

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração
Curso de Administração

**MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS DIANTE DA PANDEMIA DA
COVID-19: Como lidar com as incertezas?**

MARIANA RODRIGUES FURTADO DE LACERDA

MARIANA RODRIGUES FURTADO DE LACERDA

**MICROEMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS DIANTE DA PANDEMIA DA
COVID-19: Como lidar com as incertezas?**

Artigo Científico apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba – DA/CCSA/UFPB, em atendimento às exigências para a obtenção do grau de Bacharela em Administração.

Orientador: Rosivaldo de Lima Lucena. Prof. Dr.

FOLHA DE APROVAÇÃO

Artigo Científico apresentado ao Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do Título de Grau em Administração.

Aluna: Mariana Rodrigues Furtado de Lacerda

Microempreendedoras Individuais diante da Pandemia da COVID-19: Como lidar com as incertezas?

Área da pesquisa: Estratégia, inovação e Empreendedorismo

Data de aprovação: 01 / 12 / 2020

Banca examinadora



Rosivaldo Lima de Lucena. Prof. Dr. - Orientador



Suelle Cariele – Avaliadora

**Catálogo na publicação Seção de
Catálogo e Classificação**

L131m Lacerda, Mariana Rodrigues Furtado de.

Microempreendedoras individuais diante da pandemia da Covid-19: como lidar com as incertezas? / Mariana Rodrigues Furtado de Lacerda. - João Pessoa, 2020.
19 f.

Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena Lucena.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Administração - Trabalho de Conclusão de Curso. 2. Empreendedorismo. 3. Microempreendedor Individual (MEI). 4. Mercado de trabalho - mulheres. I. Lucena, Rosivaldo de Lima Lucena. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 005

AGRADECIMENTOS

Agradecer, primeiramente a Deus pela dádiva da vida, por me guiar em toda jornada e em nenhum momento me desamparar, permitindo a conclusão desse ciclo, sendo minha sustentação em momentos de refúgio.

À toda minha família, agradeço pelo apoio, por depositarem confiança em meus estudos e carreira a todo momento. De maneira especial, aos meus grandes exemplos, Lúcia Maria Rodrigues de Lacerda e Adail Furtado de Lacerda, que são minha sustentação, minha fortaleza diária. Eles que são exemplos de amor e sinto orgulho em tê-los como pais. Agradecer também, à minha irmã, Mariliza Rodrigues Furtado de Lacerda. Ela que é minha referência em sabedoria, nunca deixou que eu desistisse dos meus propósitos e sempre me direcionou para o melhor caminho, encarando momentos de estresse que exigiram paciência e dedicação. Não poderia deixar de agradecer à minha tia, Lígia Maria de Sousa Rodrigues, que sempre incentivou minha carreira na área da Administração.

Agradecer, com muita satisfação, ao meu orientador, Rosivaldo de Lima Lucena, pela competência profissional, pela orientação, pela disposição em compartilhar tanto conhecimento durante esse período e pela ajuda no meu desenvolvimento.

Agradeço aos meus colegas da graduação, que compartilharam momentos de incertezas, anseios, experiências e foram companheiros ao longo do curso.

Por fim, agradeço aos meus amigos de toda vida e meus colegas de trabalho, no qual puderam somar junto comigo, apoiando minha trajetória e incentivando mesmo nos momentos de tensão.

Microempreendedoras Individuais diante da Pandemia da COVID-19: Como lidar com as incertezas?

MARIANA RODRIGUES FURTADO DE LACERDA

Bacharelado em Administração da UFPB

E-mail: marianarodriguesdelacerda@hotmail.com

RESUMO

Vivenciando um momento dramático na economia e no sistema de saúde, várias pessoas foram prejudicadas com a pandemia da COVID-19. Nesse cenário, o presente trabalho realizou um estudo em torno das Microempreendedoras Individuais. Analisou-se suas relevantes contribuições para a economia e como reagiram aos impactos causados nesse momento de crise, com as incertezas em tentar manter o negócio estabelecido. A abordagem adotada foi uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, com entrevistas semiestruturadas a diferentes perfis das pequenas empreendedoras. Buscou-se estudar o comportamento, os receios e as improvisações ao novo modelo de mercado que vem sendo moldado em muitos segmentos. De acordo com o SEBRAE (2019), o Brasil se posiciona na sétima maior proporção de mulheres entre os “empreendedores iniciais”, no qual 48% dos Microempreendedores Individuais (MEI) são mulheres que aquecem a economia. É notório que o empreendedorismo impulsiona a economia. O trabalho desenvolvido pela mulher vem moldando a forma de gerenciar os negócios. Com as incertezas da pandemia, as empresas reconfiguraram a implementação mais intensa das redes sociais e os canais online foram fundamentais. O segmento define como o gênero feminino será tratado e a variação de serviços e produtos ofertados são alternativas eficientes neste momento. A resiliência e a persistência são atributos indispensáveis, nos quais o risco e a crise precisam ser enfrentados, pois são constantes e inevitáveis nesse meio, buscando sempre a inovação.

Palavras-chave: Microempreendedoras Individuais. Economia. Pandemia. Impactos.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.	7
2.1 Empreendedorismo Feminino.	7
2.2 Microempreendedor Individual.	9
2.3 Empreendedorismo na pandemia	9
3 METODOLOGIA	11
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	11
4.1 Coleta de dados.	11
4.1.1 Entrevistada A.	12
4.1.2 Entrevistada B	13
4.1.3 Entrevistada C	14
4.2 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS	15
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
6 REFERÊNCIAS.	17

1 INTRODUÇÃO

Diante de uma sociedade com crescimento participativo das mulheres no mercado, percebe-se um destaque com o público feminino no setor do empreendedorismo. Analisando o cenário atual, busca-se investigar esse público de relevante destaque com o clima de incertezas, medo e insegurança passado nos últimos meses com a Pandemia da COVID-19.

Motivou-se tratar diretamente deste assunto no artigo. A economia ficou enfraquecida e vários empreendedores, principalmente os microempreendedores individuais, têm que resistir às adversidades.

De acordo com o SEBRAE (2019), os negócios conduzidos pelas mulheres têm porte menor e quase metade dos MEI (Microempreendedor individual) são mulheres, cerca de 48%. O gênero feminino vem sendo provocado a empreender por necessidade, em busca de uma fonte de renda, enfrentando condições complexas e a pressão da sociedade. Todavia, mesmo passando por isso, o público feminino fica cada vez mais fortalecido e munido das crises decorrentes para quem trabalha nesse meio.

Este trabalho justifica-se, pois, consoante com a clássica Teoria do Desenvolvimento Econômico de Schumpeter (1982, p.10) “É, contudo, o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele ‘educados’. Isto mostra a importância do produtor que empreende, que viabiliza e projeta toda uma economia em meio à crise vigente.

Torna-se relevante o atual estudo, devido à quantidade de mulheres microempreendedoras individuais (MEI) que aquecem a economia do Estado da Paraíba e de todo país. São elas que produzem renda, vagas de trabalho, poder de compra, dentre outros pontos pertinentes. Olhando ao redor, observa-se que toda pessoa facilmente convive ou conhece uma mulher MEI. Também, segundo Ramos (2014) “é importante conhecer as características das mulheres que iniciam novos negócios, suas motivações para fazê-lo, seus níveis de desempenho as dificuldades mais enfrentadas por elas”.

Nesse contexto, o propósito do artigo é estudar o seguinte problema de pesquisa: Como as Microempreendedoras Individuais lidam com as incertezas decorrentes da COVID-19? À vista do tema, o presente artigo tem como objetivo geral verificar os impactos da pandemia e as preocupações de manter o negócio estabelecido das Microempreendedoras Individuais. Os objetivos secundários são (1) analisar a atuação e evolução das mulheres empreendedoras, (2) classificar o microempreendedor individual e sua representação, (3) identificar inovações e comportamentos dos empreendedores nas adversidades e crises.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A atual seção trata de apresentar (I) Empreendedorismo Feminino. (II) Microempreendedor Individual (MEI). (III) Empreendedorismo na pandemia.

2.1 Empreendedorismo Feminino

“Sejam impulsionadas pela necessidade ou por vislumbrarem uma oportunidade de crescimento profissional, as mulheres estão escrevendo um novo capítulo na história do empreendedorismo nacional, atuando de forma estratégica e ousada.” (FERNANDES, CAMPOS, DA SILVA, 2013)

Frente à diversidade das funções que as mulheres vêm a realizar, o de empreender é feito com maestria e o público feminino tem aumentado a fatia de participação no mercado de trabalho. Conta-se com uma multiplicidade de características que avigora ainda mais seu

espaço em sociedade, como a criatividade, a sensibilidade, a coragem, dentre outros que são conhecidos e de fácil identificação entre as mulheres gestoras. Alguns autores confirmam isso,

As mulheres têm mais facilidade para compor equipes, persistência, cuidado com detalhes, além de valorizarem a cooperatividade. Apesar de incluírem certa dose de sentimentalismo a suas decisões, têm maior facilidade a desenvolver atividades intelectuais, inverso ao homem, que é mais ágil e prático.” [...] “A maneira de tomar decisões por parte das mulheres empreendedoras é participativa, fazendo com que os indivíduos sejam valorizados, além disso, as mulheres possuem estilo de liderar interativo e motivador. (FERNANDES; CAMPOS; DA SILVA, 2013)

Analisando esse desenvolvimento, “A luta por um reconhecimento adequado aos seus esforços no âmbito dos negócios tem contribuído para alteração de algumas características, consideradas padrão, da gestão empresarial.” (FERNANDES; CAMPOS; DA SILVA, 2013) ou seja, as mulheres estão contribuindo para formação de um novo modelo de gerir um negócio. Conforme vemos, as mulheres apontam características comuns de acordo com Takahashi e Graeff:

Apresenta alguns traços de perfil feminino que têm sido comuns às pesquisas: (1) a faixa etária entre 35-50 anos; (2) forte tendência de serem casadas e terem filhos; (3) na maioria dos casos possuem alto nível de educação formal; (4) costumam atuar em pequenos negócios; (5) iniciam as empresas com baixo capital social; e (5) possuem experiência prévia nos setores em que almejam atuar. (TAKAHASHI; GRAEFF, 2004, p.31)

Lidando com alguns fatos históricos, é possível ver algumas pesquisas relatando o fator biológico, como justificativa da desigualdade dos gêneros, tornando as mulheres mais frágeis. Entretanto, “A Revolução Industrial começou a modificar lentamente esse quadro. O número de mulheres empregadas aumentou significativamente” e “com a crescente industrialização, as mulheres empregam-se como assalariadas nas indústrias e oficinas, mas sem abandonar seus lares e suas funções, começam a sim ter uma dupla jornada.” (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 3).

“A preocupação com a situação da mulher na sociedade vinha se acentuando gradativamente até explodir no movimento feminista das décadas de 60 e 70.” (FERNANDES; CAMPOS; DA SILVA, 2013). A partir de então, o papel da mulher de “dona de casa” “que cuida dos filhos” vem sendo desmistificado e através disso começa a responder alguns questionamentos “por qual razão a mulher empreende?” (AMORIM, BATISTA, 2012).

Assim como em todas as áreas, as mulheres também enfrentam grandes desafios para criar e manter sua empresa. As dificuldades aparecem, principalmente, ao iniciar com o empreendedorismo informal ou ao avançar para o MEI (Microempreendedor Individual) que será melhor explicado à frente.

O Sebrae (2019) classifica alguns pontos positivos sobre a mulher empreendedora são: (I) Quando uma empreende e é dona do seu próprio dinheiro, ela vira dona de sua própria história. (II) Ela tem mais chance de interromper ciclos de violência contra si e sua família. (III) Ela reinveste em sua família e, assim, toda a sociedade avança junto.

Seguindo alguns dados relevantes do Sebrae (2019), o Brasil tem a sétima maior proporção de mulheres entre os “empreendedores iniciais”. Relata isso quanto afirma que “as donas de negócio têm maior escolaridade (16% maior), mas ganham, em média, 22% a menos que os homens na mesma posição. Outro dado informado é a parcela expressiva das mulheres donas de negócio que trabalha em casa – 25% e no caso específico das mulheres que são MEI, essa proporção sobe para 55%; a taxa de inadimplência das mulheres é inferior à registrada

por homens, 3,7% para mulheres contra 4,2% para os empresários. Ou seja, quase metade dos MEI existentes no país é formado por mulheres (48%), as mulheres MEI se destacam em atividade de beleza, moda e alimentação.

Com isso, percebe-se a relevância da participação da mulher no mercado, “fomentar o empreendedorismo feminino é fundamental para que as mulheres possam aumentar seus rendimentos, gerar empregos, ter sustentabilidade no mercado e, sobretudo, ser independentes e protagonistas de suas vidas.” (SEBRAE, 201)

2.2 Microempreendedor Individual (MEI)

O tema empreendedorismo é muito relevante para a sociedade. Seja qual for a atividade que ofereça um produto ou serviço, ele sempre rodeia essa prática de empreender. Existem diferentes maneiras de gerir um negócio e muitos começam no meio informal, por necessidade, na busca por uma outra fonte de renda.

Nota-se uma crescente representatividade dos Microempreendedores Individuais (MEI) no mercado. Em meio a alguns estudos, segundo o Portal do Empreendedor do Governo Federal (2020, *apud* SOUZA; STRICKLAND, 2020) setembro de 2020 fechou com 10.900.457 de cadastros MEI, comparando com o mesmo período do ano de 2019, são 1.869.293 registros a mais.

De acordo com Gondim, Rosa e Pimenta (2017), no Brasil, vem crescendo ao longo dos últimos anos o número de micro e pequenos empreendimentos, fato este constatado a partir de dados disponíveis nas Juntas Comerciais e órgãos de apoio, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Também observaram que a maior parte destes empreendimentos surgiu em formato de Microempreendedor Individual.

O governo, buscando regularizar esse elevado índice de informais, elaborou o MEI (Microempreendedor Individual). Segundo Siqueira, Rocha e Telles (2013), instituído por meio da Lei Complementar 128/2008, é uma forma inovadora e desburocratizante de legalização de pequenos negócios e serviços e de pagamento de valores simbólicos de impostos e contribuições. Isso resulta em uma substancial redução de custos e de obrigações acessórias.

Com a aprovação das Leis supracitadas, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) passou a realizar um processo de divulgação, esclarecimento, intensificando informações sobre os benefícios de se aderir ao Programa do Microempreendedor Individual – MEI (MARTINS; LEONE; EL-AOUAR; CASTRO; ANATASIO, 2019, p. 2).

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd (2014), o MEI formaliza seu negócio e com benefícios tributários mantém parâmetros para dar sustentabilidade e retorno para a empresa, de forma a diminuir seus riscos, aumentando a sua rentabilidade. Portanto, a figura do MEI surge como meio facilitador para as pessoas que buscam iniciar seus próprios negócios como alternativa ao desemprego.

De acordo com o Portal MEI Empreendedor (2020), para ser enquadrado no perfil do MEI, é necessário obter faturamento limitado a R\$81.000,00 por ano; que não participe como sócio, administrador ou titular de outra empresa; contrate no máximo um empregado. E “quando o MEI possui um funcionário, esta precisa pagar no mínimo o salário-mínimo ou o salário da categoria, de acordo com o sindicato de cada atividade, conforme está previsto no artigo art. 18-C da LC nº. 128/2008” (MARTINS; LEONE; EL-AOUAR; CASTRO; ANATASIO, 2019, p. 4).

2.3 Empreendedorismo na pandemia

Empreender, como muitos falam, é uma arte. Lida-se constantemente com inovação e risco. Essa percepção é facilmente compreendida, sendo feita por qualquer pessoa que tenha um negócio, ou conhece um familiar ou um colega que empreende, ou quando frequenta um estabelecimento. O empreendedorismo está por toda parte, ao nosso redor.

Analisando as faces da pandemia, vivenciada nos últimos meses, percebe-se que foi totalmente inesperada. O MEI não tem muita “musculatura” para lidar com uma crise dessas. Em contrapartida, a pandemia veio para impulsionar ainda mais o empreendedor, veio para tirá-lo da zona de conforto, para estimular ainda mais o desenvolvimento tecnológico, lançar novas ideias de mercado, dentre outros pontos.

Decorrente de incertezas provocadas por uma economia que vinha tentando se recuperar de uma crise de anos passado, Leković e Marić (2016, p. 39) declaram que, “em períodos de crise, o ambiente empreendedor sofre mudanças significativas na forma de redistribuição econômica.” Especialmente em países altamente desenvolvidos, uma quantidade significativa de recursos econômicos é disponibilizada, criando novas circunstâncias favoráveis a atividades empreendedoras em alguns segmentos de mercado.

Perante uma crise econômica atípica e inusitada, a economia fraquejou. Com isso, vieram as medidas governamentais adotadas para tentar minimizar alguns pontos como a inadimplência, a mortalidade das organizações, evitar uma maior desaceleração da economia, o desemprego e entre outras coisas.

Dentre algumas medidas para minimizar a recessão econômica, incluiu, de acordo com Goeking (2020), o pacote de benefícios que soma R\$ 147,3 bilhões, além da antecipação do 13º salário de aposentados e pensionistas, a antecipação do abono salarial e o adiamento de pagamento do Simples Nacional (micro, pequena e média empresa) de três meses, inicialmente. Entre essas medidas, o auxílio emergencial de 600 reais, é outro ponto que gera bastante discussão e para qual o público se adequa; “O auxílio é destinado aos trabalhadores informais, microempreendedores individuais, autônomos e desempregados, como forma de fornecer proteção emergencial durante a crise causada pela pandemia de covid-19” (VERDÉLIO, 2020). Outro ponto conflitante entre os microempreendedores, citado pela Goeking (2020), os especialistas do Sebrae alertam que é importante estar atento às mudanças dos hábitos de consumo, que hoje são causadas pela crise, mas podem ocorrer ao longo dos anos de forma

menos abrupta.

Com isso, faz-se necessário acompanhar o “novo normal” que pode impactar na utilização dos serviços e produtos do nicho de mercado que o MEI trabalha.

“O autônomo ou pequeno empresário deve fazer uma avaliação do cenário geral – do país e o setor em que atua – e interno – o seu trabalho – e buscar entender como a pandemia pode impactá-lo” [...] “é fundamental o planejamento de cenários para entender as implicações financeiras e operacionais caso a crise se estenda por um período prolongado.” (GOEKING, 2020).

Um tema complexo que tem exigido paciência entre os empreendedores, principalmente entre microempreendedores individuais e autônomos, é a capacidade de resiliência. Conceituando um pouco a problemática vigente, como citam Manyena e Gordon (2015), a habilidade que um indivíduo possui para lidar positivamente com choques de realidade, podem envolver também fontes prolongadas de estresse.

Em meio ao “susto” vivenciado nos últimos meses, “A resiliência tem sido uma das ferramentas usadas para descrever características de indivíduos que são capazes de responder e se recuperar mais rapidamente das dificuldades enfrentadas em suas atividades empreendedoras” (SILVA ET AL., 2019)

De acordo com Cruz, Moraes e Grotberg (2005, *apud* SILVA, EL-AOUAR, SILVA,

CASTRO, SOUZA, 2019, p. 2635), “há uma efetiva relação entre resiliência e empreendedorismo, principalmente para segmentos de negócios ainda em fase de consolidação ou empreendedores pequenos que começaram sua atividade sem capital e/ou conhecimento.”

Portanto, em concordância com o discutido, Humbert e Brindley (2015) corroboram com esse pensamento mostrando o empreendedor como aquele que tomou grandes riscos pessoais e financeiros, criou um negócio e tem geralmente mostrado alguma inovação em sua maneira de fazê-lo. É através da inovação e improvisação que os microempreendedores individuais permanecem no mercado impedindo o declínio do negócio.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

Tendo como objetivo verificar os impactos da pandemia e preocupações de manter o negócio estabelecido das Microempreendedoras Individuais, classifica-se a presente pesquisa como qualitativa de caráter exploratório. Fundamentou-se sobre uma pesquisa bibliográfica “é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos” (GIL, 2010, p. 29).

Visto isso, a coleta de dados foi realizada através de entrevistas individuais, pelo meio online, devido ao cenário atual não permitir o presencial. Foi usado um roteiro semiestruturado, a três pequenas empreendedoras, cada uma de um segmento, com idade, histórias e motivações distintas. Foram nomeadas de entrevistada “A”, “B” e “C”. A entrevistada A é comerciante de artigos de bebê independente, a entrevistada B é maquiadora independente e a entrevistada C recentemente migrou de Microempreendedora Individual para o Simples Nacional. Todas com experiência no foco central do artigo. No mais, utilizou-se uma abordagem mais clara e direta, buscando uma subjetividade a aprofundamento melhor para apresentar uma compreensão ao propósito desejado.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, será apresentada a análise e a interpretação dos resultados provenientes da coleta de dados com a pesquisa de caráter qualitativo. Realizou-se entrevistas individuais semiestruturadas com três empreendedoras mulheres, categorizando como entrevistada A, B e C.

4.1 COLETA DOS DADOS

Utilizou-se de um roteiro predefinido na entrevista, guiando no rumo de um diálogo mais aberto, porém, sem tangenciar do objetivo do trabalho. Permitiu-se um aprofundamento maior das informações em forma de bate-papo. As entrevistas foram realizadas através de vídeo chamada; justifica-se a utilização do meio online, visto o momento vivenciado, em meio à pandemia, assegurando ambas as partes desses canais. A aplicação da entrevista online não dificultou na captação das informações e não impossibilitou a apreensão dos resultados como veremos a seguir.

O roteiro de entrevista preestabelecido foi baseado em algumas perguntas que geraram respostas mais aprofundadas, seguindo o propósito do trabalho. Segue abaixo os pontos elencados para roteiro da entrevista:

- Nome, idade, formação
- De onde surgiu a ideia da empresa?
- Já teve experiência com negócios e empreendedorismo antes?
- Por que escolheu esse ramo?

- Quais os principais desafios na pandemia?
- Utilizou algum benefício governamental?
- Ocorreu alguma história/fato interessante em específico na pandemia?
- Sendo mulher, nesse meio dos negócios, você sente que isso te dificulta ou diferencia em algo no trabalho?
- Em algum momento percebeu que não queria mais empreender?
- Já pensou em mudar o ramo de atuação?
- O que mudou depois dessa pandemia do COVID-19?
- Quais suas intenções e ambições para o futuro?
- Tem algo que não foi perguntado, mas que considera importante ser relatado?

4.1.1 ENTREVISTADA A

Entrevistada A tem 54 anos, não tem nenhuma graduação ou ensino superior. Estudou até o ensino médio, mas fez vários cursos profissionalizantes no SEBRAE e foi trabalhando por necessidade nas empresas privadas. Tem uma loja de produtos de bebê e magazine há 6 anos, em um pequeno bairro da zona sul de João Pessoa-PB.

Devido a enorme experiência no comércio, foi através disso que se desenvolveu e descobriu que queria ter seu próprio negócio, trabalhou nas empresas privadas pensando nisso. Surgiu, também, através da necessidade e por amor ao trabalho. Informou que o marido com problemas de saúde, teve que ter um acompanhamento mais próximo e além disso relatou que “não queria ter mais patrão, queria ser a própria patroa”. A empresa surgiu, através da necessidade em atender a demanda da população do bairro local, no qual não tinha nenhuma loja desse segmento na época. Observou que havia uma procura por produtos de bebês e crianças e foi nisso que surgiu a empresa.

A entrevistada teve muita experiência no atendimento ao cliente. O desempenho e experiência foi adquirido no dia a dia nas empresas em que trabalhou, onde teve várias funções citadas como operadora de caixa, gerente de loja, administrativo, fiscal, ou seja, ela cita “aprendi de tudo, faço de tudo na loja, só que para mim, trabalhando dobrado”.

Considerando os momentos vivenciados na pandemia, menciona que o principal desafio foi mudar o meio das vendas e continuar vendendo. A entrevistada A disse que mudou muita coisa, foi o momento que começou a investir no online, nas redes sociais como whatsapp, instagram e implementou o delivery. Segundo ela foi “o que me fez manter as vendas”. A loja permaneceu fechada, mas ela foi até o cliente com todos os cuidados e foi nisso que se manteve. O benefício do governo foi utilizado e ajudou a manter o pagamento de algumas contas básicas.

Expõe que por um momento difícil como esse da pandemia, só passou quando iniciou a loja. Foi uma fase que mais precisou ser criativa e inovar. Este momento propiciou a introdução de um novo produto na loja, ou seja, das máscaras, visto que trabalhava com magazine e acabou suspendendo outros serviços como de consertos. Teve alguns problemas com o produto novo, no qual em algumas encomendas não adequou o tamanho ideal. Pelo fato de ser mulher, conta que não sentiu dificuldade no meio, devido a experiência com cargos de liderança, posicionando melhor para atuar hoje no próprio negócio. Alegou também que o segmento é tratado com muitas mãos, não sentindo tanta diferença e limitação no dia a dia.

A microempreendedora diz que mudou muita coisa antes e depois da pandemia. Antes não tinha contato tão profundo com o cliente, mesmo tendo clientes fiéis e que o fato de incluir entregas fez fidelizar ainda mais. Para o futuro ela pensa em fortalecer a marca para oferecer produtos exclusivos de sua loja. A fabricação própria de roupas já está se encaminhando para isso, mesmo em pandemia, suspendendo alguns serviços. Finaliza contando anseios futuros, no sentido de quando a pandemia amenizar e passar, na realização de cursos no SEBRAE, com mais qualificação e aperfeiçoamento no trabalho.

4.1.2 ENTREVISTADA B

A segunda microempreendedora possui 26 anos, graduada em Administração de Empresas. Atua como maquiadora em um estúdio. Nunca teve nenhuma experiência na área dos negócios, aprendeu na vida real com a própria empresa. Relatou que ao terminar a faculdade se deparou com uma escassez de emprego na área dela, então começou a estudar para concurso público, sempre pensando em fazer alguma coisa para conseguir ter uma renda enquanto estudava. Então, foi quando resolveu fazer o curso de maquiagem. Nas horas vagas via muitos vídeos no youtube sobre isso, maratonando e se identificando com a área. Começou a maquiar inicialmente com amigas sem cobrar nada e foi gostando. Antes de terminar o curso de maquiagem já tinha clientes com agendamentos.

Com relação aos principais desafios da pandemia, expõe que o segmento dela foi muito prejudicado, porque trabalha com eventos e de uma hora para outra se viu sem agendamento nenhum e sem demanda. Assim como seus colegas de trabalho que também imaginaram que seria por pouco tempo, 15 dias, depois 30 dias e o tempo foi aumentando. Conta “Fomos bem prejudicados. Quando trabalha para si, precisa movimentar, precisa receber. Começamos a não receber absolutamente nada, foi bem complicado”. De acordo com ela, o movimento ainda não mudou, antes tinha um ritmo muito bom de agendamentos, principalmente final do ano. De junho para fevereiro são meses movimentados no segmento dela, no qual já está voltando os atendimentos, mas não como antes.

“Relação com a internet sempre tive e sempre mantive, agora o que aconteceu foi mudar e adaptar serviços”. Ela adaptou os cursos presenciais para a via online, visto que não podia contato presencial. Utilizou do auxílio emergencial, mas informou que teve dificuldades, que passou quase 3 meses para poder conseguir receber e ser aprovada, mesmo sendo uma das primeiras a se inscrever.

A maquiadora informou que nunca passou por um momento de crise assim, com essa amplitude. Disse que teve momentos de baixa no mês de março e abril de 2019, mas que não foi isolado só no segmento dela. Ela sempre faz sua própria pesquisa de mercado e pergunta nas lojas para saber sobre a movimentação, mas que não se compara a deste ano.

Atuando há 4 anos no próprio negócio ela diz que “não estava preparada e posso garantir que não presenciei momento tão difícil.” Outro fato foi de higienização, relata que mudou completamente, já tinha cuidados de limpeza, mas teve que dobrar. “A parte complicada é que duplicou, triplicou a questão dos EPI’s, o serviço a gente não conseguiu aumentar o preço, está tendo que manter o mesmo preço de antes, pelo mesmo serviço, ou até diminuir mesmo tendo que gastar mais com produtos e equipamentos de proteção e higienização”. Ademais, justificou que por ser mulher foi beneficiada, devido ao fato do segmento dela lidar com mulheres e se identificarem mais, sentirem mais segurança, mas que é uma particularidade do ramo.

Ela conta que “todos os dias, é uma escolha muito difícil e diária, porque você precisa abdicar de muito da sua vida para estar lá no horário de trabalho” e esclarece “a gente abdica de muitos finais de semana, momentos de lazer, momentos especiais. Por outro lado, quanto mais trabalho, mais recebo e tenho controle. É bem flexível. Tem seu lado positivo e negativo.” Na pandemia, a entrevistada B repensou sobre seu ramo, pois o dela parou de vez e ela ficou com receio de acontecer novamente outra onda dessa da pandemia. “Somos condicionados ao mercado, essa parte é muito complicada. As pessoas têm que está recebendo dinheiro para desfrutar do meu serviço que é supérfluo, não é algo essencial, porém sou realizada ao ver as pessoas satisfeitas.”

Outro ponto interessante foi com relação a preparação e planejamento citado. “Planejamento é algo bom para frisar. Meu negócio é algo pequeno, sou eu que faço e gerencio tudo e mesmo eu tendo a noção de gerenciamento e estudos, eu ainda sinto muita

dificuldade.” Conta que a parte financeira foi bem complicada, porque estava todo mundo com expectativas para trabalhar bem, então o que tinha de reserva era muito pouco. Não precisou pagar aluguel alguns meses, alguns custos foram reduzidos e congelados e isso ajudou. Entretanto, reforça “eu aprendi que preciso ter uns 6 meses de folga de capital de giro para conseguir manter caso tenha uma crise ou pandemia dessas” e menciona que “O MEI ele não tem esse pensamento de ter uma reserva de pelo menos 6 meses. Isso mudou bastante sobre ter um planejamento financeiro e como vi que a vida vale muito mais.”

Para o futuro ela espera crescer mais no seu segmento, ofertar mais cursos, pois percebeu nesta pandemia que é o que traz mais estabilidade. Além de investir no online, porque as pessoas querem mais comodidade. Ainda declara “percebi que a gente não tem educação financeira para ter um negócio e muita gente sofreu por conta disso; mesmo com formação a gente pensa que mês que vem vai ser melhor.” Os atendimentos estão voltando, com muito receio, mas não como antes, e quem não interagiu online durante a pandemia não está tendo nenhum retorno, segundo a maquiadora. Finaliza alegando que o microempreendedor precisa ter algum serviço que não seja condicionado à um só tipo de segmento, porque num momento desses de pandemia, foi o que a salvou.

4.1.3 ENTREVISTADA C

A entrevistada C tem 48 anos, graduada em Relações Públicas. A história dela com o empreendedorismo começou há mais de 10 anos, quando teve sua própria cafeteria. Então sempre gostou de trabalhar com o público, sempre gostou de organizar eventos, começou no ramo alimentício sem intenção, mas que segundo ela caiu de paraquedas.

Atualmente, gerencia um restaurante que atua há dois anos, no último ano migrou de Microempreendedor Individual para o Simples Nacional. A ideia do restaurante surgiu com o seu esposo, pois no passado ele teve um restaurante. Além disso, gosta muito de frequentar bons restaurantes, comer bem, então ao introduzir esse negócio já tinham noção de como queriam seguir e montar o cardápio. Informa que é um ramo bom, com bom fluxo de pessoas, mas que é meio escravo, porque exige muita atenção, cuidado, precisa estar por dentro de todos os detalhes para ter o controle, mas é gratificante, afirma.

O principal desafio na pandemia foi manter tudo como estava antes. Manter os funcionários, manter a demanda, reduzir despesas. “A gente trabalha para vender, recebe, paga fornecedores, custos fixos, funcionário; o maior pesadelo foi isso. A reserva é pequena, sempre está girando o capital de giro, sempre investindo em materiais e equipamentos”. A dona do negócio diz que começou a negociar com fornecedores a questão de impostos para dividir.

Nessa empresa eles ficaram dois meses fechados, até que entraram no delivery pelos aplicativos de entrega, todavia não teve tanto retorno visto que “é uma boa opção, mas os aplicativos se aproveitaram, são impostos altíssimos, foi a única forma que vimos de começar a reabrir as portas.” Com isso, a entrevistada C comunica que não voltou como antes, mudou o formato do negócio, no qual antes era self-service e hoje está como à la carte, além de reduzir o quadro de funcionários.

Informou também que outro momento de crise passado foi na greve dos caminhoneiros em 2018, onde teve um abalo com falta de produtos e aumento de valores, mas que não foi nada comparado a pandemia. Afirma, “agora praticamente fomos ao chão”. A empresária fala que não tinha um planejamento geral no negócio, por isso sentiu muito, só estava preocupada em inovar nas mídias para poder alcançar um número X de pratos vendidos por dia para cobrir as despesas em geral.

Dentre os fatos ocorridos, a maioria dos clientes são idosos e não tem o hábito de utilizar aplicativos, então ela sentiu muito, teve que ensinar os clientes mais fiéis a pedir pelo

celular sua refeição; “são clientes fiéis e para não perder fizemos de tudo, então foi bom que passamos a conhecer melhor nossos clientes. Praticamente temos uma carteira melhor definida hoje.”

O fato de ser mulher foi sentido, pois a maioria dos clientes são homens, então como ela cita “homens querem lidar mais com homens no geral ainda”; o restaurante mesmo sendo dela e contando com o apoio da irmã, o marido dela está sempre presente no local e muitos clientes direcionam a palavra a ele e consideram ele o dono do negócio. Ela conta “então tem essa barreira e preconceito por ser mulher e que não é capaz de gerir um negócio, mas nós somos capazes.”

Em meio a pandemia ela afirma que pensou em desistir do restaurante e mudar para uma conveniência e cafeteria. É um fato estudado ainda por ela e pelo marido, por receio em investir mais e perder nesse momento. Esse cenário foi tão estressante para empresária que ela adquiriu ao longo desses meses problemas de saúde como o de hipertensão. Então, ela diz “Antes da pandemia eu só pensava em crescer, agora só penso em me estabilizar até o ano que vem. Estou pensando no hoje, no curto prazo. Se eu soubesse que isso iria acontecer teria tido um controle maior, uma reserva maior para não sofrer tanto e conseguir manter. Faria tudo diferente.”

É mencionada a importância de investir na carreira, no negócio, e, principalmente, investir na família que foi o que deu suporte para a dona do restaurante, visto que trabalha com familiares. Para finalizar, ela informou as dificuldades em empreender no país, “Nesse país empreender é terrível, porque a burocracia é muito grande, são muitos impostos, obstáculos e tem que ser corajoso, persistente, enfrentar, porque é muito difícil e injustos; deveriam rever o pequeno empreendedor e apoiar.”

4.2 INTERPRETAÇÃO DE RESULTADOS

Observando as histórias das três empreendedoras mulheres e analisando os fatos e incertezas da pandemia, pode-se considerar que todas foram afetadas diretamente em seu negócio. Dentre os impactos, a falta de planejamento financeiro foi o mais nítido, ou seja, as empreendedoras devido ao fato de não estarem esperando uma pandemia ou crise dessa, não tinham seu fluxo de caixa bem estruturado e com folga. Dentre algumas falas que mostram isso, vemos com a entrevistada B “Eu não estava preparada”, “Planejamento é algo bom para frisar”, “A parte financeira foi bem complicada, porque estava todo mundo com expectativas de trabalhar bem, então o que tinha de reserva era muito pouco”, “O MEI ele não tem esse pensamento de ter uma reserva de pelo menos 6 meses e a gente precisa ter” assim como a entrevistada C também afirmou, “a reserva é pequena, sempre está girando o capital de giro”, “quando chegaram as contas nessa pandemia tive que escolher o que pagar”.

Dentre a evolução e o desejo de empreender das mulheres, é de elogiar a resiliência e persistência que elas passaram nesse momento de pandemia do COVID-19, devido à identificação e realização com o segmento, acreditando em seu trabalho. Comprova-se a instabilidade diária que se passa nos negócios, a entrevistada A cita “não queria ter mais patrão, queria ser a própria patroa”, “Botar a preguiça de lado e arregaçar as mangas”; a entrevistada B concretiza isso também ao falar, “Todos os dias, é uma escolha muito difícil, é diária, porque você precisa abdicar de muito da sua vida”, “Porém sou realizada ao ver as pessoas satisfeitas”. A entrevistada C confirma ainda mais isso, “Não foi nada comparado a pandemia, agora praticamente fomos ao chão”, “Deu vontade de desistir, mas resolvi lutar enquanto der”.

Com relação ao fato de ser mulher e lidar com negócios, foi identificado que isso é passível de diferenciação de tratamentos, mas vai depender do segmento inserido. A entrevistada A não sentiu tanta dificuldade, devido a ocorrência de lidar com a maioria de

clientes mulheres e mães que compram os produtos de bebê e de criança. Da mesma forma, acontece com a maquiadora, a entrevistada B trabalha só com o público feminino que se identifica e se sente mais segura com mulheres nesse caso. Entretanto, a entrevistada C, dona do restaurante, sente diariamente uma resistência de seus clientes e fornecedores, no qual muitas vezes, pela circunstância do marido estar muito presente na empresa que é dela, a maioria deles que são homens preferem tratar diretamente com ele e reconhecê-lo como o dono.

Constata-se da mesma forma, que a pandemia com suas incertezas, reconfigurou todos os negócios com manutenções nas empresas. Dentre essas mudanças, introduziu e considerou ainda mais relevante o uso das redes sociais e os canais online. A entrevistada A criou um novo produto adaptado à pandemia, também começou a ir até o cliente com o uso do delivery que não tinha antes, pois era apenas a loja física. A entrevistada B, sempre se manteve ativa nas redes sociais, mesmo na pandemia, e por isso, ao retornar suas atividades conseguiu agendamentos; mas o que mudou mesmo foram os cursos que antes eram presenciais e passaram a ser online. A entrevistada C investiu no uso dos aplicativos de entrega, no qual, mesmo com pouco retorno, como relatou pouco descontente, foi a única forma que encontrou de manter as vendas; além de também substituir o tipo de serviço, pois antes o restaurante era só self-service e passou a oferecer o à la carte.

Na análise desse trabalho, vale salientar a importância de manter a fidelização dos clientes; as três entrevistadas enfatizaram a consideração dos clientes que sempre os seguem. A entrevistada A falou dos clientes, que, mesmo antes da introdução do delivery, ligavam perguntando dos produtos e com o as entregas também continuaram comprando e utilizando o produto novo. A entrevistada B também citou do engajamento dos clientes que mantiveram nas redes sociais, interagindo e participando. A entrevistada C completa essa observação do mesmo modo, quando cita que passou a ensinar os idosos a pedir pelo aplicativo, pois eles queriam continuar consumindo e isso ajudou até a conhecer melhor seus clientes e criar “uma carteira melhor definida dos nossos clientes”.

Outro ponto significativo, foi da variação do portfólio de serviços e produtos ofertados pelas empresas. Todas as empresas buscaram diminuir despesas, foi uma ação generalizada por todos na pandemia. Apesar disso, para manter as vendas, a reação teve que ser na adaptação e utilização de alternativas próximas de serem alcançadas. Ou seja, precisou inovar urgentemente para continuar seguindo firme. Entrevistada A contou com a ideia de produzir um produto novo, a máscara, visto que tinha a disponibilização do magazine em sua loja; enquanto reduziu um serviço pouco procurado, os consertos, para transferir as demandas para a da máscara. A entrevistada B deixou isso bem claro ao relatar que “Quem estava condicionado num só serviço sofreu mais”, e reforçou “É importante ter algum serviço que não seja condicionado a um só tipo de segmento, porque num momento desses salva”. No caso dela os cursos conseguiram ser passados online, visto que a atividade fim não era só o de festas e essa atividade de eventos foi muito prejudicado por ser totalmente suspenso. A entrevistada C sentiu muito na pandemia pelo fato de só ter a disponibilização do produto em local físico; e no serviço apenas o self-service, então precisou introduzir o delivery e à la carte.

Concluindo, o clima de incerteza permanece no presente e no futuro das pequenas empreendedoras mulheres, entretanto, elas seguem inovando, lutando e acreditando no negócio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desse trabalho, permitiu-se conhecer melhor uma classe trabalhadora ativa relevante em nosso meio, somando ao momento tão delicado e dramático atual, de altíssimo abalo econômico e social. Essa pesquisa oportunizou conhecer histórias exemplares, divergentes, mas com o mesmo fim, que foram os impactos, aflições e os ensejos causados pela pandemia do COVID-19 nas mulheres microempreendedoras.

Pode-se concluir que as mulheres, dependendo do seu segmento, sofrem preconceito, no qual começam a empreender por necessidade, mas que sempre buscam um segmento que se identifiquem. Empreender é uma atividade instável, cheia de surpresas, sem apoio e certezas; precisa ter dedicação e ser criativo. Com a chegada dessa grande crise, o momento fez repensar o que é importante, o que é necessário e primordial para manter o negócio, enfatizando a relevância do planejamento e reservas de emergência, mesmo sendo pequeno empreendedor. É momento de inovar, de se readaptar, de avançar junto com as mídias sociais e canais online, é momento de ressignificar.

Essa pesquisa, tornou-se significativa para valorizar ainda mais esse considerável nicho de pessoas, da pequena empreendedora. Para entender esse momento inconstante não se sabe até quando vai durar ou como vai ficar o “novo normal”. “São poucas as pesquisas que se ocupam em desvelar as nuances que cercam o tema, especialmente tendo como pano de fundo a subjetividade” (FERREIRA, NOGUEIRA, 2013). Com isso, nota-se que tem muito o que ser estudado e aprofundado no assunto ainda, este é só o começo.

Assim, segundo Ferreira e Nogueira (2013), pode-se dizer que a mulher empreendedora é, ao mesmo tempo, singular e histórica. Após essa pesquisa, é possível afirmar que além de tudo é resiliente, forte e criativa.

6 REFERÊNCIAS

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento**. Núcleo de Pesquisa da Finan, v. 3, n. 3, 2012. Disponível em: <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf>. Acesso em: 09 de jul de 2020.

FERNANDES, João Andrade Tavares; DE CAMPOS, Fabiana; DA SILVA, Mirian Oliveira. **Mulheres Empreendedoras: o desafio de empreender**. Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales – CCCSS. Junho, 2013. Disponível em: <<https://www.eumed.net/rev/ccss/24/familia-trabajo.html>> Acesso em: 10 de jul de 2020.

FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. **Mulheres e suas histórias: Razão, Sensibilidade e subjetividade no Empreendedorismo Feminino**. RAC, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, art. 1, pp. 398-417, Jul./Ago. 2013. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rac/v17n4/a02v17n4.pdf>> Acesso em: 19 de Ago de 2020.

FRANCO, Michele Maria Silva. **Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das Mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas**. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE). Goiana, 24 e 26 de março de 2014. Disponível em: . Acesso em: 08 de jul de 2020.

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

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-estrategias-para-autonomos-e-pequenos-empresarios-enfrentarem-o-coronavirus-sem-quebrar.ghtml>> Acesso em: 24 de jul de 2020.

GONDIM, Mirelle Dias; ROSA, Maycon Peter da; PIMENTA, Márcio Marvila. **Crise versus Empreendedorismo: Microempreendedor Individual (MEI) como Alternativa para o Desemprego na Região Petrolífera da Bacia de Campos e Regiões Circunvizinhas**. Pensar

Contábil, Rio de Janeiro, v. 19, n. 70, p. 34-43, set/dez, 2017. Disponível em:<Gondim_Rosa_Pimenta_2017_Crise-versus-Empreendedorismo-_48858.pdf>. Acesso em: 02 de jul de 2020.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. Ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2014.

HUMBERT, A. L.; BRINDLEY, C. **Challenging the concept of risk in relation to women's entrepreneurship**. Gender in Management: An International Journal, v.30, n.1, p. 2-25, 2015. Disponível em: . Acesso em: 17 de jul de 2020.

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 de jul de 2020.

MANYENA, S. B.; GORDON, S. **Bridging the concepts of resilience, fragility and stabilization**. Disaster Prevention and Management, v.24, n.1, p.38-52, 2015. Disponível em: . Acesso em: 17 de jul de 2020.

MARTINS, Jean Gleyson Farias Martins; LEONE, Rodrigo José Guerra; EL-AOUAR, Walib Abbas; CASTRO, Ahiram Brunni Cartaxo de; ANATASIO, Jizabely de Araujo. **Análise dos Benefícios x Desempenho do programa microempreendedor individual no Nordeste do Brasil**. Revista Ciências Administrativas, Fortaleza, v.25, n.4, p.1-14, Edição Especial, 2019.

RAMOS, L; MALDONADO, E; HERNÁNDEZ, E. **Comparison of women entrepreneurs profiles in Coahuila**, Mexico and San Juan, Puerto Rico. Global Conference on Business and Finance Proceedings, v.9, n 2, p. 190-200, 2014.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucro, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1982.

Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino? SEBRAE, 2019. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 10 de jul de 2020.

SILVA, Pablo Marlon Medeiros da; EL-AOUAR, Walid Abbas; SILVA, Artur William Pereira da; CASTRO, Ahiram Bruno Cartaxo de Castro; SOUZA, Juliana Carvalho de. **A Resiliência no Empreendedorismo Feminino**. Revista Eletrônica Gestão & Sociedade. v. 13, n.34, p.2629- 2649. Janeiro-Abril, 2019.

SIQUEIRA, João Paulo Lara de; ROCHA, Joyce Silva Leal da; TELLES, Renato. **Microempreendedorismo: Formalidade ou Informalidade**, 2013.

SOUZA, Carinne; STRICKLAND, Fernanda. **Procura para abertura do MEI disparou em meio à pandemia**. Correio Braziliense, 2020. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2020/10/4880178-procura-para-abertura-do-mei-disparou-em-meio-a-pandemia.html>> Acesso em: 19 de ago de 2020.

TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEFF, J. F. **Gestão Feminina e Planejamento Estratégico em MPE's: Uma Análise Preliminar do Perfil no setor educacional de Curitiba.** VII SEMEAD, 2004. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/oso.c/v13n39/a02v13n39.pdf>>. Acesso em: 08 de jul de 2020.

TAVARES FERNANDES, J., DE CAMPOS, F, OLIVEIRA DA SILVA, M.: **Mulheres empreendedoras: o desafio de empreender**, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Junio 2013.

VERDÉLIO, Andreia. **Caixa paga hoje auxílio emergencial a 6,5 milhões de pessoas.**
Agência Brasil, 2020. Disponível em:<
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-06/caixapaga-hoje-auxilio-emergencial-65-milhoes-de-pessoas>> Acesso em: 24 de jul de 2020.