

**( X ) Graduação ( ) Pós-Graduação**

**O PROTAGONISMO DAS MICROEMPREENDEDORAS DO VALE DO SÃO FRANCISCO NA PANDEMIA DA COVID-19: Um estudo de caso sobre a Casa das Arretadas**

**Moara Oliveira Moraes**  
Faculdade UNIBRAS Juazeiro/BA  
[moraes.moara@gmail.com](mailto:moraes.moara@gmail.com)

**Mércia Maria da Silva Souza**  
Faculdade de Petrolina - FACAPE  
[merciamariasouza@gmail.com](mailto:merciamariasouza@gmail.com)

**Florisvaldo Cunha Cavalcante Júnior**  
Instituto Federal da Bahia - IFBA  
[junior.ccavalcante@gmail.com](mailto:junior.ccavalcante@gmail.com)

**RESUMO**

Esse trabalho tem como objetivo observar a atuação de microempreendedoras residentes nas cidades de Juazeiro-BA e Petrolina-PE no período de pandemia frente aos seus negócios, tendo a loja colaborativa Casa das Arretadas como base para a coleta de dados. Dessa forma, o referido trabalho menciona as medidas consideradas pelas empreendedoras para enfrentamento da crise, assim como as habilidades desenvolvidas durante esse processo e a efetividade da Casa das Arretadas para manutenção e desenvolvimento dos seus empreendimentos. Vislumbrando esse assunto, a metodologia da pesquisa se caracteriza como quali-quantitativa, uma vez que foi combinado métodos quantitativos e qualitativos para obtenção dos resultados. No que se refere a estes, os principais pontos percebidos envolvem o uso das redes sociais como ferramenta estratégica de vendas, a resiliência como habilidade passar por esse período e visão positiva quanto ao futuro dos seus negócios.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Negócios; Pandemia.

**1 INTRODUÇÃO**

Em 26 de fevereiro de 2020 foi identificado no Brasil o primeiro caso de COVID-19 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020), uma doença infecciosa originada na China em dezembro de 2019, causada pelo SARS-coV-2 e considerada, segundo a Universidade Aberta do Sistema Único de Saúde (UNA-SUS), como “o maior desafio sanitário, econômico, social, humanitário e político do século 21” (UNA-SUS, 2020).

A evolução dos casos de infecções pelo vírus no Brasil e no mundo ocorreu de forma

acelerada e, como uma estratégia de controle da doença, a Organização Mundial de Saúde (OMS) recomendou o distanciamento social. Com isso, escolas, universidades, prestadores de serviço e comércio considerado não essencial, fecharam as suas portas, uma vez que “doenças transmitidas por gotículas respiratórias exigem certa proximidade física para ocorrer o contágio, o distanciamento social permite reduzir a transmissão (AQUINO *et al.*, 2020, p.2425).

Com as restrições de circulação das pessoas e o isolamento social imposto pelos governos é possível perceber o impacto negativo diretamente refletido nas relações de trabalho e na renda da população. Os primeiros a serem afetados, seja pelo baixo fluxo de caixa, seja pela dificuldade em desenvolver uma logística que permita a distribuição dos seus produtos ou serviços, foram os trabalhadores informais, as micro e pequenas empresas e os microempreendedores individuais.

De acordo com dados demonstrados pelo SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2021), em uma pesquisa realizada juntamente com a FGV – Fundação Getúlio Vargas, o microempreendedor individual é, ainda, o pequeno negócio mais vulnerável à crise do corona vírus, tomando como exemplo as vendas de fim de ano de 2020, no qual 70% dos microempreendedores entrevistados relataram que as vendas foram piores do que as do ano anterior.

Um outro dado da mesma pesquisa ainda revela que, referente ao faturamento anual das empresas no ano de 2020, as MPE’s faturaram 21% a mais que em 2019, enquanto que os microempreendedores faturaram apenas 12% a mais do que no referido ano.

No tocante ao micro empreendedorismo feminino, a vulnerabilidade em seus negócios é ainda mais relevante. Em um outro ensaio que visa analisar o impacto do Covid-19 nos pequenos negócios tendo como matriz de análise o sexo dos indivíduos, a mesma instituição destaca que 52% das mulheres entrevistadas fecharam temporariamente ou de vez os seus negócios, contra 47% dos homens” (SEBRAE, 2020). De acordo com a pesquisa esse dado pode estar aparentemente relacionado ao fato de que negócios liderados por mulheres são menores quando comparados aos que são conduzidos pelos homens. O estudo destaca que antes da pandemia o faturamento médio mensal de empresas com liderança feminina era de R\$23 mil, enquanto que as masculinas era de R\$32 mil, o que sinaliza a disparidade de gênero tão debatida no cenário atual.

Entretanto, mesmo em um contexto não favorável para a atuação feminina nos negócios, a pesquisa expõe elementos que corrobora para a elaboração desse artigo.

O mesmo estudo demonstra que as empreendedoras buscaram uma nova maneira de se relacionar e gerir os seus negócios. Um exemplo disso é uma maior busca por soluções digitais

e crescimento nas vendas online.

Segundo a pesquisa 34% das empreendedoras recorreram às redes sociais para fortalecer o seu negócio e 32% iniciaram as vendas online após o uso das redes sociais, enquanto que os homens, apesar de 31% fazerem uso das redes, apenas 25% conseguiram vender através delas.

A partir desses dados se torna relevante discutir a capacidade feminina de se reinventar ante a pandemia do Covid-19. Com isso, para este trabalho, parte-se a questão: em um contexto regional, quais foram as competências desenvolvidas por microempreendedoras para manterem os seus negócios em uma cenário pandêmico?

Para isso, tendo como objetivo geral observar a atuação do microempreendedorismo feminino nas cidades de Juazeiro-BA e Petrolina-PE durante a pandemia, o estudo foi realizado, tendo a loja colaborativa Casa das Arretadas e a sua interação com as microempreendedoras como o sujeito de análise da pesquisa, de maneira tal que fundamente a trajetória de fortalecimento e protagonismo da mulher empreendedora do Vale do São Francisco diante do cenário econômico atual.

Em relação aos objetivos específicos, a finalidade é verificar quais foram as medidas consideradas para enfrentamento da crise; averiguar o uso das redes sociais como ferramenta estratégica de vendas; identificar quais foram os aprendizados adquiridos nesse período; e validar a efetividade da Casa das Arretadas como suporte de desenvolvimento para os seus negócios.

Apesar da pandemia demonstrar um cenário desfavorável para o empreendedorismo feminino, as mulheres se reinventaram e buscaram soluções para enfrentar a atual conjuntura e adequar os seus negócios ao chamado novo normal.

De acordo com o Instituto Rede Mulher Empreendedora (2020), a pandemia oportunizou experiências. 56% das empreendedoras relataram que a gestão estratégica foi o principal aprendizado desse processo e 59% afirmaram que a resiliência foi uma habilidade aprendida diante das frustrações e estresses diários que o cenário ocasiona.

A mesma pesquisa também revela que 66% das mulheres, apesar de terem sofrido impacto nos seus negócios, se revelam confiantes em relação ao futuro de seus empreendimentos, 88% relatam ter maior interesse em empreender e 90% destas buscam apoio e conhecimento para o desenvolvimento do seu negócio.

Com isso, esse estudo tem por pretensão aproximar os dados demonstrados acima com a realidade sugerida a um determinado grupo de mulheres microempreendedoras do Vale do São Francisco, estruturando o conceito de que mesmo diante de um momento que sugere cautela, as mulheres se posicionam pertencentes a um sistema no qual é possível prospectar,

fortalecer os seus negócios e protagonizar as suas histórias.

Observar a atuação do microempreendedorismo feminino na pandemia em um contexto regional, tendo a Casa das Arretadas e a sua interação com as microempreendedoras pertencentes ao grupo como o sujeito de análise da pesquisa.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO**

Idealizado por Luana Trindade, a Casa das Arretadas é fruto de um projeto inovador estabelecido no Vale do São Francisco desde o ano de 2018, a comunidade Empreendedoras do Vale.

Com o objetivo de fomentar a prática do empreendedorismo feminino na região através da conexão, capacitação, educação digital e apropriação territorial, a comunidade visa impulsionar e fortalecer os negócios locais, tendo como pano de fundo uma conotação cultural nordestina.

Dessa forma, em 10 de julho de 2021 a loja colaborativa Casa das Arretadas foi inaugurada na cidade de Petrolina-PE.

De acordo com o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2019), uma “loja colaborativa funciona como um espaço físico coletivo, onde os empresários de pequenos negócios comercializam diretamente os seus produtos e serviços com vantagens de uma loja física, sem terem que investir recursos em um ponto comercial próprio.”.

Tendo como tendência a economia criativa e sustentável, o espaço conta com 30 expositoras fixas, as quais atuam desde o segmento de moda, artesanato, à alimentício, dispondo de um ambiente com energia solar, coleta seletiva e reaproveitamento de materiais.

Além disso, as expositoras contam com suporte de marketing e divulgação dos seus produtos em redes sociais, assim como eventos e treinamentos que promovem o desenvolvimento da prática empreendedora e gestão dos seus negócios.

No tocante a parte mercadológica e financeira, as inquilinas, denominação utilizada em referência às empreendedoras que fazem uso do local, abastecem o espaço com seus produtos, ficando a loja responsável pela venda e repasse de valores. Para isso é cobrado uma mensalidade de R\$150,00 e uma taxa de 15% por produto vendido.

Com um viés social, a Casa das Arretadas surge em um momento de retomada da economia, testificando com isso o processo iniciado ainda no ano de 2018 com a criação da



comunidade Empreendedoras do Vale e os primeiros meses da pandemia, no qual incentivou e enalteceu a capacidade de adaptabilidade e reinvenção da mulher frente a um cenário duvidoso por meio da capacitação, união e fortalecimento dos seus negócios.

## 2.2 A MULHER E O MERCADO DE TRABALHO

Desde as primeiras civilizações a figura feminina exerce atividades que contribuem para a manutenção do núcleo familiar. Embora a inserção da mão de obra feminina seja notada na história, de forma considerável, a partir da Primeira Revolução Industrial e consolidada nos períodos pós Primeira (1914 – 1918) e Segunda (1939 – 1945) Guerras Mundial, é plausível afirmar que o trabalho executado por mulheres, em sua variedade, é parte integrante na construção da sociedade em todo o tempo (SAFFIOTI, 1976).

No Brasil colonial as mulheres negras exerciam papéis que transitava desde mucamas até amas de leite, bem como objeto de procriação, ocasionando com isso o aumento da mão de obra escrava. As condições as quais eram expostas, sendo mulher e negra, não as qualificavam como pertencentes a um sistema social e muito menos empregatício, uma vez que escravizadas, não eram remuneradas pelo serviço ofertado (FIGUEIREDO, 2013).

Entre o final do século XVIII e início do século XIX aconteceu a Primeira Revolução Industrial, período caracterizado por transformações econômicas e sociais, fomentado pela modificação nas formas de trabalho e pela migração de pessoas em massa do campo para as cidades. Face a essa realidade, o aumento no número da população em áreas urbanas propiciou a reserva e, conseqüentemente, a desvalorização da mão de obra. Segundo Rodrigues et al., [s.d.] durante esse período o operário era submetido a um trabalho exploratório, com jornada diária de 15 a 18 horas, seis dias por semana, com salários abaixo da média e sem direito a férias e hora extra pelo serviço prestado. É diante dessa conjuntura, como meio de auxílio ao sustento familiar, que surge, efetivamente, a mão de obra feminina no mercado de trabalho.

No Brasil, a Revolução Industrial teve início a partir do século XX, após a Segunda Guerra Mundial (AZEVEDO, 2010, p.13) e, assim como na Europa, propiciou a inserção da mulher no processo de industrialização por se tratar de uma mão de obra considerada barata, dócil e fácil de manipular (RODRIGUES et al. [s.d.], p.4).

Nesse contexto, partindo da ideia de uma sociedade com a cultura patriarcal, pode-se perceber que a inserção do feminino no mercado de trabalho não ocorreu com a intenção de reduzir a disparidade de gêneros, mas sim como um subterfúgio da burguesia, atraídos pelo desejo em fazer com que o capitalismo industrial emergisse em grande quantidade e a baixo

custo.

Entretanto esse cenário começa a ser modificado a partir da década de 60, período marcado pelo ativismo e liberdade feminina em um contexto social.

O advento da pílula anticoncepcional e o maior acesso à escolarização pode ser citado como agente para a desconstrução da mulher enquanto ser biológico e na composição de uma nova mentalidade apta a mudanças e sujeita a traçar a sua própria história (ORSOLIN, 2002 apud BORSA e FEIL, 2008, p. 8).

Dessa forma, as mulheres deixaram de ser apenas donas de casa e passaram a assumir diversos papéis em sua constituição, ganhando novas atribuições profissionais, entre as mais diversas ocupações, e adentrando em um cenário antes predominante masculino (D' ALONSO, 2008).

No decorrer das décadas de 70, 80 e 90 constata-se que mais de um terço da população economicamente ativa é composta por mulheres (BALTAR; LEONE, 2008), revelando assim a consolidação do papel da mulher no mercado de trabalho.

Datado início do século XX até os tempos atuais é possível observar cronologicamente que a evolução feminina no mundo do trabalho ocorre paralelo a sua ascensão social, uma vez que a própria história contada demonstra que a participação da mulher em sociedade ocorre numa esfera que abrange a luta por igualdade de gênero, sua afirmação frente às modificações no mercado de trabalho, assim como as transformações em sua vida familiar, compreendendo um cenário de luta constante por ideais e direitos presenciado até os dias atuais.

Com a entrada do século XXI, as inovações tecnológicas, o capitalismo e a globalização, vemos a impulsão e especialização das mulheres para o mercado de trabalho. Hoje, podemos acompanhar cada dia mais nas lideranças de grandes empresas e em profissões técnicas mulheres ganhando espaços. Deveras que nos últimos cinquenta anos, o crescimento contínuo da participação feminina é explicado por uma combinação de fatores econômicos e culturais, como o avanço da industrialização que transformou a estrutura produtiva, os avanços nos processos de urbanização e a queda das taxas de fecundidade, corroborando para um aumento das possibilidades das mulheres galgarem postos de trabalho na sociedade (TEXEIRA, 2005).

### 2.3 AS FACETAS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

Com o passar dos anos as mulheres têm ganhado mais espaço no mundo dos negócios, se mostrando cada vez mais detentoras do conhecimento de gestão e análise de resultados, tomando palco e adentrando em um mundo antes majoritariamente masculino. Porém, desafios

marcam essa caminhada de poder e empoderamento feminino no mundo dos negócios que implicam em desafios em sua jornada para a concretização de seus objetivos relacionados ao empreendedorismo feminino (BARBOSA et al., 2011).

Um dos principais desafios enfrentados na inserção feminina no mercado de trabalho concerne à diferença salarial quando comparado aos proventos recebidos por homens, haja vista que, ocupando o mesmo cargo e cumprindo as mesmas exigências, as mulheres ainda recebem menos.

Outro desafio percebido é a jornada dupla de trabalho, no qual algumas mulheres afirmam encontrar dificuldade em conciliar a vida profissional e a vida pessoal. Esse contexto configura, diante da representatividade da mulher no mundo dos negócios, o fato que grande parcela destas, hodiernamente, ainda optam por dar mais atenção para seus filhos e seu casamento e deixando a vida profissional em segundo plano, por acreditar, na maior parte dos casos, que não seria possível conciliar ambos contextos (AVENI et al., 2012).

Rompendo tal estrutura patriarcal, nota-se que, na atualidade, um novo movimento social e de gênero vem ocorrendo, no qual as mulheres não entram no mercado apenas como empregadas, mas também agora como empregadoras, colaborando ativamente na criação de empregos e geração de renda, assim como corroborando com o crescimento do empreendedorismo feminino, ocasionando com isso, aqui no Brasil, um novo significado para pequenas e médias empresa (SILVEIRA; GOUVEIA, 2008).

A literatura afirma que as mulheres possuem um estilo próprio no ramo do empreendedorismo, uma vez que unem aspectos como iniciativa e determinação à sensibilidade, percepção e cooperação, sendo assim dotadas de características distintas que lhes conferem a capacidade de gerir negócios com foco e determinação. Neste cenário a mulher surge como um ser orgulhoso de suas realizações pelo fato de serem empreendedoras, mães e esposas, tornando-se realizadas, o que reflete na sua autoestima, gerando satisfação e liberdade para desenvolver novas ideias e autonomia corporativa (JONATHAN, 2005).

Para Machado et al (2003), as empresas conduzidas por mulheres são, na grande maioria, de pequeno porte e com pouco capital inicial, que geralmente vem da poupança familiar, e possuem poucos funcionários. Todavia, o envolvimento das mulheres brasileiras no empreendedorismo aponta para um maior poder econômico e o crescimento do país com a contribuição do empreendedorismo feminino (JONATHAN, 2011).

#### 2.4 MICROEMPREENDEDORISMO FEMININO VERSUS PANDEMIA DE COVID-19

O protagonismo feminino no mundo empresarial é um movimento crescente, que impacta a economia positivamente. Em meio à pandemia da COVID-19, esse cenário tomou visibilidade, visto que muitas pessoas perderam seus empregos e se viram obrigadas a empreenderem, seja para o sustento da família, seja na realização dos seus sonhos.

Apresentada como um momento implacável para os negócios em 2020, a pandemia da COVID-19 afetou principalmente as mulheres. Estima-se que cerca de 52% das empreendedoras tiveram que fechar suas empresas, seja temporariamente ou mesmo de vez. Apesar disso, elas também foram as que agiram melhor para se restabelecer dentro do chamado novo normal (SEBRAE-SP, 2020).

Ao se fazer uma análise das faces da pandemia, vivenciadas nos últimos meses, percebe-se que a mesma foi totalmente inesperada, corroborando com desafios não previstos para as microempreendedoras, setor esse inicialmente prejudicado por fatidicamente não possuir em primazia o chamado “jogo de cintura”.

Entretanto, conforme citado ainda na introdução deste artigo, a pandemia propiciou o impulsionamento da atividade empreendedora feminina, estimulando com isso o desenvolvimento tecnológico e o lançamento de novas ideias de mercado, comprovando que, segundo Leković e Marić (2016, p. 39) “em períodos de crise, o ambiente empreendedor sofre mudanças significativas na forma de redistribuição econômica.”

Com a recessão econômica, medidas governamentais tiveram que ser adotadas para tentar minimizar alguns pontos como a inadimplência, a mortalidade das organizações, evitando assim uma maior desaceleração da economia, o desemprego e outros aspectos econômicos prejudicados pela pandemia.

O autônomo ou pequeno empresário deve se colocar na posição de avaliador do cenário geral – do país e o setor em que atua – e interno – o seu trabalho – buscando entender como a pandemia pode impactá-lo, sendo fundamental o planejamento de cenários para entender as implicações financeiras e operacionais caso a crise se estenda por um período prolongado (GOEKING, 2020).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A referida pesquisa configura-se como um estudo de caráter descritivo, quantitativo e exploratório, uma vez que o objetivo é registrar e descrever os fatos, gerando conhecimento sobre o assunto estudado sem que se interfira nos resultados.

A pesquisa exploratória visa transformar o problema de forma nítida, permitindo



proximidade com o mesmo, Gil (2010). Já a pesquisa descritiva, segundo o mesmo autor, tem como propósito a descrição das particularidades de determinada população.

Quanto ao delineamento, as informações foram obtidas através de uma fundamentação bibliográfica e documental, elaborada com base em material já publicado, assim como por meio de pesquisa de campo, empregando as ferramentas Google Forms e WhatsApp para processar as entrevistas e questionários.

Segundo Litvin & Kar (2001) o baixo custo e a possibilidade de atingir grande número de respondentes é como vantagens potenciais da utilização de meios eletrônicos de comunicação para a coleta de dados primários (“e-surveying”).

A população investigada é constituída por 30 mulheres que integram o projeto Casa das Arretadas, um espaço colaborativo que visa disseminar e fortalecer micronegócios liderados por mulheres no Vale do São Francisco.

Conforme citado, para isso foi disponibilizado um questionário através da plataforma Google Forms e enviado por meio de link pelo WhatsApp, o qual continha duas sessões. A primeira, afim de conhecer o perfil estudado, continha cinco perguntas de caráter quantitativo, e a segunda, afim de encontrar respostas para os objetivos específicos desta pesquisa, continha oito perguntas de caráter quantitativo e duas de cunho qualitativo, caracterizando dessa forma uma abordagem quali-quantitativa, combinando métodos quantitativos e qualitativos à pesquisa.

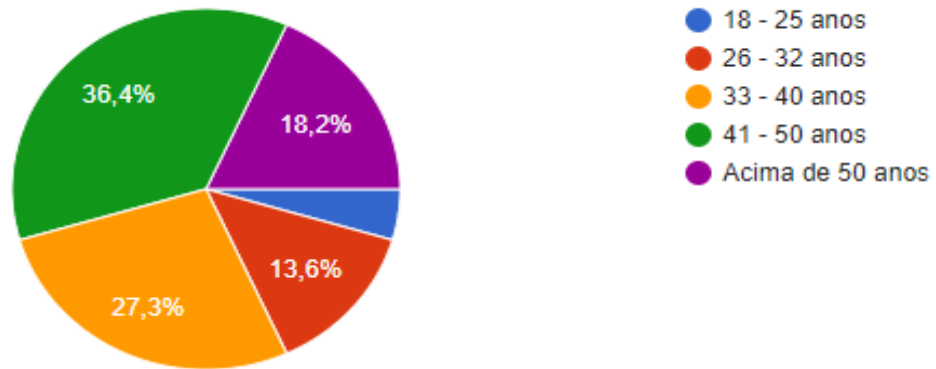
Quando há uma integração da pesquisa quantitativa e qualitativa, possibilita o pesquisador, segundo Goldenberg (2000, p.62) “fazer um cruzamento de suas conclusões de modo a ter maior confiança que seus dados não são produto de um procedimento específico de alguma situação particular”.

#### **4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Tendo como objetivo observar a atuação de microempreendedoras do Vale do São Francisco frente a pandemia do Covid-19, a coleta de dados foi realizada entre o dia 29/11 a 10/12 de 2021, com 30 microempreendedoras pertencentes ao projeto Casa das Arretadas, por meio de questionário individual desenvolvido na plataforma Google Forms e enviado através de link pelo aplicativo WhatsApp.

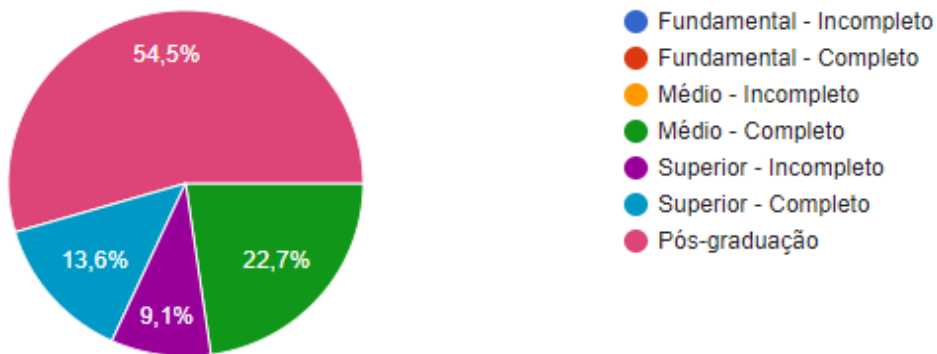
Na primeira sessão foi identificado o perfil das empreendedoras que compõem o sujeito de análise desta pesquisa. Para isso, foi demandado a faixa etária (Gráfico 1), o nível de escolaridade (Gráfico 2), o estado civil (Gráfico 3), se possuía filhos (Gráfico 4) e cidade onde moram (Gráfico 5).

**Gráfico 1 – Faixa etária dos entrevistados**



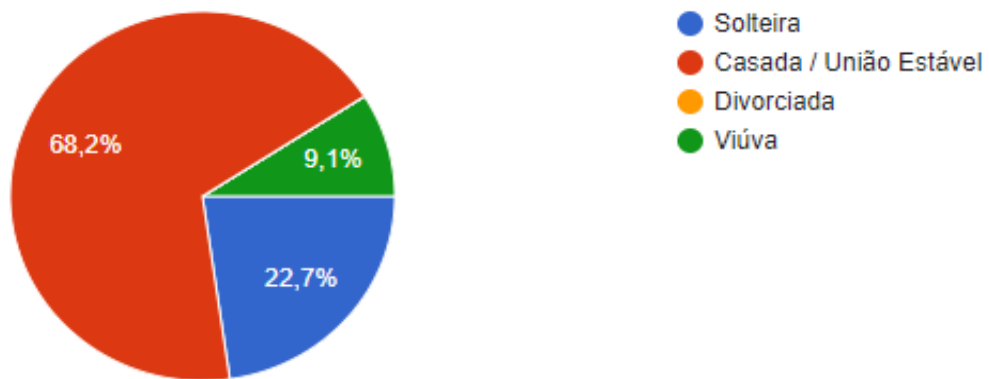
Fonte: Elaborado pela autora (2021)

**Gráfico 2 – Nível de escolaridade**



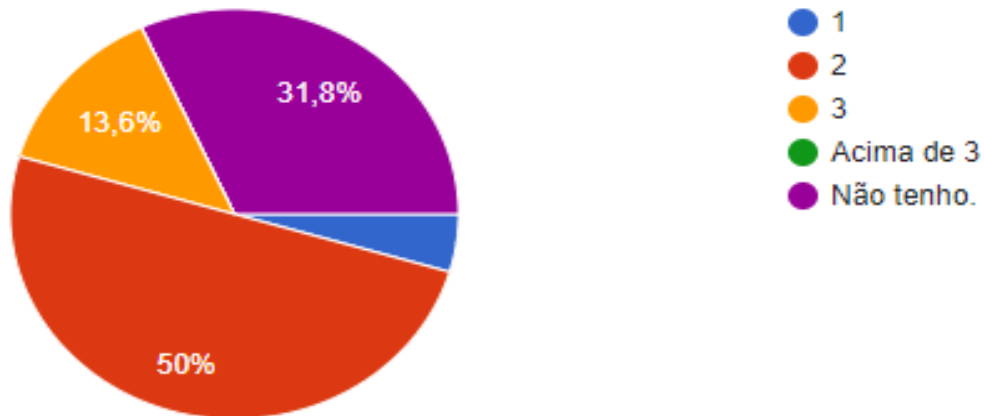
Fonte: Elaborado pela autora (2021)

**Gráfico 3 – Estado civil**



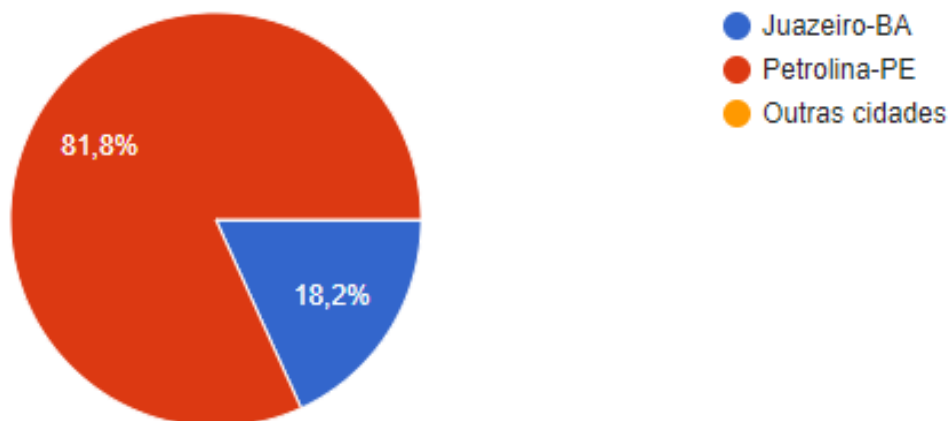
Fonte: Elaborado pela autora (2021)

**Gráfico 4 – Quantidade de filhos**



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

**Gráfico 5 – Cidade onde reside**

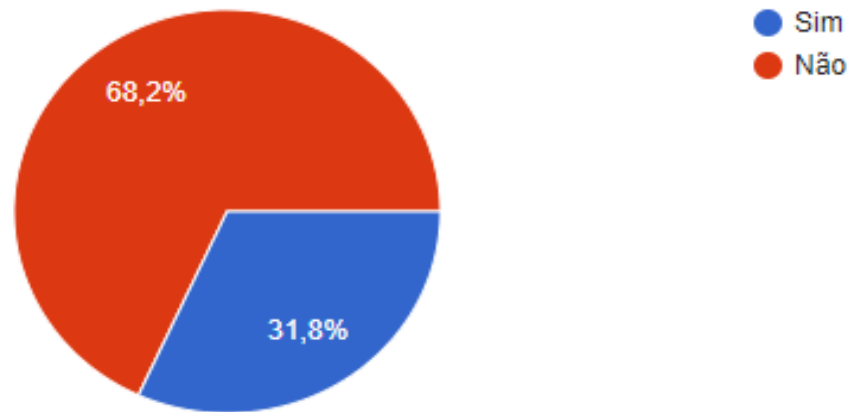


Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Os dados revelam que o perfil traçado, em sua maioria, consiste em mulher empreendedora na faixa etária entre 41 a 50 anos, pós-graduada, casada, com dois filhos e residentes em Petrolina-PE.

A segunda sessão revela os dados que interpõe argumentos quanto ao comportamento empreendedor do referido grupo em meio a pandemia do Covid-19.

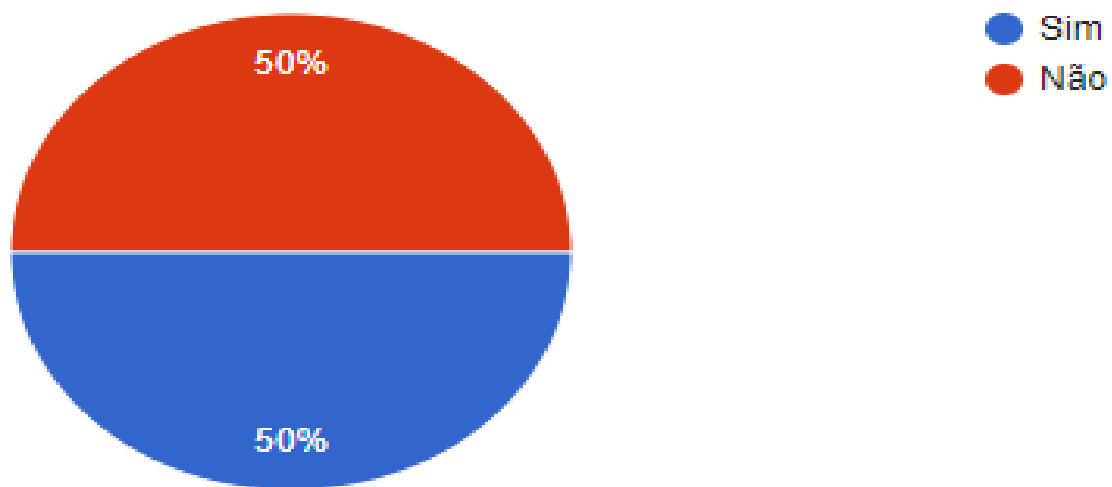
**Gráfico 6 – Motivação para Empreender**



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Quando questionadas se começaram a empreender por causa da pandemia, 68,20% responderam que não (gráfico 6).

**Gráfico 7 – Interferência da Pandemia nos Negócios**

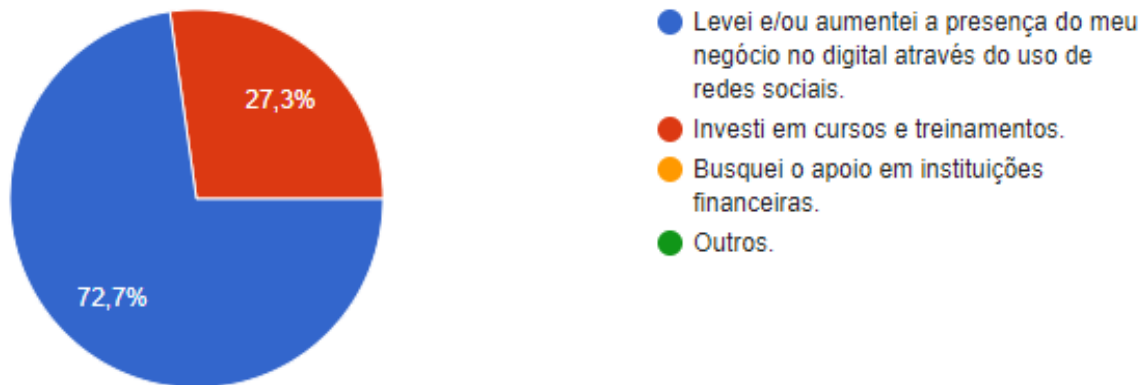


Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Quando questionadas se a pandemia interferiu em seu negócio, não é possível chegar a um denominador comum, uma vez que 50% afirma que sim e os outros 50% dizem que não.

**Gráfico 8 - Medidas estratégicas consideradas para o enfrentamento da crise**

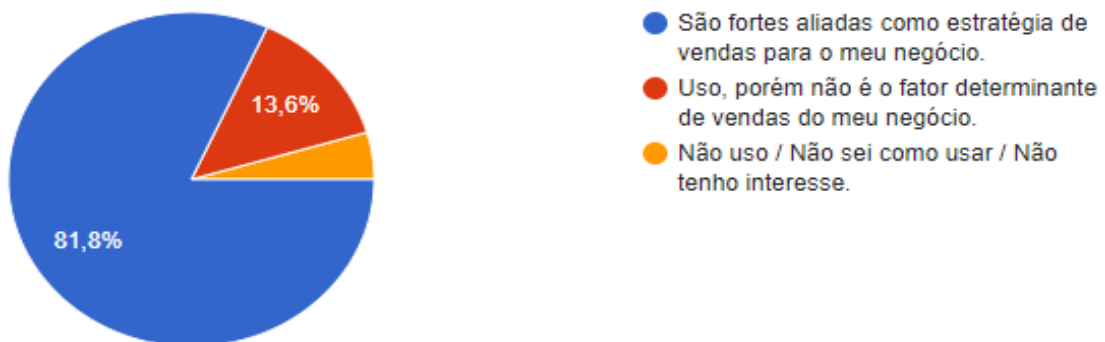




Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Quanto às medidas estratégicas consideradas para o enfrentamento da crise, 72,70% demonstraram ter inserido ou aumentado a presença do seu negócio no digital por meio das redes sociais e 27,30% informaram que investiram em cursos e treinamentos para sobreviverem a esse período. Na mesma pergunta foi questionado se houve busca de apoio em instituições financeiras, porém a pesquisa aponta que esse contexto não faz parte da realidade do grupo investigado.

**Gráfico 9** - Uso das redes sociais como ferramenta de vendas



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

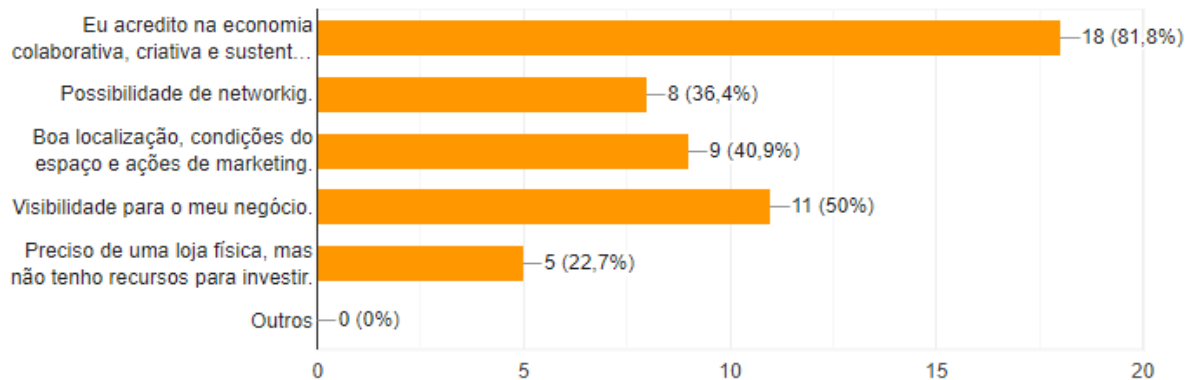
Em relação ao uso das redes sociais como ferramenta de vendas, 81,80% afirmaram que são fortes aliadas como estratégia de vendas para o seu negócio; 13,60% revelam que usam, mas que não é fator determinante para suas vendas; e 4,50% informam que não usam, não sabem como usar e/ou não tem interesse a respeito.

No tocante aos aprendizados adquiridos na pandemia do Covid-19, a pergunta foi de caráter qualitativo e demonstra a resiliência como a habilidade mais desenvolvida nesse período, seguida da busca em desenvolver conhecimento acerca do uso das redes sociais.

**Gráfico 10 – Motivação para empreender na Casa das Arretadas**

Qual (is) motivo (s) te levaram a fazer parte da Casa das Arretadas?

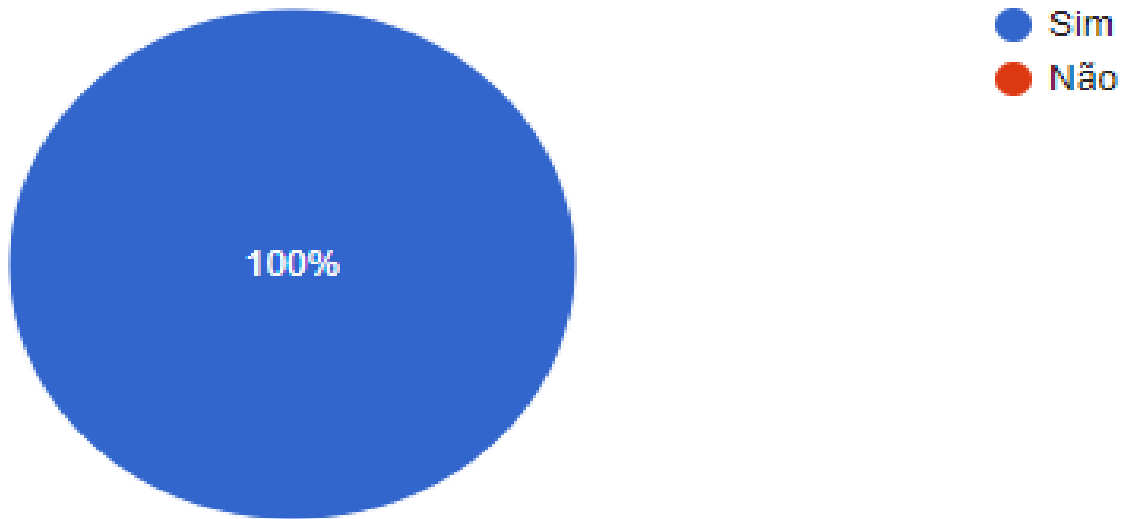
22 respostas



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

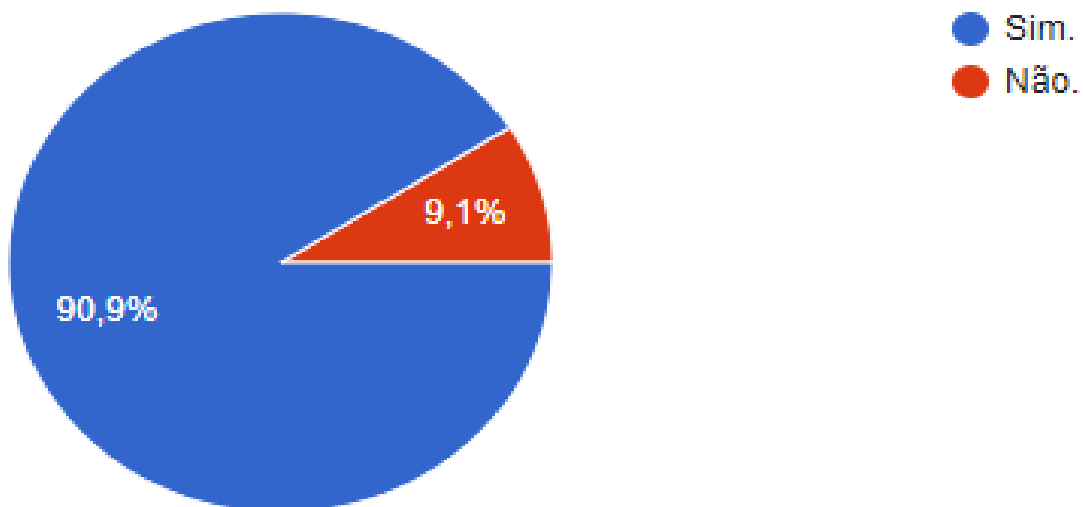
No que abrange a efetividade da loja colaborativa Casa das Arretadas como agente de mudança para o desenvolvimento dos negócios das microempreendedoras pertencentes ao projeto, foi questionado qual motivo as levaram a fazer parte e, numa questão de múltipla escolha, 81,80% afirmam fazer parte da loja por acreditar na economia colaborativa, criativa e sustentável 50% citam a visibilidade para o seu negócio; 40,90% relatam que a boa localização, condições do espaço e ações de marketing influenciaram na decisão; 36,40% dizem que buscam possibilidade de networking; e 22,70% afirmam que participam do projeto por precisar de uma loja física, mas que não tem recursos para investir.

**Gráfico 11 – Influência da Internet nos Negócios**



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

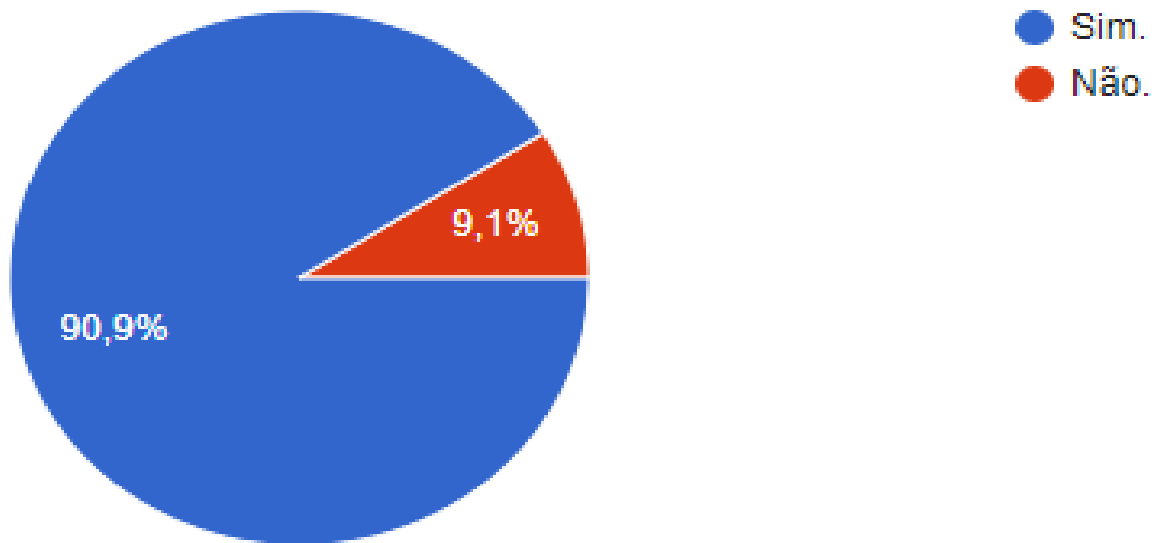
**Gráfico 12 - Influencia no desenvolvimento dos negócios**



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Além disso foi questionado se a loja influencia no desenvolvimento dos negócios (Gráfico 11) e se está sendo viável, no que se refere a valor econômico, comercializar seus produtos no espaço. 100% das entrevistadas afirmaram que sim, a Casa das Arretadas influencia no desenvolvimento do seu negócio e 90,9% demonstram que está sendo viável colocar seus produtos na loja.

**Gráfico 13 - Principais desafios enfrentados pelas mulheres ao empreender**



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Ademais, também foi citado na pesquisa elementos divulgados por Renata Malheiros, então Coordenadora Nacional de Empreendedorismo Feminino do SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (2020), no qual revela que um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres ao empreender está relacionado a carga horária, dedicando cerca de 18% de horas a menos para os seus negócios. Questionadas, 90,9% afirmaram se identificar com essa realidade (Gráfico 13).

Para concluir a pesquisa, visando perceber a perspectiva em relação a retomada da economia e prospecção para os seus negócios, foi indagado como as empreendedoras encaram o futuro e, em sua maioria, é possível perceber que há visão positiva porvir, possibilidade de crescimento e investimento na educação e tecnologias para os seus negócios.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os resultados encontrados na pesquisa estão em consonância com os objetivos propostos, uma vez que foram identificados elementos que testificam todas as linhas de estudo utilizadas para a elaboração deste artigo.

Em virtude dos dados mencionados é possível perceber nem todos os negócios foram atingidos pela pandemia, o que dá margem para uma nova linha de estudo que se aprofunde em compreender os tipos de negócios e elementos que compõem a gestão.



No que se refere às competências desenvolvidas pelas entrevistadas para manterem o seu empreendimento, a maioria cita o uso das redes sociais como ferramenta estratégica de vendas e o emprego dos seus recursos em cursos e treinamentos.

Ainda no que concerne ao desenvolvimento de habilidades, um ponto relevante merece ser mencionado: a resiliência. A pandemia do Covid-19 oportunizou experiências antes nunca vivenciadas e, por meio dessa pesquisa, é possível perceber que, em sua maioria, foi citado o sentido de “não ter pressa”, “não deixar a peteca cair” e de se reinventar em meio ao caos.

No que se refere a efetividade da loja colaborativa Casa das Arretadas para as empreendedoras, pode-se constatar que todo o serviço de suporte, seja em relação ao espaço físico, seja no que se refere à cursos e treinamentos disponibilizados, ou pelo simples fato de estar em coletivo, revela sua importância na construção do caráter empreendedor das mulheres às quais a comunidade alcança.

Um outro dado considerável reflete a visão otimista das empreendedoras quanto a retomada da economia e futuro dos seus negócios, o que demonstra, mais uma vez, a capacidade feminina de superar períodos de crise e tornarem-se protagonistas de suas histórias.

Além disso, por meio desse estudo é possível desenvolver outros, haja vista que, apesar de utilizar de uma pequena amostra, pode-se observar tópicos relevantes para o empreendedorismo feminino do Vale do São Francisco, a exemplo do nível de escolaridade revelado na pesquisa e como a dupla jornada pode impactar nos negócios femininos.

Dessa forma, conclui-se através desse trabalho que, apesar de um cenário que sugere cautela, as microempreendedoras do Vale do São Francisco buscaram formas de se reinventar e manter os seus negócios, fomentando um círculo de fortalecimento do empreendedorismo feminino entre si e protagonizando às suas histórias.

## REFERÊNCIAS

AQUINO, Estela M. F. et al. **Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil**. Ciência saúde coletiva, Rio de Janeiro, v. 25, p. 2423, abr. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/csc/2020.v25suppl1/2423-2446/pt/#>. Acesso em 18 abr. 2021.

AVENI, Alessandro; NUNES, M. Sc Carlos Neymer F.; CRUZ, M. Sc Lucineide AM. **Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no Distrito Federal**. 2012.

AZEVEDO, Esternezilda Bereinsten. **Patrimônio industrial do Brasil**. Revista Arq. Urb., São Paulo, n. 3, p. 13., agos. 2010. Disponível em: <https://revistaarqurb.com.br/arqurb/article/view/114>. Acesso em: 10 mai. 2021.

BALTAR, P.; LEONE, E. T. A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro. **Revista Brasileira de Estudos Populacionais**, São Paulo, v.25, n. 2, p. 233-249, jul/dez. 2008.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Inflação**, Brasília, v. 22, mar. 2020.

BARBOSA, Felipe Carvalhal et al. Empreendedorismo feminino e estilo de gestão feminina: estudo de casos múltiplos com empreendedoras na cidade de Aracaju-Sergipe. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 5, n. 2, p. 124-141, 2011

BORSA, Juliane Callegaro; FEIL, Cristiane Friedrich - “**O papel da mulher no contexto familiar: uma breve reflexão**”. Psicologia.pt – O portal dos psicólogos. 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Cristiane> Acesso em: 02 mai. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Brasil confirma primeiro caso da doença**. Brasília, DF. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus>>. Acesso em: 18 abr. 2021.

D’ ALONSO, G.L. **Trabalhadoras brasileiras e a relação com o trabalho: trajetórias e travessias**. Psicol Am Lat. México. N.15, dez. 2008. Disponível em: <http:// [www.inesc.org.br](http://www.inesc.org.br)> . Acesso em: 15 mai. 2021.

FIGUEIREDO, Adriana do Carmo. **Racismo Cordial Desconstruído: uma leitura pós-positivista do papel da mulher negra no Brasil Colonial**. E-Hum, v. 6, n. 1, p. 9, jul. 2013. Disponível em: <https://revistas.unibh.br/dchla/article/view/912/906> Acesso em: 15 mai. 2021.

GOEKING, Weruska. **Dicas e estratégias para autônomos e pequenos empresários enfrentarem o corona vírus sem quebrar**. Valor Investe – Empreenda, 2020. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/objetivo/empreenda-se/noticia/2020/03/23/dicas-e> > Acesso em: 19 jun. 2021.

Instituto Rede Mulher Empreendedora. **Empreendedoras e seus negócios 2020: Recorte dos impactos da pandemia**. Disponível em: [https://d3351uupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1606148439EMPREENDEDORAS\\_E\\_SEUS\\_NEGCIOS\\_2020\\_RECORTE\\_DOS\\_IMPACTOS\\_DA\\_PANDEMIA.pdf](https://d3351uupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1606148439EMPREENDEDORAS_E_SEUS_NEGCIOS_2020_RECORTE_DOS_IMPACTOS_DA_PANDEMIA.pdf) Acesso em 25 ago. 2021.

JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, v. 10, n. 3, p. 373-382, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOLDENBERG, M. **A arte de Pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Rio de Janeiro. Record, 2000.

JONATHAN, Eva G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, v. 23, n. 1, p. 65-85, 2011.

LEKOVIĆ, Božidar; MARIĆ, Slobodan. **Economic Crisis and the Nature of**

**Entrepreneurial and Management Activities.** Economic Themes, v. 54, n. 1, p. 21-44, 2016. Disponível em: <<https://content.sciendo.com/view/journals/ethemes/54/1/article-p21.xml>>. Acesso em: 16 jun. 2021.

LITVIN, Stephen W.; KAR, Goh Hwai; E-surveying for tourism research: Legitimate tool or a researcher's fantasy? Journal of Travel Research, Boulder, v. 39, n. 3, fevereiro de 2001, p. 308-314.

MACHADO, Hilka Vier et al. **O processo de criação de empresas por mulheres.** RAE eletrônica, v. 2, n. 2, p. 1-22, 2003.

RODRIGUES, Paulo Jorge. et al. **O trabalho feminino durante a revolução industrial.** Disponível em: [https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/xiisemanadamulher11189/o-trabalho-feminino\\_paulo-jorge-rodrigues.pdf](https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/xiisemanadamulher11189/o-trabalho-feminino_paulo-jorge-rodrigues.pdf) . Acesso em 10 mai. 2021.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **A mulher na sociedade de classes: mito e realidade.** Petrópolis: Vozes, 1976.

SEBRAE. **O impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios.** Relatório de Pesquisa. 10º edição. Brasília: DataSebrae, 2020. Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Impacto-coronav%C3%A9rus-nas-MPE-10%C2%AAedicao\\_DIRETORIA-v4.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Impacto-coronav%C3%A9rus-nas-MPE-10%C2%AAedicao_DIRETORIA-v4.pdf)> . Acesso em 22 abr. 2021.

SEBRAE -SP. **A força do empreendedorismo feminino na crise 2020.** Disponível em: <https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/a-forca-do-empreendedorismo-feminino-na-crise/>. Acesso em: 20 jun. 2021.

SEBRAE. **O impacto do Covid-19 nos Pequenos Negócios – por sexo.** Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5075f6aed895b756a609403ba861701a/\\$File/19689.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5075f6aed895b756a609403ba861701a/$File/19689.pdf) . Acesso em 21 ago. 2021.

SILVEIRA, Amélia; DE GOUVÊA, Anna Beatriz Cautela Tvrzaska. Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 7, n. 3, 2008.

TEIXEIRA, Luciane Alves ,SILVA, Glauce Cerqueira Corrêa da, SANTOS, Luciana Mateus, et al. A mulher e sua posição na sociedade -da antiguidade aos dias atuais-. **Rev. SBPH.** vol.8, n.2, p.65-76, dez. 2005.

TRECE, Juliana Carvalho da Cunha. **Pandemia de Covid-19 no Brasil: Primeiros impactos sobre agregados macroeconômicos e comércio exterior.** Boletim de Economia e Política Internacional, v. 27, p. 18, maio/agost. 2020. Disponível em: [https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/boletim\\_internacional/200930\\_bepi\\_27\\_a\\_2.pdf](https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/boletim_internacional/200930_bepi_27_a_2.pdf) . Acesso em 22 abr. 2021

UNIVERSIDADE ABERTA DO SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE. **Fiocruz faz 120 anos diante do maior desafio do século 21.** Brasília, DF. Disponível em: <<https://www.unasus.gov.br/noticia/fiocruz-faz-120-anos-diante-do-maior-desafio-do-seculo-21>> . Acesso em 18 abr. 2021.