



## Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

SILVA, Liandra Chirley Medeiros da , UFERSA, Brasil<sup>1</sup>  
OLIVEIRA, Natalia Queiroz da Silva, FCRN, Brasil<sup>2</sup>  
PAIVA, Monikely de Oliveira Silva, FCRN, Brasil<sup>3</sup>

### RESUMEN

Esta investigación buscó explicar el efecto de los aspectos afectivos y cognitivos en el emprendimiento femenino durante la pandemia. Esta investigación se justifica por su temática actual y relevante, especialmente por el crecimiento y reconocimiento que ha recibido la mujer emprendedora por parte de la sociedad, y por el punto de vista académico y empresarial, debido a la necesidad de investigaciones actuales y que aporten perspectivas de futuro. Se utilizó un enfoque cualitativo y esta investigación se caracteriza como exploratoria, con procedimientos de investigación de campo. Los resultados de las entrevistas señalaron satisfactoriamente temas importantes, como lo que se destaca en el discurso de los empresarios al reportar su fe y persistencia en continuar y desarrollar estrategias empresariales, aún en medio de una crisis financiera.

**Palabras clave:** emprendimiento; femenino; aislamiento social.

### 1 INTRODUCCIÓN

En el escenario que se vive actualmente por el advenimiento de la pandemia provocada por el Sars-CoV-2 (CoVid-19), virus que presenta variables desde infecciones asintomáticas hasta cuadros severos, la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD - OMS, destaca que cerca del 80% de infectados por COVID-19 pueden ser asintomáticos u oligosintomáticos (pocos síntomas), y que solo el 20% se detectan en estado grave, requiriendo atención hospitalaria y que el 5% puede necesitar soporte ventilatorio (Ministerio de Salud, 2021). Debido a la alta tasa de transmisibilidad, así como de mortalidad, el aislamiento social comenzó como una forma de combatir la propagación del virus.

<sup>1</sup> chirleyliandra@gmail.com , <https://orcid.org/0000-0001-6346-5954>

<sup>2</sup> natyqs.queiroz@gmail.com , <https://orcid.org/0000-0002-0463-5340>

<sup>3</sup> monikelysilva@gmail.com , <https://orcid.org/0000-0002-6769-9309>

Silva, LCM, Oliveira, NQS, Paiva, MOS; Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios. Revista de Emprendimiento y Gestión de la Micro y Pequeña Empresa V.7, N°1, p.137-152, Ene/Abr. 2022. Artículo recibido el 20/03/2022. Última versión recibida el 15/04/2022. Aprobado el 25/04/2022.

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

Se recomendó un estado de sitio, caracterizado por la cuarentena, para evitar una crisis sanitaria. Este aislamiento afectó, directa o indirectamente, a todos los sectores de la economía, así como a toda interacción social, lo que a su vez, dificultó las formas de trabajo; muchas empresas tuvieron que cerrar sus puertas y despedir gente provocando un enorme aumento del desempleo. Con el aislamiento social, la apertura de muchas microempresas, registradas o autónomas

La Associação Paulista Dos Empreendedores Do Circuito De Compras - APECC (2020) destaca que en este período de aislamiento social, creció el número de empresas abiertas, un aumento del 0,5% en comparación con el período de 2019. En el segundo trimestre de 2020, se observó la apertura de 500 mil Microempresas Individuales - MEI, un aumento del 2,9% con respecto al primer cuatrimestre de 2019. Este aumento se justifica porque el desempleo ha aumentado durante el aislamiento social, con ello, muchos ciudadanos buscaron formas de sobrevivencia.

Se entiende que el emprendimiento es un método de implementación de nuevos negocios y/o cambios en empresas ya activas, y también se denomina algo relacionado con la creación de una nueva empresa o producto innovador. Según Ruiz (2019, p. 24) no existe una definición absoluta de lo que es un emprendedor, ya que cada autor se basa en su experiencia, por lo tanto, el autor aún dice que "el emprendedor aporta algo nuevo a la sociedad y debe ser remunerado con el beneficio de su empresa".

Dado que la economía brasileña actualmente ha crecido en torno al emprendimiento, la mayoría de las pequeñas y medianas empresas son abiertas y/o dirigidas por mujeres, movimiento confirmado por Sebrae (2021), que asocia este crecimiento con un objetivo de independencia financiera e igualdad social en la parte del público femenino en los más diversos ámbitos.

Sabiendo que el emprendimiento es uno de los pilares de la economía brasileña y que el crecimiento de las mujeres en esta área se ha observado gradualmente, surge el siguiente problema: ¿Qué efecto tienen los aspectos afectivos y cognitivos en el emprendimiento femenino durante la pandemia?

Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo explicar el efecto de los aspectos afectivos y cognitivos en el emprendimiento femenino durante la pandemia.

Una investigación que tiene como público objetivo mujeres emprendedoras del municipio de Mossoró-RN y que busca identificar los efectos de sus aspectos afectivos y cognitivos, se justifica por la importancia de la mujer en el emprendimiento y su relevancia para la economía. Incluso se justifica por la actualidad y relevancia del tema, en especial por el crecimiento y reconocimiento que han recibido las mujeres emprendedoras por parte de la sociedad, y desde el punto de vista académico y empresarial, debido a la necesidad de investigaciones actuales y que aporten perspectivas de futuro.

## **dos REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Emprendimiento femenino en Rio Grande do Norte**

Los conceptos sobre el emprendimiento existente no utilizan la distinción de género, si bien hay definiciones que alcanzan la exclusividad del público masculino debido al arraigo de la época, se entiende que no hay espacio para la mujer. Sin embargo, se observa que actualmente las mujeres participan activamente en el emprendimiento, es

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

decir, la idea de que el campo sería exclusivo del público masculino se ha disuelto a lo largo de los siglos (Colet & Mozzato, 2020).

Durante muchos años, las mujeres han enfrentado problemas de prejuicios, turnos dobles y poca confianza en sí mismas cuando se trata de sus sueños. El tema de la igualdad social y el espacio en el mercado laboral es algo que todavía está muy presente y que muchas buscan salidas a tales temas, una de esas salidas es el emprendimiento femenino (Sebrae, 2021).

Para Bernardo y Oliveira (2020) la representación femenina en el emprendimiento ha resultado en un alto incremento e innovación en las formas de trabajo, con ello se observa que las mujeres emprendedoras implementan nuevos retos y oportunidades de negocio, con esto se demuestra que el emprendimiento femenino tiene la competencia para aplicar cambios significativos en la sociedad y la economía. Sebrae (2021) informa que las empresas con dirección femenina única se dividen en el 47% de las empresarias del Nordeste se concentran en el negocio del emprendimiento, y el segmento más elegido para emprender, que reúne cerca del 35% de las mujeres, es el comercio, en segundo lugar. Viene la industria con un 10% y, por último, la construcción civil con un 1,4%.

El emprendimiento femenino tiene características propias que exigen una mirada única para plantear sus hallazgos respecto a la evolución de las investigaciones sobre el tema. Los sesgos que es necesario explorar van desde aspectos psicológicos hasta sociodemográficos para delinear el recorrido de las mujeres emprendedoras para conocer sus posibles comportamientos (Silva, Tavares, Jesus, & Merlin, 2018).

Históricamente, las mujeres desempeñan varias funciones y, entre ellas, algunas mujeres terminan buscando involucrarse en diversas profesiones, ya sean ejecutivas o empresariales (Araújo, Miranda, Freire, Silva, & Ribeiro, 2018). Para emprender, como mujer, especialmente en el contexto actual, es necesario que existan nuevas ideas de estrategias de inserción en el mercado, a saber, la existencia de numerosos riesgos y, a pesar de los avances visibles en este sentido, aún existe una Estigma hacia las mujeres. Asumir roles de liderazgo en las organizaciones, lo que puede llevarlas a desistir de sus objetivos iniciales.

### **2.1.1 Aspectos afectivos y cognitivos en la acción emprendedora**

Se denomina acción emprendedora a la transformación de la realidad existente en nuevos mercados, aplicando recursos e innovación involucrando al emprendedor ya la innovación a largo plazo. Pudiendo configurarse de cuatro formas diferentes, la acción emprendedora se puede dividir en: a) la información y el tiempo abundante; b) ocasiones en que el empresario necesita familiarizarse con el problema en cuestión; c) abundantes recursos, el empresario puede optar por un enfoque diferente que ayudará a la recopilación de información y, finalmente; d) el emprendedor se enfrenta a un problema u oportunidad, pero estos tienen limitaciones de recursos y tiempo (Maniçoba, 2019).

La emprendedora tiene sus particularidades en cuanto a los aspectos afectivos y cognitivos, estos se refieren principalmente al proceso de toma de decisiones y la resiliencia para enfrentar grandes cambios a su alrededor (Colet & Mozzato, 2020). Desde la perspectiva de Silva, El-Aouar, Da Silva, Castro y Sousa (2019), el 83% de las mujeres tienen resiliencia en cuanto a la motivación de desempeño para enfrentar las adversidades en su participación en el emprendimiento. Muchas de estas mujeres todavía tienen perseverancia en su vida diaria en diferentes momentos.

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

Barzotto, Nassif y Garçãson (2019) en su estudio informan que los aspectos afectivos y cognitivos se analizan en conjunto, ya que se complementan y tienen el mismo objeto, ambos buscan implicaciones para las acciones de las mujeres emprendedoras y sus posibles contribuciones al desempeño empresarial. Además, los autores Silva, El-Aouar, Da Silva, Castro y Sousa (2019) destacan la importancia de la resiliencia como medio de conexión con el aspecto cognitivo, a través del cual el emprendedor es capaz de desarrollar autonomía para recuperarse rápidamente de las dificultades. enfrentados en las actividades emprendedoras.

## 2.2 Emprendimiento en tiempos de covid 19

Las situaciones inusuales ponen a prueba las habilidades empresariales de las personas y, si bien los desafíos en el espíritu empresarial son rutinarios, hay momentos en que se magnifican más allá de las expectativas. Es en este contexto que los empresarios se insertan en medio de la pandemia de la Covid-19, lo que puso en evidencia la discrepancia entre “ganadores” y “perdedores” en este entorno, dado que el estatus de cada individuo está dado por su capacidad de respuesta. la rápida reconfiguración de las nuevas tecnologías demandas de los consumidores, así como la capacidad de tomar decisiones asertivas en determinados momentos (Lungu & Bogoslov, 2020).

La pandemia del Covid-19 fue una incertidumbre ambiental, considerada imprevista ya que no puede ser considerada en la planificación estratégica de los negocios, pero que impactó directamente en su desarrollo (Castro, Pontelli, Nunes, Kneipp, & Costa, 2021). La necesidad de los países de establecer medios para prevenir el contagio, como el distanciamiento social y el cierre de fronteras, llevó a quiebras y, en consecuencia, a un aumento de las tasas de desempleo, afectando particularmente a las pequeñas y medianas empresas (Castro & Zermeno, 2020). Esto significa que los empresarios pueden tener que cambiar significativamente la dirección de su negocio (Ratten, 2020).

Por tanto, la búsqueda de nuevas formas de hacer las cosas es inminente, pues ante los cambios en los patrones de consumo, las empresas y los emprendedores se ven impulsados a buscar formas innovadoras, como modificar y adaptar las estrategias empresariales, para atender a las nuevas demandas del mercado y , en consecuencia, permanecer en el mercado (Nassif, Corrêa & Rossetto, 2020b). En este sentido, se hace necesaria una orientación empresarial para hacer frente a los problemas y cambios de este entorno (Ratten, 2020).

Emprender también es ver las oportunidades que se presentan en tiempos adversos, y esta idea no es nueva, sin embargo, como enfatizan Nassif, Armando y Falce (2020a), para ver las oportunidades es necesario adaptarse y tener un mínimo de preparación, ya que por ejemplo, el dominio de la tecnología, que ahora es imprescindible. Esto se vuelve aún más significativo cuando el comercio electrónico se ha convertido en uno de los principales recursos de refugio para las empresas, ya que sus espacios físicos debieron cerrar al cumplir con las medidas de aislamiento social (Bernardes, Silva & Lima, 2020).

En este escenario, lo ideal es mitigar los riesgos del negocio, identificando nuevos clientes y buscando nuevas oportunidades de crecimiento. La pandemia pasará y los dueños de negocios que utilicen su tiempo para buscar un mayor compromiso con su base de clientes, desarrollar nuevos modelos de negocios y mejorar sus habilidades saldrán

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

más fuertes que nunca después de la pandemia (Liguori & Pittz, 2020). Corroborando esta idea, Castro, Pontelli, Nunes, Kneipp, y Costa (2021), encontraron en su estudio que, entre las oportunidades surgidas durante la pandemia, el crecimiento y superación personal y profesional, la reinención de servicios, nuevas formas de trabajo, cambios en los modelos de negocio y la institución del comercio electrónico.

Sin embargo, la resiliencia es más necesaria que nunca, lo que implica no solo la preparación psicológica sino también el apoyo organizacional y la preparación a nivel del sistema. Dicho esto, es sumamente necesario que las personas, la sociedad y las organizaciones sobrevivan y prosperen frente a la lucha contra el virus, así como a las conmociones sociales y económicas asociadas con él (Liu, Lee & Lee, 2020).

### 3 METODOLOGÍA

En base a los objetivos propuestos en esta investigación, se puede clasificar con un enfoque cualitativo y se caracteriza como exploratoria, con procedimientos de investigación de campo. La investigación cualitativa utiliza instrumentos estadísticos para recolectar y analizar datos, buscando explicaciones teóricas y considerando estudios intensivos y detallados sobre los fenómenos estudiados (Vieira & Zouain, 2005). También es de destacar que los autores que optan por la investigación cualitativa tienen dentro de su alcance una amplia variedad de practicidades para lograr una mejor comprensión del objetivo propuesto.

Bardin (1977) define que el procedimiento de investigación cualitativa más espontáneo, este tipo de enfoque debe ser utilizado al momento de realizar deducciones sobre tal evento, finalmente, se entiende que el análisis cualitativo es la inferencia definida en presencia de un índice y no como a la frecuencia de su repetición en la comunicación individual;

En cuanto a la investigación exploratoria, los autores Gray (2012) y Cervo, Bervian y Da Silva (2007) la definen como un evento que aún no ha sido estudiado, con el objetivo principal de comprender el objeto en estudio y/o obtener una nueva mirada. del mismo, para lograr esta visión se requieren estrategias flexibles que permitan la observación de diferentes aspectos, entre otros elementos. Finalmente, la investigación de campo se caracteriza por ser un procedimiento que tiene como objetivo observar hechos actuales, sin permitir la exclusión o aislamiento de información y controlando posibles variables, permitiendo así el estudio de las relaciones establecidas (Rodrigues, 2021).

Compuesto por un universo de mujeres emprendedoras, para esta investigación fueron seleccionadas emprendedoras de todos los sectores de la ciudad de Mossoró, en Rio Grande do Norte, esta elección se debe a que el aumento de emprendedoras ha crecido en la región durante la pandemia, debido a la representación social y teórica para lograr el objetivo de esta investigación. Arruda (2020) señala que Brasil tiene 9,3 millones de mujeres al frente de una empresa, de las cuales el 45% son jefas de familia, por lo tanto, ellas tienen el principal ingreso para sus hogares. En Mossoró-RN hay más del 60% en la ocupación de emprendimiento, superando a los hombres.

La recolección de datos ocurrió a través de una entrevista estructurada en Formularios de abril, a partir de un guión adaptado para lograr el objetivo propuesto en esta investigación. Por ello, siguiendo el guión con 12 preguntas objetivas y subjetivas, se formularon preguntas que buscan indagar los aspectos afectivos y cognitivos en el

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

accionar de los emprendedores durante la pandemia. Se obtuvieron 36 respuestas de mujeres empresarias de la ciudad de Mossoró/RN, con edades entre 18 y 54 años. Las respuestas fueron transcritas manualmente para una mejor visualización. Para una mejor comprensión de los datos recolectados, se insertaron tablas realizadas en Excel 2016 y nubes de palabras en el sitio web WordClouds 2020.

## 4 RESULTADOS Y DISCUSIONES

Luego del análisis de los datos, se generaron tablas, las cuales fueron divididas a partir de los segmentos de actividad de los empresarios encuestados.

### 4.1 Identificación de aspectos afectivos y cognitivos

Luego del análisis descriptivo de los datos y lectura individual de las entrevistas, fue posible percibir los siguientes aspectos afectivos en los emprendedores del negocio de dulces: perseverancia, coraje, fuerza de voluntad, iniciativa, disposición a asumir riesgos, motivación personal, enfrentar desafíos y independencia. En cuanto a los aspectos cognitivos, se destacaron principalmente: la definición de metas, saber planificar, conocer los límites y la capacidad de comunicar, como se puede apreciar en la Tabla 1.

EMPREDIMIENTO EN LA RAMA CANDY			
Aspectos Afectivos		Aspectos Cognitivos	
Perserverancia	X	Tomar riesgos calculados	
Coraje	X	Habilidad para establecer alianzas.	
Fuerza de voluntad	X	fijar metas	X
Iniciativa	X	saber planificar	X
Voluntad de asumir riesgos	X	Conoce tus límites	X
motivación personal	X	Elocuencia	
Enfrentar retos	X	Capacidad de comunicación	X
pasión por los negocios			
has lo que quieras			
Autonomía			
Confianza en uno mismo			
Independencia	X		

tabla 1

#### Aspectos afectivos y cognitivos de mujeres emprendedoras en la industria de dulces

Fuente: Elaborado por los autores (2021).

Estos datos permiten entender que aún durante la pandemia y el aislamiento social, los emprendedores buscan mantenerse perseverantes ante un nuevo momento de adaptación global.

En la Tabla 2 se observa que nuevamente se mencionaron algunos aspectos afectivos como la perseverancia, el coraje, la fuerza de voluntad y la iniciativa, un nuevo aspecto afectivo observado en los empresarios de la industria de alimentos fue la confianza en sí mismos. En cuanto a los aspectos cognitivos, se observó la aparición de

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

términos como “asumir riesgos calculados” y “elocuencia”, mientras que el término “capacidad de comunicación” es recurrente en ambas ramas.

El negocio de alimentos actualmente durante la pandemia ha crecido continuamente debido al aislamiento social, muchos restaurantes buscan reinventarse para nuevas modalidades de delivery y/o formas de mercadeo para mantener a sus clientes y/o conquistar nuevos.

<b>EMPREDIMIENTO EN EL NEGOCIO DE ALIMENTOS</b>			
<b>Aspectos Afectivos</b>		<b>Aspectos Cognitivos</b>	
Perserverancia	<b>X</b>	Tomar riesgos calculados	<b>X</b>
Coraje	<b>X</b>	Habilidad para establecer alianzas.	
Fuerza de voluntad	<b>X</b>	fijar metas	
Iniciativa	<b>X</b>	saber planificar	
Voluntad de asumir riesgos		Conoce tus límites	
motivación personal		Elocuencia	<b>X</b>
Enfrentar retos	<b>X</b>	Capacidad de comunicación	<b>X</b>
pasión por los negocios			
has lo que quieras			
Autonomía			
Confianza en uno mismo	<b>X</b>		
Independencia			

Tabla 2

**Aspectos afectivos y cognitivos de las mujeres emprendedoras en la industria alimentaria**

Fuente: Elaborado por los autores (2021).

Se observa entonces con los hallazgos de la Tabla 2 que los emprendedores tomaron iniciativa, tomaron riesgos calculados y tuvieron voluntad para desarrollar un nuevo sistema para su restaurante/delivery. Los hallazgos de esta investigación están en línea con lo dicho por Silva, El-Aouar, Da Silva, Castro y Sousa (2019), quienes atestiguan que aún frente a una crisis económica nacional, la gran mayoría de las mujeres buscaba abrir su propio negocio, buscando formas de resiliencia para mantener buenos resultados en su emprendimiento.

Como se observa en las dos primeras tablas, en la Tabla 3 se detectan nuevamente los cuatro primeros aspectos afectivos en el discurso de los empresarios durante la entrevista. Surgieron otros aspectos como: la motivación personal, la autonomía y la independencia. En cuanto a los aspectos cognitivos, se reiteró la mención de uno solo, mientras surgieron nuevas menciones como: habilidades para establecer alianzas y saber planificar.

<b>EMPREDIMIENTO EN BELLEZA Y ESTÉTICA</b>			
<b>Aspectos Afectivos</b>		<b>Aspectos Cognitivos</b>	
Perserverancia	<b>X</b>	Tomar riesgos calculados	<b>X</b>
Coraje	<b>X</b>	Habilidad para establecer alianzas.	<b>X</b>
Fuerza de voluntad	<b>X</b>	fijar metas	
Iniciativa	<b>X</b>	saber planificar	<b>X</b>
Voluntad de asumir riesgos		Conoce tus límites	
motivación personal	<b>X</b>	Elocuencia	
Enfrentar retos	<b>X</b>	Capacidad de comunicación	

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

pasión por los negocios			
has lo que quieras			
Autonomía	<b>X</b>		
Confianza en uno mismo			
Independencia	<b>X</b>		

Tabla 3

**Aspectos afectivos y cognitivos de los emprendedores del sector de la belleza y la estética**

Fuente: Elaborado por los autores (2021).

La sucursal de belleza y estética sufrió aislamiento social por el Covid-19, al ser una sucursal que no habilita un “delivery” al cliente, algunos salones de belleza y salones de belleza que trabajan en barrios tuvieron que cerrar sus puertas. En esta investigación, los emprendedores entrevistados relataron que el momento inicial fue bastante difícil, algunos se reinventaron en el marketing digital buscando ofrecer sus productos y enseñar a sus clientes a usarlos, otros armaron kits y “quemaron” inventarios.

La estrategia que aplican los emprendedores en este campo relacionada con sus aspectos afectivos y cognitivos, corrobora la investigación de Castro, Pontelli, Nunes, Kneipp y Costa (2021) que destaca que los salones de belleza buscan fidelizar a sus clientes y mantenerlos paulatinamente luego de la pandemia. , incluso cuando algunos entrevistados reportan el cambio en la demanda del servicio.

En la Tabla 4 veremos las consultas sobre la rama de comercio de moda íntima.

<b>EMPREDIMIENTO EN LA INDUSTRIA COMERCIO DE LA MODA</b>			
<b>Aspectos Afectivos</b>		<b>Aspectos Cognitivos</b>	
Perserverancia		Tomar riesgos calculados	<b>X</b>
Coraje	<b>X</b>	Habilidad para establecer alianzas.	<b>X</b>
Fuerza de voluntad		fijar metas	
Iniciativa	<b>X</b>	saber planificar	
Voluntad de asumir riesgos		Conoce tus límites	
motivación personal		Elocuencia	
Enfrentar retos		Capacidad de comunicación	
pasión por los negocios			
has lo que quieras			
Autonomía			
Confianza en uno mismo	<b>X</b>		
Independencia			

Tabla 4

**Aspectos afectivos y cognitivos de mujeres empresarias en el comercio de ropa interior**

Fuente: Elaborado por los autores (2021).

En la Tabla 4, se observa que las entrevistadas del sector del comercio de ropa interior, en cuanto a los aspectos afectivos, no detectaron tantos de estos durante la lectura de las entrevistas. Solo se notaron los aspectos afectivos: valentía e iniciativa. Se entiende que este volumen de aparición se debió a que solo había dos mujeres en el campo.

En cuanto al aspecto cognitivo, se observó la asunción de riesgos calculados y habilidades para establecer alianzas. En cuanto al tema de establecer alianzas, los empresarios informaron que “mantenerse en contacto con compradores y nuevos proveedores ha sido una buena salida.

Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

En la tabla 5 se tratan los distintos comercios, que son: bares y restaurantes, tiendas de ropa infantil, perfumerías, artesanías, confecciones, servicios de sonido automotriz, tiendas de regalos, tienda de accesorios y venta al por menor de lácteos y embutidos. Todos estos negocios están dirigidos por mujeres que afirman poseer los siguientes aspectos: perseverancia, valentía, fuerza de voluntad, iniciativa, voluntad de asumir riesgos, motivación personal, afrontar retos, pasión por el negocio, hacer lo que te gusta, confianza en sí mismas. En cuanto a los aspectos cognitivos, se observó que las mujeres emprendedoras toman riesgos calculados, saben planificar, conocen sus límites y tienen habilidades de comunicación.

<b>EMPRENDIMIENTO EN COMERCIO VARIOS</b>			
<b>Aspectos Afectivos</b>		<b>Aspectos Cognitivos</b>	
Perserverancia	<b>X</b>	Tomar riesgos calculados	<b>X</b>
Coraje	<b>X</b>	Habilidad para establecer alianzas.	
Fuerza de voluntad	<b>X</b>	fijar metas	
Iniciativa	<b>X</b>	saber planificar	<b>X</b>
Voluntad de asumir riesgos	<b>X</b>	Conoce tus límites	<b>X</b>
motivación personal	<b>X</b>	Elocuencia	
Enfrentar retos	<b>X</b>	Capacidad de comunicación	<b>X</b>
pasión por los negocios	<b>X</b>		
has lo que quieras	<b>X</b>		
Autonomía			
Confianza en uno mismo	<b>X</b>		
Independencia			

Tabla 5

**Aspectos afectivos y cognitivos de las mujeres empresarias en las diversas ramas del comercio**

Fuente: Elaborado por los autores (2021).

Estos atributos se vuelven importantes e indispensables, señalando que estas ramas del comercio tienen características propias por ser más dinámicas y de alta comunicación con el público, el empresario debe tener, en definitiva, la flexibilidad para sobresalir de los problemas y dificultades que se le presenten. durante el día a día. Los entrevistados relataron que durante la pandemia, muchos optaron por adaptar su negocio al delivery, esto fue necesario para no perder clientes. El inicio fue de adaptación para todos, algunos encuestados también reportaron la dificultad de encontrar motoboys, pues como todos los comercios buscaban la misma salida, surgió el fracaso con los motoboys, pero al final todo salió bien.

En la Tabla 6 se destacan las oficinas, esta sucursal por el aislamiento social optó por el home office, los empresarios entrevistados que tienen emprendimientos de oficina de contabilidad y oficina de periodismo en sus discursos resaltan, principalmente los puntos que pueden detectar que los aspectos afectivos existentes son: perseverancia, coraje, fuerza de voluntad, iniciativa, pasión por el negocio y por hacer lo que amas.

Estos dos últimos son destacados por el empresario de la oficina de periodismo que lleva exactamente diez años en el negocio. En cuanto a los aspectos cognitivos, se observó que asumen riesgos calculados y saben planificar. Se sabe que el home office para la mujer aumenta su trabajo, pues además de su trabajo, la mujer necesita prestar atención a los miembros de la familia y cuidar la casa (Ratten, 2020).

## Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

<b>EMPRENDIMIENTO EN LA RAMA OFICINA</b>			
<b>Aspectos Afectivos</b>		<b>Aspectos Cognitivos</b>	
Perserverancia	<b>X</b>	Tomar riesgos calculados	<b>X</b>
Coraje	<b>X</b>	Habilidad para establecer alianzas.	
Fuerza de voluntad	<b>X</b>	fijar metas	
Iniciativa	<b>X</b>	saber planificar	<b>X</b>
Voluntad de asumir riesgos		Conoce tus límites	
motivación personal		Elocuencia	
Enfrentar retos		Capacidad de comunicación	
pasión por los negocios	<b>X</b>		
has lo que quieras	<b>X</b>		
Autonomía			
Confianza en uno mismo			
Independencia			

Tabla 6

### **Aspectos afectivos y cognitivos de las mujeres emprendedoras en el sector de oficinas**

Fuente: Elaborado por los autores (2021).

Por lo tanto, es comprensible que los emprendedores enfatizen tantas veces durante la entrevista en sus discursos los aspectos de perseverancia, fuerza de voluntad, valentía, etcétera, pues durante el aislamiento social fue necesario reinventarse y buscar lo mejor de sí mismos en un momento difícil por lo que no hubo cierre de su negocio.

Teniendo en cuenta todos los aspectos señalados por los emprendedores, se observa que el estudio corrobora con lo señalado por Matte, Voltz, Schneider, Miri, Chais, Ganzer, Radaelli y Olea (2019) cuando destacan que el 52% de los emprendedores entrevistados afirman que tienen la persistencia en su vida emprendedora.

## **4.2 Efectos de la pandemia en los aspectos afectivos y cognitivos de las mujeres emprendedoras**

Buscando identificar los efectos de la pandemia en los aspectos afectivos y cognitivos de las mujeres emprendedoras, se utilizaron nubes de palabras, estas fueron detectadas en preguntas específicas. Estas nubes de palabras sirven para ayudar a comprender la visualización de las respuestas de los empresarios.

En la Figura 1, la nube de palabras representa la pregunta sobre cómo los emprendedores hacen frente para mantener el emprendimiento en marcha durante la pandemia, y se evidencian los aspectos afectivos y cognitivos que más se destacaron, estos son: persistencia y perseverancia.





## Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

Se entiende que el estudio sobre los aspectos afectivos y cognitivos de las mujeres emprendedoras durante el aislamiento social, aporta reflexiones sobre la búsqueda del desarrollo de políticas públicas para estas mujeres emprendedoras pospandemia, para asegurar su continuidad en el mercado. Por lo tanto, el tema demuestra ser relevante para la sociedad en un entorno empresarial. Las limitaciones observadas en esta investigación fueron la recolección de datos que permitieron una mejor visión de la emprendedora y su postura durante la entrevista. Se sugiere para futuras investigaciones, una entrevista más detallada en el campo de los aspectos afectivos y cognitivos y sus efectos en el emprendimiento femenino durante el aislamiento social.

## Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

### REFERENCIAS

- Araújo, IR, Miranda, ALBB, Freire, BGO, Silva, AWP, & Ribeiro, AW A (2018) Emprendimiento femenino: el contexto social y el perfil emprendedor de las mujeres en el noreste de Brasil. *Revista gratuita de Sostenibilidad y Emprendimiento*, 3(6), p. 108-127.
- Arruda, R. Mujeres emprendedoras. Disponible en: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/mulheres-empendedoras/495642>. Consultado el: 26 de febrero. 2021.
- Asociación Paulista de Empresarios del Circuito de Compras – APECC. El número de nuevas micro y pequeñas empresas crece durante una pandemia. Disponible en: <https://apecc.com.br/noticia/cresce-o-numero-de-novas-micro-e-pequenas-empresas-durante-pandemia/>. Consultado el: 25 de febrero. 2021.
- Bardin, L. (1977) *Análisis de contenido*. Lisboa: Editorial 70.
- Barzotto, LC, Nassif, VMJ & Garçãson, MM La dinámica de los aspectos afectivos y cognitivos en los empresarios de causación y efectucción del sector tecnológico. En: XLIV Reunión ANPAD – EnAPAD 2020. Evento en línea, Actas [...] 2020.
- Bernardo, AS & Oliveira, FG Emprendimiento femenino: un estudio sobre mujeres emprendedoras en un popular centro comercial ubicado en la ciudad de Fortaleza-Ceará. 2020. 39f. Trabajo de Finalización de Curso (Graduado en Administración de Empresas) – Centro Universitário Fametro – UNIFAMETRO, Fortaleza, 2020.
- Bernardes, JR; Silva, BLS & Lima, TCF (2020) Los impactos financieros de Covid-19 en los negocios. *Revista FAESF*, (4), n. especial, pág. 43-47.
- Castro, BLG, Pontelli, GE, Nunes, AFP Kneipp, JM & Costa, VMF (2021) Emprendimiento y coronavirus; impactos, estrategias y oportunidades frente a la crisis global. *Estudios Gestores*, (37) 158, pág. 49-60. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.158.4304>.
- Castro, MP& Zermeño, MGG (2020) Ser emprendedor post-COVID-19 – resiliencia en tiempos de crisis: una revisión sistemática de la literatura. *Revista de Emprendimiento en Economías Emergentes*.
- Cervo, AL; Bervian, PA & Da Silva, R. *Metodología científica*. 6ª ed. Londres: Pearson, 2007.
- Colet, DS & Mozzato, AR (2020) Mi sueño, mi sueño: significados subjetivos relacionados con las dimensiones de la acción emprendedora. *Revista Gestión en Análisis* (9)3, p. 207-220. <http://dx.doi.org/10.12662/2359-618xregea.v9i3.p207-220.2020>.
- Cruz, MA & Corrêa, VS (2020) "No esperaba este corte": un caso para enseñar sobre los impactos de la Pandemia de Covid-19 en un emprendimiento de salón de belleza. *CASOTECA* (2)2, pág. 1-15.
- Gray, DE *Investigación en el mundo real*. 2ª ed. Porto Alegre: Creio, 2012.
- Liguori, E. & Pittz, TG (2020) Estrategias para pequeñas empresas: sobrevivir y prosperar en la era de COVID-19. *Revista del Consejo Internacional para la Pequeña Empresa*, (1)4, p. 1-5. <https://doi.org/10.1080/26437015.2020.1779538>.
- Liu, Y., Lee, JM & Lee, C. (2020) Los desafíos y oportunidades de una crisis de salud global: las implicaciones comerciales y de gestión de COVID-19 desde una perspectiva asiática. *Negocios y gestión asiáticos*, (19)1, pág. 277-297. <https://doi.org/10.1057/s41291-020-00119-x>.
- Lungu, AE& Bogoslov, IA (2020) Emprendimiento en pandemia: ¿cómo tener éxito? *Revista Económica*, (72)2, p 36-44.
- Maniçoba, RF *Acción empresarial: evolución, lagunas y tendencias*. En: XXII SemeAd – Seminarios en Administración. Anais [...] Belo Horizonte, 2019.
- Matte, J. Voltz, TO, Schneider, ACS, Miri, DH, Chais, C., Ganzer, PP, Radaelli, AAP, Olea, P. M (2019) Comportamiento femenino emprendedor: un estudio en el estado de Rio Grande do sul. *Revista de Micro y Pequeñas Empresas y Emprendimiento de Fatec Osasco*, (5)1, p. 3-27. <https://doi.org/10.21574/remipe.v5i1.137>.
- MINISTERIO DE SALUD. Sobre la enfermedad. Disponible en: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>. Consultado el: 24 de febrero. 2021.
- Nassif, VMJ y Armando, E.; Falce, JLL (2020) Emprendimiento y la pequeña empresa en tiempos en el contexto post-COVID-19: hay luz al final del túnel. *Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, (9)3, p. 1-7. <https://doi.org/10.14211/regepe.v9i3.1940>.
- Nassif, VMJ, Corrêa, VS & Rossetto, DE (2020) ¿Los emprendedores y las pequeñas empresas están preparados para manejar las adversidades contextuales? Una reflexión a la luz de la pandemia del COVID-19. *Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, (9)2, p. 1-12. <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v9i2.1880>.

## Mujeres emprendedoras: Los impactos de la pandemia en los aspectos emocionales y cognitivos de sus negocios

- Ratten, V. (2020) Coronavirus (covid-19) y emprendimiento: cambiando la vida y el panorama laboral. *Revista de Pequeñas Empresas y Emprendimiento*, (32)5, p. 503-516.
- Ruiz, FM *Emprendimiento*. 1 edición Editorial: Senac São Paulo. São Paulo, 2019.
- Rodrigues, WC *Metodología científica*. Disponible en: [http://pesquisaeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/64878127/Willian%20Costa%20Rodrigues\\_metodologia\\_cientifica.pdf](http://pesquisaeducacaoufrgs.pbworks.com/w/file/fetch/64878127/Willian%20Costa%20Rodrigues_metodologia_cientifica.pdf). Consultado el: 26 de febrero. 2021.
- Servicio Brasileño de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa – SEBRAE. *Mujer y empresa: la fuerza del emprendimiento femenino*. Disponible en: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/mulheres-e-negocios-a-forca-do-empresa-feminino,56ff2a53c6d80710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Consultado el: 24 de febrero. 2021.
- Servicio Brasileño de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa – SEBRAE. *Emprendimiento femenino: ¿cuáles su importancia para la sociedad?* Disponible en: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empresafeminino/artigoempreendedorismofeminino/empresa-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Consultado el: 07 abr. 2021.
- Servicio Brasileño de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa – SEBRAE. *El sector servicios lidera la concentración de mujeres empresarias en RN*. Disponible en: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/setor-de-servicos-lidera-concentracao-de-mulheres-empendedoras-no-rn,5d69c1ddb308710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Consultado el: 07 abr. 2021.
- Silva, JS, Tavares, MFSS, Jesus, DJLN, & Merlin, H. (2018) *Emprendimiento femenino en Brasil: teorías, políticas y tendencias*. *Cuadernos de gestión y emprendimiento*, 6(3), 30-46, 2018.
- Silva, PMM, El-Aouar, WA, Da Silva, AWP, Castro, ABCBC, & Sousa, JC (2019) *Resiliencia en el emprendimiento femenino*. *Revista Eletrônica Gestão & Sociedade*, 13(34), p. 2629-2649. <https://doi.org/10.21171/ges.v13i34.2346>.
- Viera, MMF; Zouain, DM *Investigación cualitativa en gestión: Teoría y práctica*. Río de Janeiro: FGV Editora, 2005.