

RESILIÊNCIA NO EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um Estudo na Feira das Marias Cariri

RONDENELLY BRAZ LONGUINHO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI (UFCA)

BEATRIZ GONDIM-MATOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI (UFCA)

Agradecimento à orgão de fomento:

Agradeço a FUNCAP (A Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico), por contribuir e estimular o debate científico, e apoiar o desenvolvimento de novos estudos que contribuem para uma sociedade mais desenvolvida.

RESILIÊNCIA NO EMPREENDEDORISMO FEMININO:

Um Estudo na Feira das Marias Cariri

1 INTRODUÇÃO

É crescente o número de mulheres que tem buscado criar seu próprio negócio como forma de melhorar sua renda e ser mais independente. De acordo com um levantamento realizado pela, Global Entrepreneurship Monitor (GEM) em 2021, o Brasil possui cerca de 30 milhões de mulheres empreendedoras, ainda segundo a mesma pesquisa, 45,4% das empresas nascentes em 2022 são conduzidas pelo público feminino. Um outro dado revelado pela pesquisa “Empreendedorismo Feminino no Brasil” realizada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) com base em informações do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), aponta que, no terceiro semestre de 2022, mais de 34% das pessoas que empreenderam no país são mulheres.

No entanto, mesmo com o fortalecimento do empreendedorismo feminino no Brasil (SEBRAE, 2022), o gênero feminino é, geralmente, aquele que mais assume trabalhos precários e vulneráveis, além de receber salários mais baixos e ter que acumular funções profissionais com demandas familiares, aponta o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2016). A resiliência surge então como um fenômeno que pode atuar na mitigação desses impactos fazendo com que esse grupo seja capaz de lidar melhor com as circunstâncias negativas e sair fortalecido e mais preparado para a continuidade de suas atividades empreendedoras cotidianas.

Esse estudo mostra-se relevante diante do número crescente de mulheres empreendedoras no Brasil, assim como pelo pequeno número de artigos empíricos relacionados à resiliência, especialmente na região da América Latina e a carência de contribuições conceituais mais profundas concernentes a resiliência (Castro, Zermeño, 2020; Ozuduru; Varol; Erscoskun, 2012; Petrescu; Bhatli, 2013). Além disso, reconhece-se também o fortalecimento do gênero feminino no cenário empreendedor brasileiro, dessa forma, é relevante compreender as características das mulheres que se lançam ao empreendedorismo, suas motivações, suas conquistas, bem como as dificuldades mais recorrentes e como a resiliência pode agir para mitigar essas adversidades (RAMOS et al., 2014).

Assim, esta pesquisa tem como objetivo compreender a resiliência no empreendedorismo feminino, através de um estudo na Feira das Marias Cariri. É de interesse dos pesquisadores compreender aspectos relacionados às dificuldades e forças e como a resiliência é utilizada para o enfrentamento destes desafios. Em termos específicos, pretende-se identificar a motivação das mulheres em empreender; identificar as dificuldades das empreendedoras; e identificar aspectos de resiliência (Cruz; Moraes, 2013) diante dos desafios expostos por elas.

Outro aspecto que denota a importância desse estudo, está relacionado ao contexto social em que estão inseridas as mulheres participantes desse estudo, o ponto de intersecção entre elas é a Feira das Marias, feira criativa, colaborativa e itinerante, que se apresenta como movimento de protagonismo feminino, pensado por mulheres e que estimula toda uma cadeia da economia criativa local. A feira tem sua atuação na região metropolitana do Cariri Cearense, mais precisamente no eixo CRAJUBAR, região que abrange a conurbação dos municípios de Crato, Juazeiro e Barbalha. A região do Cariri é marcada pelo alto índice de feminicídios e violência doméstica. Dados da Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social (SSPDS) apontam que, entre 2018 e 2023 dos 157 feminicídios ocorridos no estado do Ceará, segundo estado com maior taxa de assassinato de mulheres do país, 27 foram na região do Cariri, ainda de acordo com essas informações, o Cariri tem uma média de 7 mulheres violentadas por dia.

Desse modo o estudo se propôs a produzir subsídio teórico e empírico sobre o papel da resiliência na vida das mulheres empreendedoras, fomentando futuras pesquisas sobre o assunto. Assim, para as ciências sociais aplicadas, os resultados dessa pesquisa auxiliarão

empreendedores e administradores de negócios no contexto das feiras criativas, na gestão de seus empreendimentos, através do diálogo entre a literatura que fundamenta esse estudo e as falas, vivências e experiências das mulheres empreendedoras, objetos desse trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo Feminino e dificuldades

O empreendedorismo não é um fenômeno novo, mas, certamente, é dinâmico, caminha junto às mudanças da sociedade, se adaptando a sua evolução e aos períodos produtivos (Vale, 2014), e é utilizado para representar uma pluralidade de significados, comportamentos e idealizações.

Na contemporaneidade, o empreendedorismo é reconhecido por garantir crescimento e prosperidade (Hisrich; Peters; Shepherd, 2014). Dornelas (2012) destaca ainda que o empreendedorismo surge pelas transformações que o mundo passou principalmente no século XX. Já no Brasil, o empreendedorismo cresceu e se popularizou a partir da década de 90 com a abertura da economia, o que propiciou a criação de diversos órgãos voltados para o tema como o SEBRAE (SEBRAE, 2021).

Quanto ao conceito de empreendedorismo, há uma pluralidade conceitual, teórica, ontológica, epistemológica e metodológica (Low; Macmillan, 1988; Shane; Venkataraman, 2000; Landström, 2020). Dessa forma, não existe uma definição única do objeto de pesquisa e nem mesmo do que seja empreendedorismo, o que dificulta a criação de um quadro conceitual (Shane; Venkataraman, 2000; Landström, 2020). Klein et al. (2010, p. 2) argumentam que o empreendedorismo é comumente definido como “inovação, criatividade, o estabelecimento de novas organizações ou atividades, ou algum tipo de novidade”. Pode ser entendido como descoberta de novas formas de combinar recursos, assumir riscos para obter lucros, como mecanismo de correção de falhas de mercado, criação de valor e descoberta de novos mercados (Crammond, 2020; Landström, 2020). Gamanis et al. (2019) apresentam que o empreendedorismo pode ser definido como função, iniciativa, comportamento ou espírito.

Entre as abordagens dentro do universo de pesquisa nessa temática, está o empreendedorismo feminino. Considerado antes como um setor dominado por homens (Ramadani, 2015), hoje, reconhece-se que as mulheres exercem um papel essencial no processo de crescimento de um país e que a sua participação pode fortalecer a diversidade dos agentes econômicos em relação à motivação e reconhecimento de oportunidade que são importantes para a aceleração econômica (Micozzi; Lucarelli, 2016). A análise das publicações que tratam do tema permite-nos observar que nas últimas décadas o mercado de trabalho tem passado por grandes transformações, e, neste contexto, as mulheres têm alcançado maior protagonismo em diversos segmentos de atuação, ocupando lugar de destaque no empreendedorismo. De acordo com a GEM (2021), a taxa de empreendedorismo entre as mulheres era de 24,6%, ainda segundo a mesma pesquisa o Brasil ocupava a posição de sétimo lugar, com maior número de mulheres empreendedoras, com 30 milhões de mulheres. No entanto, a participação feminina no mercado de trabalho formal foi de 46,3% no segundo trimestre de 2020, a menor nos últimos 30 anos, segundo dados do IBGE. Um relatório publicado pela Organização das Nações Unidas (ONU), em novembro de 2020, demonstrou que havia 76% a mais de mulheres fora do mercado de trabalho comparado ao número de homens no final do segundo trimestre de 2020 (ONU BRASIL, 2020). No Brasil, neste mesmo período, a taxa de desemprego dos homens era de 16,8% e de 19,8% das mulheres (IBGE BRASIL, 2020).

Entre as razões que fazem com que uma mulher crie o seu próprio negócio, a literatura aponta a vocação ou percepção de oportunidades (Bochniarz, 2000), o desejo de obter estabilidade financeira, independência, realização pessoal, e a paixão pelo que faz (Sarfaraz et al., 2014) a facilidade, ou a possibilidade de utilizar os conhecimentos, tempo disponível e continuidade ou ampliação de negócios da família (Vale, Corrêa e Reis; 2014). Nessa

perspectiva, o empreendedorismo feminino tornou-se uma opção para que as mulheres pudessem ter controle sobre o seu tempo, seu futuro e destino profissional, bem como, uma solução para os dilemas e conflitos relativos ao acúmulo de tarefas dentro e fora do trabalho (Gomes, Guerra, Vieira, 2011). Circunstâncias negativas, também são motivadores para o empreendedorismo, como desemprego, ganhos familiares insuficientes, crise econômica, insatisfação com o trabalho existente, preocupação em manter o equilíbrio entre família-trabalho (Naser et al, 2012; Sarfaraz et al., 2014) e questões relacionadas à sobrevivência (Natividade; 2009).

Embora no Brasil o número de mulheres empreendedoras esteja em ascensão, as adversidades enfrentadas no dia a dia podem reduzir esse crescimento e as chances de sucesso nos negócios. Alperstedt, Borges e Serafim (2014), reforçam que esse processo de inserção ainda é permeado de preconceitos por parte da maioria da sociedade culturalmente machista, que não consegue aceitar a presença feminina nesse suposto mundo masculino. O processo de empreender, seja por oportunidade ou necessidade, é difícil quando se é uma mulher, as dificuldades inerentes a esse processo se somam às discriminações impostas à construção histórica do gênero feminino (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014).

Muitas pesquisas tem buscado identificar fatores específicos que afetam o empreendedorismo feminino o Quadro 1, estabelece um panorama das principais dificuldades enfrentadas no empreendedorismo feminino.

As mulheres vão ganhando espaço e se firmando nessa seara como um diferencial, mostrando que têm a capacidade de superar as dificuldades que lhes são impostas por meio das diferenças em distintos níveis, que são presenciados ao longo da aceitação da mulher nesse espaço (Martins, Crnkovic, Pizzinatto & Maccari, 2010).

Sintetizando os achados na literatura nacional e internacional acerca das dificuldades identificadas no empreendedorismo feminino, o quadro 1 esquematiza tais informações, com o intuito de facilitar o entendimento.

Quadro 1 - Dificuldades do empreendedorismo feminino

| Dificuldade | Auto(a) |
|--|---------------------------------------|
| Conflito trabalho x família | Buttner e Moore (1997) |
| Culpa por deixar os filhos aos cuidados de outros | Porto (2002) |
| Não aceitação do marido à figura da mulher provedora | Porto (2002) |
| Resistência e discriminação | Porto (2002) |
| Pressão do marido e ou dos filhos | Strobino (2009) |
| Diferença entre o tempo direcionado ao negócio x família | Strobino (2009) |
| Acúmulo de atividades do negócio e família | Strobino (2009) |
| Desvantagem na obtenção de recursos (financeiros, humanos, capital social) | Lockyer e George (2012) |
| Medo do fracasso | Nogueira, Alvarez e Urbano (2013) |
| Preconceito e discriminação | Silva, El-aouar, Castro, Sousa (2019) |
| Falta de reconhecimento de seus atributos individuais como empreendedoras | Silva, El-aouar, Castro, Sousa (2019) |
| Falta de acesso a recursos financeiros | Silva, El-aouar, Castro, Sousa (2019) |
| Conflito entre trabalho e família, especialmente quando essas mulheres possuem filhos ainda pequenos | Silva, El-aouar, Castro, Sousa (2019) |
| Preconceito | GEM (2017) |
| Discriminação | Fernandes; Mota-Ribeiro (2017) |
| Falta de reconhecimento de seus atributos individuais como empreendedoras | Humbert; Brindley (2015) |
| A falta de acesso a recursos financeiros | Wu (2012) |
| Dificuldade em encontrar trabalho qualificado, o baixo lucro, o conflito entre trabalho e família | Hasan; Almubarak (2016) |
| A construção histórica do papel da mulher na sociedade | Alperstedt; Ferreira; Serafim (2014) |

| | |
|---|--------------|
| Culpa sentida pelas mulheres empresárias, por deixarem os filhos aos cuidados de outros, na busca pela realização profissional. | Porto (2002) |
|---|--------------|

Fonte: Elaborado pelos autores. 2024

2.2 Resiliência e Empreendedorismo

A resiliência é um termo heterogêneo que atravessa vários conceitos. Entretanto é comumente entendida como a capacidade de enfrentar e superar, rapidamente condições adversas (Nirupama; Popper; Quirke, 2015). Em consonância, Manyena e Gordon (2015) mostram que é a habilidade que um indivíduo possui para lidar positivamente com choques de realidade, e pode envolver também fontes prolongadas de estresse. Apesar da ausência de uma definição universal que atenda às exigências das diferentes ciências, o conceito de resiliência é essencialmente constante entre os campos de estudo, referindo-se, em geral, à capacidade de um elemento de retornar ou permanecer em um estado estável após um evento disruptivo (Bhamra; Dani; Burnard, 2011).

“A resiliência é frequentemente descrita como uma capacidade ou um processo, cujas principais propriedades são: adaptação, recuperação e resistência. Da mesma forma, a resiliência fornece outras propriedades importantes como superação, aprendizado, desenvolvimento e renovação. Essas ações, além disso, representam capacidades de resiliência contra variáveis disruptivas como mudança, vulnerabilidade, adversidade e estresse”. (Gerhard e Peñaloza, 2018) para Noltemeyer; Bush, 2013, a resiliência não é um traço inato do indivíduo, mas uma construção realizada através da interação do ser humano com o ambiente que está inserido. Uma pessoa resiliente, por tanto, cria padrões de adaptação comportamental, permitindo-lhe lidar com adversidades presentes em situações estressoras. (Minello, 2010)

Das ciências naturais, o conceito de resiliência foi adaptado para diversas disciplinas, como a Psicologia, a Engenharia, as Ciências Médicas, as Ciências Sociais Aplicadas (Yunes, 2003; Sabbag et al., 2010; Smith et al., 2008). Nas Ciências Sociais Aplicadas, o termo resiliência passou a se reportar não somente a indivíduos, mas a grupos, organizações e sistemas econômicos. Contudo, independente do objeto de análise, a resiliência está associada à ideia de se suportar pressões, crises e adversidades (Yunes, 2003).

De acordo com Grotberg (2005) a resiliência é a capacidade humana para enfrentar, vencer e ser fortalecido ou transformado por experiências adversas. Essa capacidade é indispensável para a sobrevivência das organizações no universo do empreendedorismo. No contexto do empreendedorismo, é crescente o número de pesquisas direcionadas à área da resiliência, (Mcnaughton; Gray, 2017). Um empreendedor resiliente está constantemente em busca de conhecimentos e acredita na sua capacidade para gerenciar uma organização, pois, por meio da resiliência, eles se reinventam e se dedicam para a manutenção de seus empreendimentos para um bom desempenho (Cruz; Moraes, 2013)

Em uma pesquisa feita por Cruz e Moraes (2013), a resiliência revelou-se como atributo fundamental para a superação de adversidade e o sucesso empreendedor, como também possibilitou o aprendizado frente à aos erros na gestão dos negócios, melhorando o processo de profissionalização. Para Bullough e Renko (2013) a resiliência é indispensável para que os indivíduos sejam capazes de engajar-se nos comportamentos empreendedores essenciais para iniciar um negócio ou buscar novas atividades.

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).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa classifica-se como um estudo de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa. Quanto à estratégia de estudo, caracteriza-se como pesquisa narrativa,

e buscou-se identificar aspectos de resiliência, a partir dos relatos das experiências, pontos de vista e opiniões de mulheres empreendedoras da Feira das Marias, para melhor compreensão da temática acerca da resiliência. O objeto do estudo são mulheres empreendedoras que participam da Feira, dada a relevância e potencial da mesma como promotora de mudanças sociais, econômicas e culturais na comunidade em que estão inseridas.

A estratégia de pesquisa narrativa possibilita o estudo da vida das participantes. Essas informações foram re-historiadas pelo pesquisador em uma cronologia narrativa. Tal estratégia possibilitou a identificação de aspectos relacionados à resiliência empreendedora e feminina, por meio das narrativas construídas pelas participantes do estudo, levando em consideração também o contexto sociocultural em que estão inseridas. Assim, esse trabalho utilizou-se da pesquisa narrativa para desenvolver o campo de pesquisa.

A técnica de coleta adotada foi a entrevista narrativa, apropriada para a captação de histórias e experiências de vida das entrevistadas. Foi proposto a estas que discorrer livremente, a partir de uma pergunta aberta, a construção de sua própria história e permitindo assim que informações ditas e não ditas pudessem emergir. A entrevista foi composta por cinco questões “gerativas de narrativa” que, segundo Flick (2009), contribuem para conduzir o(a) entrevistado(a) no assunto pretendido pelo pesquisador. A construção do protocolo baseou-se nas recomendações de Riessman (2008), que sugere que as perguntas abordem tópicos gerais, possibilitando a construção por parte do sujeito de sua linha de raciocínio livre da influência e interrupção do pesquisador.

Após a elaboração do protocolo, foi definido quais mulheres iriam participar das entrevistas, essa escolha se deu por indicação das produtoras da Feira, observando-se os critérios de maior frequência na participação das edições da feira (assiduidade das empreendedoras) e engajamento nas ações e atividades destinadas às mulheres da feira.

O convite foi enviado em outubro de 2022, inicialmente a 12 (doze) empreendedoras, via aplicativo de mensagem, contendo informações referente ao objetivo da pesquisa como também dados dos pesquisadores e o formato da entrevista, gravada em áudio e vídeo. Os contatos telefônicos foram cedidos por uma das gestoras, tendo devolutiva positiva apenas de quatro mulheres, posteriormente foram indicadas outras 10 (dez) participantes, essas, receberam o convite em janeiro de 2023, e três delas concordaram em contribuir com a pesquisa, outros convites foram feitos, buscando aumentar o número de participantes, no entanto as entrevistas restringiram-se a 7 (sete) entrevistas realizadas.

Todas as entrevistas foram realizadas presencialmente entre os meses de outubro de 2022 e janeiro de 2023. Os locais e horários foram definidos pelas entrevistadas, como forma de diminuir a resistência à participação na pesquisa, e para que as entrevistadas pudessem ficar mais confortáveis no processo de depoimento. As entrevistas foram gravadas em áudio e vídeo com a permissão das participantes, que foram orientadas por meio da leitura e assinatura do termo de consentimento e livre esclarecimento. O conteúdo gravado totalizou aproximadamente três horas, que transcrito resultou em 29 (vinte e nove) páginas.

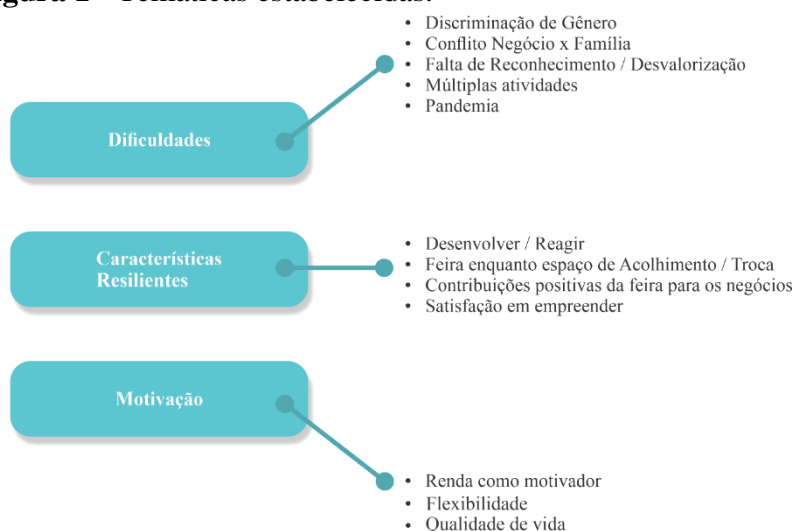
Além das entrevistas, foi utilizado a técnica de observação, momento em que o pesquisador esteve no contexto das entrevistadas e pode compreender a complexidade, gerando “*insights* para uma interlocução mais competente, conforme sugere Zanelli (2002). O diário de campo também foi utilizado, onde o pesquisador pode registrar suas impressões, contextualizações e inibições por parte das entrevistadas.

Foi utilizado o software Maxqda versão 2022 para a organização, gestão e análise dos dados. A análise temática foi empregada para análise dos dados, pois permite flexibilidade e pode, potencialmente fornecer um conjunto rico e detalhado, ainda que complexo de dados, de acordo com as orientações de Braun e Clarke (2006).

A partir da leitura sistemática das transcrições o pesquisador buscou a familiarização com os dados, por meio de repetidas leituras visando profundidade e amplitude,

uma imersão na procura por padrões e significados, foram encontrados três temas e dez subcategorias. As categorias surgiram assentados no referencial teórico concernente ao empreendedorismo feminino e resiliência, amparando-se na literatura e objetivos geral e específicos desta pesquisa, as subcategorias emergiram *a posteriori*, dos relatos e experiências das participantes da pesquisa. Na Figura 1 encontram-se dispostas as categorias e as temáticas estabelecidas.

Figura 1 - Temáticas estabelecidas.



Fonte: Elaborado pelos autores. 2024

Objetivando um nível considerável de qualidade e confiabilidade, foram empregados procedimentos padrões, critérios por meio dos quais a qualidade da investigação pode ser examinada e que evidenciam a isonomia na obtenção e análise dos dados. A padronização na construção e interpretação dos dados, assim como a padronização dos métodos de obtenção dos mesmos, são estratégias, como afirma Creswell (2014) para discutir os resultados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção serão apresentadas as análises deste trabalho, construídas a partir do material colhido e obtido por meio de entrevistas semiestruturadas realizadas com sete empreendedoras participantes da feira, sendo duas delas gestoras da feira.

O primeiro tema definido refere-se às dificuldades vividas e compartilhadas pelas participantes do estudo, o segundo tema diz respeito às características resilientes das empreendedoras e da feira e, por fim, o terceiro tema aborda a motivação destas mulheres para empreender. Foram utilizados os temas iniciais mais recorrentes e significativos e que se aproximam do fenômeno ou da ideia central da pesquisa. Após a codificação de todos os dados, foi realizada a triagem dos diferentes códigos em temas potenciais, em seguida foi realizada uma revisão nos extratos codificados dos dados e o refinamento dos temas e, por fim, suas definições e denominações e produção do relatório.

4.1 Perfil das Participantes

O Quadro 3 esquematiza o perfil das participantes do estudo. Seus nomes foram substituídos por nomes fictícios, para a preservação de suas identidades.

Quadro 3 - Perfil das entrevistadas

| Nome | Sexo | Escolaridade | Estado Civil | Cidade | Produto | Única fonte de renda? |
|-------|------|--------------|--------------|-------------------|---------|-----------------------|
| MARIA | F | Superior | Casada | Juazeiro do Norte | Gestão | Sim |

| | | | | | | |
|--------|---|----------|----------|-------------------|---------------------|-----|
| ANA | F | Superior | Casada | Juazeiro do Norte | Gestão | Não |
| RITA | F | Mestrado | Casada | Crato | Bordado | Sim |
| REGINA | F | Superior | Casada | Juazeiro do Norte | Cosméticos Naturais | Sim |
| JOANA | F | Superior | Solteira | Juazeiro do Norte | Brincos Artesanais | Sim |
| CLARA | F | Superior | Solteira | Juazeiro do Norte | Aromaterapia | Sim |
| CARLA | F | Superior | Casada | Barbalha | Produtos Holísticos | Não |

Fonte: Elaborado pelos autores. 2024

4.2 Dificuldades enfrentadas no empreendedorismo feminino

Os resultados apontam que as dificuldades discutidas no referencial teórico se manifestam nos relatos trazidos pelas mulheres entrevistadas. No que tange aos desafios que se apresentam às mulheres empreendedoras, nota-se que o processo de empreender já impõe uma série de dificuldades inerentes ao processo em si, porém as mulheres encontram ainda mais barreiras do que os homens, o que pode ser explicado pelas construções históricas que foram atribuídas ao gênero pela sociedade (Alperstedt; Ferreira; Serafim, 2014). Este fato leva o público feminino a enfrentar circunstâncias altamente inconstantes que as conduzem a uma série de estressores que podem afetar sua vida profissional e familiar (Naambisan; Baron, 2019; Teoh et al, 2016)

O papel da mulher na sociedade brasileira, de modo geral, tem sido ampliado à medida que vai sendo questionada a “divisão sexual do trabalho” (Hirata; Kergoat, 2007). No entanto, muitas mulheres continuam a sofrer discriminação no mercado de trabalho brasileiro, dado que certas atividades ainda são enxergadas como tradicionalmente masculinas ou femininas em razão da prevalência de uma cultura machista, herança de uma sociedade marcadamente patriarcal (Machado, 2000). Historicamente a presença da mulher no cenário do empreendedorismo era considerada impossível, deste modo, muitas mulheres precisam lidar com a falta de incentivo e discriminação de gênero (Floriano, 2013).

A discriminação de gênero é percebida e evidenciada no relato da RITA, que fala dessa problemática e seu caráter estrutural enquanto construção social que desafiam o empreendedorismo das mulheres, atravessa suas vidas e reforça os papéis pré-definidos de gênero.

“Os desafios eles são estruturais são sociais né quando a gente pensa nessas dimensões do patriarcado né, é você montar um empreendimento e ser desacreditada pelo fato de ser mulher”. Empreender né, sendo uma mulher não é nada fácil além das dimensões do mercado tem uma dinamicidade da vida em sociedade regida pelo patriarcado, que nos atravessa e nos ceifa em vida, o que é pior porque vai matando todos os dias um pouco, vai matando os sonhos, vai matando as ambições, vai matando as projeções que a gente faz para o futuro” (...)“Tem toda uma estrutura social que tenta nos apagar e dizer que a gente tem que ficar em casa, que a gente tem que cuidar da criança, que vida social não existe mais para a mulher que se tornou mãe”. (RITA)

MARIA relata a discriminação de gênero e de cor e traz em sua fala fatores que acentuam esta percepção preconceituosa da figura feminina:

“Difícil, muito difícil, principalmente em ser mulher empreendendo, ser mulher negra empreendendo e ser uma mãe mulher negra empreendendo. (MARIA)

A mulher negra no Brasil, carrega em sua pele e traços as desvantagens e desigualdades frutos de uma historicidade alicerçada no preconceito de raça. Geledés (2013) afirma que a linha da cor estabelece maior desvalorização e opressão para as pessoas de pele com mais melanina, seja do ponto de vista simbólico, na inserção no mundo material, seja nas relações sociais e políticas. Ribeiro (2007) reforça essa ideia e afirma que mulheres negras representam a antítese entre a branquitude e a masculinidade, ao estar em um espaço à margem das categorias raça e gênero, deste modo, não são brancas nem homens, mas negras e mulheres.

Uma outra dificuldade constantemente presente no empreender feminino é o conflito Negócio-Família. O problema em conciliar as atividades do empreendimento com

questões familiares pode ser uma barreira para os seus objetivos de sucesso (Silva et al, 2019). Diferentes autores apresentaram teorias que explicassem a forma como ocorrem os conflitos trabalho-família na literatura. Greenhaus e Beutell (1985) estabeleceram o Conflito Trabalho-Família como uma forma de conflito entre papéis em que as pressões de função dos domínios do trabalho e da família são mutuamente incompatíveis em algum aspecto, isto é, a participação no papel do trabalho é dificultada em virtude da participação no papel da família e a relação inversa também se verifica. Esse fator é exposto na fala da RITA:

“Então a gente tem sempre que ficar se revezando em relação ao tempo e aos cuidados com a criança, né? Entendendo hoje que é uma maternidade atípica, né? Eu me sentia muito angustiada também nesse sentido né, de tipo nossa tenho tantas ideias, tenho tanta coisa para fazer, mas não consigo fazer nada porque é muita coisa. Então conciliar esse tempo da vida social com o empreender é um desafio também muito grande”. (RITA)

Desse modo, tal cenário se intensifica, o público feminino precisa diariamente conciliar os seus vários papéis no trabalho e na família, muitas vezes de forma desproporcional aos homens (Ahl; Nelson, 2015; Naldi; Bau; Markowska, 2019). O fenômeno da "dupla jornada", que faz com que as mulheres dividam seu tempo entre cuidados com os filhos, tarefas domésticas e trabalho, por exemplo, prossegue como algo latente na vida das representantes do sexo feminino e que dificulta sua dedicação integral à atividade empreendedora (Tonelli; Andreassi, 2013). A fala da RITA corrobora afirmando que:

“Tem uma dimensão que é invisível né, que é o trabalho invisível, que esse trabalho de organização a gente deita e a gente não dorme porque a gente tá organizando todo o nosso outro dia. Gente para pra sentar aqui a gente não assiste a gente olha para uma televisão porque a nossa cabeça tá: o que que eu vou fazer para o almoço, a menina precisa disso, será que eu já dei vacina tal, será que eu comprei o material para fazer o meu bordado? Essa carga mental, ela não pode ser vista, mas ela ocupa um espaço muito grande na nossa vida, que essa coisa da organização você viver assim, você não descansa, você não relaxa, você não tem lazer, é todo mediado pela organização, né? Então todas essas dimensões, elas influem e bate o nosso trabalho. Como é que uma mulher adoecida empreende? Como é que uma pessoa adoecida é criativa? Como é que uma mulher adoecida é dinâmica e criativa? É rápida? É prática?”. (RITA)

Cramer et al (2012) dizem que as mulheres necessitam estar sempre provando que são capazes de administrar seus negócios para conseguirem conquistar seus espaços como empreendedoras. A desvalorização e a falta de reconhecimento do trabalho feminino está presente no relato de MARIA e ANA

“A gente percebe muito que pessoas próximas acabam não dando um apoio para gente, isso a gente da Feira, as meninas que são empreendedores. A gente consegue perceber muito isso e isso acaba desestimulando porque é muito difícil você ter um negócio e aí quando você não tem apoio de ninguém se torna mais difícil ainda né, quando não tem ninguém ali por perto que acredita no seu trabalho, que divulga o seu trabalho, é muito mais difícil”. (ANA)

Outro aspecto percebido como dificuldade relatada pelas participantes é o acúmulo de atividades, sejam elas pessoais ou próprias do negócio. Este fato expõe o desafio de “empreender na solidão”, termo trazido por RITA, como característica comum a pequenos negócios e reforçado por REGINA. Segundo Machado et al (2003), as empresas conduzidas por mulheres são, na grande maioria, de pequeno porte e com pouco capital inicial, e possuem poucos funcionários.

“É muito desgastante também quando você pensa que quando você empreende né você tem que lidar com uma série de questões, né? É a forma como o produto é apresentado, é a ideia que do processo criativo, né, de criar um risco o tempo de fazer, o tempo de comprar o material. Eu faço tudo, então esse fazer tudo tem muita coisa, né, então isso é uma outra dificuldade que eu que eu enxergo assim de empreender na solidão, né, que você tem que fazer. Você é a pessoa que tira foto, você é a pessoa que faz o orçamento, você é a pessoa que vai fazer o envio do produto. Se eu fizer vida pela internet então isso é um desafio muito grande”. (RITA)

A questão relativa à pandemia da COVID-19, emergiu dos dados cujas implicações estavam presentes nos relatos das empreendedoras. As dificuldades e impressões das mulheres no período pandêmico foram amplamente expostas, como manifesto na locução de RITA,

“Quando veio a pandemia tudo fechou e agora como é que eu vou trabalhar? Como é que eu vou dar conta dessa realidade? Foi desesperador”. (RITA)

4.3 Características Resilientes

Para Jonathan (2005), as mulheres brasileiras são dotadas de características diversas: são mulheres confiantes, destemidas, capazes de gerir um negócio, às vezes temerosas em aspectos financeiros e desenvolvimento das empresas, mas são mulheres, acima de tudo, focadas, determinadas e aptas a fazer o que se propõem. Dentre as diversas características que fazem a gestão feminina se sobressair, a resiliência é a mais estimulante, por apresentar nuances referentes à capacidade das mulheres em criar negócios e lidar com os desafios do cotidiano (Silva et al, 2019).

A capacidade de se desenvolver para reagir às adversidades é um atributo presente em empreendedores tidos como resilientes, estes aspectos são componentes essenciais do conceito de Resiliência estabelecido por Luthan, Vogelgesang e Lester (2006). Tais características podem ser observadas nas respostas das participantes.

“Comecei a ser mais criativa porque quanto mais a gente estimula mais a gente se abre né, então comecei a ser mais criativa ter mais ideias até uma realização pessoal”.
(...)Eu comecei a perceber que eu consigo fazer coisas maiores”. (ANA)

RITA e REGINA apresentam ações e posicionamentos diante de situações de vulnerabilidade vivenciadas em seus negócios, a reação e a superação dessas adversidades evidenciam atributos resilientes destas mulheres e seus negócios. RITA relata o momento de dificuldade vivido durante a pandemia de COVID-19, quando das medidas de isolamento social adotadas pelo Ministério da Saúde, que impossibilitaram a realização das feiras, ela precisou adaptar o seu negócio e buscar outras formas de empreender, ainda que dentro do seu ramo de atuação, o bordado.

“Aí Governo do Estado lançou o edital, né, dentro de casa. E aí eu entendi que eu também poderia dar outro sentido para o meu bordado. Começou mais ligado às artes visuais, né, o audiovisual e eu comecei a fazer outras coisas para além dos bordados”.
(RITA)

REGINA conta que precisou mudar o nome de sua marca, uma vez que esta havia sido patenteada por outrem. Ela relata o fato e destaca a rapidez de sua reação ao elaborar um novo nome.

“[...]vou ter que mudar, né? Aí fui, não demorei muito porque eu sou tipo assim, eu recebi essa mensagem dela, no outro dia eu já tava pensando, né, como é que eu vou fazer, o que que vai ser e tal e aí não demorou muito eu já encontrei esse outro nome”
(REGINA)

A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão tem a oportunidade de participar da tomada desta decisão (Grzybovski et al, 2002) Neste sentido, a Feira das Marias surge como uma rede de apoio às mulheres empreendedoras, este achado da pesquisa revela esta dimensão da Feira, enquanto espaço de troca e rede de acolhimento, para além de suas características habituais, a Feira se mostra um coletivo de mulheres onde pode-se discutir determinadas situações que normalmente são silenciadas na relação da mulher com a sociedade, demandas, vivências e experiências próprias da mulher. A compreensão deste aspecto está presente nas narrativas abaixo.

“Quando eu participei da primeira feira, né, que ali eu tinha um espaço que me acolhia, me acolhia de uma forma integral, né, e todas as minhas demandas, e todas as minhas especificidades, e mais do que isso, um espaço de troca de experiências, né, porque a feira das Marias é uma ótima vitrine, é um ótimo espaço para você fazer venda, mas

tem uma coisa que ninguém consegue ver, quando você vai lá e compra na feira, que é que ali é um espaço coletivo de troca de experiências e, isso é muito rico, principalmente pensando essa região, né, são mulheres que vivem nessa região, são mulheres que enfrentam as mesmas demandas e a gente poder fazer essa troca de experiências”. (RITA)

Rita continua em seu relato e enfatiza e reconhece a dimensão da feira enquanto espaço de cuidado entre as mulheres, que nasce em meio às adversidades. A Feira também tem sua importância como ambiente de aprendizado e troca de conhecimento.

“A feira também é isso, né, uma rede de cuidado, uma rede de acolhimento e que a gente criou, né, na adversidade, né, que é muito duro também construir esse espaço, né?” (RITA)

Mulheres orgulhosas de suas realizações pelo fato de serem empreendedoras, mães e esposas, tornando-se realizadas, o que se reflete na sua autoestima, e são vitoriosas por terem alcançado seus anseios. As experiências delas como empreendedoras geram satisfação, liberdade para desenvolver novas ideias e autonomia (Jonathan, 2005). Corroborando com este fato, as mulheres que participaram desta pesquisa trazem em suas falas a satisfação em serem empreendedoras. ANA fala de sua realização e da contradição do empreendedorismo.

“É muito prazeroso, a gente consegue ter um retorno muito legal, sabe, de ver que o nosso trabalho, ele tem objetivo e ele está sendo cumprido [...] é difícil, mas ao mesmo tempo é muito prazeroso”. (ANA)

JOANA expõe suas impressões positivas acerca do empreender, do impacto de seus produtos em seus clientes e como isto a motiva.

“É muito bom, também é muito gostoso empreender, sabe, algo que você, principalmente assim artesanato, a gente vê ali algo que a gente fez, uma pessoa gostando, uma pessoa admirando, elogiando. Eu acho que não tem como você comprar isso, algo, uma peça que toca outra pessoa, aí isso me fez lembrar minha infância, algumas cores, algumas peças que a gente usa, os materiais, aí você lembra a infância, me lembra minha mãe, eu acho assim muito recompensador”. (JOANA)

Em suma, as mulheres da feira apresentam características resilientes no que se refere a superação de situações adversas, a capacidade de resposta hábil e assertiva diante do inesperado, utilizando da criatividade. Outro traço presente e que aponta para a resiliência dessas empreendedoras, é a capacidade de criar e desenvolver laços de cumplicidade enquanto mulheres que compartilham de similaridades em suas realidades. A construção de uma comunidade de cuidado e apoio, um espaço seguro para o compartilhamento e feitura de saberes. Dessa forma, mesmo em face de tantos obstáculos desafiadores, as empreendedoras da Feira das Marias são mulheres realizadas, e encontram significado e satisfação naquilo que fazem.

4.4 Motivação para empreender

Segundo Natividade (2009), as mulheres inserem-se no empreendedorismo por questões relacionadas à sobrevivência. Deste modo, pode-se enumerar alguns motivos que têm influenciado a mulher brasileira a empreender, entre eles estão a renda familiar, e a autorrealização (Almeida et al., 2011)

As motivações que foram identificadas como “muito importantes”, de acordo com Vale, Corrêa e Reis (2014) são: desejo de ter próprio negócio, identificação de uma oportunidade de negócio, aumento da renda, facilidade ou possibilidade de usar os conhecimentos, tempo disponível e continuidade ou ampliação dos negócios da família. Outro fator motivador que surgiu no processo de entrevista é a flexibilidade de horários possibilitada pelo empreendedorismo e a busca por qualidade de vida.

“Eu procurei empreender em um negócio que me trouxesse mais flexibilidade e que trouxesse mais leveza no meu viver que justamente me trouxesse mais qualidade de vida”. (CARLA)

Para Lombard (2001), entretanto, os motivos primordiais que levam as mulheres a abrirem seu próprio negócio são a necessidade de colocarem suas ideias em prática, de possuírem autonomia para trabalhar da forma que quiserem, de terem horários flexíveis para melhor conciliar a vida profissional e a familiar; e, em menor escala, de terem independência financeira. Em vista disso, identificou-se nas respostas das entrevistadas que a renda é o principal estímulo, evidenciando-se no que diz o relato de CLARA,

“Empreendem para mim é uma forma maravilhosa de trabalhar o meu dia-a-dia, de ter um sustento”. (CLARA)

Em síntese as principais motivações para empreender relatadas por parte das empreendedoras são a necessidade de criação ou suplementação da renda e a flexibilidade oportunizada por seus negócios.

É possível traçar um paralelo entre os resultados desta pesquisa e a literatura apresentada no referencial, estabelecendo um diálogo entre os achados deste estudo e as expectativas dos pesquisadores. Esta pesquisa, corrobora Silva, El-aouar, Castro, Sousa (2019) quando apresenta o relato de empreendedoras que sofrem com discriminação e preconceito de gênero no exercício do empreender, assim como reforça o estranhamento causado pela presença da figura feminina no campo do empreendedorismo trazida por Floriano (2023) e os papéis historicamente impostos à mulher, em razão de uma herança sociocultural marcadamente machista, como afirma (Machado, 2000). Outros aspectos que também estão em consonância com a literatura, são: O conflito Negócio/Família apresentado por Buttner e Moore (1997); A Falta de reconhecimento e desvalorização defendida por Silva, El-aouar, Castro, Sousa (2019) e Cramer et al (2012); E o acúmulo de tarefas exercidas pela mulher, evidenciado por Strobino (2009).

No que se refere às características resilientes que o estudo pode observar, a capacidade de desenvolvimento para reagir a uma adversidade definida por Luthans, Vogelgesang e Lester (2006) é identificada por meio dos relatos de superação de adversidades vividas pelas participantes da pesquisa.

Uma contribuição singular deste trabalho, que não encontrou amparo no referencial teórico, mas que nasce da idiosincrasia da feira, é a percepção da Feira das Marias enquanto espaço de socialização e acolhimento, um ambiente seguro, de cuidado e troca de vivências, um coletivo que possibilita a interação de mulheres com histórias distintas, mas que compartilham de uma mesma realidade adversa, que cria entre as participantes um sentimento de pertencimento e sinergia. A Feira das Marias também é caracterizada com ambiente potencializador e inspirador de negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de resiliência, inicialmente oriundo das ciências naturais, ganha novos significados ao ser introduzido no campo das ciências sociais aplicadas e passa a se reportar não somente aos indivíduos, mas também a grupos, organizações e sistemas econômicos. Dessa forma, a resiliência associa-se à capacidade de suportar e superar pressões, crises e adversidades. A resiliência, portanto, é uma abordagem utilizada para descrever características de indivíduos hábeis na resposta e recuperação frente às dificuldades vivenciadas em suas atividades empreendedoras.

O processo de empreender passa por este lugar de superação e é inerente ao empreendedorismo: enfrentar cotidianamente situações desafiadoras que se apresentam. O empreendedorismo feminino é um campo repleto de obstáculos que se somam a diversas problemáticas construídas historicamente no entorno do gênero feminino. No entanto, apesar dos obstáculos e dos problemas que perduram ao longo do tempo, as empreendedoras revelam-se mulheres resilientes, modificando suas realidades por meio do empreender.

Esta pesquisa se propôs a compreender a resiliência de mulheres empreendedoras, na Feira das Marias Cariri, identificando dificuldades e forças destas mulheres e aspectos de resiliência diante dos desafios enfrentados por elas. Assim sendo, foi possível aprofundar o estudo acerca desta temática, encontrando subsídios que corroboram com a literatura apresentada neste estudo.

As dificuldades comumente discutidas e atribuídas ao processo de empreender da mulher, se evidenciaram e se confirmaram através dos relatos das vivências expostas pelas mulheres da Feira das Marias. A discriminação de gênero, o conflito entre demandas familiares e demandas do negócio, o acúmulo de atividades e a falta de reconhecimento e valorização de seus trabalhos são constantes presentes nos discursos. As empreendedoras da feira percebem e compartilham estas dificuldades presentes em suas realidades e comungam das mesmas experiências desafiadoras que afetam mulheres em todo o mundo. Este aspecto das dificuldades levantadas pelo referencial teórico se confirma diante do decorrer do estudo.

Uma problemática que emergiu dos relatos das empreendedoras e que, no entanto, não estava dentro das pretensões do estudo, foram os impactos e dificuldades enfrentados por elas durante o período pandêmico, a forma como tiveram que lidar com a crise, as incertezas e mudanças nos contextos sociais e ainda, como puderam sobrepujar estes desafios.

Apropriando-se do conceito de resiliência, amplamente discutido ao longo deste estudo, as mulheres da Feira das Marias Cariri exibem atributos próprios daqueles indivíduos resilientes, seja na sua forma de gestão, seja nas suas formas de reagir às dificuldades, resistindo mesmo em meio a uma realidade tão adversa. Proativas, ágeis e criativas, conseguem superar os obstáculos impostos por uma estrutura machista e patriarcal e, para além da sobrevivência, sentem-se realizadas com o fruto de seus trabalhos e encontram no empreendedorismo realização pessoal e profissional.

Pode-se afirmar, diante do que foi encontrado neste estudo, que a superação das dificuldades presentes na Feira das Marias Cariri se dá pelo caráter coletivo percebido pelas participantes. A Feira é vista com uma rede de acolhimento, apoio e troca, um espaço solidário de fortalecimento da figura feminina em todos os seus aspectos. Para além da dimensão comercial e econômica, a feira estabelece uma relação sororidade, companheirismo entre as participantes que compartilham suas dores e conquistas. Este aspecto de organização coletiva, pautada pelo compartilhamento de ideais, crenças, realidades e dificuldades, é, sem dúvida, um fator determinante na resiliência dessas mulheres. Os impactos são amortizados, quando compartilhados, por esta espécie de “resiliência feminina coletiva”.

Quanto às limitações da pesquisa, observou-se dificuldade em encontrar mulheres dispostas a participar e contribuir com o trabalho por conta da grande quantidade de atividades, das rotinas que foram mencionadas como impedimento. A captação das entrevistas em formato de áudio e vídeo também pode ser entendida como limitação para a pesquisa, uma vez que as mulheres se sentiam desconfortáveis inicialmente com a presença do equipamento de filmagem, e o que demandou do pesquisador maior flexibilidade para obtenção das respostas.

Para novos estudos, sugere-se a expansão de pesquisas qualitativas para melhor percepção e compreensão em profundidade da resiliência no empreendedorismo feminino no contexto de feiras criativas e colaborativas, uma vez que é tímida a quantidade de pesquisas neste sentido, enfatizando o nexo da resiliência com as relações das mulheres, enquanto coletivo e rede de suporte, essa característica de “resiliência feminina coletiva” identificada na feira através do estudo, deve ser investigada e sua ocorrência em outras realidades, regiões ou países.

Uma outra sugestão para trabalhos vindouros está relacionada a um dos relatos apresentados, somado à discriminação de gênero amplamente discutida nesse trabalho, surge na fala de uma das mulheres, a discriminação racial, nesse sentido, sugere-se maior aprofundamento a respeito da resiliência empreendedora e feminina relacionada às questões

raciais. Uma outra pesquisa promissora é a verificação da resiliência coletiva das feiras em diferentes contextos socioculturais, pensando-se em feiras duradouras.

O estudo traz contribuições importantes apresentando uma realidade empreendedora específica de uma região do sul do Ceará, do Nordeste brasileiro, o qual evidencia a luta de mulheres empreendedoras por oportunidades de sobrevivência e realizações, fornece subsídio teórico para uma relação ainda pouco explorada entre resiliência no empreendedorismo feminino dentro do contexto das feiras que pode instigar pesquisadores a conhecer e aprofundar estudos em outras realidades empreendedoras no Brasil e no mundo. Igualmente pode suscitar a elaboração e constituição de políticas públicas para mulheres e para o trabalho em feiras. Portanto, os achados do estudo trazem novas contribuições para o conhecimento teórico e empírico, bem como amparam empreendedores, gestores e o poder público no desenvolvimento de estratégias de superação das problemáticas discutidas neste trabalho.

Por fim, acredita-se que este trabalho contribui para a obtenção de reflexões em relação ao objetivo 5 de desenvolvimento sustentável que versa sobre a busca do alcance da igualdade de gênero e empoderamento de mulheres e meninas.

REFERÊNCIAS

- AHL, H.; NELSON, T. (2015). How policy positions women entrepreneurs: A comparative analysis of state discourse in Sweden and the United States. **Journal of Business Venturing**, vol. 30, n. 2, p. 273–291, 2015.
- ALMEIDA, I; ANTONIALLI, L. M.; GOMES, A. F. Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 10, n. 1, p. 102-127, 2011.
- ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 40, p. 221-234, 2014.
- ALVES, Natalia. **Feminicídio: o ciclo da violência contra a mulher no Cariri - Jornal do Cariri**. Jornal do Cariri. Disponível em: <<https://jornaldocariri.com.br/feminicidio-o-ciclo-da-violencia-contra-a-mulher-no-cariri/#:~:text=Juazeiro%20do%20Norte%20registrou%20feminic%C3%ADdios,15.400%20ocorr%C3%AAs%20registradas%20no%20Cear%C3%A1.>>. Acesso em: 13 jul. 2024.
- ASN- Agência Sebrae de Notícias. **Economia criativa: impulsionado pelos eventos, setor tem alto ritmo de recuperação**. 2022. Disponível em: <<https://agenciasebrae.com.br/cultura-empresarial/entretenimento/economia-criativa-impulsionado-pelos-eventos-segmento-apresenta-alto-ritmo-de-recuperacao/>>. Acesso em: jun. 2023.
- BOCHNIARZ, H. **Theses to the discussion at the conference “women entrepreneurs in SMES”**. In: CONFERENCE WOMEN ENTREPRENEURS IN SMES, 2000, Paris. Paris: OECD, 2000.
- BURNARD, K.; BHAMRA, R. Resiliência organizacional: desenvolvimento de uma estrutura conceitual para respostas organizacionais. **International Journal of Production on Research**, v. 49, n. 18, pág. 5581-99, 2011
- BULLOUGH, A.; RENKO, M. **Entrepreneurial resilience during challenging times**. Business Horizons, v.56, n.3, May– June, p.343-350, 2013
- CABRERA, E. M.; MAURICIO, D. Factors affecting the success of women’s entrepreneurship: a review of literature. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 9, n.1, p.31-65, 2017
- CRAMER, L. et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. Disponível em: <<http://www.regepe.org.br/index.php/regepe/article/view/14/12>>. Acesso em: jun. 2023.

- CRAMMOND, R. J. **Entrepreneurship**: origins and nature. In: CRAMMOND, R. J. (Org.). *Advancing entrepreneurship education in universities*. Cham: Palgrave Macmillan, 2020. p. 23-55.
- CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. Porto Alegre, RS: Penso, 2014.
- FERNANDES, E.; MOTA-RIBEIRO, S. “**Respect**” and “**self-determination**” women entrepreneurs’ identities and entrepreneurial discourses. *Gender in Management: An International Journal*, v. 32, n.1, p.66-80, 2017.
- FLORIANO, L. E. F. Empreendedorismo feminino: motivações, significados e desdobramentos. 48 f. 2013. Relatório de Pesquisa (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) do CNPq/GVpesquisa) – São Paulo, 2013. Disponível em: <https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/pibic_-_lais_franca.pdf>. Acesso em: ago. 2020
- GELEDÉS. **Racismo institucional: Uma abordagem conceitual**. Instituto da Mulher Negra. 2013.
- GOMES, M.A.; PEREIRA, M.L.D. Família em situação de vulnerabilidade social: uma questão de políticas públicas. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 10, n. 2, p. 357-363, 2005
- GOMES, D.T., GUERRA, P.V., VIEIRA, B.N. **O desafio do empreendedorismo feminino**. 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1980.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2020.
- GREENHAUS, J. H.; BEUTELL, N. J. Sources of conflict between work and family roles. *Academy of Management Review*, vol. 10, n. 1, p. 76-88, 1985.
- GROTBERG, E. H. Introdução: novas tendências em resiliência. In: **Resiliência: descobrindo as próprias fortalezas**. Porto Alegre: Artmed, 2005
- GRZYBOVSKI, D. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. *Revista de Administração Contemporânea*, v.6, n.2, p. 185-207, 2002.
- GERHARD F, PEÑALOZA V. Resilience in trade fairs: a study in brazilian context. *Interações (Campo Grande)* [Internet]. 2018O ct;19 (4):855–69. Available from: <<https://doi.org/10.20435/inter.v19i4.1699>> Acesso em: mai. 2023.
- HASAN, F. S. MA. A.; ALMUBARAK, M. M. S. **Factors influencing women entrepreneurs’ performance in SMEs**. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, v.12, n.2, p.82-101, 2016.
- HIRATA, H.; KERGOAT, D. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. *Cadernos de Pesquisa*, v. 37, n. 132, p. 595-609, 2007.
- HISRIC, R. D.; PETERS, M. P; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9ª 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
- IPEA. **Atlas da vulnerabilidade social nos municípios brasileiros**. Brasília. 2015.
- IPEA. Retrato das desigualdades de Gênero e Raça. Brasília: **IPEA (Revista, 4ª edição)**, 2011.
- IPEA. Mulheres e trabalho: breve análise do período 2004-2014. Brasília: **IPEA. (Nota Técnica, n 24)**, 2016.
- TONELLI, M. J.; ANDREASSI, T. Mulheres empreendedoras. **GV EXECUTIVO**, São Paulo, v.12, n.1, p.50-53, janeiro/junho, 2013.
- JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, UEL/UEM/PPA/UnB, Anais. Brasília, 2003.

KOBEISSI, N. Gender factors and female entrepreneurship: International evidence and policy implications. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 8, n. 1, p.1-35, mar. 2010,

Kraus, S., Burtscher, J., Vallaster, C. e Angerer, M.

LANDSTRÖM, H. **The evolution of entrepreneurship as a scholarly field**. Foundations and Trends® in Entrepreneurship, Boston, v. 16, n. 2, p. 65-243, 2020

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. **Entrepreneurship**: exploring the knowledge base. Research Policy, Amsterdam, v. 41, n. 7, p. 1154-1181, 2012.

LabF5. Pandemia gera aumento de MEIs e escancara informalidade do trabalho. 2021. Disponível em: <<https://labf5.medium.com/economia-76f477ceb3ca>>. Acesso em jul. 2023.

LOMBARD, K. V. "Female self-employment and demand for flexible, nonstandard work schedules". **Economic Inquiry, Oxford University Press**, v. 39, n. 2, p. 214-237, abr. 2001.

LOW, M. B.; MACMILLAN, I. C. Entrepreneurship: past research and future challenges. Journal of Management, v. 14, n. 2, p. 139-161, 1988.

LUCENA, P. F.; RODRIGUES, D. F. Empreendedorismo feminino na cidade de João Pessoa PB: dificuldades enfrentadas no período do covid-19. Revista Campo do Saber, v. 8, n. 1, jan/jun, 2022. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/a-cultura-a-economia-criativa-e-a-retomada-pos-pandemia/>>. Acesso em: mai. 2023

MARIA. Número de mulheres empreendedoras no Brasil cresce e chega a 10,3 milhões. 2023. Disponível em: <<https://globo.com/jornal-hoje/noticia/2023/03/08/numero-de-mulheres-empreendedoras-no-brasil-cresce-e-chega-a-103-milhoes.ghtml>> Acesso em jun. 2023.

MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: **XXIII Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação em Administração**, 1999, Foz do Iguaçu. Anais. Foz do Iguaçu: ANPAD, p. 139-148, 1999.

MACHADO, L. Z. Perspectivas em confronto: relações de gênero ou patriarcado contemporâneo? **Série Antropologia n. 284**. Brasília: UnB, 2000.

MATHEW, V. **Women entrepreneurship in Middle East**: understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. International Entrepreneurship and Management Journal, v.6, n.2, p.163-181, 2010

MICOZZI, A.; LUCARELLI, C. **Heterogeneity in entrepreneurial intent**: the role of gender across countries. International Journal of Gender and Entrepreneurship, v.8, n.2, p.173-194, 2016

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-256, 2009

NASER, K.; NUSEIBEH, R.; AL-HUSSAINI, A. **Personal and external factors effect on women entrepreneurs**: evidence from Kuwait. Journal of Developmental Entrepreneurship, v.17, n.2, p.1-23, 2012.

OZUDURU, B. H; VAROL, C. Y; ERCOSKUN, O. Y. Os shopping centers diminuem a resiliência das ruas comerciais? A coexistência de ambos os estabelecimentos comerciais em Ancara, Turquia. **Cidades**, v. 36, p. 145-57, 2012.

PETRESCU, M.; BHATLI, D. Comportamento do consumidor em mercados de pulgas e marketing até o topo da pirâmide. **Journal of Management Research**, v. 13, n. 1, pág. 55-63, 2013.

RAMADANI, V. **The woman entrepreneur in Albania**: an exploratory study on motivation, problems and success factors. Journal of Balkan & Near Eastern Studies, v.17, n.2, p.204-221, junho, 2015.

RIBEIRO D. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento; 2017. (Feminismos plurais).

SARFARAZ, L.; FAGHIH, N.; MAJD, A. A. **The relationship between women entrepreneurship and gender equality**. Journal of Global Entrepreneurship Research, v.4, n.1, p.1-6, 2014.

SEBRAE. Participação de mulheres empreendedoras cresce no Brasil. Disponível em <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/participacao-de-mulheres-empreendedoras-cresce-no-brasil,06fd4563d8318710VgnVCM10000d701210aRCRD>>. Acesso em: jun. 2023.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresa (2021). Empreendedorismo feminino no Brasil. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4926fff9f6e08e087a86d4b820bd917/\\$File/30636.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4926fff9f6e08e087a86d4b820bd917/$File/30636.pdf) .

SEBRAE. Mulheres empreendedoras geram mais empregos. Sebrae, 2015. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/mulheres-empreendedoras-geram-mais-empregos>>. Acesso em: jun. 2023.

SILVA, P. M. M. et al. A resiliência no empreendedorismo feminino. Revista Gestão & Sociedade, vol. 13, n. 34, p. 2629-2649, jan-abr. 2019. Disponível em: <<http://doi:10.21171/ges.v13i34.2346>>. Acesso em: jun. 2023.

SILVA AL. Entrevista em Profundidade como Técnica de Pesquisa Qualitativa em Saúde Coletiva. **Saúde Coletiva**, vol. 02, n. 7, p. 71, 2005.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review, Mississippi, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SMITH, BW et al. A Escala de Resiliência Breve: avaliando a capacidade de se recuperar. **International Journal of Behavioral Medicine**, v. 15, p. 194-200, 2008.

STROBINO, M. R. C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. Revista de Administração, vol. 49, n. 1, p. 59-76, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.5700/rausp1131>>. Acesso em: mai 2023

TEOH, W. M-Y. et al. Managing work-family conflict among entrepreneurs: An Empirical Study. International Journal of Business and Management, vol. 11, n. 9, p. 179, 2016. Disponível em: <<http://doi:10.5539/ijbm.v11n9p179>>. Acesso em: mai 2023

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **RAC-Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, n. 3, 2014.

VALENTIM, C. D. **Comportamento empreendedor**. Curitiba: InterSaberes, 2021.

WU, Z.A. **Second-order gender effects**: the case of US small business borrowing cost. Entrepreneurship Theory and Practice, v. 36, n. 3, p.443-463, 2012

ZANELLI, J. C. Pesquisa qualitativa em estudos da gestão de pessoas. **Estudos da Psicologia**, n. 7, p. 79-88, 2002.