

EMPREENDEDORISMO MATERNO: DESAFIOS FRENTE À CONCILIAÇÃO DE PAPÉIS

Bianca Amorim da SILVA¹

Erika Siqueira BARBOSA²

RESUMO

O empreendedorismo materno é um grande desafio para as mulheres contemporâneas que almejam estar inseridas no mercado de trabalho, todavia precisam conciliar a maternidade com o seu lado profissional. A escolha pelo presente tema foi pautado no anseio de demonstrar as dificuldades enfrentadas por muitas mulheres, uma vez que o seu trajeto profissional acaba coincidindo com os ideais de ter e criar filhos. Não obstante, ao engravidar muitas delas ponderam o retorno ou não para o mercado de trabalho, em virtude do fato de ter que abrir mão da educação ativa de um ser que exige atenção e aprendizados complexos. Diante disso, elas enxergam no empreendedorismo uma saída flexível em horários, ramos e atuações, a fim de promover o equilíbrio na administração de suas atividades. Objetiva-se a partir deste trabalho fazer uma análise do perfil das mulheres empreendedoras, identificando as suas principais áreas de atuação. A metodologia utilizada foi à pesquisa classificada como exploratória quantitativa juntamente com o auxílio de questionário estruturado e com respostas fechadas, através da coleta de dados feita via online em grupos de vendas do Facebook na Cidade de Belém do Pará, bem como a utilização da revisão bibliográfica. Justifica-se que o empreendedorismo materno é muito mais do que uma simples atividade econômica, ele passa a representar no atual cenário econômico frente a uma pandemia, uma saída para muitas mulheres, em diferentes situações.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo materno; mulheres; mercado; desafio.

INTRODUÇÃO

Depreende-se que o empreendedorismo materno é um grande desafio enfrentado pelas mulheres, principalmente quando necessitam conciliar a maternidade com o seu trabalho.

¹ Graduada em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Estácio do Pará.

² Orientadora do trabalho. Jornalista, mestra em Ciências da Comunicação pelo Programa de Comunicação, Cultura e Amazônia (UFPA), professora do curso de Comunicação Social da Faculdade Estácio do Pará. E-mail: erikasblm31@gmail.com

Atualmente, com o avanço crescente da tecnologia houve o surgimento do chamado “marketing digital” que forneceu a essas mulheres empreendedoras um apoio no que tange a divulgação do seu trabalho através das redes sociais digitais.

O labor feminino não vem sendo construído de forma simples e igualitária. Infelizmente é notório que ainda existem obstáculos no mercado de trabalho, como por exemplo, mesmos cargos e salários diferentes, a dupla jornada de trabalho onde as mulheres precisam se dividir em mães, donas de casa e esposas.

Diante dessa nova realidade é imprescindível mensurar o quanto as mulheres conseguiram superar algumas dessas diversidades bem como ganhar visão e espaço dentro do mercado de trabalho.

A justificativa pela escolha do tema objetivou fazer uma abordagem aos desafios e dificuldades enfrentadas por muitas mulheres mães, que passaram a ser empreendedoras, abrindo seu próprio negócio em busca de uma realização pessoal, profissional e financeira frente às exigências do mercado de trabalho. Dessa forma, torna-se necessário discutir todos os meios que possibilitem a participação da mulher no mundo dos negócios e para tanto a ferramenta que vai contribuir para a construção dessa realidade é a utilização das redes sociais digitais.

Há décadas as mulheres vêm travando lutas e manifesto para conseguir seu espaço na sociedade seja na liberdade do voto, no direito a escolher o parceiro com quem quer se relacionar e até mesmo no ingresso no mercado de trabalho. Houve por parte desse contexto histórico um cenário de muitas conquistas aos direitos das mulheres, direitos estes que ainda hoje buscam efetivação.

Desde os primórdios, a sociedade prega que a realidade biológica do corpo feminino foi feita pra procriar, portanto, ao se deparar com a realidade da maternidade, surgem alguns questionamentos, quais sejam: Serei mãe. E agora? Como vou administrar a maternidade com a minha carreira profissional? É diante desses apontamentos que muitas mulheres optam por se tornarem empreendedoras. Os trabalhos podem ser desenvolvidos de diversas formas, através de home office, lojas físicas ou por meio de lojas digitais, onde ocorre a exposição de seus produtos e tendo como auxílio complementar a utilização de técnicas de divulgação e vendas através das redes sociais.

Dessa forma, indaga-se, tal decisão garante a essa mãe a possibilidade de se destacar no mercado de trabalho?

A mídia social no caso em tela se torna uma ferramenta muito importante para tal

modalidade de empreendedorismo, pois ela parece permitir que em um único espaço possam ser conciliadas a vida profissional, pessoal, materna e afetiva dessa mulher. Assim, a mulher conquista autonomia de poder ser a chefe da sua própria empresa, ganhando flexibilidade de horário para atender as demandas que julgar necessário, otimizando gastos com alugueis comerciais e organizando sua rotina materna, pessoal e profissional, livrando-se do machismo estrutural, injunções sistêmicas e de hostilidades culturais.

Logo, o trabalho teve por intuito fazer uma análise do perfil das mulheres empreendedoras de Belém do Pará, de modo a identificar quais mulheres mães optaram em exercer como atividade laboral o empreendedorismo. Como objetivos específicos, almeja-se identificar os espaços de atuação dessas mulheres, mostrar os fatores que as levaram a empreender e analisar os meios de gerenciar seu negócio mediante as redes sociais, se pela escolha do empreendedorismo home office ou pelas vendas virtuais.

A metodologia utilizada almejou fazer um estudo baseado na confecção de questionário estruturado com respostas fechadas, através da coleta de dados feita via online em grupos de vendas do Facebook em Belém do Pará, cuja finalidade foi apresentar informações acerca do empreendedorismo feminino, quais seus ramos de trabalho, quais formas de divulgação, utilizando métodos para a coleção de dados que se descrevem como qualitativos e quantitativos.

Dessa forma, Gil (2002) diz que a pesquisa exploratória quantitativa “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outras metodologias, sendo esta uma modalidade de pesquisa utilizada nas ciências sociais e biomédicas, o mesmo autor explicita que essa modalidade pode ser dividida em várias etapas como: formulação do problema, definição da unidade-caso, determinação do número de casos, elaboração do protocolo, coleta de dados, avaliação e análise dos dados e preparação do relatório.”.

Foi utilizada a revisão bibliográfica e revisão de literatura, sendo indispensável para a delimitação do problema dessa pesquisa bem como para obter uma ideia precisa sobre o estado atual dos conhecimentos acerca deste tema, sobre suas lacunas e sobre a contribuição da investigação para o desenvolvimento do conhecimento (Lakatos e Marconi, 2010).

Portanto, ao fazer uma análise do perfil das mulheres empreendedoras na Cidade de Belém do Pará, através de uma pesquisa exploratória de cunho quantitativo, será possível mensurar os perfis bem como a forma de utilização, participação com relação à venda dos seus produtos nas redes sociais e quais métodos foram utilizados para alavancar seu negócio.

Frise-se que o empreendedorismo materno é mais do que uma simples atividade econômica, ele passa a representar no momento uma saída para muitas mulheres em diferentes situações. Conforme dados do IBGE que foram extraídos do site Portal do Empreendedor, entre os anos de 2013 e 2019 aumentaram bastante os números de mulheres empreendedoras, de 1,3 milhão em 2013 para 3 milhões em 2019, em todo Brasil. As mulheres estão cada vez mais inserindo-se no mercado de trabalho, tonando-se cada vez mais empreendedoras.

Diante de todo o exposto, o presente estudo pretende mostrar que o empreendedorismo materno é proveniente da necessidade seja ela pessoal ou profissional bem como demonstrar o quanto as mulheres ganharam visibilidade no mercado, por meio de inovações e adaptações fornecidas por meio das redes sociais. Assim, espera-se contribuir por meio do conhecimento e do material apresentado com o desenvolvimento de futuras pesquisas acadêmicas.

2. O EMPREENDEDORISMO

Quando se remete ao termo empreendedorismo, lembra-se o caso que foi registrado no ano de 1755 por Richard Cantillon, onde surgiu a compreensão do grande risco que o comércio sofria em poder vender seus produtos.

No ano de 1903, esse termo foi definido por Baptiste Say, quando passou a relacionar essa imagem de empreendedor com relação a uma pessoa com possibilidades de ter um grande rendimento a partir das transferências dos seus recursos econômicos para um processo mais baixo de um setor produtivo, menos relevante para outro que se torna mais elevado. (DORNELAS, 2005).

No Brasil o empreendedorismo é conceituado de maneira ampla e intensificado desde o final da década de 1990, aonde com a criação do SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e também da SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software), duas empresas que objetivaram fornecer apoio aos micro e pequenos empresários, cuja finalidade era criar métodos que pudessem minimizar as crises na economia, disseminando o desemprego e, conseqüentemente, outras situações propícias à abertura de novos negócios.

O empreendedorismo possui várias definições, mas, em síntese, pode-se dizer que se trata de um processo de criação de algo novo ou diferente, que pode ser um produto, um serviço ou mesmo uma nova empresa, ou, ainda, a adição de algo novo a algo já existente.

Dessa forma, subentende-se que o empreendedorismo é um termo relacionado à inovação, ao risco, à criatividade, à organização e à riqueza. O seu papel vem assumindo importância crescente no Brasil e no mundo e é considerado como meio de desenvolvimento econômico e social, uma vez que a criação de novas empresas, além de aquecer o mercado, gerando novos produtos ou serviços, gera também emprego e renda.

Segundo Dornelas (2013) é a atividade empreendedora que contribui para o desenvolvimento de um país, uma vez que gera riqueza por meio da inovação, e também é considerada como a base do desenvolvimento econômico dos países desenvolvidos por meio do aumento da produtividade.

A globalização ampliou os mercados e derrubou barreiras econômicas, e o resultado disso foi o aumento da concorrência cada vez mais acirrada. Essa ampliação do mercado e a grande concorrência possibilitaram o acesso dos consumidores a um maior número de opções de produtos e serviços, fazendo com que esses consumidores se tornassem cada vez mais conscientes e exigentes em suas escolhas.

Desde então, as mudanças vêm ocorrendo em uma velocidade acima do comum gerando novas necessidades e tornando as empresas cada vez mais complexas, sem fronteiras e dependentes de uma gestão de qualidade que garanta seu crescimento e seu sucesso no mercado. Quando se fala em empreendedorismo, não pode deixar de mencionar a figura do empreendedor nem da sua relevância no desenvolvimento da economia de um País, uma vez que produz novas ideias por meio de sua imaginação e criatividade.

Assim, podemos definir um empreendedor como aquele que cria e inicia uma novidade, que enxerga oportunidades onde ninguém vê que é determinado e não tem medo de correr riscos. Ou seja, conforme aponta Dolabela (2012) é do empreendedor o papel principal de fazer com que a inovação aconteça por meio da busca de soluções para problemas ainda sem resolução, ou pelo aperfeiçoamento de soluções já existentes.

Entende-se que o empreendedor é um dos profissionais que passa a ter uma visão ampla do negócio, sem medir esforços para desempenhar aquilo que deseja. Sabe-se que ele tem sua diferença perante o empresário, pois o seu empenho é bem maior, ele se dedica totalmente no que lhe é proposto a fazer, ou seja, se refere a uma decisão de fazer escolhas que são referentes à suas experiências pessoais, profissionais e familiares. .

Dornelas (2005) fala sobre a importância do empreendedorismo, diz que:

Os empreendedores eles são diferenciados dentro do contexto em que estão inseridos, gostam do que fazem, possuem diversos atributos nos quais vão além do que um administrador tem, o empreendedor ele passa a ter uma

visão ampla e visionária, sempre independente por construírem seus destinos e metas a serem cumpridas, são capazes de transformar ideias em oportunidades e aproveitam para criar negócios de sucesso. (DORNELAS, 2005, p.21)

Para o autor, todo o processo realizado por um empreendedor tem um início que passa por várias etapas consecutivas, posteriormente identifica através das atitudes um método de criação avaliativa para essa oportunidade, bem como a idealização do plano de negócios cujo intuito é captar os recursos necessários para gerir seus negócios.

Assim, não restam dúvidas que o papel do empreendedor no mundo dos negócios é promover o diferencial, eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando as distâncias, promovendo a globalização e renovando os conceitos econômicos, logo, o empreendedorismo é o combustível para o crescimento econômico, gerando empregos e, conseqüentemente produtividade e melhoras na economia do País.

3. EMPREENDEDORISMO FEMININO

No que tange aos estudos e pesquisas sobre as mulheres que trabalham por conta própria, pode-se dizer que a época em que começou a desencadear esse movimento foi em meados do ano de 2000. Gomes, Santana e Araújo (2009) alertam que como esses estudos são recentes, não há que se falar em um fundamento teórico definido. No decorrer de tais pesquisas e estudos, Gomes, Santana e Araújo (2009) apud Ahl (2006) apontam um demonstrativo na confecção de 81 artigos que tratam acerca do empreendedorismo feminino, cujas publicações foram dos anos de 1982 a 2000.

Historicamente, e nas culturas em geral, sempre coube às mulheres o labor dos afazeres domésticos, enquanto que aos homens competia trabalhar “fora do lar”, quer fosse à caça, no campo, nos negócios (AMORIM; BATISTA, 2011).

Devido ao contexto histórico e conceitual sobre a análise organizacional, foram excluídos segmentos acerca do empreendedorismo relevantes, como a cultura e grupos tidos como minoritários em determinadas localidades, como é o caso elementar da mulher no aspecto organizacional.

O empreendedorismo feminino e a investigação do seu desenvolvimento deveria ser pauta frequente de estudo dos pesquisadores, uma vez que ao tratarmos esse negócio no âmbito comercial, observamos que são desencadeadas transformações significantes para a

sociedade.

Nas palavras de Brancalione, Werlang apud Bracht por muitos séculos as mulheres foram subjugadas a uma condição de submissão por imposições culturais e socioeconômicas da sociedade: restrições na forma de pensar, agir, interagir e de poder, colocando-as em nível de inferioridade em relação aos homens. (BRANCALIONE; WERLANG; BRACHT, 2015).

Em um contexto histórico a mulher deixou de ser submissa na constância da 1ª Revolução Industrial, onde as indústrias na premissa de aumentar as suas produtividades adotaram a contratação da mão de obra feminina e infantil.

Gomes, Guerra e Veira (2011) alertam que o crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho não se deu pelo ideário de independência, antes foi motivado pela precária situação econômica e pela necessidade de complementação da renda familiar.

Somente através da criação da Constituição Federal de 1988 que os direitos da mulher brasileira passaram a ser reconhecidos. O movimento feminista contestou radicalmente a divisão sexual do trabalho evidenciando que a divisão do trabalho em qualquer sociedade não é uma obrigação natural, mas uma construção cultural androcêntrica que havia aprisionado as mulheres ao trabalho doméstico, desempenhando gratuitamente e sem nenhuma chance de visibilidade social. (FIGUEIREDO e MESQUITA, 2015, p. 4).

Tal comoção trouxe para a sociedade a compreensão de que o trabalho doméstico deveria ser reconhecido e remunerado, quebrando os conceitos de que somente o trabalho do homem assalariado era a caracterização da visão do mercado de trabalho.

A escolha das mulheres pelo empreendedorismo existe há muitos anos. Ocorre em tempos passados a opção por um negócio próprio tinha a finalidade de custear os gastos familiares. Dessa forma, exerciam atividades as quais já tinham uma determinada “prática” como artesanatos, confecções por meios de costurasse etc. E com a realidade hoje apresentada, as mulheres empreendem pelo desejo de serem donas de seu próprio negócio.

4 EMPREENDEDORISMO MATERNO

O empreendedorismo materno como já mencionado é um grande desafio no que tange a ideia de conciliar a vida familiar e profissional como um processo de desenvolvimento e independência. A partir do momento em que se planeja a abertura de uma empresa e se projetam os investimentos, espera-se resultados satisfatórios.

Esse conceito quando é direcionado a imagem da mulher como a principal

empreendedora, passa a ser diferente, ele é mais desafiador por que tem uma carga maior de responsabilidade maior entre cuidar dos filhos, da casa e dos afazeres da profissão. (BRANCALIONE, WERLANG e BRACHT, 2015).

Segundo Strobino e Teixeira (2010, p. 43) diz que:

esse conflito entre o trabalho-família passa a ser evidencialmente vivido pelas mulheres casadas, e diante desse conflito em três dimensões, nos quais um deles está direcionado ao tempo, no qual podemos ver o tempo excessivo gasto no trabalho e conseqüentemente poderemos ver o tempo que sobra para essa mulher cuidar dos filhos, ou na sua relação com esposo e tarefas domésticas, no outra dimensão poderemos ver a tensão que podemos considerar que essa mulher tem ao cansaço e ao estresse também sofrendo com a ansiedade, fadiga, depressão e irritabilidade causadas pelo trabalho, a rotina, onde com todos esses fatores ela contribuirá para um baixo rendimento das atividades desempenhadas na empresa e na sua própria casa. E por último, podemos analisar o comportamento referente a autoconfiança, a estabilidade emocional, a agressividade e também a objetividade que podemos analisar no seu desenvolvimento tanto no trabalho quanto na família.

É cediço que tal modalidade passou a ser uma das saídas que muitas mulheres mães encontraram para enfrentar a crise, onde montar o seu próprio negócio possibilita a opção de manter a sua carreira bem como manter o equilíbrio diante da administração dos papéis de família e trabalho.

Ademais, esse mesmo empreendedorismo, no qual estamos falando, passa a apresentar algumas características de trabalho que diante da presença feminina, é possível conduzir com mais equilíbrio, autonomia e horário flexível. (STROBINO E TEIXEIRA, 2010).

Diante do que foi analisado sobre a temática, entende-se que o aumento do ato de empreender por parte de mulheres mães, passou a ser significativo por meio dos conflitos gerados entre trabalho-família, onde as empreendedoras passaram a viver de forma mais direcionada ao seu trabalho, muitas das vezes dando pouca atenção à sua casa, embora possam contar com a liberdade e flexibilidade de horários. Todavia passaram a viver de forma desorganizada quando optaram por misturar os afazeres domésticos com as atividades profissionais, mas é importante ressaltar que muitas dessas empreendedoras vivem satisfeitas com seu trabalho, ainda que a recompensa financeira não seja esperada ou compatível com o trabalho desempenhado antes de empreender. (STROBINO E TEIXEIRA, 2010).

Não restam dúvidas que o verdadeiro desafio seja o enfrentamento da conciliação entre o equilíbrio da carreira profissional e da pessoal, procurando sempre ocupar os dois

lugares e realizar um excelente trabalho entre ambos. Ressalta-se que além da mulher ter essa vontade de empreender, é necessário que ela saiba além de tudo gerenciar sua família e o seu negócio ao mesmo tempo.

No entanto, sabemos que muitas pessoas têm certas dificuldades em desenvolver esse espírito empreendedor, porquanto que outras já o desenvolvem com mais facilidade e acabam desempenhando um bom trabalho.

Dessa forma, o planejamento até a propositura e abertura de um negócio demanda preparo e determinação. Ademais, o investimento de tempo para estudar as tendências de mercado, a utilização das redes sociais para desenvolver os conteúdos adequados e gerar o engajamento necessário para expandir o negócio, e principalmente desenvolver habilidades específicas, e se não fosse suficiente, a mulher mãe empreendedora tem que gerir a administração da sua rotina familiar e materna.

Frise-se que além do desafio da maternidade e a opção pela modalidade de empreender, surge outro desafio, a era do comércio digital, um novo conceito de mercado que possibilita a propagação de informações a nível mundial, isto é, a globalização por meio da internet possibilita as pessoas que se utilizem das mídias sociais digitais para criar conteúdos e expandir seu negócio para diversos públicos, possibilitando a criação de uma empresa doméstica, otimizando custos com alugueis de pontos físicos e até mesmo a contratação de funcionários, permitindo transações dentro de sua própria casa e gerando bons rendimentos.

A tecnologia se tornou um processo de integração entre os valores familiares e o mundo dos negócios, onde a mãe empreendedora poderá desmistificar os rubores de segregação no mercado de trabalho, se aproveitando das ferramentas de uso comercial fornecidos pelas mídias digitais para divulgar seu comércio a nível mundial, aumentando a escala de suas vendas, bem como se mantendo atualizada dos nichos que a sua área de atuação proporciona e manter a interação direta com seus clientes, a fim de identificar quais suas necessidades e qual a melhor forma de atendê-las.

5. APLICAÇÃO, PESQUISA E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O método utilizado no desenvolvimento da pesquisa foi à descritiva com a análise quantitativa através da criação de um formulário, cujo teor versa sobre os objetivos específicos que estão intrinsecamente correlacionados a solução do problema da pesquisa.

A pesquisa foi realizada com 53 mulheres entre os dias 30 de Novembro de 2020 a 02

de Dezembro de 2020, onde 28 mulheres pertencem ao grupo de mães Empreendedoras no Facebook, como não foi alcançado o número suficiente de mulheres para satisfazer os dados coletados no questionário, foi preciso recorrer a grupos de mulheres empreendedoras do Whatsapp, totalizando o número de 25 mulheres mães e empreendedoras. O questionário continha 13 perguntas de múltipla escolha, tendo como escolha apenas 1 alternativa.

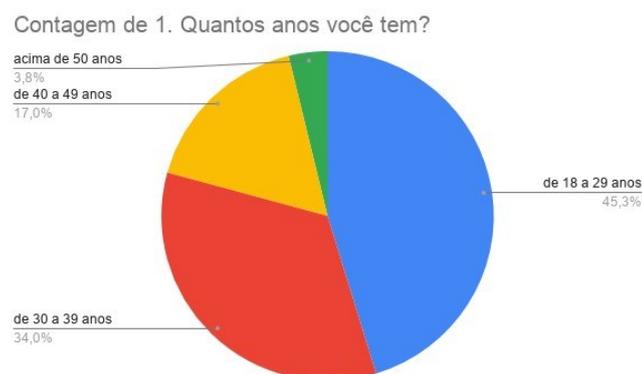
5.1 Perfis das Mulheres Empreendedoras Entrevistadas

Este tópico apresenta por meio de gráficos todos os dados coletados pelas mães empreendedoras, quais sejam: sua faixa etária, seu nível de escolaridade, quantos filhos tem, sua base salarial antes de iniciar o seu próprio negócio, como é gerenciado o seu empreendimento, qual sua área de atuação no mercado.

5.1.1 Faixa Etária

No questionário de pesquisas acerca a faixa etária foram distribuídas em quatro opções, deixando disponível todas as idades de forma visível. Conforme os dados, 45% das mães empreendedoras tem entre 18 e 29 anos, seguido de 34% com idade entre 30 e 39 anos, 17% com idade de 40 a 49 anos, e apenas 3,8% com idade acima de 50 anos.

Gráfico 1: Perfil – Faixa Etária das entrevistadas

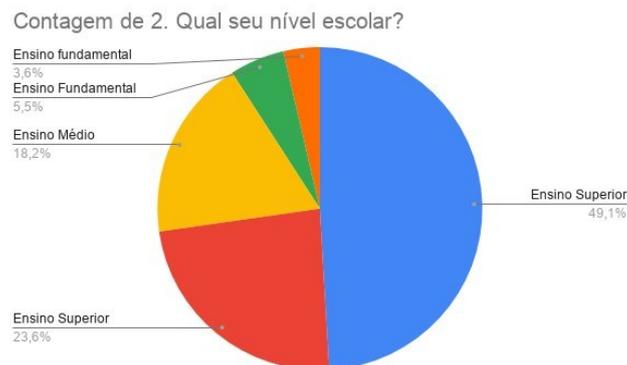


Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.2 – Nível de Escolaridade

Conforme os dados coletados foi possível observar que 49,1% das mães empreendedoras possuem o Ensino Superior Completo, 23,3% possuem Ensino Superior Incompleto, 18,2 % das mães possuem Ensino Médio Completo, 5,5% possuem Ensino Fundamental Completo, e apenas 3,6% possuem o Ensino Fundamental Incompleto.

Gráfico 2: Perfil – Nível de Escolaridade

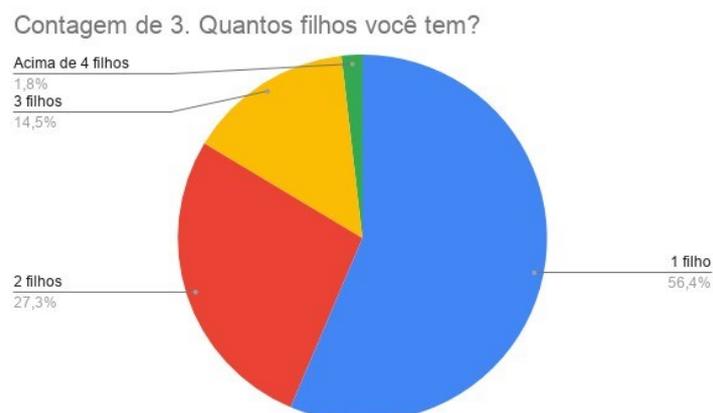


Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.3 – Quantidade de Filhos.

Conforme os dados coletados 56,4% das mães empreendedoras possuem apenas 1 filho, 27,3% possuem 2 filhos, 14,5 possuem 3 filhos e apenas 1,8% das mães possuem acima de 4 filhos.

Gráfico 3: Perfil – Quantidade de Filhos



Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.4 – Área de Atuação

O presente tópico apresentou respostas diversas, por essa razão foram apresentadas sete opções de áreas de atuação nos negócios, entretanto foi perceptível em maior número Consultoria de Beleza (29,1%); outras profissões variadas com a mesma porcentagem (29,1%); Vestuário e Moda (25,5%); Alimentos e Bebidas (7,3%); Artesanato (5,5%); e na atuação de Marketing e Eventos (1,8%).

Gráfico 4: Perfil – Área de atuação do Negócio



Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.5 – Faixa Salarial antes de Empreender

Nesse tópico, cumpre analisar a importância no que tange o impacto salarial das mães antes de dar início no seu empreendimento, onde os dados coletados apresentam que 60% das mães recebiam um salário mínimo, 25% até dois salários mínimos, 6,1% acima três salários mínimos e apenas 5,5% até três salários mínimos.

Gráfico 5: Perfil – Faixa Salarial Antes de Começar seu Empreendimento



Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.6 – As motivações para a criação do seu próprio empreendimento

Nesse tópico, é importante analisar quais as motivações que fizeram com que essas mães adotassem a ideia de constituir sem próprio negócio. Conforme os dados coletados, 47% das mães escolheram a possibilidade de estar mais perto do seu filho e assim acompanhar seu crescimento, 32,7% optaram pela busca por satisfação profissional diante da possibilidade de ser dona de um negócio próprio, 14,5% optou por investir em decorrência de uma oportunidade, e 5,5% após ser demitida do trabalho não conseguiu ser realocada no mercado de trabalho.

Gráfico 6: Perfil – O que levou a abrir o próprio negócio

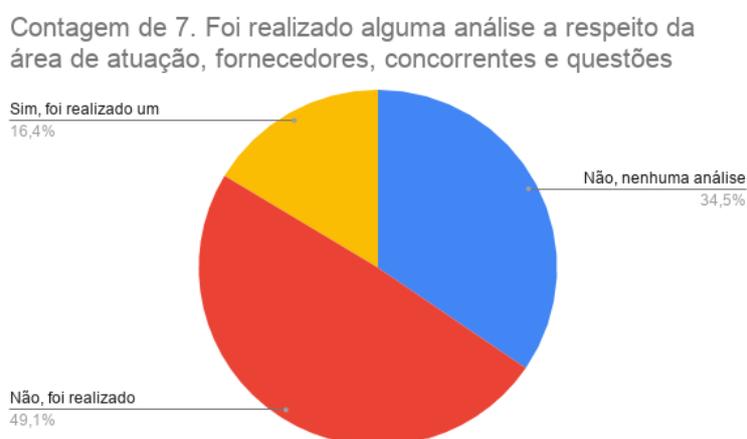


Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.7 – Análise acerca da área de atuação escolhida

Essa análise identificou que 49,1% das mães iniciou seu próprio negócio realizou apenas um levantamento superficial das despesas necessárias para começar, 34,5% não realizou nenhuma análise e 16,4% realizou análise para iniciar seu próprio negócio.

Gráfico 7 Perfil – Análise acerca da área de atuação escolhida



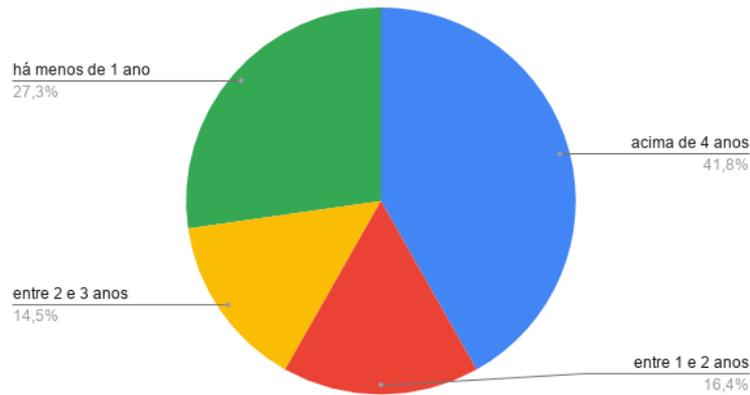
Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.8 – Há quanto tempo possuem o próprio negócio

De acordo com os dados coletados foi possível observar as mães possuem empreendedoras em sua maioria possuem seu próprio negócio acima de 4 anos (48,8%); a menos de um ano (27,3%) entre 1 e 2 anos (16,4%); entre 2 e 3 anos (14,5%).

Gráfico 8 Perfil – Há quanto tempo possui seu empreendimento

Contagem de 8. Quanto tempo possui seu empreendimento?



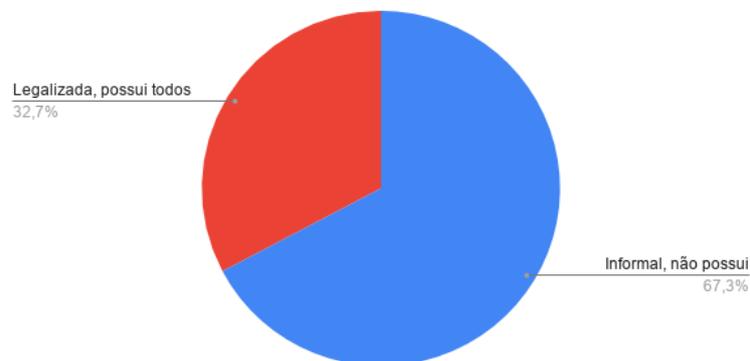
Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.9 – Situação do Empreendimento

O presente tópico apresentou que 67,3% o negócio é informal e 32,7% o negócio possui todas as formalidades e documentações.

Gráfico 9 Perfil – Situação do empreendimento

Contagem de 9. Seu empreendimento encontra-se em que situação atualmente?



Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.10 – Gerenciamento do negócio

De acordo com os dados coletados, 63% das mães possuem loja virtual, 25,9% das mães tem loja física e faz divulgação nas redes sociais e 11,1% apenas tem loja física.

Gráfico 10 Perfil – Gerenciamento do negócio



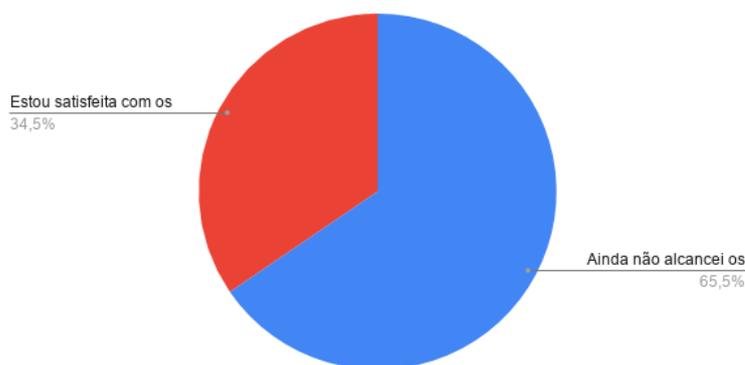
Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.11 – Como as mães empreendedoras avaliam seu negócio financeiramente.

De acordo com os dados coletados as mães em nível de satisfação avaliam seu negócio, 65,5% ainda não alcançou seus objetivos e 34,5% estão satisfeitas com a sua rentabilidade.

Gráfico 11 Perfil – Avaliação do negócio

Contagem de 11. Como você avalia seu negócio financeiramente?



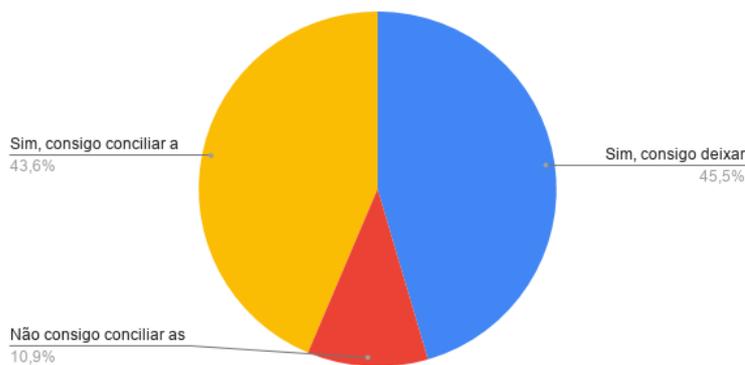
Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.12 – Conciliação Filhos x Empreender

Os dados coletados apresentaram que 45,5% das mães conseguem empreender deixando seus filhos com terceiros, 43,6% conseguem conciliar a rotina com o empreendedorismo e 10,9% não conseguem conciliar a rotina materna com seu negócio.

Gráfico 12 Perfil – Avaliação do negócio

Contagem de 12. A conciliação entre a criação dos filhos com a jornada de trabalho está sendo efetiva?



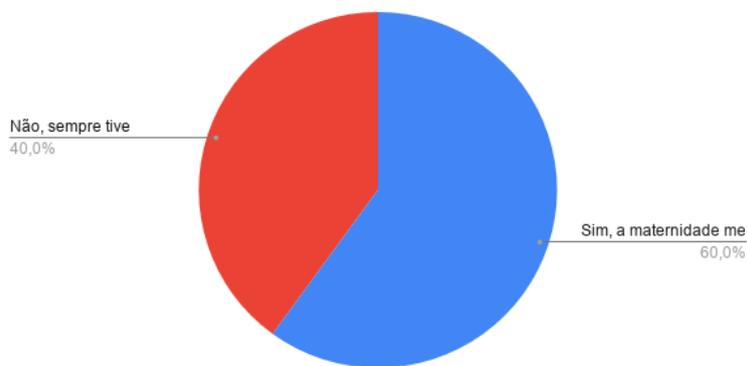
Fonte: dados da pesquisa (2020)

5.1.13 – A Maternidade como motivação decisiva para a abertura do negócio.

Esse tópico é de extrema importância haja vista que é o ponto chave da análise onde 60% das mães passaram a ter um novo olhar sobre a carreira profissional e 40% das mães pela simples vontade de ter seu próprio negócio.

Gráfico 13 Perfil – Empreendedorismo Marterno

Contagem de 13. A maternidade foi um momento decisivo para a abertura do negócio próprio?



Fonte: dados da pesquisa (2020)

Diante das informações coletadas foi possível analisar que a jornada de trabalho da mãe que é empreendedora em sua maioria pode ser conciliada sem a ajuda de terceiros e que a maternidade definitivamente gera um impacto considerável na vida pessoal e profissional dessa mulher, dessa forma, tal premissa é um fator determinante na escolha dessa mãe para abrir seu próprio empreendimento, possibilitando a busca pela sua satisfação não só financeira como profissional.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo o exposto com base no estudo feito, conclui-se que a realidade e as dificuldades que são vivenciadas por muitas mulheres mães que almejam se inserir no mercado de trabalho é um processo desafiador, e ao optarem por abrir seu próprio negócio

passam a ter estabilidade financeira bem como a serem vistas com outros olhares dentro da realidade empresarial.

Com essa pesquisa foi possível analisar que a mulher ainda sofre rejeição, devido a visão patriarcal de que a mulher foi feita para procriar e administrar as atividades domésticas do lar.

Outro fator que dificulta tal inserção no setor empresarial é a visão da mulher como ser um ser frágil e por essa razão ser condicionada a uma condição de inferioridade diante da sua relação aos homens, impossibilitando-as de desempenharem e ocuparem espaços significativos na sociedade.

O estudo demonstrou claramente os principais obstáculos enfrentados por mulheres mães, onde o empreendedorismo tem se mostrado como um equalizador das oportunidades, que veio proporcionar as mulheres empreendedoras um espaço onde às ideias, tanto de homens quanto de mulheres, sejam transformadas em ações e aplicadas sempre de maneira criativa.

Para tanto, a contextualização deste trabalho deixou evidente a importância que as mulheres que empreendem seus próprios negócios passam a ter diante do aproveitamento das oportunidades, mesmo com a missão de dividir as tarefas de casa com as do trabalho, assim gerando autonomia e independência financeira e social.

As mulheres ainda encontram barreiras para se inserirem no mercado e para empreender, de acordo com Vieira, Pinheiro e Gomes (2016), o desafio das mulheres empreendedoras, que na sua grande maioria empreende por necessidade, é um tanto maior observando-se que elas continuam a serem as encarregadas das tarefas domésticas e familiares, deixando clara a figura da dupla jornada de trabalho, a atividade empreendedora é complexa e exige maior disponibilidade e concilia-la com a realidade das mulheres é um desafio encontrado por muitas, levando em consideração outros tipos de trabalho; Contudo, é a capacidade de ser flexível que torna uma pessoa um bom empreendedor.

O empreendedorismo materno passou a ser um forte gerador de impacto social principalmente quando tratado como um fator de necessidade, sendo que, na maioria das vezes, as pessoas que empreendem por necessidade o fazem visando a sua sobrevivência ou a geração de uma renda complementar e não a partir de um estudo de mercado e dos riscos. O impacto social vem devido a autonomia gerada através do ato de empreender, mesmo que por necessidade, pois se colocam como agentes responsáveis pela própria geração de renda e encontrando uma solução ao desemprego crescente.

Com este estudo, entende-se que as mulheres mães empreendedoras têm estabelecido suas ideais buscando um ponto de equilíbrio entre as necessidades profissionais e as familiares, percebendo este equilíbrio à medida que descobrem que trabalho e família se ajudam e se beneficiam mutualmente, entretanto, satisfação no trabalho, filhos e autonomia consistem como fontes de altos e semelhantes índices de satisfação das empreendedoras brasileiras, ficando assim indicado que tanto os espaços de trabalho, quanto o familiar e pessoal contribui equilibradamente para o bem-estar psicológico dessas mulheres.

Portanto, espera-se que o estudo dessa pesquisa possa contribuir como pauta de debates e diálogos acerca do papel da mulher diante do cenário empreendedor, se fazendo necessário entender a participação desta para o desenvolvimento de diversos setores dentro dessa realidade empresarial, ou até mesmo desenvolver seu próprio empreendimento e gerando sua autonomia.

REFERÊNCIA

AMORIM, R. O. BATISTA, L. E. Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendimento. Disponível em:

<<http://www.uniesp.edu.br/finan/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>>. Acesso em 4 dez. 2020.

BRANCALIONE, D.; WERLANG, N. B.; BRACHT, D. E. **Empreendedorismo Feminino: Uma Análise das Competências Intraempreendedoras de Gestoras de Cooperativas Catarinenses.** In: encontro de estudos em estratégia da anpad, 7., 2015, Brasília. Anais... Brasília, 2015.

DOLABELA, F. *O Segredo de Luísa.* Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevi. 2007.

_____. J.C.A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FIGUEIREDO, M. D.; MESQUITA, R.F. Empreender é coisa de mulher? A reprodução da

norma masculina do empreendedorismo. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO, 34., 2015, Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte, 2015. p. 1-14.

GOMES, A. F. O perfil empreendedor de mulheres que conduzem seu próprio negócio: um estudo na cidade de Vitória da Conquista – BA. 2003. 158 f. Dissertação (Mestrado) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2003.

GOMES, A. F. ; SANTANA, W.G.P. ; ARAÚJO, U. P. Empreendedorismo Feminino: o estado-da-arte. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO, 33, 2009, São Paulo. Anais... São Paulo, 2009. p. 1-16.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisas. São Paulo: Atlas, 2002.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos da Metodologia Científica. 8ª. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

REIS, L. B. B. **EMREENDEDORISMO MATERNO: mulheres que abriram o próprio negócio após o nascimento dos filhos.**

STROBINO, M.R.C; TEIXEIRA, R.M. Empreendedorismo Feminino e o Conflito Trabalho-Família: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba. Rev. Adm. São Paulo. 2010.

APÊNDICE A – MODELO DO QUESTIONÁRIO

1. Quantos anos você tem? de 18 a 29 anos
 de 30 a 39 anos de 40 a 49 anos
 acima de 50 anos

2. Qual seu nível escolar?
 Ensino fundamental incompleto Ensino Fundamental Completo Ensino Médio Completo
 Ensino Superior Incompleto Ensino Superior Completo

3. Quantos filhos você tem? 1 filho
 2 filhos 3 filhos
 acima de 4 filhos

4. Qual a área de atuação do seu negócio? Alimentos e Bebidas
 Artesanato
 Consultora de beleza Decoração
 Marketing e Eventos Vestuário e Moda

5. Antes de abrir o próprio negócio quanto era sua renda? Até um salário mínimo
 Até dois salários mínimos Até três salários mínimos
 Acima de três salários mínimos

6. O que lhe levou a abrir o próprio negócio?
 A possibilidade de estar mais perto de meu filho e assim acompanhar seu crescimento.
 Optei por investir em uma boa oportunidade que encontrei.
 Após ser demitida não consegui recolocação no mercado de trabalho.
 Busca por satisfação profissional diante da possibilidade de ser dona de um negócio próprio.

7. Foi realizada alguma análise a respeito da área de atuação, fornecedores, concorrentes e questões financeiras?
- Sim, foi realizado um plano de negócio para avaliar as questões a respeito do meu negócio.
- Não, foi realizado apenas um levantamento superficial das despesas necessárias para começar.
- Não, nenhuma análise foi realizada.
8. Quanto tempo possui seu empreendimento? há menos de 1 ano
- entre 1 e 2 anos entre 2 e 3 anos acima de 4 anos
9. Seu empreendimento encontra-se em que situação atualmente? Legalizada, possui todos os registros (Ex: MEI)
- Informal, não possui registros.
10. Como você gerencia seu negócio? Anotações manuais
- Ferramentas digitais
- Não utiliza nenhuma ferramenta e não faz registros referente ao negócio.
11. Como você avalia seu negócio financeiramente? Estou satisfeita com os resultados alcançados.
- Ainda não alcancei os meus objetivos mas vou continuar com meu negócio. Estou insatisfeita e penso em fechar o negócio.
12. A conciliação entre a criação dos filhos com a jornada de trabalho está sendo efetiva?
- Sim, consigo deixar meus filhos sob responsabilidade de terceiros. Sim, consigo conciliar a dupla jornada sem ajuda de terceiros.
- Não consigo conciliar as jornadas, e isso dificulta o horário de trabalho.
13. A maternidade foi um momento decisivo para a abertura do negócio próprio?
- Sim, a maternidade me proporcionou um novo olhar a respeito da carreira profissional.
- Não, sempre tive vontade de ter um negócio próprio.