Genilson e Maria Elizabete, por serem meus fãs número um, por me abastecerem sempre de incentivo e encorajem para saber enfrentar todos os desafios e a ser persistente nos meus objetivos. Amo vocês.

Ao meu noivo, Wesley Breno, o meu maior incentivador, sempre esteve segurando a minha mão e me motivando a acreditar que tudo daria certo. Ele que é meu ponto de segurança, obrigada por acreditar em mim quando nem eu acreditava, obrigada por toda compreensão sempre, te amo.

À minha irmã Polliana Kelly, obrigada por todo amor e confiança depositada em mim.

Aos meus sobrinhos, João Pedro e Anna Priscilla, que são a minha maior riqueza, os amores de titia. Anna, uma pequena adulta e tão carinhosa, suas palavras motivacionais me ajudou nessa caminhada. Titia ama vocês.

Ao meu orientador, Lucas Ambrósio, pela oportunidade, compreensão e confiança. Sou grata por todos os ensinamentos, motivação e por acreditar em mim. Todos os feedbacks durante esse processo foram fundamentais para o melhoramento deste trabalho.

À banca examinadora por aceitarem estar presentes nesse momento importante da minha vida.

Aos meus amigos e familiares por torcerem por mim.

À UFERSA por ter feito parte de um dos principais degraus da minha vida. Por me proporcionar inúmeros ensinamentos que levarei para a vida profissional e pessoal.

Não fui eu que ordenei a você? Seja forte e corajoso! Não se apavore nem desanime, pois o Senhor, o seu Deus, estará com você por onde você andar.

RESUMO

Sabe-se que o empreendedorismo feminino vem conquistando seu espaço no mercado. Isso mostra o quanto as mulheres tem buscado um meio de entender e dominar o cenário econômico, mostrando a sua força dentro do mercado de trabalho e nos empreendimentos com a atuação da gestão feminina, mesmo diante aos desafios que são presentes, como exemplo a dupla jornada. O presente trabalho foi elaborado com base em estudo sobre o empreendedorismo feminino e na análise de dados de formalizações de empresas, que são dominadas por mulheres, no porte de Microempreendedor Individual – MEI. Teve como objetivo analisar os impactos causados pela COVID-19 na formalização dos empreendimentos femininos no Vale do Açu/RN. Para isso, este estudo utilizou como metodologia o tipo de pesquisa quantitativo e qualitativo, a coleta dos dados e, análise dos dados. Diante a análise estatística dos dados disponibilizados pela Agência SEBRAE Vale do Açu para a realização deste trabalho, mesmo com as dificuldades causadas pelo período pandêmico, foi possível observar que durante os anos em questão não houve diferença na abertura das empresas.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo feminino; Formalização.

ABSTRACT

It is known that female entrepreneurship has been conquering its space in the market. This shows how much women have sought a way to understand and dominate the economic scenario, showing their strength within the labor market and in enterprises with the performance of female management, even in the face of female management, even in the face of the challenges that are present, such as the double journey. The present work was prepared based on a study on female entrepreneurship and the analysis of data from company formalizations, which are dominated by women, in the size of Individual Microentrepreneur – MEI. It aimed to analyze the impacts caused by COVID-19 in the formalization of female enterprises in the Açu Valley/RN. For this, this study used as a methodology the type of quantitative and qualitative research, data collection and data analysis. Give the statistical analysis of the data made available by the SEBRAE Vale do Açu Agency for the realization of the work, even with the difficulties caused by the pandemic period, it was possible to observe that during the years in question there was no difference in the opening of companies.

Keywords: Entrepreneurship, Female entrepreneurship, Formalization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Estrutura do trabalho	19
Figura 2 – Fluxo do empreendedorismo na sociedade	22
Figura 3 – Pioneiros do Empreendedorismo no Brasil	24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Por qual motivo despertou a vontade de empreender.....	29
Gráfico 2 – Experiência de empreender durante a pandemia	29
Gráfico 3 – Quais as maiores dificuldades encontradas no empreendedorismo	30
Gráfico 4 – Empresas formalizadas no ano de 2019	35
Gráfico 5 – Empresas formalizadas no ano de 2020	36
Gráfico 6 – Empresas formalizadas no ano de 2021	37
Gráfico 7 – Segmentos procurados em 2019	38
Gráfico 8 – Segmentos procurados em 2020	39
Gráfico 9 – Segmentos procurados em 2021	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Teste T de abertura das empresas entre 2019 e 2020	41
Tabela 2 – Teste T de baixa das empresas entre 2019 e 2020	41
Tabela 3 – Teste T de abertura das empresas entre 2019 e 2021	42
Tabela 4 – Teste T de baixa das empresas entre 2019 e 2021	42
Tabela 5 – Teste T de abertura das empresas entre 2020 e 2021	43
Tabela 6 – Teste T de abertura das empresas entre 2020 e 2021	43
Tabela 7 – Teste ANOVA para abertura das empresas entre os anos 2019 à 2021	44
Tabela 8 – Teste ANOVA para baixa das empresas entre os anos 2019 à 2021	44

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANOVA	Análise de variância
COVID-19	Coronavírus
EBT	Empresas de Base Tecnológica
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IBPQ	Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
RN	Rio Grande do Norte
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFERSA	Universidade Federal Rural do Semi Árido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 Contextualização do Tema	14
1.2 Problema.....	15
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 Objetivo Geral	16
1.3.2 Objetivos Específicos	16
1.4 Justificativa.....	17
1.5 Estrutura do Trabalho	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1 Empreendedorismo	19
2.2 Empreendedorismo no Brasil	22
2.3 Empreendedorismo feminino	24
2.4 Apoio do SEBRAE ao empreendedorismo	30
3 METODOLOGIA.....	31
3.1 Tipo de pesquisa	31

3.2 Coleta de dados.....	32
3.3 Análise dos dados	32
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	33
4.1 Análise geral	33
4.2 Análise anual 2019	35
4.3 Análise anual 2020	36
4.4 Análise anual 2021	37
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS	44

1 INTRODUÇÃO

Esse primeiro capítulo tem o objetivo de expor a temática que será debatida neste trabalho, bem como descrever o problema de pesquisa e expor os objetivos desejados. Dessa forma, este capítulo foi estruturado em cinco subseções, sendo elas: Contextualização do tema (1.1); Problema (1.2); Objetivos (1.3); Justificativa (1.4) e Estrutura do trabalho (1.5).

1.1 Contextualização do Tema

Com base em fatos históricos, o empreendedorismo teve origem em meio ao século XVII com o início da industrialização. O termo empreendedorismo vem do francês *entrepreneur*, que tem o significado daquele que se responsabiliza pelos riscos e inicia algo novo (DORNELAS, 2001). Em uma matéria disponibilizada pela Empresas de Base Tecnológica (EBT, 2010) – Brasil, aborda o conceito de Schumpeter (1950) onde fala que o empreendedor é aquela pessoa com capacidade para transformar uma nova ideia ou criação como uma inovação de sucesso.

O empreendedor “não é somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios, ele é a energia da economia, a alavanca de recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias. É quem identifica as oportunidades e precisa ser rápido, aproveitando as oportunidades fortuitas, antes que outros façam” (CHIAVENATO, 2007, p.5). Ser empreendedor é mover o crescimento da economia, implantação da inovação e a oportunidade da geração de empregos.

Após a Revolução Industrial, a presença feminina começou a conquistar seu espaço dentro do mercado de trabalho, mesmo com as dificuldades. Dornelas expõe em um de seus livros a importância da atuação feminina no mundo do empreendedorismo, o mesmo diz que a palavra empreendedor pode ser aplicada tanto no sexo masculino como no sexo feminino, pois as mulheres empreendedoras estão fazendo diferença no desenvolvimento do país (DORNELAS, 2018, p.6).

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE chega junto aos empreendedores e disponibiliza um programa, exclusivo para mulheres empreendedoras, chamando Sebrae Delas que tem o intuito de incentivar e profissionalizar as competências, comportamento e habilidades das mulheres empreendedoras. Em uma matéria disponibilizada no Portal do SEBRAE de Santa Catarina, realizada pelo programa Sebrae Delas, as maiores dificuldades que as mulheres sofrem é a falta de coragem para iniciar essa trajetória, devido à

falta de conhecimento em gestão e o pouco investimento financeiro. Além disso, a pesquisa mostra que a conciliação das atividades familiares com as profissionais é uma das principais desvantagens femininas dentro do empreendedorismo. Dados divulgados no Relatório Especial de Empreendedorismo Feminino no Brasil (SEBRAE, 2019), aponta que as mulheres proprietárias de negócios se dedicam 18% a menos do que os homens, devido as suas obrigações como dona de casa, esposa e mãe.

A chegada da crise causada pela COVID-19 gerou vários impactos para as empresas, proprietários e principalmente para as mulheres empreendedoras que tiveram que reduzir a dedicação no seu negócio para suprir a nova demanda que o outro lado mulher passou a exigir, outro lado esse que absorve as demandas como dona de casa, mãe, esposa, proprietária de negócios e mulher. “A sobrecarga com os afazeres domésticos levou 33% das mulheres com filhos a reduzir o tempo dedicado aos negócios contra 24% dos pais” (ESTADO DE MINAS, 2021). Por outro lado, a busca pela independência financeira e flexibilidade nos horários de trabalho se torna como incentivo que possibilitam a busca pelo empreender.

Considerando que o empreendedorismo está presente nos dias atuais, seja formal ou informal, e das inúmeras dificuldades encontradas e encaradas no decorrer do caminho, o presente trabalho consiste em analisar o desenvolvimento das mulheres que buscaram empreender, formalmente, com o apoio do SEBRAE durante o período de 2019 à 2021 na região do Vale do Açu/RN, período esse que teve uma marca histórica na economia causada pela crise do COVID-19.

1.2 Problema

Desde os tempos da Revolução Industrial a mulher buscava uma forma de se manter independente, por meio de trabalho assalariado nas indústrias e oficinas, dedicando um tempo bastante desafiador, pois detinha também a responsabilidade pelas demandas da família, assumindo por muitas vezes a dupla jornada (AMORIM, BATISTA).

No Brasil, fatos históricos relatam que a mulher passou a ingressar efetivamente no mercado de trabalho na década de 70, que representou uma grande conquista para ambas, e posteriormente passou a ganhar uma certa visibilidade nesse meio (AMORIM, BATISTA).

Diante das dificuldades que a mulher sofre frente à sociedade desde o período industrial, o empreendedorismo tem sido uma saída para muitas que buscam a sua independência financeira, nesse mesmo contexto, é importante mencionar os tantos desafios

diários recorrentes que às permeiam, desde as tarefas diárias aos diversos preconceitos comumente normalizados até os dias de hoje.

Desse modo, se faz necessário analisar como a mulher tem se comportado perante os desafios, de forma a buscar o empreendedorismo como uma possível solução, no que diz respeito aos impactos causados durante o período de 2019 à 2021, período esse marcado pela pandemia do Coronavírus (COVID-19).

Os desafios no âmbito do empreendedorismo se fazem bastante complexos, e assim é necessário estabelecer uma análise qualitativa e quantitativa sobre além dessas dificuldades, qual o impacto causado pela pandemia às empreendedoras do Vale do Açu.

Diante deste contexto, observa-se o seguinte problema de pesquisa: **a pandemia influenciou na formalização de negócios de mulheres empreendedoras?** Espera-se que, a partir deste problema de pesquisa, seja possível analisar os dados de formalização de negócios na Agência SEBRAE Vale do Açu.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

O proposto trabalho tem por objetivo geral analisar os impactos provocados pela COVID-19 na formalização dos empreendimentos de mulheres no Vale do Açu/RN.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analisar as atividades formalizadas por mulheres empreendedoras no Vale do Açu;
- Classificar, por segmentos, as empresas formalizadas pelas mulheres empreendedoras;
- Desenvolver uma análise qualitativa sobre o impacto causado ao empreendedorismo feminino durante o período em questão;
- Definir através de análise comparativa o segmento mais predominante durante os anos em análise.

1.4 Justificativa

Conforme o Jornal Digital do Empreendedor (2021), a crise causada pela COVID-19 resultou no aumento das dificuldades que as mulheres tiveram no ramo empresarial e pessoal. Segundo o Jornal, uma pesquisa divulgada pelo banco Goldman Sachs o impacto da COVID19 levou inúmeros efeitos a 10 mil mulheres e 10 mil pequenos negócios, o que indica que a receita das empresas lideradas por mulheres, teve uma queda de 66% no último ano. As responsabilidades domésticas, dupla jornada de trabalho e a inexperiência ou afinidade com as mídias sociais levaram a paralisação das atividades empresariais permanentemente devido à pandemia.

Logo, este trabalho justifica-se para que seja possível analisar os possíveis efeitos da pandemia na formalização de negócios administrados por mulheres, analisar sobre os impactos causados pela COVID-19 para o empreendedorismo feminino bem como ações mitigadoras para o segmento e, servir como um estudo que evidencia a importância do apoio para o empreendedorismo feminino.

1.5 Estrutura do Trabalho

O presente trabalho foi desenvolvido em cinco capítulos estruturados da seguinte forma: o capítulo 1 está à introdução, que tem a finalidade de contextualizar o tema estudado, além de apresentar o problema, objetivos e justificativa da análise da pesquisa.

O capítulo 2 é composto pela fundamentação teórica, que abrange os seguintes pontos: empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, empreendedorismo feminino e, apoio do SEBRAE ao empreendedorismo.

O terceiro capítulo, é apresentado à metodologia do trabalho em questão, expondo a classificação e descrevendo o procedimento técnico que foi utilizado para obter os objetivos da pesquisa.

O capítulo 4, apresenta os resultados da pesquisa, que são analisados e discutidos após os dados coletados para atingir os objetivos da pesquisa.

O quinto capítulo tem-se as considerações finais do trabalho a respeito das formalizações e segmentos de empreendimentos feminino em estudo, discorrendo sobre os principais pontos encontrados durante a elaboração e estudo do trabalho. A Figura 1 apresenta estrutura do trabalho.

Figura 1 – Estrutura do trabalho



Fonte: Autoria própria (2022).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo tem o objetivo de expor os conceitos que fundamentam este trabalho. Por essa razão, foi organizado em quatro subseções, com a finalidade de tratar os conteúdos que norteiam o empreendedorismo feminino no objetivo do estudo, sendo elas: Empreendedorismo (2.1); Empreendedorismo no Brasil (2.2); Empreendedorismo feminino (2.3) e Apoio do SEBRAE ao empreendedorismo (2.4).

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX (DORNELAS *apud* TIMMONS, 2021, p.7).

“Empreendedorismo é algo que o ser humano já pratica há muitos séculos – desde que começou a sair de casa para caçar e trazer o alimento para o sustento da família. Claro que a forma como o empreendedorismo é praticada hoje difere muito daquela que se observava no tempo das cavernas, mas a essência é similar. Uma característica marcante do ser humano é sua proatividade na busca de melhor qualidade de vida, em qualquer época e independentemente da sua condição” (SALIM, 2010, p.5). O empreendedorismo acabou se tornando um assunto em alta desde a antiguidade aos dias atuais, como explorado por Salim, são práticas realizadas desde pequenas atitudes as mais marcantes.

Ainda de acordo o empreendedorismo pode ser descrito por características que podem ser considerados nos empreendedores, que são ligadas ao comportamento empreendedor, as quais são:

1. São caracterizados por um conjunto de comportamentos e de hábitos que podem ser adquiridos, praticados e desenvolvidos.
2. Adotam clara atitude proativa de observação da realidade, que os leva a ter uma boa percepção das oportunidades.
3. São capacitados para capturar e avaliar oportunidades e, a partir de suas ideias, desenvolver planos para realizar seus objetivos.
4. Desenvolvem habilidade para obter apoio de colaboradores e de financiadores para seus empreendimentos.
5. São habituados a tomar decisões.

6. Buscam incessantemente criar valor para a sociedade através de seus empreendimentos.

A procura pelo empreendimento é marcada pela busca de uma melhor qualidade de vida e a independência de sua condição financeira. Salim (2010, p.7) cita que o autor Joseph Shumpeter considera como empreendedor “aquele que quebra a ordem econômica existente atribuindo novos produtos e serviços, gerando novas formas de atuação dentro das organizações e sempre em busca de novos materiais”. Além disso, o mesmo atribuía aos empreendedores a aplicação da inovação para o mercado, e com isso, considerava que eram responsáveis por acabar a ordem econômica, se fazendo necessário gerar uma nova ordem.

A partir dos anos 70, o professor Willian Bygrave trouxe um novo conceito para o empreendedorismo, o mesmo fala que o “empreendedor é aquele que percebe uma oportunidade e cria uma organização para persegui-la”, apresentado por Salim (2010, p.9).

Outro professor, chamado Louis Fillion, também teve seu conceito destacado por Salim (2010, p.9), diz que o “empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza visões”. Salim (2010, p.10) ainda destaca que ambos conceitos favorece as inúmeras funções do trabalho do empreendedor, determinado como proativo e disposto a cumprir seus sonhos. O autor Bygrave se preocupa com a criação de uma nova organização para executá-la, já o autor Fillion está mais focado na criação do que o empreendedor vai fazer.

Tajra (2019, p.11) faz uma comparação entre empreendedor e empresário, onde diz que um empreendedor é aquele que coloca como objetivo os resultados, inovações e realizações, visto que o empreendedorismo se liga à atitudes, postura pessoal e ao modo como o indivíduo reage perante as situações que lida no dia a dia. Já o empresário, segundo a autora, é o tipo de pessoa que realiza a abertura da sua empresa e, a partir disso, cria novas chances de aumentar a sua situação financeira, uma vez que é considerado como alguém que sabe conduzir seu negócio para frente. Diante da comparação realizada pela autora, é possível observar que nem todo empresário é um empreendedor.

O comportamento empreendedor é um ponto importante para se tratar e analisar já que é dele que vem o desenvolver e sucesso do seu negócio. Tajra conceitua um fluxo com os passos que devem ser seguidos para que os negócios não fiquem esquecidos diante do mercado. A Figura 2 apresenta a importância e a integração do empreendedorismo na sociedade, conforme a autora.



Fonte: Tajra (2019, p.13)

Para Salim (2010), o empreendedorismo está relacionado a diversas atividades aplicadas de acordo com o ambiente em que ele atua, como:

1. Inovação
2. Comunicação
3. Informação
4. Distribuição
5. Tecnologia
6. Globalização
7. Novos conceitos

Segundo o autor Degen (2009, p.8) as pessoas que desejam entrar no mundo do empreendedorismo abrindo o seu próprio negócio devem assumir quatro papéis para iniciar o seu negócio, que são:

1. Empreendedor
2. Empresário
3. Executivo
4. Empregado

Ainda segundo o autor Degen (2009), o empreendedor atua como uma forma de liderar o desenvolvimento do seu negócio, é ele que tem a visão e não medi esforços para realizar o seu empreendimento. Já o empresário é o que atua no setor financeiro para o desenvolvimento do negócio, ou seja, é aquele que procura um bom negócio, arriscando para obter os lucros esperados, O executivo é aquele que gerencia o trabalho para o desenvolvimento do negócio, que procura gerenciar objetivos desafiantes com uma equipe de pessoas. Por fim, o empregado é o que executa um bom trabalho para desenvolver o negócio e espera reconhecimento por isso.

O autor Dornelas (2018) cita recomendações, após alguns debates e experiências alcançadas, realizado pelo Fórum Economico Mundial em 2009 através de uma reunião

denominada como *Educando a próxima onda e empreendedores*, para que o empreendedorismo seja fortalecido nos jovens visando atender as demandas e desafios do século XXI, recomendações essas que são:

- “Desenvolver habilidades de liderança e conhecimento do mundo e do ambiente no qual vivem, para que consigam superar os desafios das próximas décadas.
- Enfatizar a educação empreendedora como parte-chave da educação formal em todos os níveis.
- Desenvolver o empreendedorismo como tema transversal, não apenas como disciplina.
- Utilizar a interatividade como mote da pedagogia educacional, com o foco na experimentação, na ação e na análise e solução de problemas.
- Ampliar o uso da tecnologia no ensino tanto para ganhar escala e aumentar a abrangência do tema como para possibilitar a criação de material didático inovador e interativo” (DORNELAS, 2018, p.12).

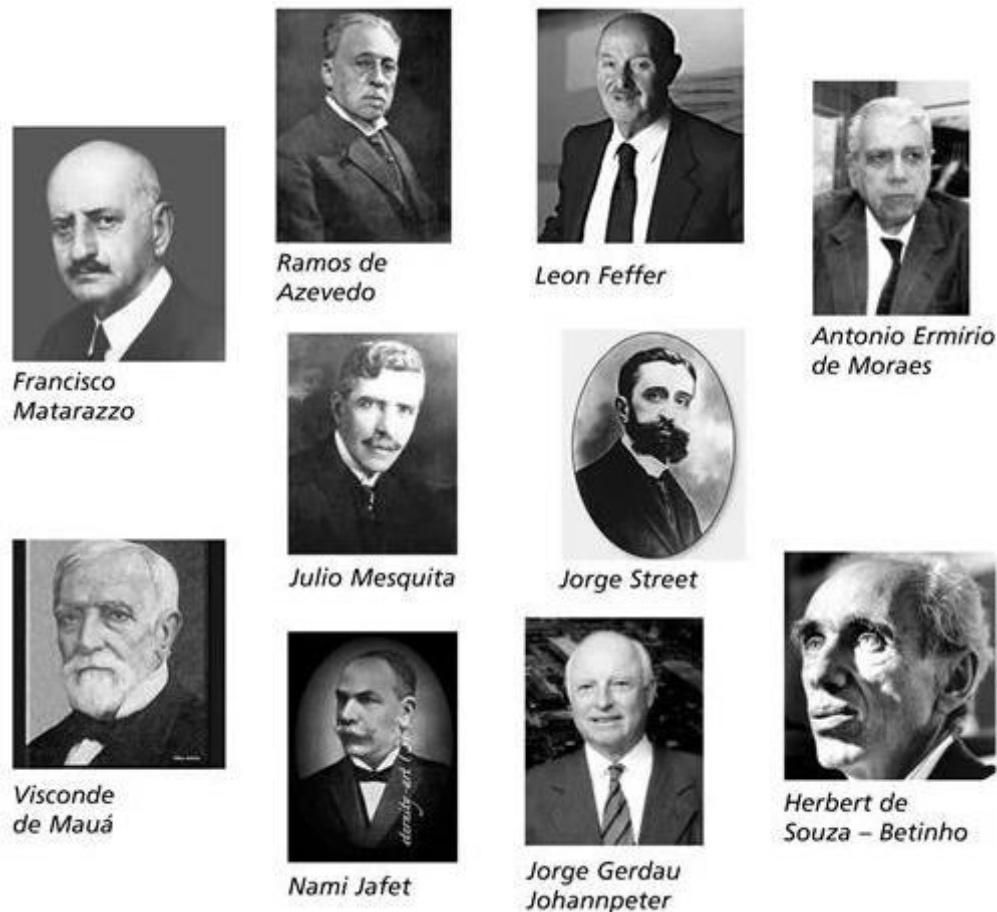
Dornelas (2018) também expõe a existência de mitos sobre os empreendedores, mas destaca em especial três mitos, os quais são:

1. “Mito 1: empreendedores são natos, nascem para o sucesso” (DORNELAS, 2018, p.26), mas a realidade é que os empreendedores de sucesso concentram seus conhecimentos, suas experiências e contatos com o decorrer do tempo, a sua capacidade de visionar e seguir as oportunidades se fortalece com o tempo.
2. “Mito 2: empreendedores são jogadores que assumem riscos altíssimos” (DORNELAS, 2018, p.28), a realidade é que eles assumem os riscos que já tem sido calculado e evitam os que não são necessários, compartilham esses riscos e dividem em pequenas partes.
3. “Mito 3: empreendedores são lobos solidários e não conseguem trabalhar em equipe” (DORNELAS, 2018, p.28), a verdade é que eles são líderes e não chefes, e formam equipes.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

O autor Salim (2010) destaca os grandes pioneiros empreendedores que vieram desde o século XIX até a primeira metade do século XX e trouxeram contribuições para o Brasil. Na Figura 3 é apresentado os nomes dos pioneiros do empreendedorismo no Brasil.

Figura 3 – Pioneiros do Empreendedorismo no Brasil



Fonte: Salim (2009, p.48)

O empreendedorismo passou a ser estudado nas universidades, e grupos de cientistas procuraram entender o comportamento e as motivações do empreendedor. O mesmo se tornou objetivo de pesquisa e diversos de seus aspectos passaram a ser analisados. Passou a ser tratado de forma diferente no Brasil a partir do final do século XX. O ensino sistemático de empreendedorismo e a criação de incubadoras de empresas em universidades constituem uma parte dessa nova abordagem (SALIM, 2010).

Na década de 90 o empreendedorismo passou a atuar mais forte no Brasil quando alguns setores da economia sofreram alguns impactos com a chegada da administração dos estrangeiros. Os setores economicos e produtivos foram bastantes afetados por não obterem êxito na competição com os preços estabelecidos pelos estrangeiros, e devido a isso, foi

necessário investir em conceitos e métodos do empreendedorismo na criação de novas empresas aplicando inovação dentro da organização e dos produtos e serviços (SALIM, 2010).

Salim (2010, p.50) diz que muitas empresas foram criadas no ano de 1990, principalmente no segmento de tecnologia, que é considerado como uma consequência da parceria com os laboratórios junto as universidades, com o intuito de gerar inovação.

Com base nos dados fornecidos pela GEM – Global Entrepreneurship Monitor, organização com o objetivo de propor critérios para medir o grau de empreendedorismo em um país e ajudam a criar momentos históricos que permitem mostrar a evolução do empreendedorismo no mundo, em 2008 o Brasil obteve a colocação de 13º no ranking mundial de empreendedorismo (SALIM, 2010).

O Jornal do Empreendedor (2021) informou que, com base no relatório da GEM em 2020, realizada no Brasil pelo SEBRAE em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade – IBPQ, o Brasil caiu do 4º lugar em taxa total de empreendedorismo no mundo para o 7º lugar. A taxa de empreendedorismo total é a proporção da população adulta que está ocupada como empreendedor inicial, aqueles com até 3,5 anos de operação, ou são empreendedores estabelecidos com mais de 3,5 anos de operação.

No Brasil, o empreendedorismo tem recebido movimentos firmes e que pode considerar o conceito de Schlindwein (2004, p.28) ressalta que “o momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, visto que os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade”.

2.3 Empreendedorismo feminino

A evolução da mulher dentro do mercado de trabalho se deu em torno dos anos 70, quando aconteceu a incorporação da mulher nas atividades trabalhistas. Antigamente as mulheres eram consideradas incapazes de qualquer trabalho que não fossem os domésticos, mas a Revolução Industrial trouxe a grande mudança desse conceito e pensamento existentes na sociedade.

Para Oliveira (1997) a atuação feminina no empreendedorismo vem sendo mais forte a cada dia, os pensamentos e comportamentos não indica que os homens são melhores que as mulheres, pois ambos tem habilidades diversas.

E Wilians (2021) atribui o pensamento que a mulher tem capacidade de empreender, e de um jeito diferente dos homens, pois tudo precisa de um olhar e toque feminino para todos os pontos possíveis.

Um dos maiores exemplos do empreendedorismo feminino é a empreendedora Luiza Helena Trajano Inácio Rodrigues, acionista e atual presidente do Conselho de Administração da rede empresarial Magazine Luiza. Luiza Trajano se formou em direito no ano de 1972, foi vereadora, gerente de loja, encarregada e compradora até chegar a assumir a liderança na empresa no ano de 1991. Ao assumir a liderança, Luiza Trajano decidiu modernizar a empresa aplicando inovações, uma dessas foi a criação da loja virtual, importante ressaltar que foi durante uma época onde a acessibilidade a internet era mais difícil que os dias atuais, porém os clientes podem ir na loja física e comprar um produtos que estivesse indisponível na loja física mas que estava disponível na loja virtual (GRUPO SUNO, BIOGRAFIA DE LUIZA HELENA TRAJANO).

Ainda nas suas aplicações, Luiza Trajano aplicou diversas estratégias com o objetivo de fidelizar os clientes e extrair de seus funcionários feedbacks para que eles pudessem sentir a sua importância dentro da organização. De acordo com a lista da Forbes (2021), Luiza Trajano lidera o 2º lugar no ranking das mulheres mais ricas do Brasil, opera atualmente 1.429 lojas físicas distribuídas em 21 estados.

Conforme a pesquisa da GEM (2021), no Brasil as mulheres empreendedoras representam cerca de um em cada três empreendedores orientados para o crescimento ativo no mundo de hoje. Com base nos dados obtidos pelo Relatório de Empreendedorismo Feminino 2020/2021, a GEM (2021) identificou de forma global que 30,2% das mulheres empreendedoras pesquisadas tem a perspectiva de contratar seis ou mais funcionários nos próximos cinco anos, em comparação com o relatório de 2019 que foi de apenas 18,7%.

De acordo com o SEBRAE (2021), as mulheres são 50% da população do Brasil e representam 46% dos empreendedores iniciais com negócios de até 3,5 anos (GEM, 2020), 49% das mulheres empreendedoras são chefes de família (PNAD, 2020) e 48% são MEI – Microempreendedor Individual (SEBRAE, 2019). A jornada tripla é um dos obstáculos para que as mulheres empreendedoras consigam o avanço, dados apresentados pelo SEBRAE mostram que as mulheres se dedicam 17% de horas a menos que os homens em seus negócios, isso devido a trabalharem 10,5 horas por semana a mais que os homens em atividades domésticas e com cuidados com os filhos (PNAD, 2020).

Os autores Amorim e Batista realizaram um estudo para analisar, de forma geral, a atuação do empreendedorismo feminino, onde foi possível observar as razões que fazem as

mulheres buscar pelo empreendedorismo, o que ainda não tem sido bastante pesquisado quanto aos seus efeitos positivos e negativos. A conquista dentro do mercado de trabalho tem sido levemente novo. “Não foi simples para as mulheres conseguirem ganhar seu próprio dinheiro, obter independência e ainda ter sua competência reconhecida. Atualmente não há dúvidas sobre a capacidade intelectual feminina, sendo esse um progresso para a sociedade” (AMORIM, BATISTA, S/A, p.10).

Os dados analisados e obtidos mostram o avanço da dominação feminina frente ao empreendedorismo e que é o seu caminho como forma de sobrevivência própria e/ou na geração de novos empregos, visto que com o sucesso do empreendimento a empreendedora precisa de alguém para lhe auxiliar nas atividades domésticas, que mesmo com os sucessos alcançados a mulher sempre terá essa responsabilidade.

Em outro estudo, as autoras Jonathan e Silva (2007) realizaram a aplicação de um questionário com mulheres donas de seu próprio negócio para entender seus pensamentos com suas vivências frente ao empreendedorismo. O questionário foi realizado com mulheres empreendedoras na faixa etária média de 46,5 anos, com a porcentagem de 68,7% casadas, 18,7% solteiras e 12,5% separadas, onde 83,7% possuem filhos e tinha o auxílio de para os cuidados de dona de casa. Dentro desse auxílio 64,4% era de empregados e 28,8% do apoio de familiares.

Nos resultados obtidos, as empreendedoras comentaram sobre conflitos existentes no caminho do empreender, conflitos esses que são:

- Conflitos no espaço de trabalho: um dos mais frequentes que abrangeu as pessoas com os aspectos financeiros. Um dos relatos de uma das empreendedoras foi a diferença no ponto de vista com seu sócio, quando os pensamentos não se coincidem era gerado o conflito entre eles.
- Conflitos entre as demandas da família e do trabalho: apesar de não ter sido um dos mais comentados, foi apontado como um dos mais problemáticos e difíceis de resolver. Em meio aos relatos, uma das empreendedoras carregava a culpa de todas as atitudes erradas de seus filhos devido a sua “ausência” nas atividades relacionadas ao seu lar, até perceber e entender que não tinha a ver com ela e sim que com seus próprios filhos.
- Conflitos do trabalho e pessoal: a existência desse conflito foi baixa, sendo um ponto crítico com relação ao tempo e força dedicados ao seu empreendimento e que deixava a desejar para o tempo de cuidados pessoais. Nos relatos a falta de

tempo para si era o que incomodava, pois deixava de cuidar de si e de ir buscar uma qualidade de vida melhor.

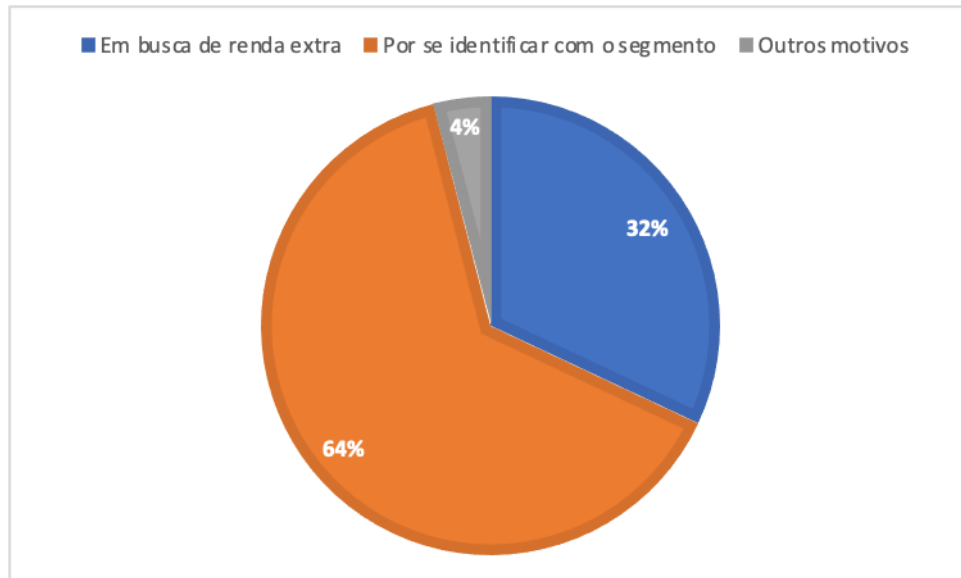
Uma pesquisa foi realizada por Carreira et al. (2015), com doze mulheres nos estados de São Paulo, Paraná e Santa Catarina. O intuito dessa análise era identificar o perfil das empreendedoras, juntamente com suas características pessoais e como foi o desenvolvimento do seu negócio, além da sua visão futura.

Após a análise dos dados coletados, foi possível observar as características das empreendedoras, que são compostas pela persistência e determinação pela coragem e confiança no trabalho que executam; a visão ampla do mercado e das oportunidades baseadas nos estudos e pesquisas realizados; ideia e visão de oportunidades; persistência e foco nos objetivos; colocando a família e a fé como alicerce para enfrentar os desafios; propor e cumprir as metas dentro do planejamento e prazo estabelecidos.

A pesquisa apresentou o paralelismo entre as características do perfil das mulheres que foram entrevistadas e os sinais específicos do comportamento de um empreendedor. Também apresentou a importância do comportamento empreendedor e do empreendedorismo feminino, que por sinal mostrou ter iniciativa e confiança nos seus atos tendo como consequência o crescimento do seu próprio negócio.

Já em outro estudo realizado por Santos et al. (2022), realizaram um questionário com dez empreendedoras com o objetivo de entender mais sobre o empreendedorismo feminino, os seus avanços e dificuldades durante a pandemia. Em meio as respostas obtidas pelo questionário, 64% das mulheres optaram por empreender visando a sua situação financeira, já 32% escolherem o segmento da sua empresa que mais se identificava e, 4% foram por diversos outros motivos, conforme apresenta o Gráfico 1 abaixo.

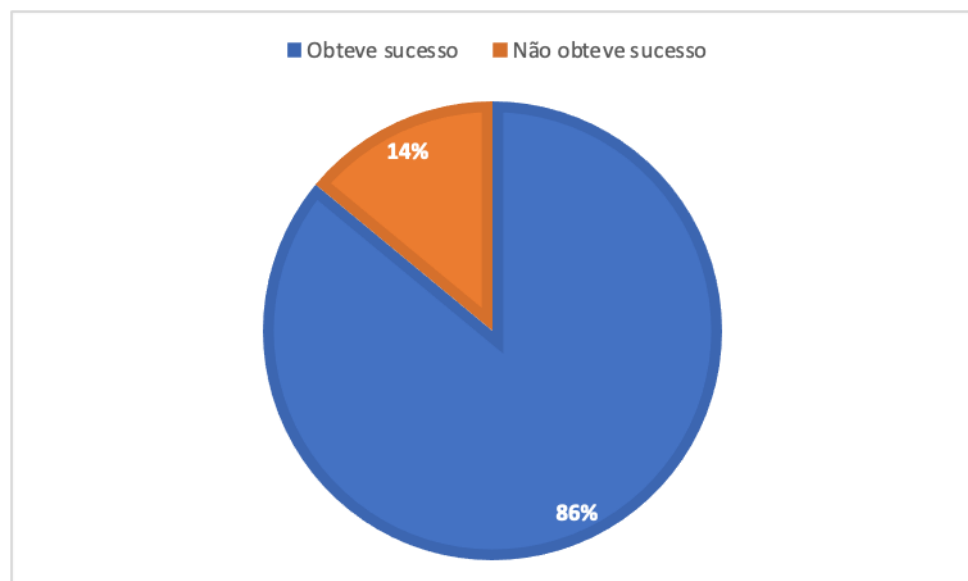
Gráfico 1 – Por qual motivo despertou a vontade de empreender



Fonte: Adaptada de Santos et al. (2022).

Outra questão buscava compreender de que forma foi empreender durante o cenário pandêmico. Os resultados alcançados mostraram que 86% das mulheres entrevistadas afirmaram que empreender durante o cenário causado pela pandemia trouxe bons resultados e os outros 14% não obtiveram um efeito positivo, o qual se era esperado. Assim, é possível perceber que o ramo do empreendimento foi um escape de saída para várias mulheres, principalmente pela busca da independência financeira, como representa o Gráfico 2 abaixo.

Gráfico 2 – Experiência de empreender durante a pandemia

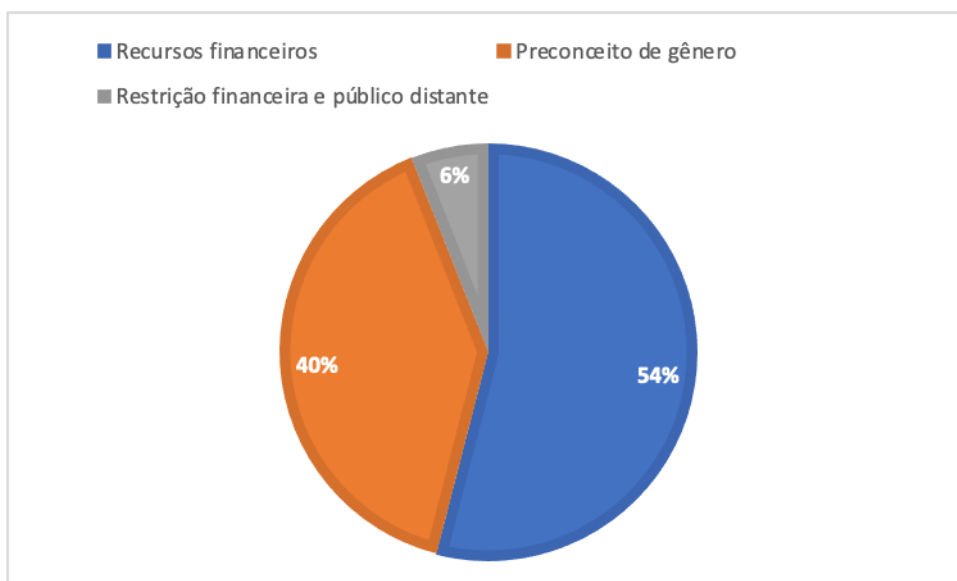


Fonte: Adaptada de Santos et al. (2022).

Outro questionamento das autoras a ser destacado, sobre as maiores dificuldades encontradas para o empreendedorismo. Os resultados mostraram que 54% afirmou sobre a falta de recursos disponíveis no caixa da empresa e as despesas e contas a pagar. Conforme a pesquisa Demografica das Empresas, disponibilizada pelo IBGE, no ano de 2014 uma portecentagem de 23% das empresas brasileiras encerram suas atividades no seu primeiro ano, já 60% realizam a baixa nos em meio aos cinco primeiros anos. Isso se dá pela falha no cuidado com o capital de giro, que é considerada como a dificuldade predominante na gestão, e isso devido a diversas empreendedoras não terem o conhecimento adequado para cuidar da saúde financeira do seu estabelecimento (SANTOS et al., 2022, p.17).

Os outros 40% foram devido ainda ao preconceito de mulheres estarem dominando empreendimentos, além dos diversos outros motivos que mostram que as elas sentiram mais com a pandemia. Os dados do IBGE mostram que mesmo antes da pandemia as mulheres se dedicavam 10 horas por semana a mais que os homens para cumprir com as ocupações domésticas e o cuidado com a família. Com a chegada da pandemia, as mulheres foram as primeiras a sentirem o impacto, visto que várias empresas tiveram que suspender suas atividades e isso acarretou na queda de empregos formais, diante disso, as mulheres buscaram pelo empreendedorismo como uma forma de solução para o cenário que estava vivendo (SANTOS et al., 2022, p. 18). Os outros 6% se dividem entre a restrição financeira e o público distante, como mostra o Gráfico 3.

Gráfico 3 – Quais as maiores dificuldades encontradas no empreendedorismo



Fonte: Adaptada de Santos et al. (2022).

A escolha por empreender transformou a vida de várias mulheres que, mudaram seu posicionamento no mundo do comércio. Os resultados alcançados na pesquisa apresentam a solidificação do papel feminino na sociedade e no mundo do empreendedorismo, além disso, implicam na comprovação de vários estudos que mostram o quanto que o empreendimento feminino é propulsor de independência das mulheres (SANTOS et al., 2022, p.18).

2.4 Apoio do SEBRAE ao empreendedorismo

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE está presente na vida do empreendedor desde 1972 sem fins lucrativos e atua como um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento para dá suporte aos pequenos negócios do país (PORTAL SEBRAE).

Com a atenção voltada ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável das Micro e Pequenas Empresas, o SEBRAE atua em diversas áreas, de acordo com o Portal do SEBRAE as áreas de atuação consistem em: educação empreendedora, capacitação dos empreendedores e empresários, articulação de políticas públicas que criem um ambiente legal mais favorável, acesso a novos mercados, acesso à tecnologia e inovação e, orientação para o acesso aos serviços financeiros.

O SEBRAE apia os empreendedores desde o início, enfatizando a importância da formalização do seu negócio. A formalização é o registro de uma empresa no Governo, dando o aval para que possa executar suas atividades regulamente. Formalizar trás diversos benefícios a empresa dando mais oportunidade e ganhos, já a informalidade trás uma insegurança e risco para o empreendedor. O Portal SEBRAE expõe um exemplo claro desse risco, quem diz que “as mercadorias podem ser apreendidas pelo poder público, ficando limitada a possibilidade de crescimento e divulgação do seu negócio”.

Além disso, é considerado algumas vantagens que são destacadas pelo Portal do SEBRAE ao aderir pela legalização do seu negócio, que são:

1. Segurança
2. Fechar parcerias
3. Acesso à linha de crédito
4. Exportar e receber subsídios do governo

No ramo de empreender existem diferentes tipos de empresas, cada um de acordo com as atividades que são exercidas, são portes empresarias que visam desde do pequeno empreendimento a aquele que está com um caminha mais avançado. Os portes empresarias são:

1. MEI – Microempreendedor Individual
2. ME – Microempresa
3. EPP – Empresas de pequeno porte
4. Empresas de médio ou grande porte

O porte MEI – Microempreendedor Individual é para os empresários com limite de receita bruta até R\$ 81.000,00 ao ano e paga os tributos pelo SIMEI, os valores são de acordo com a área do segmento da empresa, por exemplo: comércio, serviços ou indústria. Além disso a formalização é gratuita através do site do Portal do Empreendedor (PORTAL SEBRAE).

O tipo ME – Microempresa fornece um limite de faturamento maior quando comparado com o MEI, seu limite pode chegar até R\$ 360.000,00 ano ano, os tributos também podem ser pagos pelo SIMEI. Para abertura da empresa é necessário de um contador (PORTAL SEBRAE).

A EPP são empresas de pequeno porte cujo faturamento está entre R\$ 360.000 e R\$ 3,6 milhões, também pode ser optante pelo SIMEI caso a empresa não obtenha uma atividade coberta pela LC 123/2006. Já as Empresas de médio ou grande porte são aquelas que o faturamento é superior a R\$412 milhões (PORTAL SEBRAE).

3 METODOLOGIA

Nesse capítulo, será descrito os procedimentos metodológicos que foram utilizados para a elaboração deste trabalho. São relatados aspectos de: Tipo de pesquisa (3.1); Coleta de dados (3.2) e Análise de dados (3.3).

3.1 Tipo de pesquisa

O plano de pesquisa realizado na análise deste trabalho é composto por dois tipos de pesquisa: quantitativo e qualitativo. Na pesquisa quantitativa é demonstrada em números, onde os dados coletados são analisados de forma mais objetiva. O ato de mensurar variáveis de pesquisa é a característica mais marcante da abordagem quantitativa. Isso, por vezes, é a única forma de justificar a adoção da abordagem (CAUCHICK, 2018). Neste caso, no número de formalizações de empresas dominadas por mulheres diante do impacto da pandemia.

Na pesquisa qualitativa é demonstrada a interpretação dos dados com a interferência da pesquisadora, ou seja, análise obtida pela pesquisadora. O autor Bernardes (2019) diz que

durante do estudo qualitativo inicia com o entendimento do problema que promoveu o estudo, a declaração de propósito, a apresentação da sua importância com a formulação do objetivo do estudo e de sua questão de pesquisa central. Neste caso, será os resultados obtidos após a análise e interpretação dos dados coletados para saber como a pandemia influenciou nas formalizações de empresas administradas por mulheres.

3.2 Coleta de dados

A análise dos dados ocorreu através das informações fornecidas pela Agência SEBRAE – Vale do Açu/RN – um município brasileiro localizado no interior do Rio Grande do Norte, situado na Região Nordeste e localizada a cerca de 210km da capital do estado - conciliando a área onde a autora deste trabalho desenvolveu o estágio não obrigatório e obrigatório.

A análise foi realizada com base de dados no período de três anos sobre empreendedoras que buscaram, junto ao SEBRAE, a formalização do seu negócio. A amostra se dá com base no total de 681 empresas formalizadas por homens e mulheres, especificamente distribuídas por:

- 252 empresas formalizadas no ano de 2019;
- 185 empresas formalizadas no ano de 2020;
- 244 empresas formalizadas no ano de 2021.

3.3 Análise dos dados

No que diz respeito às análises dos dados obtidos, utilizou-se recursos disponíveis no software da Microsoft Excel, tais como as funções de testes estatísticos, como o Teste T e Análise de Variância ANOVA. Além disso, foram utilizados os recursos de estatísticas descritiva e gráficos para ilustrar os dados.

O Teste T é um teste estatístico para testar hipóteses sobre diferença entre duas médias. É possível utilizar o Teste T para: fazer a comparação entre a média de uma amostra com a média populacional; fazer a comparação entre duas médias amostrais; fazer a comparação entre duas médias de uma mesma amostra que foi investigada em dois momentos do tempo (ANUNCIAÇÃO, 2021).

A Análise de Variância ANOVA é um método estatístico bastante utilizada com o objetivo de verificar as diferenças médias entre vários grupos de forma simultânea, por isso é considerado um teste paramétrico (ANUNCIAÇÃO, 2021).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

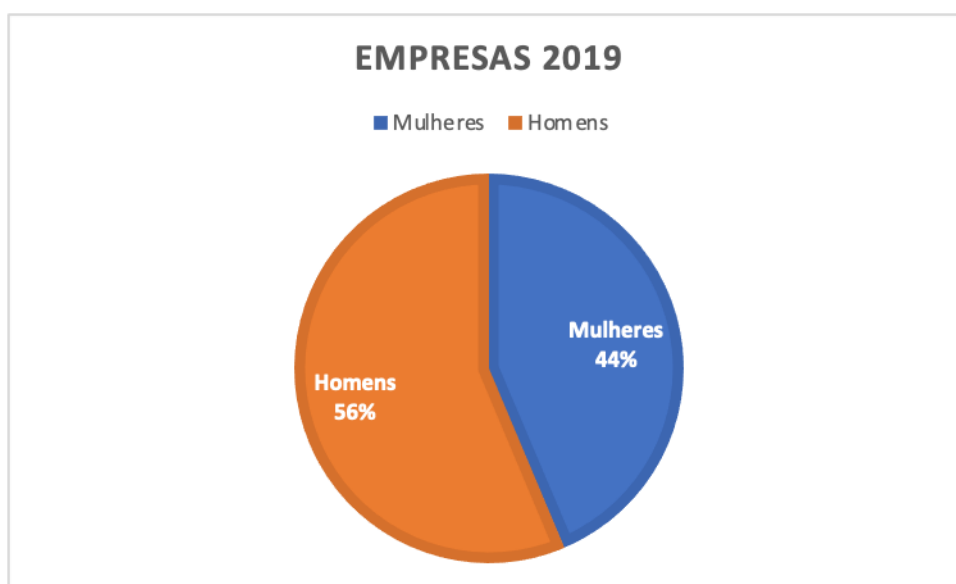
Este capítulo tem o objetivo de analisar e compreender os dados coletados. Discorrido por quatro subseções, as quais são compostas por: Análise geral (4.1); Análise anual 2019 (4.2); Análise anual 2020 (4.3), Análise anual 2021 (4.4) e, Análise estatística (4.5).

4.1 Análise geral

Com base na análise dos dados coletados para a elaboração deste trabalho, foram analisadas 681 empresas divididas em vários segmentos. Durante a análise dos dados, foi possível observar que a crise causada pela pandemia da COVID-19 trouxe impactos para o ramo do empreendedorismo no ano de 2020, o qual foi o ano mais afetado no geral.

O Gráfico 4, apresenta o demonstrativo das empresas que foram formalizadas no ano de 2019, antes da chegada da pandemia, dividido por homens e mulheres.

Gráfico 4 – Empresas formalizadas no ano de 2019



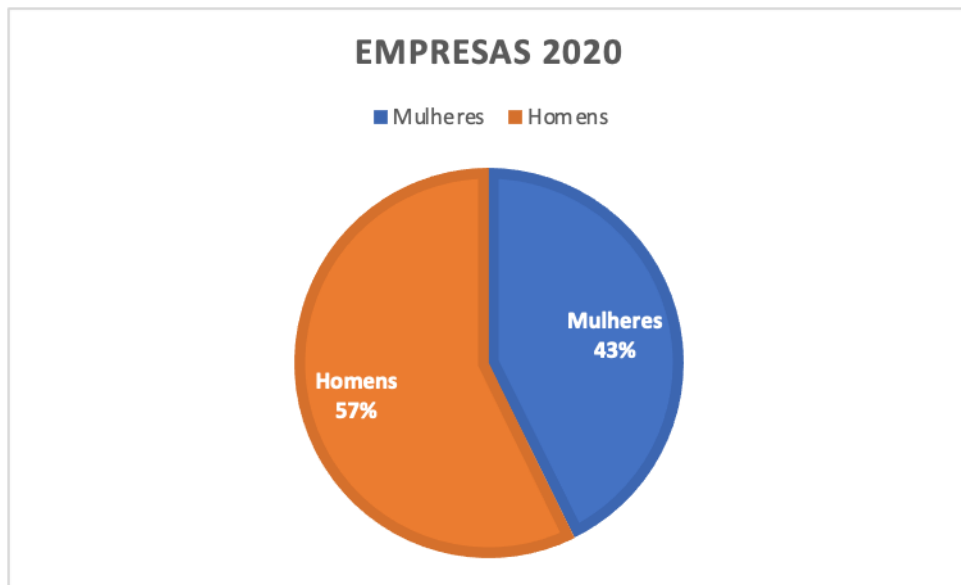
Fonte: Autoria própria (2022).

Um total de 252 empresas formalizadas, com a porcentagem de 44% equivalente a 110 empresas lideradas por mulheres nos diversos segmentos. Assim, é possível notar que, mesmo com o avanço da força feminina na economia, especificamente dentro do empreendedorismo, o

número de homens continua sendo prevalectionado, nesse caso com a porcentagem de 56% equivalente a 142 empresas.

No Gráfico 5 é apresentado o demonstrativo de empresas que foram formalizadas por homens e mulheres em 2020, período esse que foi afetado pela chegada da pandemia.

Gráfico 5 – Empresas formalizadas no ano de 2020

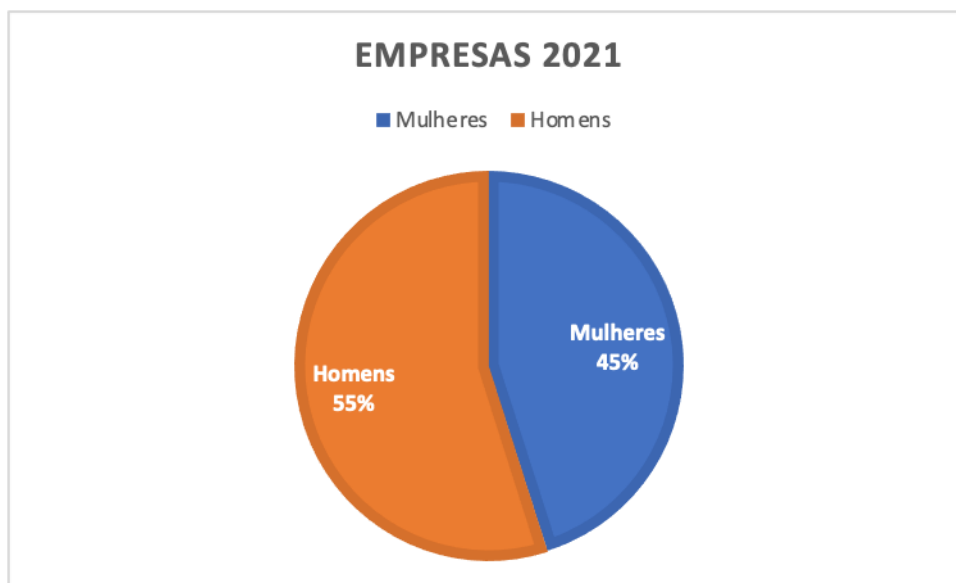


Fonte: Autoria própria (2022).

Com o total de 185 empresas formalizadas no referido ano, é possível identificar que a pandemia causou diversos impactos no mundo do empreendedorismo, nesse caso, é possível ver que o número de formalizações foi afetado. Em comparação ao ano de 2019, houve uma queda resultando a diferença de 67 empresas formalizadas, onde 43% que equivale a 79 empresas lideradas por mulheres e 57% que equivale a 106 empresas lideradas por homens.

No Gráfico 6 é apresentada a demonstração das empresas que foram formalizadas por mulheres e homens em 2021, um ano que pode ser considerado recente pós pandemia.

Gráfico 6 – Empresas formalizadas no ano de 2021



Fonte: Autoria própria (2022).

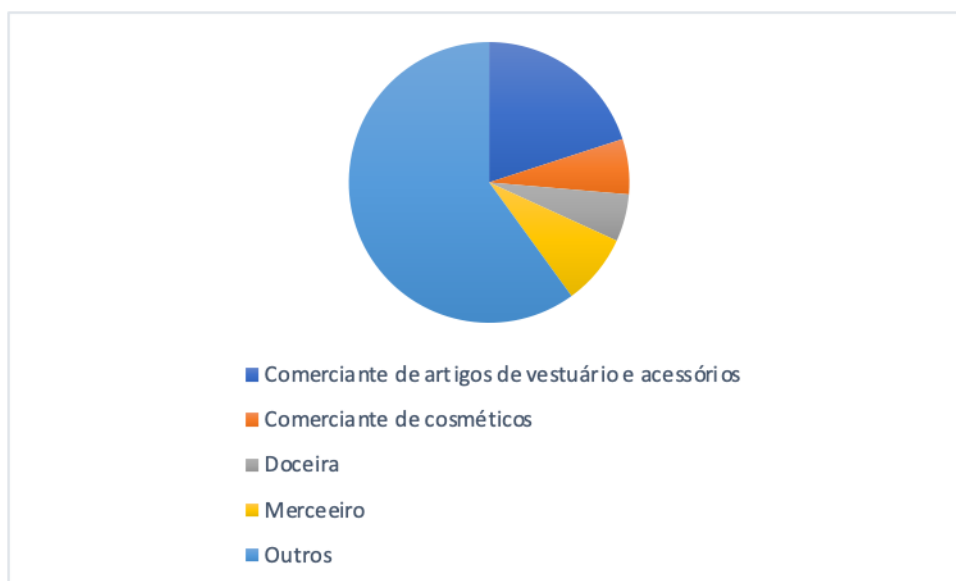
Com o total de 244 empresas formalizadas, é possível identificar que é um ano recente pós pandemia e obteve uma melhoria com relação as formalizações de novas empresas, onde 45% é representado por 110 empresas formalizadas e que são dominadas por mulheres empreendedoras e 55% é representado por 134 empresas formalizadas e que são dominadas por homens.

4.2 Análise anual: 2019

Diante dos dados obtidos após a análise do referido ano, foi possível identificar que dentre os mais de 400 segmentos permitidos para o porte MEI, 45 deles foram escolhidos pelas mulheres empreendedoras que buscaram a legalização do seu negócio no ano de 2019.

No Gráfico 7 está a representação do quanto que os 45 segmentos foram procurados pelas empreendedoras no Vale do Açu.

Gráfico 7 – Segmentos procurados em 2019



Fonte: Autoria própria (2022).

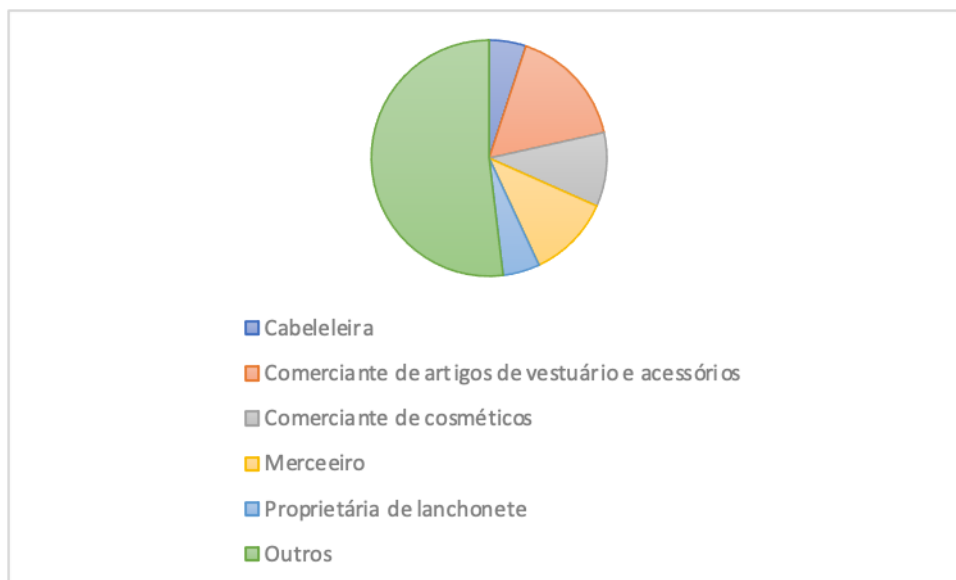
Com a apresentação do gráfico, é possível identificar que dentre os segmentos escolhidos por mulheres no ano de 2019 tem em destaque quatro segmentos mais procurados, os quais são: Comerciante de artigos de vestuário e acessórios independente representado por 22%; Merceeira independente representada por 8%; Comerciante de cosméticos e artigos de perfumaria independente representada por 6% e; Doceira independente representada por 5%.

4.3 Análise anual: 2020

Com base nos dados observados e analisados, o ano de 2020 foi diretamente afetado devido às dificuldades apresentadas pela chegada da pandemia, gerando inúmeros desafios aos empreendedores.

No Gráfico 8 é apresentado 38 segmentos mais procurados pelas empreendedoras no ano citado para realizarem a formalização do seu pequeno empreendimento.

Gráfico 8 – Segmentos procurados em 2020



Fonte: Autoria própria (2022).

Conforme os dados representados no gráfico acima, é possível identificar que, diferente do ano anterior, o ano de 2020 obteve cinco segmentos mais procurados por empreendedores femininas para a formalização do seu negócio. Os segmentos em destaque são: comércio de artigos de vestuário e acessórios independente representando 13%; Merceeiro independente representado por 9%; Comerciante de cosméticos e artigos de perfumaria independente sendo representado por 8%; Cabelereira independente representada por 4% e; Proprietária de lanchonete independente com 4%.

4.4 Análise anual: 2021

De acordo com os dados analisados, os empreendimentos formalizados por mulheres em 2021 tiveram a procura de 48 segmentos variados. Ano que voltou a se reestabelecer após diversos desafios encarados no ano anterior.

Com base nesses dados, o Gráfico 9 demonstra os segmentos que fizeram parte da formalização das empresas lideradas por mulheres.

Gráfico 9 – Segmentos procurados em 2021



Fonte: Autoria própria (2022).

Diante dessa demonstração, é possível observar que diferente dos demais anos analisados, o ano de 2021 obteve uma intensidade de 7 segmentos mais procurados pelas empreendedoras na formalização do seu negócio. Segmentos esses que são: Comerciante de artigos de vestuário e acessórios independente com 18%; Comerciante de cosméticos e artigos de perfumaria independente com 9%; Proprietária de lanchonete independente com 6%; Sorveteira com 5%; Mercearia independente com também 5%; Comerciante de bebidas independente representada por 4% e; costureira tendo a representação também de 4%.

4.5 Análise estatística

Foram aplicados o Teste T e Teste ANOVA para identificar de que forma a pandemia impactou no número de formalização e baixa dos empreendimentos femininos analisados nos anos de 2019, 2020 e 2021.

As Tabelas 1 e 2 representam os resultados obtidos com a aplicação do Teste T: duas amostras em par para médias. A análise dos resultados obtidos nas tabelas tem o objetivo de

verificar uma relação estatisticamente significativa entre os números de formalizações e baixa das empresas entre o ano de 2019 e 2020.

Tabela 1 – Teste T de abertura das empresas entre 2019 e 2020

	<i>ANO19</i>	<i>ANO20</i>
Média	9,083333333	6,666666667
Variância	18,99242424	10,60606061
Observações	12	12
	-	
Correlação de Pearson	0,459047119	
Hipótese da diferença de média	0	
gl	11	
Stat t	1,282200326	
P(T<=t) uni-caudal	0,113067747	
t crítico uni-caudal	1,795884819	
P(T<=t) bi-caudal	0,226135494	
t crítico bi-caudal	2,20098516	

Fonte: Autoria própria (2022).

Tabela 2 – Teste T de baixa das empresas entre 2019 e 2020

	<i>BAIXA19</i>	<i>BAIXA20</i>
Média	2	1,416666667
Variância	2,909090909	2,810606061
Observações	12	12
	-	
Correlação de Pearson	0,031792793	
Hipótese da diferença de média	0	
gl	11	
Stat t	0,831812905	
P(T<=t) uni-caudal	0,211602306	
t crítico uni-caudal	1,795884819	
P(T<=t) bi-caudal	0,423204612	
t crítico bi-caudal	2,20098516	

Fonte: Autoria própria (2022).

Com isso, é possível identificar que o Stat t de ambas tabelas é menor do que o t crítico bi-caudal, têm-se a indicação de não rejeitar a hipótese nula e não há indício de que existe diferença significativa entre o ano de 2019 e o ano de 2020. Dessa forma, é possível considerar que, mesmo apesar da pandemia, não houve diferença em relação a abertura e baixa de empresas entre os dois anos.

As Tabelas 3 também representam os resultados obtidos com a aplicação do Teste T:

duas amostras em par para médias. A observação dos resultados obtidos nas tabelas tem a finalidade de verificar de forma estatística os números de formalizações entre os anos de 2019 e 2021, considerado como antes e recente pós pandemia.

Tabela 3 – Teste T de abertura das empresas entre 2019 e 2021

	<i>ANO19</i>	<i>ANO21</i>
Média	9,083333333	9
Variância	18,99242424	15,45454545
Observações	12	12
	-	
Correlação de Pearson	0,148575441	
Hipótese da diferença de média	0	
gl	11	
Stat t	0,045909514	
P(T<=t) uni-caudal	0,482102618	
t crítico uni-caudal	1,795884819	
P(T<=t) bi-caudal	0,964205237	
t crítico bi-caudal	2,20098516	

Fonte: Autoria própria (2022).

A Tabela 4 apresenta os dados relacionados a baixa das empresas entre os anos de 2019 e 2021, considerado como antes e recente pós pandemia.

Tabela 4 – Teste T de baixa das empresas entre 2019 e 2021

	<i>BAIXA19</i>	<i>BAIXA21</i>
Média	2	1,75
Variância	2,909090909	2,386363636
Observações	12	12
	-	
Correlação de Pearson	0,103509834	
Hipótese da diferença de média	0	
gl	11	
Stat t	0,358335973	
P(T<=t) uni-caudal	0,36343699	
t crítico uni-caudal	1,795884819	
P(T<=t) bi-caudal	0,72687398	
t crítico bi-caudal	2,20098516	

Fonte: Autoria própria (2022).

Assim, é observar que o Stat t de ambas as tabelas é menor do que o t crítico bi-caudal, existe a indicação de não rejeitar a hipótese nula e não há indício de que existe diferença significativa entre o ano de 2019 e o ano de 2021. Sendo possível considerar que não houve diferença em relação a abertura e baixa de empresas entre os dois anos.

Para concluir os Teste T, a Tabela 5 também representam os resultados obtidos com a aplicação do teste. A observação dos resultados obtidos nas tabelas tem a intenção de verificar estatisticamente os números de formalizações das empresas entre os anos de 2020 e 2021, considerado como durante e recente pós pandemia.

Tabela 5 – Teste T de abertura das empresas entre 2020 e 2021		
	ANO20	ANO21
Média	6,666666667	9
Variância	10,60606061	15,45454545
Observações	12	12
Correlação de Pearson	0,255625777	
Hipótese da diferença de média	0	
gl	11	
	-	
Stat t	1,829706558	
P(T<=t) uni-caudal	0,04725123	
t crítico uni-caudal	1,795884819	
P(T<=t) bi-caudal	0,094502461	
t crítico bi-caudal	2,20098516	

Fonte: Autoria própria (2022).

Na Tabela 6 apresenta os dados relacionados a baixa das empresas entre os anos de 2020 e 2021, considerado como durante e recente pós pandemia.

Tabela 6 – Teste T de abertura das empresas entre 2020 e 2021		
	BAIXA20	BAIXA21
Média	1,416666667	1,75
Variância	2,810606061	2,386363636
Observações	12	12
Correlação de Pearson	-0,27204498	
Hipótese da diferença de média	0	
gl	11	
Stat t	-0,44926035	
P(T<=t) uni-caudal	0,33098332	
t crítico uni-caudal	1,795884819	

P(T<=t) bi-caudal	0,661966639
t crítico bi-caudal	2,20098516

Fonte: Autoria própria (2022).

Sendo assim, é identificar que o Stat t de ambas tabelas também é menor do que o t crítico bi-caudal, existe a recomendação de não rejeitar a hipótese nula e não há evidência de que existe diferença significativa entre o ano de 2020 e o ano de 2021. Sendo possível considerar, mais uma vez, que não houve diferença em relação a abertura e baixa de empresas entre os dois anos citados.

As Tabelas 7 e 8 representam os resultados alcançados com a aplicação do Teste ANOVA: fator duplo sem repetição. A análise do teste tem o objetivo de análise do F e o F crítico para identificar, de forma conjunta, a estatística das formalizações dos empreendimentos feminino durante o período de 2019, 2020 e 2021.

Tabela 7 – Teste ANOVA para abertura das empresas entre os anos 2019 à 2021

<i>Fonte de variação</i>	<i>SQ</i>	<i>gl</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>valor P</i>	<i>F crítico</i>
Linhas	179,3333	11	16,30303	1,670807	0,203913	2,81793
Colunas	32,66667	1	32,66667	3,347826	0,094502	4,844336
Erro	107,3333	11	9,757576			
Total	319,3333	23				

Fonte: Autoria própria (2022).

A Tabela 8 mostra os dados relacionados a baixa das empresas entre os anos de 2019 à 2021.

Tabela 8 – Teste ANOVA para baixa das empresas entre os anos 2019 à 2021

<i>Fonte de variação</i>	<i>SQ</i>	<i>gl</i>	<i>MQ</i>	<i>F</i>	<i>valor P</i>	<i>F crítico</i>
Linhas	20,83333	11	1,893939	0,573394	0,814887	2,81793
Colunas	0,666667	1	0,666667	0,201835	0,661967	4,844336
Erro	36,33333	11	3,30303			
Total	57,83333	23				

Fonte: Autoria própria (2022).

Sendo assim, com base nos valores estatísticos apresentados nas Tabelas 7 e 8, o valor de F foi menos do que o valor do F crítico na linha e na coluna, que representa respectivamente

mês e ano, isto significa que estatisticamente não há diferença significativa em relação aos números de empresas abertas e fechadas nos meses e anos analisados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar os impactos no cenário pandêmico causados pela COVID-19 na formalização de empresas dominadas por mulheres no Vale do Açu/RN, trazendo como objetivo geral analisar os impactos provocados pela pandemia do COVID-19 na abertura de empresas dominadas por mulheres na região do Vale do Açu/RN e, como objetivos específicos: I) analisar as atividades formalizadas por mulheres empreendedoras no Vale do Açu; II) classificar, por segmentos, as empresas que foram formalizadas por mulheres; III) desenvolver uma análise qualitativa sobre o impacto causado ao empreendedorismo feminino durante os anos de 2019 á 2021; IV) definir por meio de uma análise comparativa os segmentos mais presentes durante os anos em análise.

Quanto aos objetivos específicos, o primeiro pode-se concluir que dentre os diversos segmentos ofertados ao porte de empresa estudado, o segmento mais predominante e comum entre os anos alisados foi o comércio de artigos de vestuário e acessórios.

Em relação ao segundo objetivo específico, foi destacado os segmentos mais procurados nas formalizações, os quais foram: comerciante de artigos de vestuário e acessórios, mercearia, comerciante de cosméticos e artigos de perfumaria, doceira, cabelereira, proprietária de lanchonete, sorveteira, comerciante de bebidas e, costureira.

No terceiro objetivo, após as análises realizadas, foi possível perceber que a pandemia não impactou nos números de formalizações, isso mostra que as mulheres vêm conquistando seu espaço no ramo de empreendimento por apresentar características de liderança, força de vontade e responsabilidade.

Já em relação ao quarto objetivo, teve-se a predominância de dois segmentos durante os anos em análise. Com base no levantamento da análise dos dados, os segmentos são no setor de comércio varejista, os quais são: comércio de vestuário e acessórios e; comércio de cosméticos e artigos de perfumaria.

Por fim, com os resultados obtidos através do Testes t e ANOVA aplicados para atender ao objetivo geral do presente trabalho, pode-se concluir que, mesmo diante da pandemia, não houve diferença nas aberturas de empresas entre os três anos analisados. Como continuação da pesquisa realizada, fica a sugestão para incrementar o estudo da análise para o objetivo geral do presente trabalho, a aplicação de entrevistas com as empreendedoras que formalizaram a empresa nos anos em questão.

REFERÊNCIAS

- A FORÇA do empreendedorismo brasileiro. **Sebrae**. Disponível em:< https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos>: Acesso em 17/08/2022.
- A FORÇA do empreendedorismo feminino. **Sebrae**. 2021.
- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. S/A.
- ANUNCIAÇÃO, Luis. **Conceitos e análises estatísticas com R e JASP**. PhD Psicometria, PUC-Rio, Edição Beta 2, 2021.
- BERNARDES, Ednilson. **Pesquisa Qualitativa em Engenharia de Produção e Gestão de Operações**. São Paulo: Atlas, 2019.
- BIOGRAFIA DE Luiza Helena Trajano. **Grupo Suno**. Disponível em:<

Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. Vol. 5, Santa Catarina: NAVUS, 2015.

CATEGORIAS de formalização de empresas. **Sebrae.** Disponível em:<
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/categorias-de-formalizacao-deempresas,4a0dca91c761e610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>: Acesso em 17/08/2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. 4. Ed. São Paulo: Editora Manole, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021.

ENTENDA a importância de formalizar e registrar o seu negócio. **Sebrae.** Disponível em:<
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/legalize-e-proteja-seu-negocio-comoregistrar-umaempresa,e47817e688095410VgnVCM2000003c74010aRCRD#:~:text=A%20formaliza%C3%A7%C3%A3o%20e%20o%20registro,e%20receber%20subs%C3%ADdios%20do%20governo>>: Acesso em 17/08/2022.

EMPREENDEADORISMO e inovação por Schumpeter. **Empresas de Base Tecnológica (EBT) – Brasil.** Disponível em:<
<https://ebtbrasil.wordpress.com/2010/06/19/empreendedorismo-e-inovacao-por-schumpeter/>>: Acesso em 17/08/2022.

ESTUDO mostra os impactos da pandemia para mães empreendedoras. **Estado de Minas.** Disponível em:<
https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2021/05/05/internas_economia,1263681/estudo-mostra-os-impactos-da-pandemia-para-maes-empreendedoras.shtml>: Acesso em 17/08/2022

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

GEM WOMEN'S entrepreneurship report launch webinar. **Global Entrepreneurship Monitor**. Disponível em:< <https://www.gemconsortium.org/news/gem-women%27sentrepreneurship-report-launch-webinar>>: Acesso em 17/08/2022.

GLOBAL Entrepreneurship Monitor Research highlights significant increase in growthoriented women entrepreneurs worldwide. **Global Entrepreneurship Monitor**. Disponível em:< <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>>: Acesso em 17/08/2022.

GUIA prático para a formalização de empresas. **Sebrae**. Disponível em:< <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/guia-pratico-para-a-formalizacao-deempresas,8f8a634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>>: Acesso em 17/08/2022.

KALAKI, Rayanne Rodrigues. **A inteligência emocional no empreendedorismo feminino em tempos de pandemia**. São Carlos, 2021.

LEITE, Emanuel F. **O Fenômeno do Empreendedorismo - 1ª edição**. São Paulo: Saraiva, 2012.

O CAMINHO para formalização de empresa: por onde começar?. **Sebrae**. Disponível em:< <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/formalizacao-de-empresa>>: Acesso em 17/08/2022.

OLIVEIRA, Malu. **Homem e Mulher a caminho do século XXI**. São Paulo: Editora Ática, 1997.

O QUE ACONTECEU com as empreendedoras na pandemia. **Diário do Comércio**. Disponível em:< <https://dcomercio.com.br/publicacao/s/o-que-aconteceu-com-asempreendedoras-na-pandemia>>: Acesso em 17/08/2022.

SALIM, Cesar. **Introdução ao Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. Grupo GEN, 2009.

SANTOS, Ellen de Almeida; PEREIRA, Laura de Souza; MARIANO, Luana Beatriz de Oliveira. **Empreendedorismo feminino durante a pandemia**. São Paulo, 2022.

TAJRA, Sanmya F. **Empreendedorismo: da ideia à ação**. São Paulo: Saraiva, 2021.

TAJRA, Sanmya F. **EMPREENDEDEDORISMO CONCEITOS E APLICAÇÕES**. São Paulo: Saraiva, 2019.

WILIANS, Anne. **Empreendedorismo Social Feminino**. São Paulo: Saraiva, 2021.