

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

LISANDRA BRENDA BEZERRA REIS

EMPREENDEDORISMO MATERNO: mulheres que abriram o próprio negócio após o nascimento dos filhos.

São Luís
2018

LISANDRA BRENDA BEZERRA REIS

EMPREENDEDORISMO MATERNO: mulheres que abrem o próprio negócio após o nascimento dos filhos.

Monografia apresentada ao Curso de Administração de Empresas da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Profº. Drº. Hélio T. Matos

São Luís
2018

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

Reis, Lisandra Brenda Bezerra.

Empreendedorismo Materno : mulheres que abriram o próprio negócio após o nascimento dos filhos / Lisandra Brenda Bezerra Reis. - 2018.

46 f.

Orientador(a): Hélio de Matos Trindade.

Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2018.

1. Empreendedorismo. 2. Maternidade. 3. Necessidade.
I. Trindade, Hélio de Matos. II. Título.

LISANDRA BRENDA BEZERRA REIS

EMPREENDEDORISMO MATERNO: mulheres que abriram o próprio negócio após o nascimento dos filhos.

Monografia apresentada ao Curso Superior de Administração de Empresas da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovador em: 11/01/2018.

BANCA EXAMINADORA

Profº. Drº. Hélio Trindade de Matos (orientador)
Universidade Federal do Maranhão

Profº. Drº. Walber Lins Pontes
2º Examinador

Profº. Me. João Mauricio Carvalho Beserra
3º Examinador

Dedico à todas as mães (em especial a minha mãe) que não desistiram de lutar por seus sonhos apesar das dificuldades da vida; e à minha filha Luiza, minha maior fonte de motivação.

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa tem como principal fonte de inspiração, minha mãe, que sempre lutou para poder oferecer o melhor possível para seus filhos, e tudo que conquistei e conquistarei será devido à sua luta; Agradeço por ser uma excelente avó, e me auxiliar de todas as formas possíveis para realizar essa pesquisa. Agradeço ao meu pai, por todos os incentivos e apoio.

Agradeço ao Willian, meu maior incentivador, companheiro para todos os momentos e fonte de motivação.

Quero deixar meu carinho e agradecimento especial à minha amiga Tássia Rabelo, pelos conselhos, pela amizade e por dedicar seu tempo para ouvir minhas aflições sem julgamentos.

Dedico um espaço a Sandra Marbouré, que apesar de pouco convívio, sempre me incentivou, aconselhou e demonstrou interesse pela minha pesquisa.

Por fim, agradeço ao meu orientador, Professor Drº. Hélio Trindade de Matos, que acreditou no potencial do meu assunto escolhido e me auxiliou no andamento e desenvolvimento da pesquisa.

“Ser mãe empreendedora é abraçar nossos sonhos
e caminhar junto com nossos filhos”
Katya Medeiros (2015)

RESUMO

Esta pesquisa se insere no contexto da evolução da mulher no mercado de trabalho e na forma como a maternidade está impactando em suas decisões sobre carreira. De fato, o mercado de trabalho não está preparado para acolher essas mulheres no período tão delicado da chegada dos filhos. Por esse motivo e outros apresentados neste estudo, as mães estão optando por abrir seu próprio negócio em busca de satisfação profissional e pela liberdade que o empreendedorismo oferece na difícil tarefa de conciliar filhos e trabalho. Esta pesquisa se propõe a analisar o perfil das mães empreendedoras, assim como a gestão de seus negócios ao responder ao seguinte problema: o Empreendedorismo Materno é um fenômeno proveniente da visão de oportunidade ou da necessidade? Tem como objetivos específicos identificar as principais áreas de atuação das empreendedoras, as motivações que levaram a tomar a decisão de empreender, observar como esses negócios são gestados e por fim, constatar o potencial de sucesso dos negócios. A metodologia utilizada foi a pesquisa de campo classificada como exploratória quantitativa, com auxílio de questionário estruturado com respostas fechadas, a coleta de dados foi feita por via *online* com cinquenta mães empreendedoras. Dentre os resultados relevantes, constatou-se que as principais áreas de atuação são as de artesanato e decoração; a principal motivação é a possibilidade de ficar perto dos filhos e não ter que terceirizar a sua criação; a maioria dos negócios foram criados sem nenhum estudo e planejamento essenciais para uma boa gestão e não possuem registros de legalização; as mães ainda afirmaram possuir renda de até um salário mínimo antes de empreender, podendo ser interpretado como insatisfatório e o motivo para buscar outra fonte de renda. Constatou-se que o empreendedorismo materno é proveniente da necessidade. Porém foi perceptível o alto índice de estudos das mulheres, indicando que elas buscam adquirir conhecimento e desenvolver competências, que certamente irão impactar na gestão de novos negócios. O estudo aponta também a necessidade de melhorias trabalhistas para as mulheres no período da maternidade, para que elas não se sintam obrigadas a escolher entre a carreira e a criação dos filhos. O empreendedorismo Materno tem comprovado que as mães são capazes de administrar as duas jornadas, e tem muito a oferecer como profissionais.

Palavras-chave: Maternidade. Empreendedorismo. Necessidade.

ABSTRACT

This research does not have a report on the evolution of women in the labor market and on how motherhood is imprinting on their career decisions. In fact, the labor market is not prepared to accommodate these women in the time-consuming period of their children's time. For this reason and others, in the ambit of the enterprise in search of professional satisfaction and freedom, entrepreneurship offers in the difficult task of reconciling children and work. This is an application that allows the application of an enterprise management report, such as managing your business by answering the following problem: is Maternal Entrepreneurship a phenomenon from the vision of opportunity or need? Its specific objectives are identified as the main areas of activity of entrepreneurs, such as motivations that led to making a print decision, to see the potential for business success. A methodology used for field research classified as quantitative exploratory, with the aid of a questionnaire structured with closed answers, a data collection made online with fifty entrepreneurial mothers. Among the relevant results, it was verified that as main areas of action are as crafts and decoration; a major motivation is a possibility to stay close to the children and not have to outsource their creation; most studies are created without any study and planning essential for good management and no legalization records; as mothers still claim to have income of up to a minimum wage before undertaking, and can be interpreted as unsatisfactory and the reason to seek another source of income. It was found that maternal entrepreneurship is proven by necessity. However, the high rate of women's studies was perceptible, indicating that they seek to acquire knowledge and develop skills, which will certainly impact the management of new business. The study also points to a need for working improvements for women in the maternity ward so that they are not forced to choose between a career and child rearing. Maternal entrepreneurship has proven that as mothers they are able to administer as two journeys, and have much to offer as professionals.

Keywords: Maternity. Entrepreneurship. Need.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

LER: Lesões por Esforço Repetitivo

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development

PNAD: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Perfil - Idade das entrevistadas.....	28
Gráfico 2: Perfil – Escolaridade.....	29
Gráfico 3: Perfil – Região.....	29
Gráfico 4: Perfil – Quantidade de filhos.....	30
Gráfico 5: Perfil – Faixa salarial antes de empreender.....	30
Gráfico 6: O Negócio – Área de Atuação.....	31
Gráfico 7: O Negócio – Conhecimento Inicial.....	32
Gráfico 8: O Negócio – Idade.....	33
Gráfico 9: O Negócio – Situação Cadastral.....	33
Gráfico 10: O Negócio – Ferramentas Utilizadas.....	34
Gráfico 11: O Negócio – Quantidade de Funcionários.....	34
Gráfico 12: O Negócio – Satisfação com o Negócio.....	35
Gráfico 13: O Negócio – Possibilidade de trabalhar em casa.....	35
Gráfico 14: Percepções – Principal Motivação.....	36
Gráfico 15: Percepções – Conciliação Filhos x Empreender	37
Gráfico 16: Percepções – Impacto da Maternidade.....	37

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
2	EMPREENDEDORISMO.....	16
2.1	Origem e conceito do empreendedorismo.....	16
2.2	O que é ser empreendedor?.....	17
2.3	Empreendedorismo no brasil.....	18
2.4	Aspectos socioeconômicos do empreendedorismo no brasil.....	19
2.5	A evolução da mulher no mercado de trabalho.....	20
2.6	Empreendedorismo feminino.....	22
2.7	Empreendedorismo materno.....	24
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	27
4	RESULTADO DA PESQUISA.....	28
4.1	Perfil das entrevistadas.....	28
4.1.1	Idade.....	28
4.1.2	Escolaridade.....	28
4.1.3	Região.....	29
4.1.4	Quantidade de filhos.....	29
4.1.5	Faixa salarial antes de empreender.....	30
4.2	Aspectos do negócio.....	31
4.2.1	Área de atuação	31
4.2.2	Conhecimento inicial do negócio.....	32
4.2.3	Idade do negócio.....	32
4.2.4	Situação cadastral.....	33
4.2.5	Ferramentas utilizadas.....	33
4.2.6	Quantidade de funcionários.....	34
4.2.7	Satisfação com o negócio.....	34
4.2.8	Possibilidade de trabalhar em casa.....	35
4.3	Percepções das empreendedoras.....	36
4.3.1	Principal motivação.....	36
4.3.2	Conciliação filhos x empreender.....	37
4.3.3	Impacto da maternidade.....	37

5	CONCLUSÃO.....	39
	REFERÊNCIAS.....	41
	APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	45

1 INTRODUÇÃO

É inegável que maternidade é uma experiência única na vida de uma mulher, e ter que abdicar de acompanhar o crescimento dos filhos para se manter no mercado de trabalho é uma decisão muito difícil a ser tomada pelas mães. Com uma jornada de trabalho quase sempre inflexível e as políticas das empresas intolerantes quando se trata de mulheres com filhos pequenos, as mães se vêem obrigadas a terceirizar a criação dos seus filhos para seguir com a sua carreira (TRAVASSOS e KONICHI, 2013). Mas essa não tem sido a única opção de se manter no mercado atualmente, algumas mães estão optando por deixar seus empregos, e toda a segurança financeira que ele traz, para empreender.

Denomina-se Empreendedorismo Materno toda atividade empreendedora exercida por mulheres que tenha sido provocada ou deflagrada pela maternidade (FIGUEIRA, 2016). Este conceito está muito além da concepção de somente abrir o próprio negócio, para as mulheres o empreendedorismo significa empoderamento, ganhar espaço e trazer visibilidade sobre questões de gênero, bem como impactar a comunidade positivamente e revelar novas perspectivas (TAMEIRÃO, 2017). Através do empreendedorismo, mães têm conseguido descobrir e potencializar suas aptidões, conhecimentos e habilidades para gerenciar o próprio negócio, realizando-se tanto no âmbito profissional quanto no pessoal.

É importante levar em consideração que as mulheres empreendedoras precisam conciliar várias tarefas diferentes a sua rotina. Cuidar da família, cuidar de si própria e gerenciar um negócio certamente gera dificuldade para administrar tudo ao mesmo tempo. Apesar disso, para elas é gratificante superar esses desafios diários e conquistar uma independência financeira (FIGUEIRA, 2016).

O empreendedorismo pode ser classificado de acordo com a sua motivação inicial, sendo importante identificar essa motivação, pois demonstra o grau de maturidade e desenvolvimento do negócio. O empreendedorismo pode ser classificado em: por necessidade, quando se inicia o negócio com intenção de gerar renda para a família devido à falta de opções de trabalho no mercado; e por oportunidade, quando se inicia um negócio mesmo quando existe opções de emprego, sua intenção consiste em aumentar sua renda ou buscar independência no trabalho.

Enquanto o empreendedorismo por necessidade é diretamente influenciado pelo contexto econômico do país, pois é propenso a diminuir quando há maior oferta

de emprego, o empreendedorismo por oportunidade tem alta probabilidade de sucesso e pode impactar sobre o crescimento econômico de um país (TRAVASSOS e KONICHI, 2013).

Sendo assim, esta pesquisa visa responder ao seguinte questionamento: o Empreendedorismo Materno é um fenômeno proveniente da visão de oportunidade ou da necessidade?

O objetivo geral consiste em Analisar se o empreendedorismo materno é proveniente da visão de oportunidade ou de necessidade. Tem como objetivos específicos:

1. Identificar as motivações que influenciaram as mães que decidiram empreender.
2. Descobrir as principais áreas de atuação do empreendedorismo materno.
3. Observar como as mães gerenciam o seu negócio.
4. Constatar se o empreendedorismo materno é proveniente da oportunidade ou da necessidade.

A metodologia utilizada foi a pesquisa *de campo*, com auxílio de um questionário com perguntas fechadas, sendo aplicado online em grupos específicos compostos de mães, assim a pesquisa alcançou a amostra de cinquenta mulheres que abriram o próprio negócio após a maternidade. A abordagem se caracteriza como exploratória devido ao pouco estudo sobre o assunto abordado e a falta de hipóteses iniciais e quantitativa por utilizar dados mensuráveis (LAKATOS e MARCONI, 2003).

Esta pesquisa está estruturada em cinco capítulos, sendo o capítulo 1 a introdução, que visa inserir o leitor no contexto da pesquisa e apresentar o problema e os objetivos pretendidos. O capítulo 2 que apresenta os conceitos referente ao empreendedorismo, características de um empreendedor, aspectos econômicos do empreendedorismo no Brasil, a evolução da mulher no mercado de trabalho, assim como o empreendedorismo feminino e finalmente o tema principal da pesquisa, o empreendedorismo materno. Na sequência a metodologia é apresentada de forma detalhada no capítulo 3. No quarto capítulo são apresentados os resultados da pesquisa, seguido das considerações finais no quinto capítulo.

2 EMPREENDEDORISMO

2.1 Origem e conceito do empreendedorismo

O termo empreendedorismo se origina do francês *entrepreneur* que significa empreendedor, sendo definido pelo economista franco-irlandês Richard Cantillon como “pessoa que assume riscos”. O termo foi usado pela primeira vez por volta do ano de 1725, na época dos descobrimentos de novas terras (DORNELAS, 2005).

Segundo Dornelas (2008), o primeiro uso do termo empreendedorismo surgiu com o mercador Marco Pólo, quando este estabeleceu uma rota comercial para o Oriente com a intenção de vender as mercadorias de um capitalista. O autor informa ainda que, Marco Pólo ficou conhecido como “o aventureiro empreendedor”, pois corria riscos físicos e emocionais nos percursos para as vendas.

No século XVII, de acordo com Dornelas (2005), o empreendedorismo foi associado cada vez mais ao risco. O que tornou necessário fazer a diferenciação entre os termos empreendedor e capitalista, onde o empreendedor é aquele que assumia riscos; e capitalista, aquele que fornecia o capital. Dornelas (2008) afirma ainda que, durante os séculos XIX e XX, houve confusões quanto à diferenciação entre as funções dos empreendedores e administradores. Os administradores foram definidos como aqueles que organizavam, planejavam, dirigiam, e controlavam as empresas, mas sempre com a concepção da autoridade do capitalista.

Assim, o conceito de empreendedorismo é considerado abrangente, mas pode-se citar algumas definições de autores e estudiosos sobre o tema. Segundo Robert D. Hisrich,

“Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes, e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal”. (HISRICH, 2004, pg.42)

Schumpeter (1988) define o empreendedorismo como um processo de “destruição criativa”, em que produtos ou métodos antigos de produção são substituídos por novos modelos. Para Dolabela (2010) corresponde a um o processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza. Segundo Barreto (1998) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. Por fim, Dornelas (2008) aponta que o empreendedor é aquele que

identifica uma oportunidade e cria um negócio com objetivo de obter retorno financeiro, assumindo riscos e responsabilidades.

Diante dos conceitos expostos este estudo considera que o empreendedorismo pode ser entendido como a arte de criar negócios rentáveis a partir de oportunidades percebidas ou necessidades, usando sempre a criatividade e a proatividade para superar os obstáculos, ou seja, é a capacidade de realizar projetos pessoais ou organizacionais, mesmo ciente dos riscos e desafios.

2.2 O que é ser empreendedor?

É possível identificar em todas as definições de empreendedorismo os aspectos referentes ao perfil empreendedor, que consiste em ter o desejo de concretizar ideias novas e sonhos pessoais. Para Dornelas (2008), empreendedores de sucesso são: idealistas; bons tomadores de decisões; são pessoas que se destacam com facilidade; sabem identificar e explorar as oportunidades; são criativos e inovadores; são determinados, dedicados e dinâmicos; são otimistas e apaixonados; são independentes e criadores do próprio futuro; são líderes e formadores de equipes; possui uma rede de contatos profissionais; são organizados; planejam; são inteligentes e instruído; assumem riscos calculados e aceitam a possibilidade de fracassar; além de criar valor para a sociedade.

Na visão de Drucker (2002), ser empreendedor não remete somente em iniciar um negócio, mas criar algo diferente e novo, como fornecer produtos ou serviços de forma inédita ou renovada, mas sempre de forma única. Nesse sentido é necessário que se possa compreender o que é o espírito empreendedor, ou seja:

“[...] a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma idéias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal-estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado”. (CHIAVENATO,2004, p.7)

Chiavenato (2004), afirma ainda que é possível perceber o espírito empreendedor em todas as pessoas, independente de possuírem seus próprios

negócios ou não, elas são determinadas a assumir os riscos e desafios em qualquer ambiente profissional ou pessoal, sempre com inovação.

2.3 Empreendedorismo no Brasil

A partir do século XVII os portugueses começaram a ocupação definitiva do território brasileiro, devido a percepção do seu grande potencial de exploração. Em destaque nessa época, um descendente dos primeiros empreendedores portugueses, Irineu Evangelista de Sousa. Conhecido como Barão de Mauá, Irineu realizava diversos empreendimentos como: fabricação de caldeiras de máquinas a vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas e tubos para encanamentos de água (ALFREDO, 2009).

Ainda de acordo com o autor, o Barão de Mauá foi responsável também por empreendimentos como: Organização de companhias de navegação a vapor no Rio Grande do Sul e no Amazonas; Implantação, em 1852, da primeira ferrovia brasileira, entre Petrópolis e Rio de Janeiro; Implantação de uma companhia de gás para a iluminação pública do Rio de Janeiro, em 1854; Inauguração do trecho inicial da União e Indústria, primeira rodovia pavimentada do país, entre Petrópolis e Juiz de Fora, em 1856. O Barão de Mauá deixou um enorme legado que o tornou reconhecido como um dos primeiros grandes empreendedores do Brasil.

Dornelas (2005) explicita que o conceito de empreendedorismo foi expandido no Brasil no final da década de 1990 com a criação do Serviço brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas (SEBRAE) e da Sociedade brasileira para exportação de software (SOFTEX). Para ele, devido à enorme instabilidade econômica e política do país, não era possível falar em empreendedorismo. Além da economia e a política do país não serem favoráveis, ainda não se encontrava informações para apoiar os empreendedores em sua jornada. O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo o suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio.

2.4 Aspectos socioeconômicos do empreendedorismo no Brasil

Devido ao baixo crescimento da economia somado ao ambiente instável e desfavorável presente em diversos momentos da história brasileira, as empresas são levadas a tomar medidas radicais para reduzir os custos, incluindo a demissão de funcionários. Assim, em muitas situações os desempregados são obrigados a começar um negócio próprio, na maioria das vezes sem planejamento e conhecimentos necessários (CARVALHO e SANTOS, 2009). Situação de que de acordo com pesquisas do SEBRAE (1999) tem sido o principal fator da mortalidade precoce das empresas no Brasil, fazendo com que 73% das pequenas empresas fechem antes do terceiro ano de atividade.

Segundo Dornelas (2005) “a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade foi uma das propulsoras para o desenvolvimento do estudo do empreendedorismo no nosso país.”. Em 2001, o índice de mortalidade precoce já era de 69%, visivelmente necessitando de uma melhora, sendo necessário a realização de fortes investimentos em capacitação de empreendedores, principalmente na elaboração de planos de negócio.

Já em 2004, a pesquisa mostra que 49,9% das empresas encerraram as atividades com até dois anos de existência; 56,4% com até três anos; e 59,9% com até quatro anos. De acordo com o autor, em 2005, de cada cem pessoas que constituíram firma, vinte e duas encerraram o negócio antes dos dois primeiros anos de atividades. Para o Sebrae, os resultados melhores estão associados à melhoria da economia, e à melhor capacitação dos empreendedores. Ou seja, a realização de um bom plano de negócios, conhecimento do mercado desejado e dos clientes, e possuir capital de giro, garante melhores chances do negócio dar certo.

A importância socioeconômica das pequenas empresas pode ser evidenciada em números visto que mais de 99% das empresas brasileiras encontram-se na categoria de micro e pequenas empresas. Atuam nos setores industrial, comercial, e de serviços; ocupam 70% da oferta de emprego; e geram 20% do Produto Interno Bruto (PIB) (SEBRAE, 2004). Assim, ao contribuir para o desenvolvimento do empreendedorismo corresponde a colaborar para o fortalecimento da economia brasileira como um todo.

Para Cândido e Abreu (2001), essas empresas possuem uma participação significativa na geração de emprego e de renda, possuindo vantagens como maior

capacidade de flexibilidade e agilidade para se adaptarem às mudanças. De acordo com Souza (1995), dentre as contribuições socioeconômicas das pequenas empresas, estão: o estímulo à livre iniciativa e à capacidade empreendedora; contribuição para a geração de novos empregos e absorção de mão-de-obra; manutenção de certo nível de atividade econômica em determinadas regiões; efeito amortecedor dos impactos do desemprego; potencial de assimilação, adaptação, introdução e, algumas vezes, geração de novas tecnologias de produto e de processo; Contribuição para a descentralização das atividades econômicas, em especial na função de complementação às grandes empresas.

2.5 A evolução da mulher no mercado de trabalho

A tradição do século passado determinava que o homem era o provedor da família, sendo destinado à mulher as tarefas referentes ao ambiente doméstico (mãe, esposa e dona de casa). A mulher não precisava e nem deveria ganhar seu próprio dinheiro. Desse modo, a figura feminina era sempre dependente do pai, e em seguida do marido. As mulheres que ficavam viúvas, ou que não tinham boas condições financeiras realizavam trabalhos nas áreas de confeitaria, artesanato, e dando aulas de música. Sendo esses trabalhos mal vistos pela sociedade da época. Ainda assim, algumas mulheres conseguiram superar os obstáculos da imposição de ser apenas um ser do lar, e a partir da década de 70 as mulheres começaram a conquistar seu lugar no mercado de trabalho (CARBONI, 2009).

De acordo com Rago (1997), a I e a II Guerras Mundiais foram o maior marco no universo feminino, pois os homens seguiram para a guerra em defesa dos seus países, e deixavam as mulheres livres para trabalhar e assumir os negócios familiares e buscar uma colocação no mercado de trabalho. Neste período, com a volta dos cônjuges da guerra impossibilitados de trabalhar devido aos traumas sofridos, as mulheres perceberam a possibilidade de dividir os cuidados com os filhos e conduzir os projetos e o trabalho dos seus maridos.

Ainda de acordo com Rago (1997), apesar das dificuldades, as mulheres enfrentaram com coragem os desafios e muitas se destacaram em seus trabalhos, proporcionando o prazer pela liberdade, igualdade de poder e até por necessidade. O que foi relevante o bastante para fazer com que reivindicassem seus direitos na sociedade pela busca de um espaço no mercado de trabalho.

O autor complementa que no século XIX, grandes mudanças ocorreram nas indústrias, na produção e no andamento do trabalho feminino devido a consolidação do sistema capitalista. A maior parte da mão de obra feminina foram transferidas para as fábricas, que tiveram um intenso desenvolvimento tecnológico. A partir disso, algumas leis passaram a beneficiar as mulheres no Brasil. Segundo a Constituição de 34, Artigo 121:

“Sem distinção de sexo, a todo trabalho de igual valor correspondente salário igual, veda-se o trabalho feminino das 22 horas às 5 da manhã; é proibido o trabalho da mulher grávida durante o período de quatro semanas antes e quatro depois do parto; fica proibido também despedi-las pelo simples fato da gravidez”. (BRASIL, 1934)

Rago (1997) afirma que apesar das leis beneficiando as mulheres, continuaram a existir muitas outras formas de exploração. Nas primeiras décadas do século XX, mulheres e crianças constituíam o proletariado, não havendo respeito nem direitos, atribuído a elas apenas tarefas simples e repetitivas e sem relevância. Além da exploração, sofriam assédios sexuais e maus tratos. Com isso, a figura feminina foi reconhecida como passiva, sem expressão política e vulneráveis.

Assim, com o fim da segunda Guerra Mundial o papel da mulher mudou definitivamente na sociedade. Ou seja, com a necessidade da indústria de mais mão-de-obra barata, e devido os homens estarem sobrecarregados, as mulheres conseguiram um espaço no mercado de trabalho. E assim, ocorreu o desenvolvimento urbano e industrial, ficando um pouco de lado o preconceito entre os sexos e diminuindo as diferenças entre homens e mulheres em muitos setores. (RAGO, 1997).

Ao afirmar que as mulheres continuam a derrubar as antigas barreiras para se alcançar o sucesso na carreira, Loden (1988), explicita que elas estão mais dispostas e encorajadas a enfrentar e assumir riscos no meio profissional, comercial e social. Para isso, a mulher passa a deixar de lado projetos pessoais como a maternidade. Outro fator importante na visão da mulher é a formação educacional, assim como a redução do número de filhos para facilitar sua presença no mundo dos negócios e obter maior destaque no competitivo mercado.

Loden (1988) destaca, ainda, que nas décadas de 70 e 80 ocorreu uma intensa redução da fecundidade, mas foi nos anos 90 que a taxa de fecundidade iniciou com 2,6% e baixou para 2,3%. Com menos filhos, as mulheres puderam conciliar melhor a jornada dupla de mãe e trabalhadora. Assim, a evolução da mulher no mercado de

trabalho no Brasil tem como sustentação a queda da taxa de fecundidade e o aumento no nível de instrução da população feminina. Estes fatores são, portanto, os responsáveis pela inclusão da mulher no mercado de trabalho e a elevação de sua renda.

É relevante evidenciar que a inclusão da mulher no mercado de trabalho ao longo dos anos está vinculada a discriminação, tanto referente a qualidade das ocupações ocupadas no setor formal/informal do mercado, quanto à desigualdade salarial entre homens e mulheres (MAIA e LIRA, 2004).

As mulheres representam 41% da força de trabalho no Brasil, mas ocupam apenas 24% dos cargos de gerência. O balanço anual da Gazeta Mercantil revela que a quantidade de mulheres nos cargos executivos das 300 maiores empresas brasileiras subiu de 8%, em 1990, para 13%, em 2000. Porém, as brasileiras recebem, em média, o correspondente a 71% do salário dos homens. Essa diferença é mais visível nas funções menos qualificadas. Nas funções mais qualificadas, elas se aproximam dos homens. Estudos apontam que as mulheres são ainda favoritas para as funções de rotina. De cada dez pessoas acometida pelas lesões por esforço repetitivo (LER) oito são mulheres.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), em conjunto com a Secretaria de Políticas para as Mulheres e o Ministério do Desenvolvimento Agrário, de acordo com dados do Censo de 2010, comparados aos de 2000, informa que cresceu de 50% (2000) para 55% (2010) a participação das mulheres com idade ativa (16 anos ou mais) no mercado de trabalho, na medida que a participação dos homens caiu de 80% para 76%.

De acordo com Donaggio (2017), o Brasil é um dos países que mais sofrem com a escassez de profissionais qualificados, sendo responsáveis pelo menor desenvolvimento do país. Estamos perdendo talentos quando o mercado de trabalho desvaloriza as mulheres, que por sua vez constituem 57% dos universitários e são a maioria que concluem o ensino superior, 12,5% das mulheres contra 9,9% dos homens.

1.6.1 Empreendedorismo Feminino

Qualquer atividade empreendedora que é realizada especialmente por mulheres é denominada empreendedorismo feminino (TAMEIRÃO, 2017). Este

conceito está muito além da concepção de somente abrir o próprio negócio, para as mulheres o empreendedorismo significa empoderamento, ganhar espaço e trazer visibilidade sobre questões de gênero, bem como impactar a comunidade positivamente e revelar novas perspectivas.

As mulheres estão gradativamente assumindo cargos gerenciais e pouco a pouco estão superando os obstáculos do preconceito, em virtude disso o mercado está se tornando mais receptivo às mulheres. Segundo o Sebrae (2014), a taxa do empreendedorismo no Brasil bateu recorde nos 14 anos desde 2000 e as mulheres representaram 34% das empresárias no país. Mais de 7,9 milhões de mulheres abriram micro e pequenas empresas, sendo este caminho idealizado como uma alternativa para alcançar autonomia financeira.

A principal pesquisa sobre Empreendedorismo no Mundo, a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) (2014), fez um levantamento apontando que dos empreendedores que iniciam negócios, 51,2% são mulheres. De acordo com o levantamento do Sebrae (2016), as empreendedoras no Brasil são mulheres jovens, sendo 40% delas com menos de 34 anos e estão inseridas em quatro áreas de atuação: restaurantes (16%), serviços domésticos (16%), cabeleireiros (13%) e comércio de cosméticos (9%). A maioria delas empreendem dentro de casa (35%).

Outro dado relevante, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, 2014), a renda conquistada pelas mulheres tem impactado cada vez mais no orçamento familiar. De cada dez famílias, quatro são chefiadas por mulheres, sendo 41% delas donas do seu próprio negócio. Em dez anos, cresceu 70% o número de mulheres empreendedoras que são chefes de família. Nos dias de hoje, 39% das donas de negócios ocupam a posição de chefes de domicílios, uma vez que há dez anos eram apenas 27%.

É importante evidenciar que as mulheres empreendedoras precisam conciliar várias tarefas diferentes a sua rotina. Cuidar da família, cuidar de si própria e gerenciar um negócio certamente gera dificuldade para administrar tudo ao mesmo tempo. Apesar disso, para elas é gratificante superar esses desafios diários e conquistar uma independência financeira. Além disso, ser empreendedora também contribui na realização pessoal e profissional.

2.6.2 Empreendedorismo Materno

A mulher está cada vez mais presente no mercado de trabalho. O mesmo acontece com a inserção da mulher no empreendedorismo, sendo considerada uma alternativa para aquelas que possuem dificuldades de conciliar a função de mãe com o trabalho formal. Denomina-se Empreendedorismo Materno toda atividade empreendedora exercida por mulheres que tenha sido provocada ou deflagrada pela maternidade (DOURADO, 2016).

Através do empreendedorismo, mães têm conseguido descobrir e potencializar suas aptidões, conhecimentos e habilidades para gerenciar o próprio negócio, realizando-se tanto no âmbito profissional quanto no pessoal.

“Empreender pode ser uma alternativa para equilibrar a família e o trabalho. Por um lado a mulher ganha autonomia e flexibilidade de horários. Mas, por outro, ganha também mais um filho pra criar: a empresa.” (TRAVASSOS E KONICHI, 2013, p. 25)

De acordo com a *Royal Postgraduate Medical School* de Londres (2005), uma grande transformação acontece no cérebro feminino quando ela tem um filho, o tamanho do cérebro de uma gestante tem uma redução de 7% no nascimento do bebê, após seis meses ele volta ao tamanho normal. Isso significa que depois de se contrair, o cérebro se modifica, se reorganiza, e então volta ao crescimento normal com uma grande capacidade de aprendizagem.

A jornalista Katherine Ellison afirma em sua pesquisa *The mommy brain* (2005), que a mãe passa a receber vários estímulos que afloram suas habilidades e competências após o nascimento do filho.

“O relacionamento com uma criança desenvolve na mãe habilidades muito importantes tanto para o ambiente familiar como profissional. [...] além disso, treinamos nossa eficiência, motivação, resiliência e inteligência emocional. O cérebro estimulado por um bebê pode ser usado profissionalmente, pois aprende a coordenar várias tarefas ao mesmo tempo, a resolver problemas criativamente e trabalhar sobre pressão.” (ELLISON, 2005, p. 32)

Segundo Emma Jeffs (2006), sua pesquisa aponta que 40% das empreendedoras afirmam que a ideia de começar um negócio surgiu ainda na gravidez ou até o primeiro ano de vida do bebê. O estudo aponta ainda que 92% dessas mães acreditam que suas habilidades profissionais foram aperfeiçoadas pela maternidade.

Mas qual será a principal motivação que faz com que uma mãe decida empreender? Muitos fatores podem influenciar nessa decisão. A principal delas são os filhos, mas outros fatores podem ser observados. Segundo o diretor superintendente do SEBRAE-SP, “a mulher encontrou no empreendedorismo a chance de ter uma remuneração melhor”. Principalmente, por que, de acordo com o IBGE (2011), a mulher recebe 27% menos que o homem para exercer o mesmo cargo. O que pode gerar uma insatisfação na mulher com a carreira e impactar na busca pela realização profissional.

Em 2012, as mulheres possuíam uma participação de 7,7% em cargos de alta diretoria (DONAGGIO; DI MICELLI; RAMOS; SICA, 2013). Apesar de serem mais escolarizadas que os homens, 63% dos diplomas universitários em 2011 foram entregues para as mulheres (OECD, 2013). Elas ainda buscam mais conhecimento diante de desafios, 73,1% fizeram algum curso, contra 50% dos homens (MILLER, 2012).

Além da possibilidade de melhor remuneração, a flexibilidade de horários também influencia nessa decisão. As jornadas fixas impostas pelas empresas somada a falta de suporte necessário ao período da maternidade, faz com que elas desejem ser donas do próprio negócio.

Segundo a *1ª Pesquisa de Benefícios Especiais para as Mulheres* realizada com 120 empresas do Brasil, a Towers Watson (2012) aponta que 44% estenderam a licença maternidade de quatro meses para seis meses e 33% oferecem horários flexíveis após o retorno da licença. Outras empresas, como IBM e Serasa Experian, oferecem a possibilidade de trabalho *home office*. Mas, é visível que no mercado a maioria das empresas ainda são incapazes de absorver mulheres com filhos pequenos.

De acordo com uma pesquisa feita pela Robert Half Brasil (2013), foi possível constatar que a grande maioria das brasileiras não retornam ao trabalho após o fim da licença maternidade. No Brasil, de cem empresas pesquisadas, 85% afirmam que menos da metade de suas funcionárias retornam ao posto de trabalho após o nascimento dos filhos. Em comparação com a média global de 52%, a taxa alta no Brasil, segundo a Robert Half Brasil (2013), se deve à falta de suporte do governo como creches e auxílios financeiros.

Assim, trabalhar em casa se tornou uma grande tendência nos últimos anos, de acordo com a *Consultoria Robert Half* (2012) o Brasil ocupa a 3ª posição dos

países que utilizam o *home office*. Para as mães trabalharem em casa tem sido a melhor solução pelo menos no início do negócio. Pode se afirmar que os interesses das mulheres vão além dos filhos, elas desejam retomar a vida profissional, e empreender tem sido a melhor alternativa para trazer autonomia, estar perto da família e ter a possibilidade de trabalhar com aquilo que gosta.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Lakatos e Marconi (2003) afirmam que os métodos são o conjunto de atividades sistemáticas e racionais que permite se alcançar um objetivo, determinando o caminho a ser percorrido, constatando erros e contribuindo para as decisões.

De acordo com Vergara (2007), os tipos de pesquisa podem ser definidos por dois critérios básicos: quanto aos fins e quanto aos meios. Esta pesquisa caracteriza-se, quanto aos fins, como quantitativa exploratória, pois não possui hipótese em sua fase inicial, sendo a área de pesquisa pouco estudada até então. Quanto aos meios de investigação, a pesquisa é definida como de campo, sendo “aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”. (LAKATOS e MARCONI, 2003)

A coleta de dados foi feita a partir de um questionário com perguntas de múltipla escolha, sendo elas exclusivamente fechadas, que apresentam várias respostas distintas umas das outras e que são necessárias para se chegar a um resultado. A técnica da escolha múltipla foi escolhida devido a facilidade de tabulação e por proporcionar uma pesquisa aprofundada (LAKATOS e MARCONI, 2003).

O questionário foi aplicado via *on line* com mulheres que decidiram abrir o próprio negócio após o nascimento dos filhos, tendo como amostra cinquenta participantes de diferentes regiões do Brasil, possibilitando a obtenção de dados relevantes quanto ao empreendedorismo materno no Brasil. Os dados obtidos, serão tabulados automaticamente com auxílio de ferramentas confiáveis e serão apresentados em gráficos.

4 RESULTADO DA PESQUISA

Os resultados serão apresentados em tópicos. Os tópicos serão dispostos de acordo com os objetivos específicos, estando diretamente relacionados com a solução do problema de pesquisa.

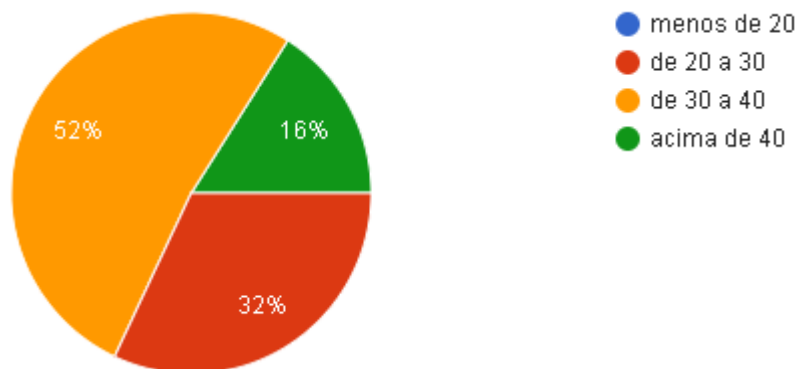
4.1 Perfil das Entrevistadas

Este tópico apresenta dados relacionados ao perfil das mães empreendedoras tais como: idade, escolaridade, região onde vive, quantidade de filhos e faixa salarial antes de iniciar o empreendimento.

4.1.1 Idade

No questionário de pesquisa as idades foram distribuídas em 4 opções abrangendo todas as possibilidades de idade de forma visível. Segundo os dados, 52% das mães tem entre 30 e 40 anos, seguido de 32% com idade entre 20 a 30 anos, e apenas 16% com idade acima de 40 anos.

Gráfico 1: Perfil - Idade das entrevistadas

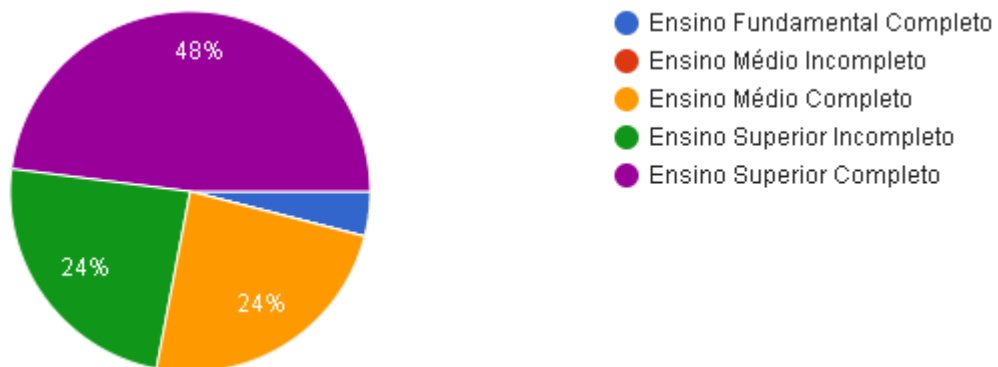


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.1.2 Escolaridade

De acordo com os dados coletados foi possível concluir que 48% das mães empreendedoras entrevistadas possuem o Ensino Superior Completo, seguido de 24% com Ensino Médio Completo, e 24% com Ensino Superior Incompleto.

Gráfico 2: Perfil – Escolaridade

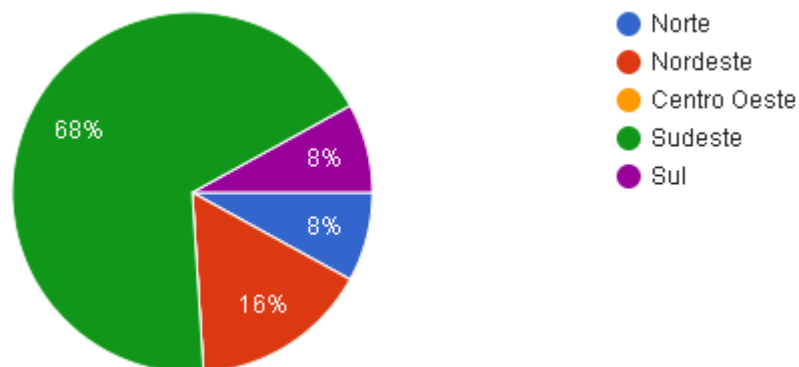


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.13 Região

Este tópico teve como objetivo identificar a região onde residem as mães empreendedoras entrevistadas e verificar se a região tem impacto nessa decisão. Verifica-se que 68% das mães moram na região Sudeste, restando 32% distribuídos nas regiões Nordeste (16%), Norte (8%) e Sul (8%).

Gráfico 3: Perfil – Região

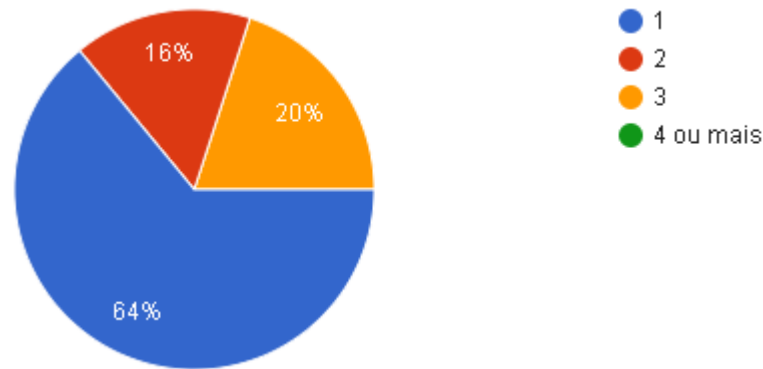


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.1.4 Quantidade de Filhos

Neste tópico foi possível identificar que 64% das entrevistadas possuem apenas 1 filho, seguido de 20% com 3 filhos, e 16% com 2 filhos.

Gráfico 4: Perfil – Quantidade de filhos

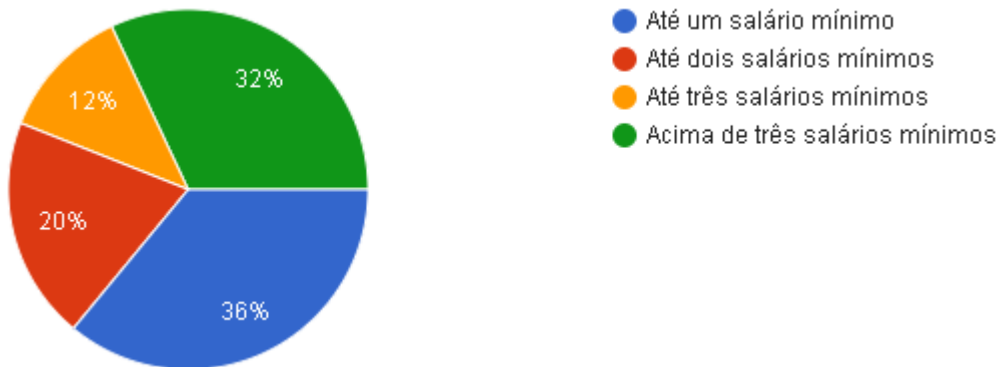


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.1.5 Faixa salarial antes de empreender

Neste tópico destaca-se a importância de observar o impacto do salário inicial das mães entrevistadas na decisão de empreender. Segundo os dados coletados 36% recebia até um salário mínimo, 32% acima de três salários mínimos, 20% recebia até dois salários mínimos, e 12% recebia até 3 salários mínimos.

Gráfico 5: Perfil – Faixa salarial antes de empreender



Fonte: dados da pesquisa (2017)

De acordo com todos os dados obtidos do perfil das mães, é possível perceber que elas estão em sua maioria na faixa etária de 30 a 40 anos. A pesquisa identifica ainda que, essas mulheres possuem alto índice de escolaridade, com Ensino Superior Completo ou cursando, e antes de empreender a maioria possuía faixa salarial de até um salário mínimo.

Foi constatado também, que grande parte das empreendedoras maternas entrevistadas vivem na região Sudeste, lugar com grande atividade econômica do país, podendo ter impactado na decisão de empreender devido à grande possibilidade de aceitação de novos negócios. A pesquisa aponta também que em sua maioria elas possuem apenas um filho, sendo um ponto de grande impacto atualmente na carreira das mulheres, a diminuição da taxa de fertilidade e o aumento da escolaridade.

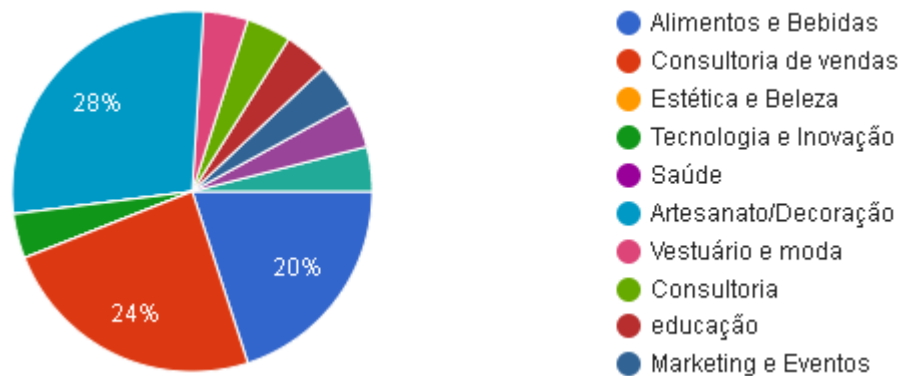
4.2 Aspectos do Negócio

Este assunto aborda as características referentes ao negócio escolhido pelas mães empreendedoras, como: área de atuação, conhecimento sobre o negócio, tempo de atuação, situação cadastral, ferramentas utilizadas na gestão e quantidade de funcionários.

4.2.1 Área de Atuação

Este tópico possibilitava respostas diversas, por isso foi apresentada dez opções de as áreas de negócios. Porém, foi perceptível a tendência de escolha nas áreas de artesanato/decoração (28%), abrangendo serviços de papelaria personalizada, decoração de festa, criação de produtos artesanais; Consultoria de Vendas (24%), em que as empreendedoras revendem produtos (de cosmético, perfumaria ou naturais) para o consumidor final; e Alimentos e Bebidas (20%), que inclui bares, lanchonetes, e principalmente serviços de confeitaria.

Gráfico 6: O Negócio – Área de Atuação

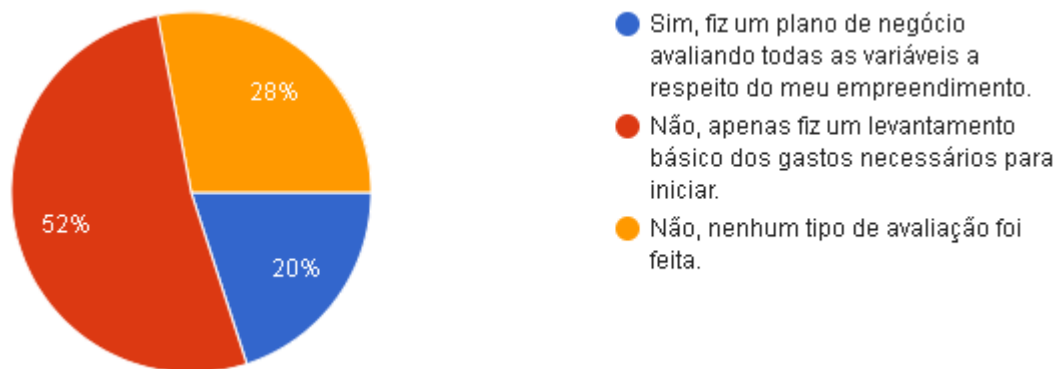


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.2 Conhecimento Inicial do Negócio

Este item teve como objetivo descobrir o nível de conhecimento das mães empreendedoras entrevistadas acerca da área de atuação escolhida e a preparação feita por elas para dar início ao empreendimento. Desta forma, foi possível identificar que 52% delas não fizeram estudos aprofundados relativos ao negócio com concorrentes, fornecedores, questões financeiras, executando apenas um levantamento básico dos investimentos para iniciar o negócio. Segundo 28% delas, nenhum tipo de estudo foi feito, o empreendimento se iniciou sem conhecimentos básicos. Apenas 20% afirmou ter feito um plano de negócio detalhado, avaliando todas as variáveis importantes e necessárias para a criação de um negócio.

Gráfico 7: O Negócio – Conhecimento Inicial

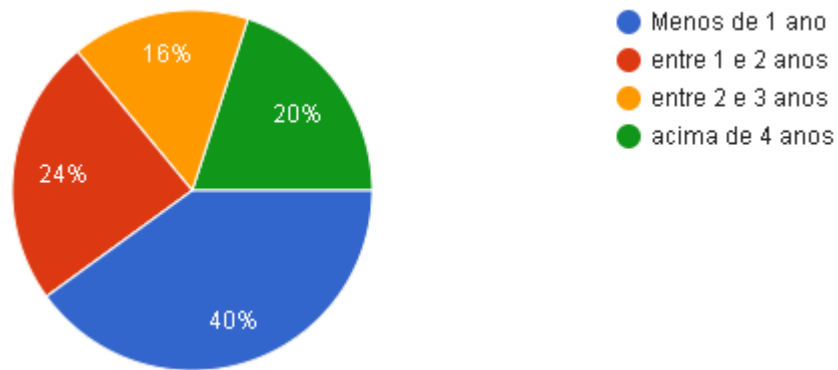


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.3 Idade do Negócio

Este item identificou a idade do empreendimento, levando em consideração os dados da pesquisa sobre mortalidade precoce das pequenas empresas. Diante disto, foi constatado que 40% dos negócios possuem menos de 1 ano; 24% possuem entre 1 e 2 anos; 20% possuem acima de 4 anos; e 16% possuem entre 2 e 3 anos.

Gráfico 8: O Negócio – Idade

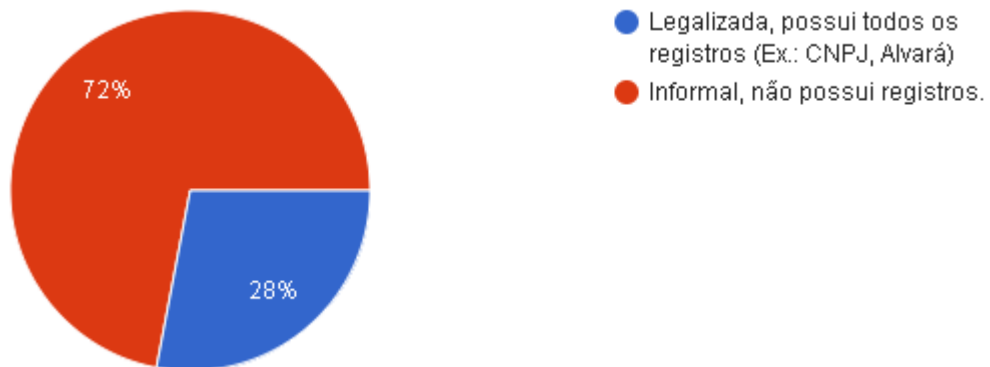


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.4 Situação Cadastral

Este tópico constatou que 72% dos negócios geridos pelas mães entrevistadas são informais, não possuindo CNPJ, nem alvará de funcionamento. Apenas 28% afirmaram possuir um empreendimento legalizado, com todas as documentações necessárias.

Gráfico 9: O Negócio – Situação Cadastral

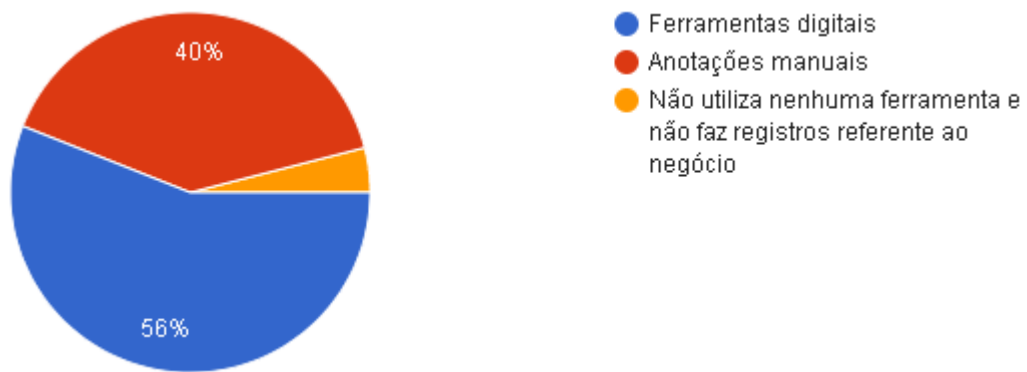


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.5 Ferramentas Utilizadas

De acordo com a análise de dados, 56% dessas mães empreendedoras utilizam ferramentas digitais para gerenciar seus negócios; 40% utilizam anotações manuais; e 4% não fazem nenhum tipo de registro a respeito do negócio.

Gráfico 10: O Negócio – Ferramentas Utilizadas

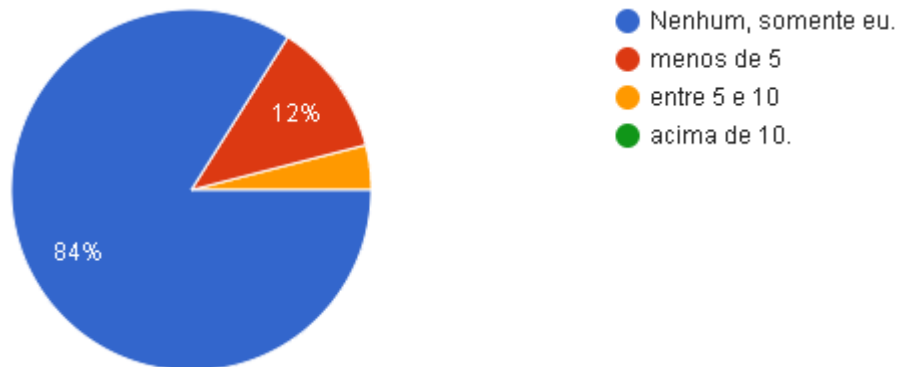


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.6 Quantidade de Funcionários

Foi possível constatar que 84% das mães entrevistadas trabalham sozinhas, sem colaboração de outros; 12% afirmaram possuir até 5 funcionários; e apenas 4% possuem entre 5 e 10 funcionários.

Gráfico 11: O Negócio – Quantidade de Funcionários



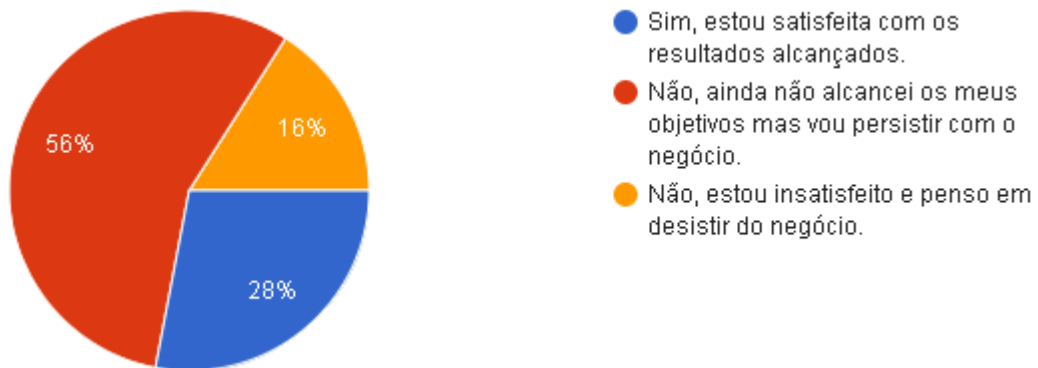
Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.7 Satisfação com o Negócio

Este item considerou três opções de respostas para avaliar a satisfação das mães entrevistadas quanto aos resultados financeiros de seus empreendimentos. Dentre as respostas 56% delas não estão completamente satisfeitas, mas irão persistir com o negócio; 28% afirmam satisfação com os

resultados obtidos; e apenas 16% consideraram insatisfatórios os resultados e pensam em desistir do negócio.

Gráfico 12: O Negócio – Satisfação com o Negócio

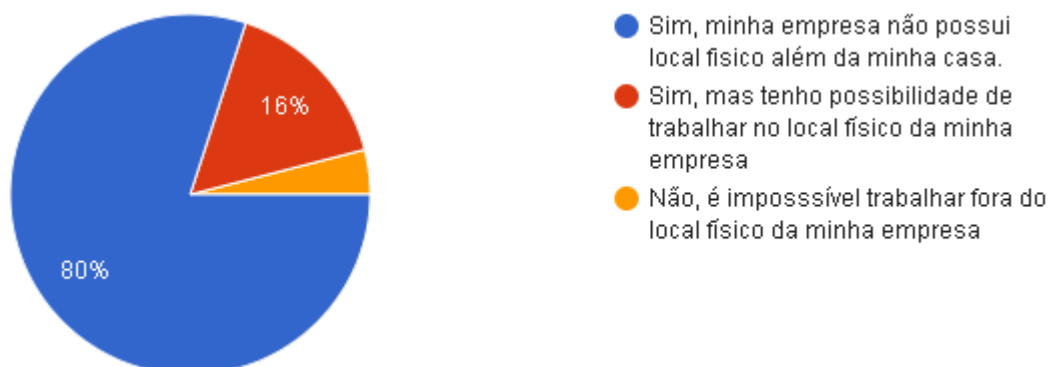


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.2.8 Possibilidade de trabalhar em casa

Este tópico indagou a respeito da possibilidade das mães poderem trabalhar em casa, obtemos como resultado: 80% afirmam que os negócios são geridos em suas próprias residências; 16% possuem local físico da empresa mas ainda conseguem trabalhar em casa; apenas 4% garantem não poder trabalhar em casa, somente no local físico da empresa.

Gráfico 13: O Negócio – Possibilidade de trabalhar em casa



Fonte: dados da pesquisa (2017)

De acordo com esse tópico, a maioria das mães empreendedoras entrevistadas optam por abrir negócios nas áreas de artesanato/decoração,

consultoria de vendas, e alimentos/bebidas. Elas afirmam não ter feito nenhum estudo relevante para abrir a empresa, e que utilizam ferramentas digitais e anotações manuais para gerenciar; As empresas em sua maioria possuem menos de 1 ano de atividade, não possuem registros cadastrais como CNPJ e alvará de funcionamento, e não possuem funcionários além das proprietárias. Foi apontado, ainda, que os negócios são conduzidos dentro das próprias residências, não possuindo local físico (segundo 80%). Por último, as empreendedoras maternas declararam não estarem completamente satisfeitas com os resultados, mas não pensam em desistir do negócio.

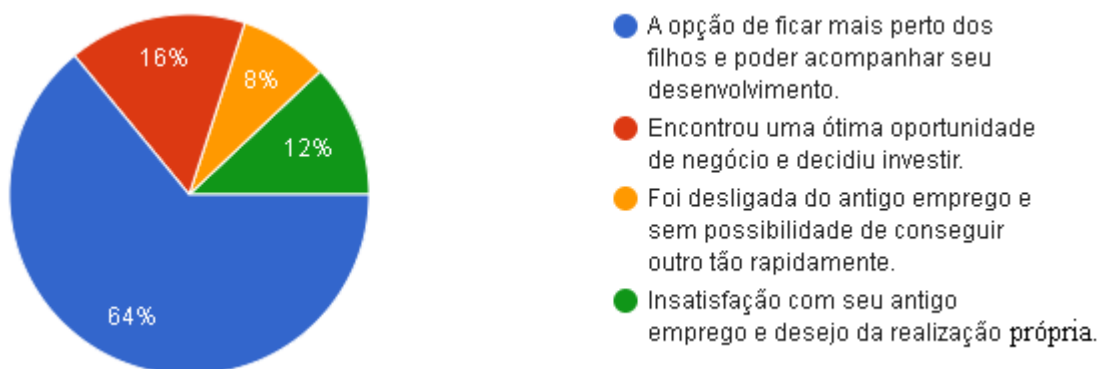
4.3 Percepções das Empreendedoras

Este tópico se propôs observar as percepções das mulheres entrevistadas quanto ao impacto da maternidade em suas carreiras, identificando suas principais motivações, averiguando se é possível conciliar a criação dos filhos com a gerencia de um negócio, e se a maternidade foi de fato determinante na decisão de empreender.

4.3.1 Principal Motivação

Esta análise identificou que 64% das mães decidem empreender pela possibilidade de ficar mais perto dos filhos; 16% afirmam encontraram uma oportunidade e decidiram investir; 12% colocaram a insatisfação com o antigo emprego como principal motivação; e 8% garantem que empreenderam por não ter outra opção de obter renda.

Gráfico 14: Percepções das Empreendedoras – Principal Motivação

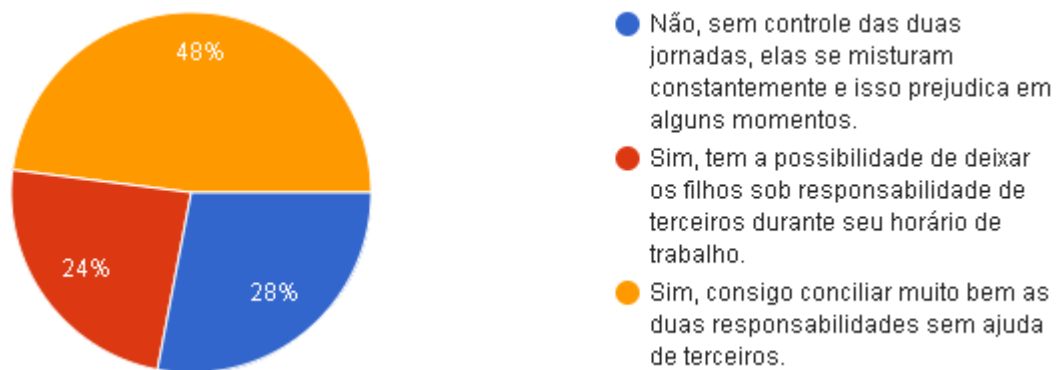


Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.3.2 Conciliação filhos x empreender

Contatou-se neste item, que 48% das mães entrevistadas afirmam conseguir conciliar as duas jornadas (mãe e empreendedora) sem dificuldades; 24% declaram que conseguem conciliar mas necessitam de ajuda de terceiros; e 28% admitem não ter controle das duas jornadas e que o negócio é prejudicado com isso.

Gráfico 15: Percepções das Empreendedoras – Conciliação Filhos x Empreender



Fonte: dados da pesquisa (2017)

4.3.3 Impacto da Maternidade

Este item verificou o impacto da maternidade na carreira profissional da mulher de acordo com a percepção das mesmas. Segundo a coleta de dados, 68% delas afirmam que a maternidade foi fator determinante para decidir empreender, enquanto 32% declaram que a maternidade não teve relevância e sim o desejo pessoal de ter o próprio negócio.

Gráfico 16: Percepções das Empreendedoras – Impacto da Maternidade



Fonte: dados da pesquisa (2017)

Contatou-se que as jornadas de mãe e empreendedora podem ser conciliadas com ou sem ajuda de terceiros, e que a maternidade gera grande impacto na vida pessoal e profissional da mulher, sendo fator determinante na decisão de abrir o próprio negócio, e permitindo a busca pela satisfação da mulher em relação à carreira e família.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como tema principal o empreendedorismo materno, um fenômeno que está se destacando ultimamente no âmbito profissional. As mulheres há décadas vêm buscando uma posição justa no mercado de trabalho, para isso elas estão reconhecendo suas potencialidades e buscando conhecimento. Diante disto, as mulheres estão cada vez mais postergando o projeto da maternidade, e dando prioridade para a carreira. Mas essa decisão está atribuída a falta de oportunidades para mulheres nesse período tão importante da vida: a chegada dos filhos. Sem acolhimento no mercado de trabalho, as mulheres se vem obrigadas a escolher entre a jornada de mãe e a carreira profissional, gerando assim, muita insatisfação.

Segundo estudos, as mulheres que tiveram filhos, desde a gestação é possível perceber transformações que permitem uma grande capacidade de aprendizagem e potencialidade de suas habilidades. Essas características são infelizmente desperdiçadas pelo mercado de trabalho. As recentes mães acabam então buscando através do empreendedorismo uma chance de se realizar profissionalmente sem deixar de lado a criação dos filhos. Surge assim, o empreendedorismo materno, sendo toda atividade exercida por mulheres que tenha sido provocada pela maternidade.

A presente pesquisa buscou analisar o perfil dos negócios gerados por mães, com a finalidade de descobrir se são provenientes da necessidade ou da visão de oportunidade. Essa classificação identifica o potencial dos negócios, seguindo a premissa que negócios criados por necessidade possuem poucas chances de obter sucesso, já que são criados de forma rápida e sem conhecimento com o objetivo de adquirir renda, ao contrário daqueles provenientes da visão de oportunidade, que exigem planejamento, garantindo resultados positivos e impactando a sociedade.

A pesquisa também teve também como objetivos, apontar as áreas de negócio mais escolhidas pelas mães, assim como identificar suas motivações para empreender e mostrar como elas gerenciam seus negócios conciliando com a criação dos filhos. Analisando as respostas das mães empreendedoras, levou-se em consideração a importância de permanecer perto dos filhos, a falta de estudo e preparação para a criação do negócio, o pouco tempo de atuação dos negócios, e a faixa de ganho de até um salário mínimo antes de empreender (insatisfatório como

renda única), a pesquisa pôde concluir que os empreendimentos aqui estudados são provenientes da necessidade.

O negócio gerido pela maioria das mães tem poucas chances de sobreviver ao mercado competitivo. Porém, foi perceptível como as mulheres estão elevando os seus conhecimentos e buscando desenvolver suas competências, sendo este ponto muito positivo para o futuro dos negócios geridos pelas mães, que podem se preparar melhor para as adversidades do mercado e garantir o sucesso de seus empreendimentos.

A pesquisa constatou, também, a necessidade de melhorias nos direitos trabalhistas para mulheres no período da maternidade. Uma vez que, a chegada dos filhos não pode ser considerada o fim da carreira para as mães. Considera-se assim, que o mercado precisa acolher essas mulheres e usufruir de suas habilidades de trabalho, e dar em troca direitos que garantem o bem-estar destas famílias.

Conclui-se, afirmando, que os negócios estudados indicam que as empreendedoras se arriscam em novos projetos pela necessidade de obter renda e conforto e para não ter que escolher entre os filhos e o trabalho. Entretanto, o empreendedorismo materno torna visível questões de gênero no ambiente de trabalho e comprova que mulheres são completamente capazes de ter uma carreira sem precisar terceirizar ou postergar a maternidade.

Como continuação de estudo, sugere-se a realização de uma pesquisa de cunho educativo direcionado às mães que desejam empreender, abordando assuntos essenciais para quem não tem nenhum conhecimento técnico e pretende abrir o próprio negócio conciliando com a jornada de mãe.

REFERÊNCIAS

ALFREDO, L. H. P. **Empreendedorismo – Origem e desafios para o Brasil do século XXI.** 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi/33075/>>. Acesso em: 05 de Dez de 2017.

BALOGH, G. **As dificuldades e a libertação que o empreendedorismo materno oferece.** 2015. Disponível em: <<http://maesdepeito.blogosfera.uol.com.br/2015/08/13/as-dificuldadese-a-libertacao-que-o-empreendedorismo-materno-oferece/>>. Acesso em: 25 Nov.2017.

BRITO, A. M.; PEREIRA, P. S.; LINARD, A. P. **Empreendedorismo.** Juazeiro do Norte: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE, 2013. 96 p.; il.

CARBONI, M. A. **Evolução da mulher no mercado de trabalho.** 2009. 46f. Especialização em gestão empresarial III. Universidade do extremo sul catarinense – UNESC: criciúma, 2009.

CARVALHO, F.; SANTOS, M. **As cinco principais características empreendedoras.** 2010. Disponível em: <<https://www.webartigos.com/artigos/caracteristicas-empendedoras/18796/>>. Acesso em 27 de Nov de 2017.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2004.

DEGEN, R.J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira.** São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2012.

DOLABELA, F. **Riscos Bem Calculados: o que é e o que faz o empreendedor.** São Paulo: Saraiva, 2010.

DONAGGIO, A.; DI MICELLI, A.; RAMOS, L.O.; SICA, L.P. **Participação de mulheres em cargos de alta administração: relações sociais de gênero, direito e governança corporativa.** Relatório parcial. FGV, 2013. P. 14. Dado relativo a 2012.

DORNELAS, J.C.A., **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios.** – 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Campus, 2005.

DOURADO, C. S. V. **Empreendedorismo Materno: A Importância do Comércio**

Eletrônico na viabilidade de novos negócios gestados por mães. 2016. 186 f. (Dissertação) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia. Salvador, BA, 2016.

ELLISON, K. **The mommy brain: how motherhood makes us smarter.** New York: Basic Books, 2005, p.26.

Estatísticas do Cadastro Central de Empresas. IBGE, 2011, p. 19.

FIGUEIRA, A. **Empreendedorismo Materno: Quando mães vão à luta.** 2006. Disponível em: <<http://www.personare.com.br/empreendedorismo-materno-quando-maes-vao-a-luta-m6881>>. Acesso em: 07 de Dez de 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil.** 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf>. Acesso em: 04 Nov. 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1991.

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.

GOVERNO DO BRASIL. **Empreendedorismo feminino cresce 34% e 14 anos.** 2017. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/empreendedorismo-feminino-cresce-34-em-14-anos>>. Acesso em: 27 de Nov de 2017.

_____. **Oportunidade e Necessidade.** Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2012/02/oportunidade-e-necessidade>>. Acesso em 02 de Dec. 2017.

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

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **A Janela para Olhar o País**. 2014. PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Brasil e Síntese de Indicadores 2013. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000018851209112014124618639859.pdf>>. Acesso em: 25 Nov. 2017.

JEFFS, E. **Mum Magnates: a study into entrepreneurial mums and how they keep their newborn businesses thriving**. Disponível em: http://www.equality-ne.co.uk/downloads/196_Report.pdf>. Acesso em: 04 Nov. 2017.

JUNIOR, R. L. **Principais fatores causadores da mortalidade precoce das Micro e Pequenas no Brasil**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/principais-fatores-causadores-da-mortalidade-precoce-das-micro-e-pequenas-no-brasil/47484/>>. Acesso em 27 de Nov de 2017.

LODEN, M. **Liderança Feminina: Como ter sucesso nos negócios sendo você mesma**. São Bernardo do Campo, SP: Bandeirante, 1988. 239p

MAIA, K.; LIRA, S. A. **A mulher no mercado de trabalho**. IPEA .

MARCONI, M. A.; LAKATOS; E. M. **Metodologia científica**. 3 ed. ampl. e rev. São Paulo: Atlas, 2000.

MILLER, A. **Women entrepreneurship and innovation in Brazil**. EndeavorBrazil. Geneva, 2012, p.8-9.

OECD. **Education at a Glance 2013**: OECD Indicators, OECD Publishing, 2013. Disponível em:<<http://dx.doi.org/10.1787/888932846443>. Acesso em: 04 Nov. 2017.

Pesquisa de benefícios especiais para mulheres. Tower Watson, 2012. Disponível em:<<http://towerwatson.com/pt-BR/Insights/IC-Types/Survey-Research-Results/2012/11/Pesquisa-sobre-Beneficios-Especiais-para-Mulheres-1-edicao-2012>>. Acesso em: 04 Nov. 2017.

RAGO, M. **Trabalho Feminino e Sexualidade**. In: **HISTÓRIA das mulheres no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Ed. Contexto, 1997.

ROBERT HALF. **Maioria das brasileiras interrompe a carreira após a maternidade.** 22 de novembro 2013. Disponível em:<<https://www.roberthalf.com.br/imprensa/maioria-dasbrasileiras-interrompe-carreira-apos-maternidade>>. Acesso em 25 Nov. 2017.

ROBERT HALF. **Mulheres em Posição de Liderança.** 2016. Disponível em: <https://www.roberthalf.com.br/sites/roberthalf.com.br/files/legacy-pdfs/robert_half__mulheres_e_o_mundo_corporativo_0.pdf>. Acesso em 25 Nov. 2017.

SEBRAE. **Perfil Empreendedor.** 2015. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Conhe%C3%A7a-o-perfilnecess%C3%A1rio-ao-empendedor>>. Acesso em 25 Nov. 2017.

_____. **Dez anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade das empresas:** SEBRAE, 2008. Disponível em:<<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 04 Nov. 2017.

_____. **Fatores Condicionantes e taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil/ 2000-2002.** Brasília:SEBRAE,2004.

SÍNTESE DE INDICADORES SOCIAIS 2004 / IBGE, **Coordenação de População e Indicadores Sociais.** Rio de Janeiro: IBGE, 2004.

TAMEIRÃO, N. **Empreendedorismo Feminino: Negócios que transformam.** 2017. Disponível em: <<https://sambatech.com/blog/insights/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 07 de Dez de 2017.

TRAVASSOS, P.; KONICHI, A. C. **Minha mãe é um negócio.**1.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista aplicado com mães empreendedoras

ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Qual sua idade?

menos de 20

de 20 a 30

de 30 a 40

acima de 40

2. Qual seu nível de escolaridade?

Ensino Fundamental Completo

Ensino Médio Completo

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

3. Qual região você mora?

Norte

Nordeste

Centro Oeste

Sul

Sudeste

4. Quantos filhos você tem?

1

2

3

acima de 4

5. Qual a área de atuação do seu negócio?

Alimentos e Bebidas

Consultoria de Vendas

Estética e Beleza

Tecnologia e Inovação

Saúde

Artesanato/ Decoração

Vestuário e Moda

Consultoria

Educação

Marketing e Eventos

6. Qual era sua faixa de ganho ANTES de abrir o próprio negócio?

Até um salário mínimo

Até dois salários mínimos

Até três salários mínimos

Acima de três salários mínimos

7. Qual foi sua principal motivação para abrir o próprio negócio?

A opção de ficar mais perto dos filhos e poder acompanhar seu desenvolvimento.

Encontrou uma ótima oportunidade de negócio e decidiu investir.

Foi desligada do antigo emprego e sem possibilidade de conseguir outro tão rapidamente.

() Insatisfação com seu antigo emprego e desejo da realização profissional como dona do próprio negócio.

8. Antes de abrir seu negócio, você fez algum estudo aprofundado a respeito da área de atuação, fornecedores, concorrentes e questões financeiras?

() Sim, fiz um plano de negócio avaliando todas as variáveis a respeito do meu empreendimento.

() Não, apenas fiz um levantamento básico dos gastos necessários para iniciar.

() Não, nenhum tipo de avaliação foi feita.

9. Há quanto tempo você possui seu próprio negócio?

() Menos de 1 ano

() entre 1 e 2 anos

() entre 2 e 3 anos

() acima de 4 anos

10. Qual a situação cadastral do seu negócio atualmente?

() Legalizada, possui todos os registros (Ex: CNPJ)

() Informal, não possui registros.

11. Qual tipo de ferramentas você utiliza para gerenciar seu negócio?

() Ferramentas digitais

() Anotações manuais

() Não utiliza nenhuma ferramenta e não faz registros referente ao negócio.

12. Quantos funcionários você possui?

() Nenhum, somente eu.

() menos de 5

() entre 5 e 10

() acima de 10.

13. Você avaliaria seu negócio como financeiramente bem sucedido?

() Sim, estou satisfeita com os resultados alcançados.

() Não, ainda não alcancei os meus objetivos mas vou persistir com o negócio.

() Não, estou insatisfeito e penso em desistir do negócio.

14. O seu negócio permite trabalhar em casa?

() Sim, minha empresa não possui local físico além da minha casa.

() Sim, mas tenho possibilidade de trabalhar também no local físico da minha empresa.

() Não, é impossível trabalhar fora do local físico da minha empresa.

15. Você está conseguindo conciliar a criação dos filhos com a jornada de trabalho?

() Não, sem controle das duas jornadas, elas se misturam constantemente e isso prejudica em alguns momentos.

() Sim, tem possibilidade de deixar os filhos sob responsabilidade de terceiros durante seu horário de trabalho.

() Sim, consigo conciliar muito bem as duas responsabilidades sem ajuda de terceiros.

16. Você acredita que a maternidade foi essencial na decisão de abrir o próprio negócio?

() Sim, depois da maternidade tive uma perspectiva diferente a respeito da carreira profissional.

() Não, sempre tive vontade de ter um negócio próprio.

DESCREVA SOBRE O SEU NEGÓCIO (O QUE É, O QUE FAZ, ETC.) *Opcional