

EMPREENDEDORISMO FEMININO: COMO EMPREENDER E CONCILIAR AS FUNÇÕES MATERNAS

Haline Maltez do Couto Gonçalves¹
Fernando de Almeida Santos²

RESUMO

O empreendedorismo feminino é um tema que vem sendo estudado a muito tempo, visto como um instrumento de desenvolvimento economicamente e social, como também por uma mudança de vida. Portanto, o objetivo deste trabalho é identificar como mulheres que são mães empreendedoras, fazem a gestão de seu tempo e espaço em relação ao trabalho e a família para tornar flexível seu dia. Para a pesquisa foi realizada uma pesquisa quantitativa, usando a ferramenta de questionários no Google Forms, e liberadas as empreendedoras pela ferramenta do WhatsApp. Foram obtidas trinta e uma respostas de mulheres que empreendem na cidade de São Paulo - SP. As entrevistadas estão na faixa etária entre 30 a 40 anos, donas de suas próprias empresas por um tempo equivalente a 0 a 3 anos e tem ensino superior completo. A maioria das empreendedoras são mães e cuidam de seus próprios filhos, pois não tem ajuda de terceiros, sendo que o que levou elas a abrirem seu próprio negócio foi a necessidade, tornando-as a renda familiar, embora a maior parte, 38,7% seja Microempreendedor individual, há uma porcentagem significativa, 25,8%, são autônomas.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, Maternidade, Perfil Empreendedor.

FEMALE ENTREPRENEURSHIP: HOW TO UNDERTAKE AND RECONCILE MATERNAL FUNCTIONS

ABSTRACT

Female entrepreneurship is a topic that has been studied for a long time, seen as an instrument of economic and social development, as well as a change in life. Therefore, the objective of this work is to identify how women who are entrepreneurial mothers manage their time and space in relation to work and family to make their day flexible. For the research, a quantitative research was carried out, using the questionnaire tool in Google Forms, and the entrepreneurs were released by the WhatsApp tool. Thirty-one responses were obtained from women who undertake in the city of São Paulo - SP. The interviewees are aged between 30 and 40 years old, own their own companies for a period of time equivalent to 0 to 3 years and have completed higher education. Most entrepreneurs are mothers and take care of their own children, as they do not have help from third parties, and what led them to open their own business was necessity, making them the family income, although most, 38,7 % are individual Microentrepreneurs, there is a significant percentage, 25.8%, are self-employed.

Key-Words: Female Entrepreneurship, Motherhood, Entrepreneurial Profile

1. INTRODUÇÃO

Este artigo discorre sobre o tema empreendedorismo feminino, um tema que vem crescendo e sendo estudado devido ao aumento no número de mulheres que partem para o

¹ Faculdade de Tecnologia Osasco Prefeito Hirant Sanazar

² Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/ Faculdade de Tecnologia Osasco Prefeito Hirant Sanazar

mundo empreendedor. O empreendedorismo é um termo amplamente usado, apesar disso muitos desconhecem sua definição. Por isso é essencial para seu entendimento, explorar sua origem, definições e o seu desenvolvimento semântico até a atualidade.

No Brasil, Micros e Pequenas Empresas, representada pelo IBGE, apontam que cerca de 9,3 milhões de mulheres estão à frente de negócios no Brasil. Estes dados revelam que a forma em que as mulheres como empreendedoras vem aumentando e estão conquistando seu lugar no mercado de trabalho, e se mostram mais interessadas no mercado empreendedor (SEBRAE, 2018)

A visão de muitas mulheres é que esta opção é a melhor pois conseguem conciliar trabalho e família. Tendo flexibilidade nos horários, poder estar próximas a família e poder ter uma renda extra e até prover o sustento familiar e o que vem motivando essas mulheres a empreender.

Mas a conciliação nem sempre é tranquila, pois a atividade empreendedora demanda muita dedicação (LITUCHY, REAVLWY, 2004; MATHEW, 2010; WINN, 2005). Para Strobino e Teixeira (2014), são raras as empreendedoras que conseguem estabelecer fronteiras claras entre a vida familiar e o trabalho, o que acaba por não mitigar o conflito trabalho-família.

Como várias mães demonstram dificuldades em gerenciar sua rotina entre o trabalho e a família, as empresas Instituto Rede Mulher Empreendedora e a B2 MAMY dão apoio às mulheres, as auxiliam e agilizam todos os processos, oferecendo capacitação e levando as mães empreendedoras ao mundo tecnológico, tornando assim possível a conciliação das duas funções diariamente.

Segundo os dados relatados do Instituto Data Popular (in Agências Brasil, 2015), cerca de 67 milhões de mães no Brasil, das quais 31% criam os filhos sozinhas e 46% trabalham, tem sua rotina bem movimentada em cuidar da casa, dos idosos, filhos e ainda administrar os negócios. Destaca-se, porém, que o Brasil chegou a ocupar o 7º lugar de mulheres empreendedoras iniciais, à frente do empreendimento com menos de 42 meses de existência. Isso demonstra que as mulheres estão se destacando cada vez mais no mercado empreendedor.

Saber se planejar pode ser o diferencial para o sucesso de um negócio. Em um ambiente desafiador e incerto, é preciso ter alta capacidade de adaptação, agilidade e atenção máxima aos detalhes. Dessa forma, planejar é antever problemas e traçar ações estratégicas que possam evitá-los. Logicamente, que isto, por si só, não garante a um empreendimento o sucesso, mas, diminui em grande parte, os riscos de fracasso.

Observa-se que muitas mulheres optam por empreender com a expectativa de conseguirem conciliar melhor o tempo entre trabalho e a família, e ao observar que essa

conciliação nem sempre ocorre como esperado motivou a realização do presente trabalho. Diante dessa situação, depara-se com a seguinte questão problema desta pesquisa: Qual o perfil da mulher empreendedora, que motivos as levaram a empreender e que desafios enfrentam para conciliar vida profissional e vida familiar?

Portanto, o objetivo deste trabalho é identificar como mulheres que são mães empreendedoras, fazem a gestão de seu tempo e espaço em relação ao trabalho e à família para tornar flexível seu dia. Para entender essa motivação que as levaram a empreender, foram entrevistadas mães empreendedoras de classe baixa e média.

2. EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo é algo muito importante, trata-se de uma forma de alavancar sua carreira e mudar o rumo dela. As empreendedoras no Brasil apresentam alguns dos fatores que esclarecem este crescimento são as adversidades encontradas no mercado de trabalho formal, a necessidade de compor ou complementar a renda da família e a demanda pela autorrealização no âmbito profissional.

Conforme Dolabela (1999), os empreendedores se dividem igualmente em dois times: os que têm sucesso definido pela sociedade e aqueles que têm uma noção interna de sucesso.

Conforme os dados do Sebrae, em 10 anos (2001 a 2011), o número de mulheres empreendedoras cresceu 21%, enquanto o de homens cresceu apenas 9%. O empreendedorismo, por sua vez, deu início no século XVII, devido à primeira revolução industrial ocorrida na Grã-bretanha (SOUZA,2020).

Os primeiros conceitos do termo empreendedor surgiram por Joseph Schumpeter (1883-1945), conceitos que tiveram embasamento nas teorias do desenvolvimento econômico, que o definiam como decorrente de mudanças promovidas de forma ativa por agentes que participavam da estrutura, deixando de ser interpretado como um evento econômico e passando a ocorrer na esfera social. Assim podia-se entender que aqueles indivíduos que utilizavam os recursos disponíveis de maneira diferenciada eram os agentes de transformação que rompiam com a estabilidade existente e obrigavam os demais agentes a se organizarem e se adaptarem às mudanças (LOIOLA, 2016).

Quando pessoas e processos se unem buscam oportunidades para transformar suas ideias em negócios.

Empreendedorismo consiste no processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, segundo Silva, 2013.

De acordo com *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021), empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.

O empreendedorismo no Brasil tem se mostrado cada vez mais como uma ferramenta de desenvolvimento econômico e social, as pequenas empresas têm grande importância para a economia do país, gerando milhões de empregos, diminuindo assim a pobreza da população.

O empreendedorismo no Brasil tem se mostrado cada vez mais como uma ferramenta de desenvolvimento econômico e social, as pequenas empresas têm grande importância para a economia do país, gerando milhões de empregos, diminuindo assim a pobreza da população. Para Dornelas (2016), este conceito tem sido difundido nos últimos anos, com mais intensidade na década de 1990. Isso se deve às mudanças positivas que o empreendedorismo vem causando no país tanto de forma econômica gerando riquezas, como de forma social contribuindo para a melhoria de vida da população.

No Brasil o empreendedorismo feminino é celebrado em 19 de novembro, uma iniciativa das Organização das Nações Unidas (2014) com parceiras a várias instituições do mundo, com objetivo de mostrar às mulheres que elas podem liderar e ter seu próprio negócio. A inclusão no mercado de trabalho de mulheres é algo que vem ocorrendo de forma gradativa e se deve a diversos fatores.

Conforme Hisrich e Peters (2004), fazendo um comparativo em uma forma de como empreender entre homens e mulheres, mesmo com características empreendedoras parecidas as mulheres têm destaque em: habilidades empresariais e profissionais e motivação.

O programa Ganha- Ganha foi criado em 2018 por meio da aliança entre ONU Mulheres, OIT (Organização Internacional do Trabalho) e União Europeia buscando fortalecer o protagonismo das mulheres no setor privado. Este programa tem como objetivo priorizar a igualdade de gênero no setor privado. Essa iniciativa veio dos países da América Latina e Caribe (ALC) – Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Jamaica e Uruguai, sendo que o escritório da ONU Mulheres Brasil atua na coordenação regional – e nos países da União Europeia. Assim podendo contribuir pelo empoderamento econômico das mulheres, fazendo elas serem reconhecidas e beneficiadas pelo crescimento, permitindo a liderança, participação no trabalho, empreendedorismo e tudo que se refere à participação igualitária na sociedade. Conforme os dados da ONU Mulheres seus objetivos são:

1. Aumentar a cooperação e ampliar as oportunidades entre empresas lideradas por mulheres na América Latina e Caribe e na União Europeia;

2. Criar um modelo sustentável de engajamento do setor privado com a questão de gênero para apoiar o alcance dos ODS;

3. Liderança birregional das mulheres na inovação e nos negócios.

A importância das mulheres serem líderes e poder assumir papéis importantes como os homens e ser empreendedoras serve como base para incentivar grandes mudanças. Conforme Strobino e Teixeira (2014) as mulheres abrem empresas por diferentes motivos: desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, dificuldades em ascender na carreira profissional em outras empresas, necessidade de sobrevivência e como maneira de conciliar trabalho e família.

Segundo dados do SEBRAE (2018), no Brasil, cerca de 9,3 milhões de mulheres estão à frente de um negócio, sendo que 45% delas são chefes de família, ou seja, são responsáveis pela principal, muitas das vezes, sendo a única renda familiar. Mesmo fazendo uma comparação aos homens empreendedores, elas possuem 16% escolaridade superior, e seus negócios faturam 22% menos que o dos homens. Continuando com os dados analisados pelo Sebrae (2018), os empreendedores brasileiros registraram um rendimento mensal médio de R\$2.344,00, e as empreendedoras faturam, em média, R\$1.831,00 mensalmente.

De acordo com os dados do GEM (2021), 30,2% das mulheres empresárias pesquisadas esperavam contratar seis ou mais funcionários nos próximos cinco anos, em comparação com apenas 18,7% no relatório de 2019. Conforme o novo relatório, o percentual de homens que esperam contratar seis ou mais empregados nos próximos cinco anos é de 48%.

3. EMPREENDEDORISMO MATERNO

O Empreendedorismo Materno, segundo Figueira (2020), está relacionado às transformações que dizem respeito ao eixo profissional das mães, provocadas pela maternidade ou deflagradas a partir dela. Mães empreendedoras podem exercer uma nova atividade ou voltar ao seu antigo trabalho, mas buscando novas formas e um novo nível de dedicação.

4. O cenário que essas recém-mães encontram ao tentar retornar ao mercado de trabalho é hostil e as possibilidades em conciliar uma maternidade com a vida profissional vão se tornando desafiantes ao invés de corriqueiras, uma vez que se tem a crença que uma mulher ao se tornar mãe perde o interesse pelo trabalho. Segundo IRME – Instituto Rede Mulher Empreendedora (2019) mulheres com filhos pequenos vislumbram no empreendedorismo uma

opção por mais tempo para a família, ainda que isso diminua sua remuneração e reconhecimento profissional.

5. Os desafios encontrados por essas mulheres é de se manter no mercado de trabalho, assim como a necessidade de sustentar a família solitariamente são realidades decorrentes da discriminação de gênero no mundo dos negócios.

6. Conforme Quental e Wetzel (2002) em um estudo do equilíbrio entre o trabalho e a família de empreendedoras brasileiras, elas observaram que ter o próprio negócio foi percebido como uma opção de carreira para essas mulheres e investigaram, a partir dessa percepção das empreendedoras, questões abordando aspectos do relacionamento com o companheiro, filhos, amigos, pais ou parentes idosos, cuidados pessoais e lazer.

7. Estudo feito pelo Sebrae, a taxa de conversão de empreendedoras em donas de negócio é 40% mais baixa, pois as mulheres têm maiores índices de desistência em relação aos homens.

8. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora, cerca de 50% das mulheres empreendedoras foram afetadas com a pandemia diretamente no dia a dia. Elas alegaram que por conta do fechamento das escolas e das creches impactam na rotina de trabalho, principalmente para as mães com filhos de 3 a 11 anos, que necessitam de muita atenção e cuidados. Com essa sobrecarga com seus afazeres domésticos levou 33% das mulheres com filhos a reduzir o tempo dedicado aos negócios contra 24% dos pais.

9. As mulheres com filhos pequenos foram as mais impactadas, pois metade delas reduziu sua jornada de trabalho por causa dos cuidados dedicados aos filhos e à casa, sendo que a maioria dessas mães empreendedoras busca fazer horários flexíveis que permitam conciliar as tarefas domésticas e a vida profissional.

10. Um estudo feito pelo Sebrae Minas para identificar relações entre maternidade, paternidade e empreendedorismo, e outros fatores que impactam nas escolhas, rotinas de trabalho e comportamentos dos empreendedores, entrevistaram 1.327 empreendedores, entre 5 e 15 de abril. Obtendo um resultado relevante para sete em cada 10 mães que decidiram empreender. Já entre os homens, a paternidade motivou 6 em cada 10 a terem o próprio negócio. A questão de ter filhos também foi apontada como um fator importante de estímulo e superação das dificuldades, tanto pelos homens (28%) quanto pelas mulheres (22%).

11. Mesmo com a desigualdade entre o gênero feminino e o masculino, a mulher vem conquistando seu espaço de forma eficaz. Como mencionado anteriormente, mulheres e homens possuem habilidades diferentes. As mulheres, de forma geral, possuem uma característica natural, tendo maior sensibilidade, empatia, comprometimento e vontade de ajudar o próximo.

Nos setores que o trabalho requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador, desta forma a possibilidade de acertos será maior. Assim, empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor.

Entretanto, não basta apenas gostar do que faz, é necessário estudar o mercado, ler sobre o assunto, prever os riscos e analisar se estão dispostas a corrê-los. Se planejar e saber administrar o negócio sem perder o prazer em executá-lo.

12. PLANEJAMENTO

A maior parte dos autores definem os conceitos de empreendedorismo em dois tipos: necessidade e oportunidade, que passam por modificações conforme cada realidade. Conforme Dornelas (2016) há dois tipos de empreendedorismo: empreendedorismo de oportunidade, no qual o empreendedor elabora um planejamento previamente, sabe onde quer chegar, compreende como quer prosperar e objetiva a geração de lucros, riqueza e empregos. Tendo forte conexão com o desenvolvimento econômico e, também, o empreendedorismo por necessidade, onde a carência de opção faz com que o possível empreendedor se arrisque, pelo desemprego e pela falta de alternativas de trabalho fazendo que sejam criados negócios sem planejamentos e concebidos informalmente no geral, levando ao fracasso acelerado e falhando na geração de desenvolvimento econômico. Tornando este segundo tipo de empreendedorismo mais frequente em países em desenvolvimento.

Assunção. Queiroz e Costa (2017) dispõem que os termos oportunidade e necessidade são comumente confundidos, pelo fato do indivíduo observar incorporado a sua necessidade uma oportunidade de sustento. Contudo, pontua-se a diferença entre tais termos. Empreendedorismo de oportunidade acontece quando a atividade de comércio ou produção se inicia por uma oportunidade vislumbrada no mercado com o propósito de melhoria na situação do indivíduo empreendedor.

O planejamento antes de abrir seu próprio negócio é primordial. Assim, o processo de planejamento é essencial para a viabilidade de abertura de qualquer empresa, é uma técnica de determinação das principais ideias para indicar os objetivos e esclarecer as metas e os meios necessários para atingi-los, identificar suas oportunidades e ameaças e analisar seus pontos fortes e fracos.

Segundo Albuquerque (2006), o Planejamento é uma técnica para indicar previamente o objetivo da empresa ou projetos, esclarecer metas e antecipar as tarefas e os meios necessários para atingi-los. Para conduzir uma empresa, fazer uma planilha ou um projeto, é essencial para

um planejamento, sistematização, o gerenciamento e a liderança. A missão do planejamento é umas das mais importantes, ensina e embasa outras tarefas cotidianas, assim podendo prever as atividades e recursos necessários e definir os objetivos. Mesmo que seja um simples negócio, é fundamental que exista um planejamento escrito para conhecimento de todos de sua empresa.

Pode-se assim afirmar que, um dos motivos para o fechamento de empresas é a falta de planejamento do negócio, seja antes de abrir a empresa ou durante o funcionamento dela.

Prado (1997) destaca que sem haver planejamento, as decisões, geralmente urgentes, seriam tomadas sem orientação pré-estabelecida, trazendo grande risco de erro ao administrador.

“Como todo planejamento é orientado para atingir os objetivos da empresa, o próprio ato de planejar e as decisões são baseadas no planejamento servem para focalizar a atenção neste objetivo.”(PRADO,1997, p. 41)

O plano de negócios aborda os principais aspectos da empresa. Entre eles, destacam-se os aspectos técnicos, que vai envolver, a escolha dos equipamentos a serem utilizados; econômicos, que incluem a localização, o mercado em que o empresário vai atuar, os concorrentes, produtos a serem comercializados, logística, os aspectos financeiros, que envolvem a previsão de faturamento, cálculo dos custos fixos e variáveis. A importância de fazer pesquisas para checar se o mercado suporta o novo negócio, analisar se já há algo parecido ao redor onde irá abrir seu negócio e verificar quais diferenciais você irá ofertar para seus clientes.

Segundo Antonik (2016), a administração financeira é um conjunto de teorias interessante, mas se manifesta na prática, muitas vezes, sem perceber a sua utilização. Na questão de micro e pequenas empresas, o autor diz que o cérebro e o gestor são apenas uma pessoa: o proprietário. Pois caberá a ele executar as tarefas e gerir todas as relações.

Segundo Maximiano (2006), planejar é definir um objetivo e traçar possíveis rotas a serem percorridas. Um bom planejamento permite se precaver dos futuros acontecimentos, o que fará com que se esteja mais bem preparado para enfrentá-los. Os processos de planejamento consistem em 2 etapas:

- Dados de Entrada que são a coleta de dados necessários para o planejamento;
- Processamento dos dados que é a análise dos dados coletados e a Elaboração de Planos onde se definem objetivos e recursos disponíveis para a execução do planejamento.

Segundo dados do Sebrae, mais de 1 milhão de Micro e Pequenas Empresas (PMEs) foram abertas no Brasil entre janeiro e abril. Com um saldo positivo de 2.094.812 empregos com carteira assinada, o que significa 71,8%.

Segundo Schumpeter (1949; in Dornelas 2016), empreendedor é aquele que é conhecido como o que cria novas atividades, mas também pode modificar os negócios já existentes, ou seja, é viável ser empreendedor dentro de uma organização já constituída. Pois pessoas e processos atuando em conjunto podem transformar ideias em oportunidades, criando negócios de sucesso.

Entendesse que para ser um empreendedor não basta apenas abrir um negócio, num ponto de vista psicológico observa-se o empreendedor como um indivíduo com características diferenciadas aos demais. Pois ele se preocupa em crescer com seu empreendimento buscando inovar para que seu negócio não fique estagnado e atender sempre as necessidades de seu público.

O Plano de negócios é um instrumento que se aplica tanto para lançamento de novos negócios quanto para as organizações existentes, é também um instrumento de desenvolvimento que deve ser atualizado frequentemente.

Hall (1972) afirma que as mulheres ao lidar com conflitos planejam ações para minimizá-los. Ele também faz uma divisão sobre a identidade feminina, que são: a dona de casa, a esposa, a mãe e a trabalhadora. Fazendo com que essas mulheres empreendedoras administrem seu tempo para que sua vida pessoal e profissional não haja conflitos.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a pesquisa foi descritiva, a partir de uma abordagem quantitativa, de mulheres e mães e empreendedoras de diferentes áreas de atuação, com o auxílio de questionário, contendo perguntas fechadas, sendo aplicado online pela ferramenta Google Forms, divulgado nas redes sociais como WhatsApp, para um grupo de mulheres e mães empreendedoras.

Quanto a abordagem da referida pesquisa foi de caráter quantitativa, uma vez que sua análise de dados foi feita por meio de um estudo voltado à coleta e análise de dados estatísticos. Este método é caracterizado pela quantificação, tanto na coleta, quanto no tratamento de dados, recorrendo a técnicas estatísticas.

O presente estudo foi feito no estado de São Paulo, aplicando o questionário composto por 22 questões, sendo de múltipla escolha a mulheres empreendedoras de diferentes áreas de atuação que atendiam os requisitos da pesquisa. As perguntas foram elaboradas de acordo com as pesquisas sobre o empreendedorismo materno. O questionário é composto pela caracterização do perfil das empreendedoras (questões 1 à 7), identificar o tipo de

empreendimento (questões 8 à 11) e seus conhecimentos sobre a gestão, planejamento e como conciliam os conflitos trabalho e família (questões 12 à 22).

Foi utilizado questionário por meio remoto para todas as empreendedoras, via aplicativo WhatsApp, promovendo a facilidade no acesso às respondentes, agilizam o retorno das respostas e a respectiva tabulação. A amostra foi constituída por 31 participantes.

13. ANÁLISE E DISCUSSÕES

De acordo com as respostas obtidas com a aplicação do questionário, cerca de 64,5% das empreendedoras entrevistadas possuem sua própria empresa.

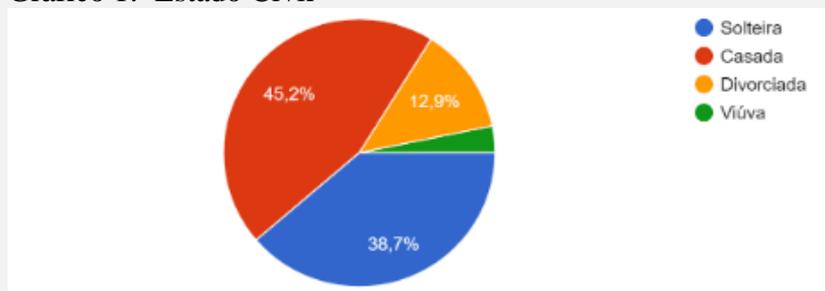
A faixa etária das empreendedoras estão distribuídas da seguinte forma: de 20 a 30 anos correspondente a 32,3%, de 30 a 40 anos 38,7%, na faixa de 40 a 50 teve 25,8% e de 50 ou mais foram 3,2%. Contudo percebe-se que a maior parte das empreendedoras são mulheres mais maduras, mesmo tendo pouca diferença entre as mais jovens que estão entrando no mercado empreendedor.

No Brasil, 26,7% da população de 35 a 44 anos eram empreendedores iniciais em 2019 (GEM Brasil 2019).

Conforme o Gráfico 1, observa-se que o estado civil das entrevistadas, sendo que 45,2% delas são casadas, 38,7% são solteiras, 12,9% divorciadas e 3,2% viúvas.

Segundo os dados do SPC Brasil (2014), cerca de 13% das mulheres atribuem suas conquistas profissionais à persistência. Em contrapartida, 20% das solteiras apontam que o perfil ousado foi/é fundamental para o sucesso.

Gráfico 1: Estado Civil

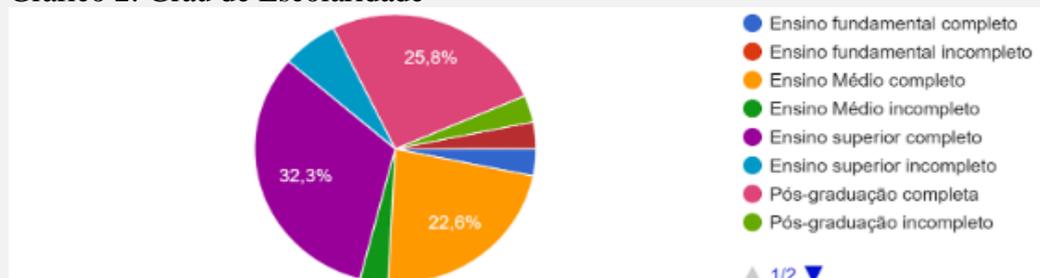


Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo o Gráfico 2, o grau de escolaridade tem 32,3% das entrevistadas possuem o ensino superior completo, 25,8% têm uma pós-graduação e 22,6% têm o ensino médio completo.

Conforme os dados sobre os níveis de escolaridade, os mais ativos no envolvimento com atividades empreendedoras iniciais foram os que possuíam o ensino superior completo com 27,6% (GEM 2019).

Gráfico 2: Grau de Escolaridade

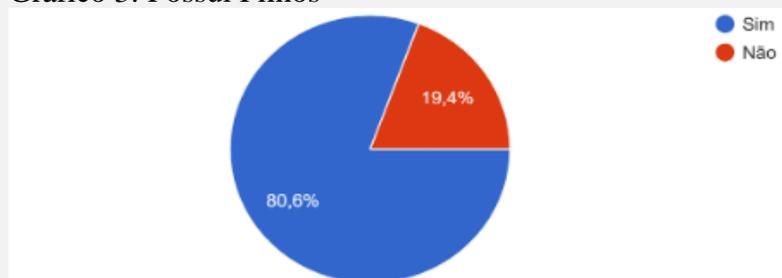


Fonte: Dados da pesquisa.

Um aspecto relevante para análise das empreendedoras é identificar o comportamento familiar, podendo ter uma grande influência nos negócios sendo positiva ou negativamente.

Segundo o Gráfico 3, pode-se constatar que 80,6% das entrevistadas são mães, e 19,4% não. Tornando a pesquisa satisfatória e podendo seguir com o trabalho.

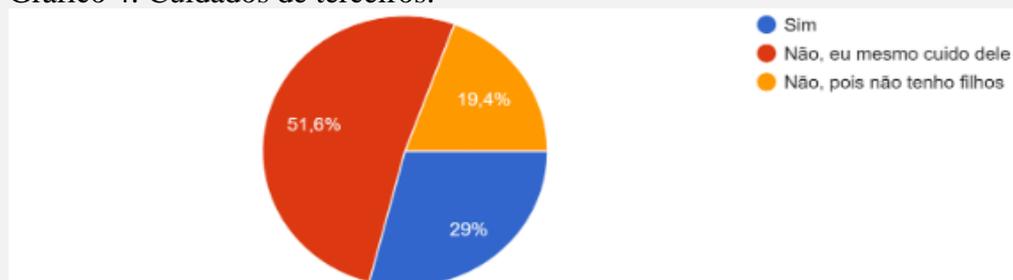
Gráfico 3: Possui Filhos



Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme os dados da pesquisa, apenas 29% das entrevistadas têm ajuda de terceiros (escolas, creches, família, babá). 51,6% das entrevistadas não possuem o auxílio de terceiros e tem que fazer a divisão do trabalho/família.

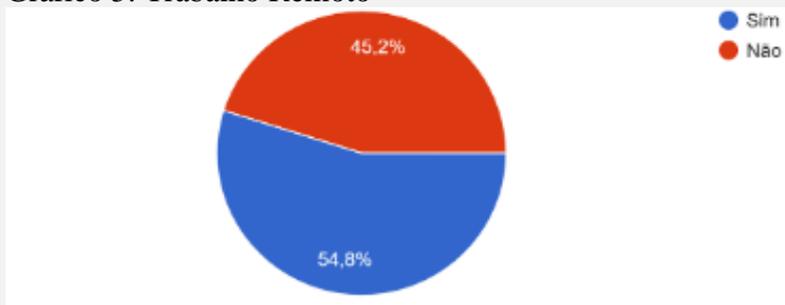
Gráfico 4: Cuidados de terceiros.



Fonte: Dados da pesquisa.

Com a chegada da pandemia do novo coronavírus COVID-19 é comum ver pessoas trabalhando remotamente. Como mostra o gráfico 6, 54,8% das entrevistadas trabalham em casa.

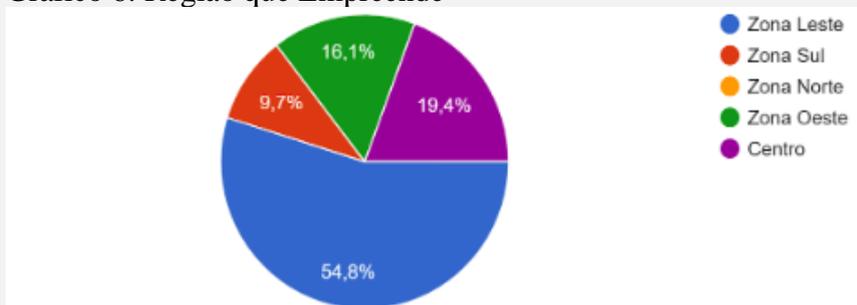
Gráfico 5: Trabalho Remoto



Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, em 2022.

O Gráfico 6 apresenta as 31 Empreendedoras que responderam o questionário, 54,8 % atuam na região da zona leste de São Paulo, 19,4% no Centro de São Paulo, 16,1% na zona oeste de São Paulo e 9,7% delas na zona sul de São Paulo.

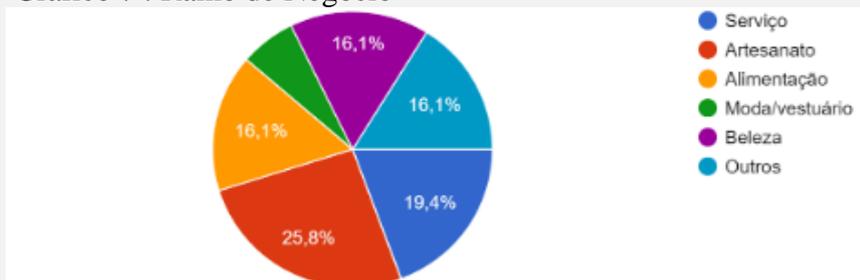
Gráfico 6: Região que Empreende



Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere ao ramo de negócios, a maioria das entrevistadas atuam na área Artesanal com 25,8%, em seguida temos a área de serviço com 19,4%, às áreas de Alimentação, Beleza e Outros tiveram o mesmo percentual com 16,1% e por fim a área de Moda/Vestuário com 6,5%.

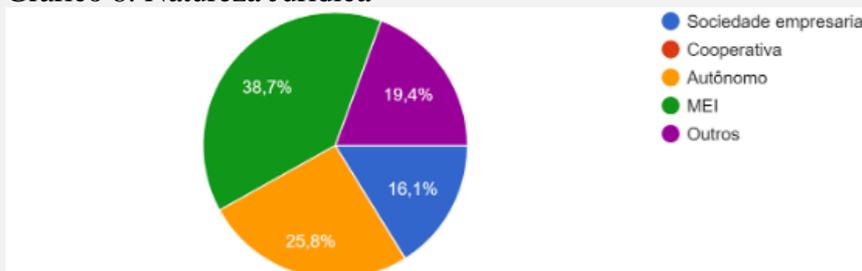
Gráfico 7 : Ramo de Negócio



Fonte: Dados da pesquisa.

Foi questionado também se as empreendedoras possuem uma natureza jurídica, resultado obtido no gráfico 8. Conforme a Natureza Jurídica 38,7% das entrevistadas possuem MEI (Microempreendedor Individual), enquanto 25,8% delas ainda trabalham como autônomas.

Gráfico 8: Natureza Jurídica



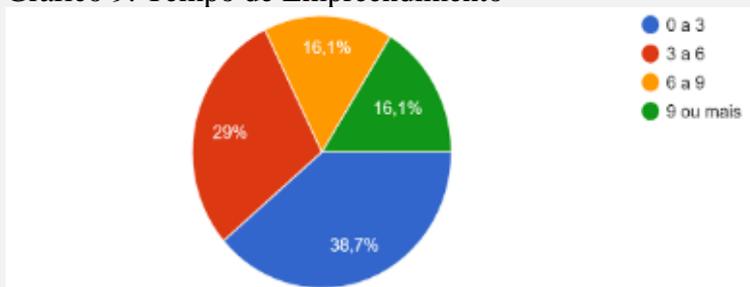
Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com as entrevistadas, o que as levaram a abrir seu próprio negócio foi a Necessidade, tendo 51,6% das respostas. A necessidade ela pode ser classificada como um aumento da renda familiar, por não conseguir recolocação profissional no mercado de trabalho, entre outros. A Oportunidade com 48,4% das entrevistadas, pode-se ser relacionada por não ter conhecimento específico em alguma área e decidiu abrir o próprio negócio, e tendo a possibilidade de trabalhar com algo que goste e, também, estar mais próxima a sua família.

Conforme os dados do Gráfico 9, 54,8% das empreendedoras afirmaram que sua empresa é sim a principal fonte de renda em sua família, já as outras empreendedoras responderam que a empresa delas não são a principal fonte de renda da sua família, sendo assim, é uma complementação da renda familiar. Observa-se que 61,3% das mulheres possuem planejamento financeiro, e 36,7% delas não possuem, sendo que 38,7% das empreendedoras afirmaram empreender entre 0 a 3 anos e 29% entre 3 a 6 anos.

Conforme os estudos de Dornelas (2016), as empresas abertas e administradas por mulheres têm uma sobrevivência maior no mercado se comparadas a empresas que possuem apenas homens na direção.

Gráfico 9: Tempo de Empreendimento

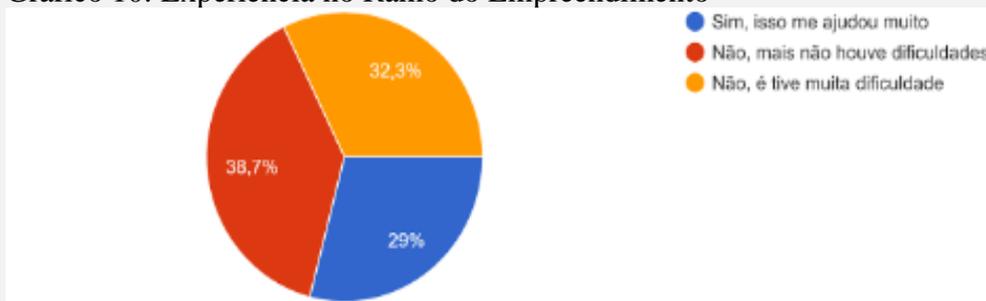


Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se que 74,2% das empreendedoras, responderam que fazem a gestão de tempo e 25,6% não. Segundo Couto (2013) na sua pesquisa identificou que as mulheres sofrem com a dificuldade de organizar sua vida pessoal e da vida profissional. Isso pode acontecer quando a um nível de sobrecarga de trabalho, onde acaba se dedicando mais em uma coisa do que na outra, pois a grande parte delas não possui sócios para conseguir dividir as tarefas da empresa.

De acordo com o levantamento da pesquisa 38,7% das empreendedoras não sabiam a respeito do ramo em que estava iniciando seu projeto, mas também não sentiram dificuldades em seguir com ele, diferente das outras 32,3% das empreendedoras que não sabiam e tiveram dificuldades no começo do seu projeto. Apenas 29% delas já sabiam e tiveram facilidade de seguir com seu projeto.

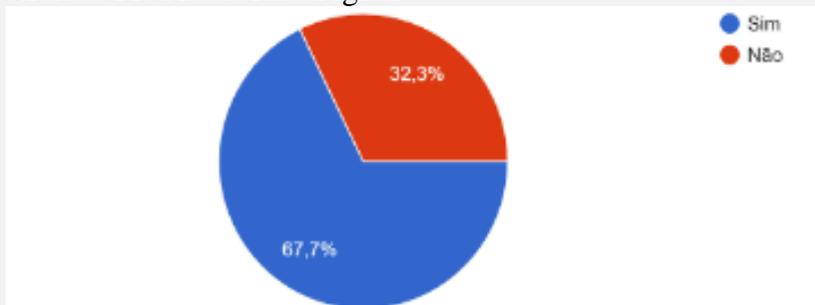
Gráfico 10: Experiência no Ramo do Empreendimento



Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, em 2022.

Com relação a Plataforma Digital, o Gráfico 11 nos apresenta que apenas 67,7% das empreendedoras utilizam esse meio para divulgar seu trabalho. As outras 32,3% das empreendedoras não utilizam esse meio digital.

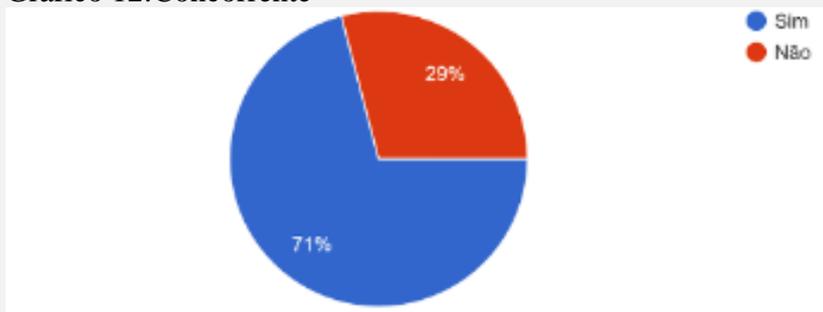
Gráfico 11: Plataforma Digital



Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a pergunta se conhece seus concorrentes diretamente, apenas 71% das empreendedoras disseram que “SIM”. E os outros 29% disseram “NÃO”. Saber conhecer nossos concorrentes é algo essencial no mundo dos negócios. Spendolini (1993) e Camp (1998) afirmam que a técnica do benchmarking, por apresentar certa flexibilidade, é perfeitamente adaptável a qualquer tipo de organização ou empreendimentoS empresariais.

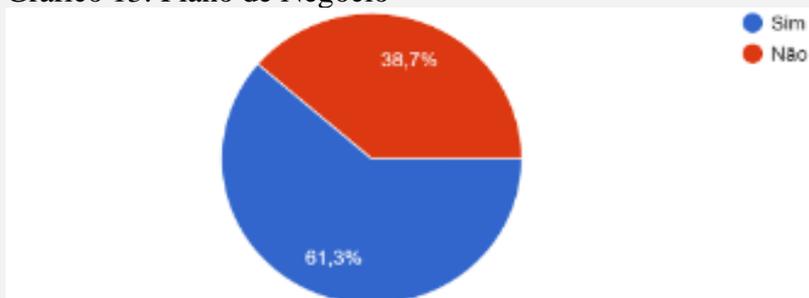
Gráfico 12: Concorrente



Fonte: Dados da pesquisa.

Quando questionadas sobre o plano de negócio, 61,3% possui e as outras 38,7% não possui. Esse fator influencia muito na qualidade de vida, na questão de saber equilibrar o trabalho e a família, pois o Plano de Negócios conduz o empreendedor a se concentrar na análise do ambiente de negócio, objetivos, estratégias, competências, modelo de negócio entre outras coisas.

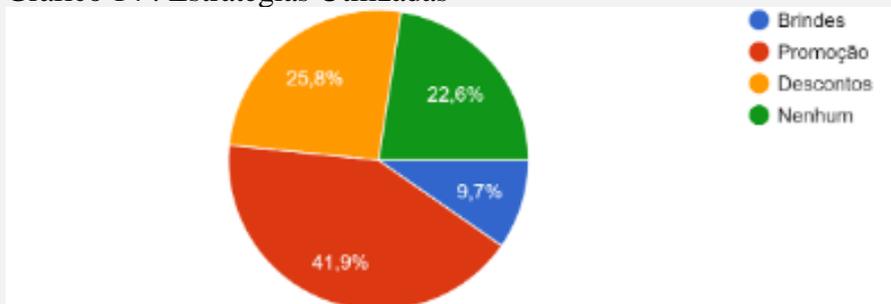
Gráfico 13: Plano de Negócio



Fonte: Dados da pesquisa.

A forma em que as empreendedoras buscam e agradar e garantir mais clientes segundo a pesquisa efetuada e nas promoções tendo um resultado de 41,9%, já as outras empreendedoras acha que a forma de dar desconto garante mais as clientes com um resultado de 52,8%, enquanto apenas 9,7% delas dão brindes para agradar suas clientes, já 22,6% das empreendedoras, não utiliza nenhuma dessas formas estratégicas.

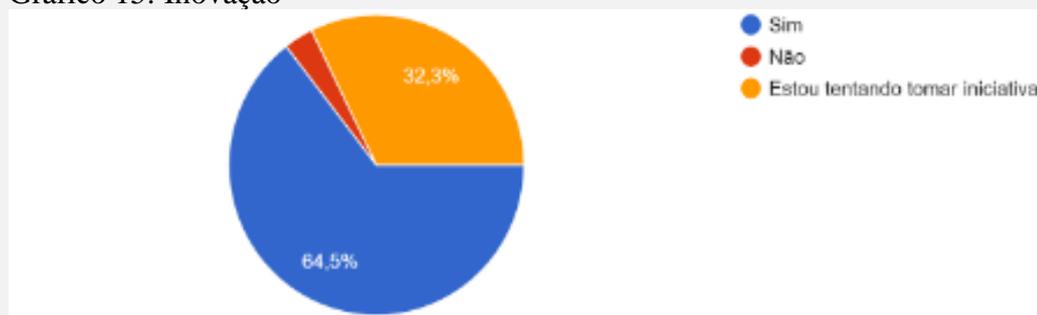
Gráfico 14 : Estratégias Utilizadas



Fonte: Dados da pesquisa.

Na última questão foi abordado sobre a inovação, e 64,5% das empreendedoras responderam que “SIM”, isso nos leva a analisar que muitas dessas novas empreendedoras pretendem crescer e aumentar seu negócio, já 3,2% responderam que “NÃO” e as outras 32,3% disseram que está tentando tomar iniciativa.

Gráfico 15: Inovação



Fonte: Dados da pesquisa.

14. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho propôs analisar os fatores que levaram essas mulheres a empreender posteriormente, a maternidade.

Este estudo compreendeu trinta e uma mulheres de diversos tipos de negócios, o questionário que foi projetado pela ferramenta Google form's liberado para resposta através do WhatsApp.

As empreendedoras têm a idade entre 30 a 40 anos, com o ensino superior completo e com um tempo de empreendimento de 0 a 3 anos. Residentes na cidade de São Paulo, e suas empresas ficam alocadas nas regiões da zona leste, trabalham remotamente e fazem o gerenciamento de seu tempo com o trabalho versus família, pois a grande maioria destas mães não tem a opção de deixar seus filhos a cuidados de terceiros.

A área de atuação da grande maioria é o artesanato e a área de serviços, uma parte das entrevistadas afirmam que possui MEI e outras que trabalham autônomas. O que as levou ao mundo empreendedor foi a necessidade, para obter a renda e conforto, assim podendo ficar com sua família e trabalhar da forma mais eficiente.

Apesar desta jornada dupla, essa mulher quer mais é evoluir e tem sérias intenções em ampliar seus negócios com busca por inovação. E usam a flexibilidade de seus horários para amenizar essa complexa relação de vida pessoal e profissional.

Como limitações do trabalho, acredita-se que poderia enriquecer os dados com a identificação de mulheres mães empreendedoras de outras cidades próximas à cidade de São Paulo. Para trabalhos futuros, sugere-se investigar a maternidade e o empreendedorismo nos anos iniciais de seus filhos para verificar se realmente há essa prometida geração de tempo e flexibilidade e utilizar outras variáveis para um aprofundamento no tema, discutindo questões como a motivação e as dificuldades encontradas para empreender de maneira informal.

Assim sendo, este trabalho contribuiu para impulsionar novos estudos sobre o empreendedorismo feminino e materno, despertando maior atenção sobre essa questão que

desencadeia discussões sobre empoderamento feminino, trazendo o crescimento pessoal, profissional e financeiro.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. Brasil tem mais de 20 milhões de mães solteiras, aponta pesquisa. 2015. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-05/brasil-tem-mais-de-20-milhoes-de-maes-solteiras-aponta-pesquisa>. Acesso em 30/12/2022.

ALBUQUERQUE, A.C.C. de. Terceiro setor: história e gestão de organizações. São Paulo: Summus, 2006.

ANTONIK, Luis Roberto (Ph.D.) Empreendedorismo: Gestão Financeira para Micro e Pequenas Empresas, 2016.

ASSUNÇÃO, A. G., QUEIROZ, F. A., COSTA, R. A. T.. As variáveis necessidade e oportunidades e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. Saber humano: Revista científica da faculdade Antonio Meneguetti 7(10), 126-143. 2017.doi:10.18815/sh.2017v7n10.201. Acesso em:07/05/2025.

CAMP, Robert C. Benchmarking: o caminho da qualidade total. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

COUTO, G.G. Mulheres Empreendedoras: perfil das mulheres à frente de micro e pequenas empresas no setor terciário.2013.50f. Monografia (Curso de Administração) - Universidade e Federal do Ceará, Fortaleza. 2013.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. 6. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, J. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

FIGUEIRA, Amanda. Empreendedorismo materno: quando mães vão à luta 2020. Disponível em: <<https://www.personare.com.br/conteudo/empreendedorismo-materno-quando-maes-vao-a-luta-2-m6881>> acesso em 10/09/2021.

HISRICH,R.D.;PETERS,M.P. Empreendedorismo.5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR EMPREENDEDORISMO NO BRASIL : 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2020. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empeendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf> . Acesso em 30/12/2022.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR RESEARCH. Destaca-se um aumento significativo em mulheres empreendedoras orientadas para o crescimento em todo o mundo 2021- Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>> Acesso em: 10/09/2021.

HALL, D. T. A Modelo f Coping with Role Conflict: The Role Behavior of College Educated. Administrative Science Quarterly. Dec/1972. Disponível em: <<https://eric.ed.gov/?id=EJ068877>> Acesso em 30/12/2022.

IRME - Instituto Rede Mulher Empreendedora: Empreendedorismo no Brasil- Um recorte de gênero, 2019.Disponível em: <<https://institutorme.org.br/pesquisas/>>. Acesso em: 06/11/2021.

LITUCHY, T. R.; REAVLEY, M. A. Women entrepreneurs: a comparison of international small business owners in Poland and the Czech Republic. Journal of International Entrepreneurship, n. 2, v. 61, p. 61-87, (2004). Disponível em:

<<https://link.springer.com/article/10.1023/B:JIEN.0000026906.28190.df>> Acesso em 30/12/2022.

MATHEW, V. Women entrepreneurship in Middle East: understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development. *International Entrepreneurship Management Journal*, v. 6, p. 163-181, 2010. Disponível em: <<https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.springer-5d88d6b3-e9f9-3ab2-9386-17c06ec7ef39>> Acesso em 30/12/2022.

ONU – Organização das Nações unidas. Mulheres, Ganha-Ganha: Igualdade de Gênero Significa Bons Negócios. (s.d.) Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/ganha-ganha/>>. Acesso em: 23/10/2021.

PRADO, Jonas Reginaldo, *Iniciação a Administração: A prática do Planejamento Empresarial*.

QUENTAL C. e WETZEL, U. Equilíbrio Trabalho-Vida e Empreendedorismo: a Experiência das Mulheres Brasileiras. XXVI Encontro Nacional de Pós-Graduação em Administração. Anais... SP. CD ROM. São Paulo, 2002.

SCHUMPETER, J. A. *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass. Harvard University Press, 1949.

SEBRAE. Educação Financeira e Gestão de Pequenos Negócios (2013) Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Anexos/CARTILHA_Gest%C3%A3o_Financeira_\[para_leitura\].pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Anexos/CARTILHA_Gest%C3%A3o_Financeira_[para_leitura].pdf)>. Acesso em: 16/09/2021

SEBRAE. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades. Disponível em: <<https://sebraemg.com.br/blog/empreendedorismo-feminino-desafios-e-oportunidades/>> Acesso em: 02/12/12.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade?. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade.5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>> Acesso em 30/12/2022.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino como tendência de negócios Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Empreendedorismo_feminino_como_tend%C3%Aancia_de_neg%C3%B3cios.pdf> Acesso em: 12/11/2021.

SEBRAE. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades - 2019 - Disponível em: <<https://sebraemg.com.br/blog/empreendedorismo-feminino-desafios-e-oportunidades/>> Acesso realizado 16/09/2021.

SEBRAE. Micro e pequenas empresas. 2011. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> Acesso 10/11/2021.

SILVA. Andrízia Lopes da. *O Empreendedorismo Feminino em Goiânia- GO e o Conflito Trabalho versus Família*. 20p Monografia (Graduação em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás - PUC Goiás, Goiânia-GO, 2020.

Souza, Ivan Conheça a história do empreendedorismo e como ele revolucionou o mundo dos negócios, 2020 - Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/historia-do-empreendedorismo>> Acesso realizado 23/11/2021

SPC. SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. *A que atribui suas conquistas profissionais? Casadas e Solteiras*. Relatório 2014. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_mulher_empreendedora_estado_civil_2014.pdf>. Acesso em: 30/12/2022

SPENDOLINI, Michael J. Benchmarking. São Paulo: Makroon Books, 1993.

STROBINO, Marcia Regina de Campos.; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba . 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/j/rausp/a/rtJ73mSzCyQDcD4ZxBGGbjD/?lang=pt>>. Acesso em: 22/11/2021

WINN, J. Women entrepreneurs: can we remove the barriers? International Entrepreneurship and Management Journal, n. 1, p. 381-397, 2005. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-005-2602-8>> Acesso em: 30/12/2022.