

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MAYARA RENATA COSTA DOS SANTOS

UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO MATERNO NA CIDADE DE
DOURADOS-MS

DOURADOS-MS

2021

MAYARA RENATA COSTA DOS SANTOS

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO MATERNO NA CIDADE DE
DOURADOS-MS**

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Professora Dra. Vera Luci de Almeida

Banca Examinadora:

Professora: Dra. Maria Aparecida Farias de Souza Nogueira

Professor: Dr. Luan Carlos Santos Silva

Dourados-MS

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

S237e Santos, Mayara Renata Costa Dos
UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO MATERNO NA CIDADE DE
DOURADOS/MS [recurso eletrônico] / Mayara Renata Costa Dos Santos. -- 2021.
Arquivo em formato pdf.

Orientadora: Vera Luci de Almeida.

TCC (Graduação em Administração)-Universidade Federal da Grande Dourados, 2021.

Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:

<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo materno. 3. Empreendedorismo feminino. 4.
Políticas públicas. I. Almeida, Vera Luci De. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte.



ATA DE APROVAÇÃO DE BANCA EXAMINADORA DE TRABALHO DE
GRADUAÇÃO II, SEMESTRE LETIVO 2021.1, RAEMF

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO MATERNO NA
CIDADE DE DOURADOS/MS**

MAYARA RENATA COSTA DOS SANTOS

Esta monografia, realizada via webconferência (Google Meet), foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Profa. Dra. Vera Luci de Almeida
(Presidente)

Profa. Dra. Maria Aparecida Farias de Souza Nogueira
(Avaliadora 1)

Prof. Dr. Luan Carlos Santos Silva
(Avaliador 2)

DOURADOS-MS, 23 de novembro de 2021.

**UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO MATERNO NA CIDADE DE
DOURADOS-MS**

MAYARA RENATA COSTA DOS SANTOS

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Presidente

Profa. Dra. Vera Luci de Almeida

Avaliadora

Profa. Dra. Maria Aparecida Farias de Souza Nogueira

Avaliador

Prof. Dr. Luan Carlos Santos Silva

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu esposo Willian Martins, cuja paciência, serenidade e apoio foram fundamentais. Meus pais Neide e Manoel, irmãos Adolfo, João Marcelo e Carlos Maurício, e cunhadas Flávia e Andressa pela estrutura familiar tão necessária. Aos meus sogros, que foram minha rede de apoio com meus filhos. E à minha orientadora Profa. Dra. Vera Luci, que, sem sua condução, eu talvez não teria conseguido chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Agradeço as contribuições das mães empreendedoras da RME em Dourados-MS, que gentilmente responderam ao questionário deste trabalho, representadas por Dani Pavão, Cinthia e Tammy e, igualmente, estendo os agradecimentos a Carol Cagnatto, da marca Mercado das Mães.

RESUMO

O mercado de trabalho não está preparado para a evolução da mulher, principalmente na forma como a maternidade está impactando em suas decisões sobre carreira. 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. Neste sentido, este trabalho aborda o empreendedorismo materno na cidade de Dourados-MS, considerando desde as características das mães empreendedoras, as particularidades dos negócios dessas mães, o porquê de se tornarem empreendedoras, quando se tornaram empreendedoras e se o fato de terem se tornado mães teve influência no negócio. O objetivo desta pesquisa foi identificar quais as dificuldades vivenciadas por empreendedoras maternas da Rede Mãe Empreender (RME) em Dourados-MS, possibilitando auxiliar o poder público local na criação de políticas de incentivo e de apoio ao desenvolvimento desses empreendimentos. Para tanto, realizou-se uma pesquisa descritiva e exploratória, utilizando-se do estudo de caso e da técnica de levantamento. Foi aplicado um questionário estruturado às 25 (vinte e cinco) mães empreendedoras da Rede no mês de setembro de 2021, enviado para as respondentes via internet, por meio da ferramenta Google Formulários. Como resultado, foram constatadas semelhanças entre as características das mães empreendedoras da cidade de Dourados-MS e as das mães participantes de pesquisas em âmbitos nacional e mundial, como levantamentos feitos pela Rede Mulher Empreendedora – RME (entidade nacional) e pela Global Entrepreneurship Monitor – GEM, onde foi possível obter características como a representação da mãe empreendedora integrante da rede como tendo 35 anos, sendo casada ou em união estável, possui um filho e com ensino superior completo. Ainda, quanto ao seu negócio constatou-se que a maioria possui entre 3 e 6 anos de existência, e que optaram pelo empreendedorismo após a maternidade para conciliar trabalho e família e ter mais qualidade de vida., confirmando que esse novo formato de empreendedorismo é sólido e vem para ficar. As mães almejam melhores condições de vida para si, para seus filhos e para seus familiares, com o desejo de pertencimento e de integração à sociedade economicamente ativa e produtiva de forma permanente.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo materno; Empreendedorismo feminino; Políticas públicas.

ABSTRACT

The job market is not prepared for the evolution of women, especially in the way motherhood is impacting their career decisions. For this reason and others presented in this study, mothers are choosing to open their own business in search of professional satisfaction and the freedom that entrepreneurship offers in the difficult task of reconciling children and work. In this sense, this work addresses maternal entrepreneurship in the city of Dourados-MS, considering from the characteristics of entrepreneurial mothers, the particularities of these mothers' businesses, why they became entrepreneurs, when they became entrepreneurs and the fact that they became mothers had influence in the business. The objective of this research was to identify the difficulties experienced by maternal entrepreneurs from Rede Mãe Empreender (RME) in Dourados-MS, enabling to help the local government in the creation of incentive and support policies for the development of these enterprises. Therefore, a descriptive and exploratory research was carried out, using the case study and the survey technique. A structured questionnaire was applied to the 25 (twenty-five) entrepreneurial mothers of the Network in September 2021, sent to respondents via the internet, using the Google Forms tool. As a result, similarities were found between the characteristics of entrepreneurial mothers in the city of Dourados-MS and mothers participating in research at national and global levels, such as surveys carried out by Rede Mulher Empreendedora - RME (national entity) and by Global Entrepreneurship Monitor - GEM, where it was possible to obtain characteristics such as the representation of the entrepreneurial mother who is part of the network as being 35 years old, being married or in a stable relationship, having a child and having completed higher education. Still, as for their business, it was found that most have between 3 and 6 years of existence, and that they chose entrepreneurship after motherhood to reconcile work and family and have a better quality of life., confirming that this new format of entrepreneurship is solid and here to stay. Mothers aspire to better living conditions for themselves, their children and their families, with the desire to belong and to integrate into an economically active and productive society on a permanent basis.

Keywords: Entrepreneurship; Maternal entrepreneurship; Female entrepreneurship; Public policy.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CPF – Cadastro de Pessoa Física
EI – Empreendedor Individual
GEM – Global Entrepreneurship Monitor
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
MEI – Microempreendedor Individual
RME – Rede Mãe Empreender (Dourados-MS)
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
RME – Rede Mulher Empreendedora (entidade nacional)
ABIP – Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria
IRME – Instituto Rede Mulher Empreendedora
REME – Rede Evolução Mulher Empreendedora
ME – Microempresa
EPP – Empresa de Pequeno Porte
ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU – Organização das Nações Unidas
PEA – População Economicamente Ativa
PNTEM – Programa Nacional Trabalho e Empreendedorismo da Mulher
BPW Brasil – Bussiness Professional Women Brasil – Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA.....	10
1.2 OBJETIVOS.....	12
1.2.1 Objetivo Geral.....	12
1.2.2 Objetivos Específicos.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
2 REVISÃO TEÓRICA.....	15
2.1 O EMPREENDEDORISMO E OS MEIS.....	15
2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	18
2.3 EMPREENDEDORISMO MATERNO.....	20
2.4 RELEVÂNCIA SOCIOECONÔMICA DA MULHER EMPREENDEDORA PARA A SOCIEDADE EM QUE ESTÁ INSERIDA.....	22
2.5 POLÍTICAS PÚBLICAS VOLTADAS AO FORTALECIMENTO DA MULHER EMPREENDEDORA.....	24
2.6 A IMPORTÂNCIA DAS REDES DE APOIO PARA O EMPREENDEDORISMO MATERNO.....	26
3 METODOLOGIA.....	29
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	29
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA/POPULAÇÃO-ALVO/AMOSTRA/UNIDADE DE ANÁLISE.....	30
3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	31
3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS.....	31
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	32
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS.....	44
APÊNDICE.....	49

1 INTRODUÇÃO

A possibilidade de flexibilizar os horários de trabalho para atender às novas demandas da maternidade e, com isso, manter a renda para o sustento da família, vem fazendo com que o empreendedorismo se torne uma atraente alternativa para muitas mulheres que se tornam mães (DOURADO, 2016).

De acordo com pesquisa realizada pela Rede Mulher Empreendedora (RME) (entidade nacional) em 2017, intitulada *Empreendedoras e seus negócios – Perfil do empreendedorismo feminino no Brasil*, 75% das mulheres entrevistadas iniciaram seus empreendimentos após o nascimento dos filhos (RME, 2017).

Embora a possibilidade de empreender seja uma alternativa não somente para mães, mas para as mulheres de uma maneira geral – uma vez que o mercado formal de trabalho não favorece a parcela feminina da população em sua totalidade – as mulheres são mais suscetíveis a trabalhos informais e ao desemprego, conforme o Global Entrepreneurship Monitor – GEM, em sua publicação de 2018 (GEM, 2018).

Ainda de acordo com o GEM (2018), homens e mulheres têm números parecidos quando se trata de iniciar um negócio no Brasil – 17,3% de mulheres para 18,5% de homens, no entanto, a disparidade se intensifica quando se trata da manutenção do negócio.

Conforme Dornelas (2012), o termo empreendedorismo começou a se popularizar no Brasil no fim da década de 1990, motivado por altos índices de desemprego, situação que levou o país a um processo de aberturas de pequenos negócios, em sua maioria informais.

Hisrich, Peters e Sheperd (2014, p. 6) afirmam que “... as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor”, entendendo-se por oportunidade lucrativa o processo de comercialização de novos produtos, bens e serviços de maneira inovadora, agregando mais valor e obtendo maior lucratividade do que os métodos habituais de comercialização. Já o indivíduo empreendedor, é o que possui a criatividade e a inovação como características centrais.

Santos (2019) considera, ainda, que o empreendedorismo feminino possui características adicionais se for considerada a comparação entre os gêneros. Entre tais características estão a humanização nos negócios e a distribuição mais abrangente e equitativa da renda oriunda de seus empreendimentos. Uma parcela maior da sociedade se beneficia dos resultados das atividades empreendedoras das mulheres, uma vez que a mulher investe mais a renda em sua comunidade local em comparação aos empreendedores

homens, que retêm mais seus recursos financeiros e, quando os utilizam, o fazem de forma pulverizada e não somente no local em que estão inseridos.

Nesse sentido, o empreendedorismo feminino no Brasil vem se mostrando como uma oportunidade para mulheres alcançarem independência financeira e igualdade social. Segundo matéria publicada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e disponibilizada pelo site da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP, 2021), a pesquisa GEM 2018 apontou que “o Brasil ficou em sétimo lugar no ranking de proporção de mulheres à frente de empreendimentos iniciais”. Entretanto, a mulher empreendedora ainda encontra maior volume de obstáculos do que os homens – como o preconceito e a dupla jornada – e, apesar do número de empreendimentos iniciados por mulheres estarem próximos ao dos iniciados por homens, elas também enfrentam dificuldades maiores na manutenção de seus negócios.

As mulheres encontram barreiras não somente ao empreender, mas também no mercado de trabalho formal, sendo a independência financeira e a maternidade consideradas gatilhos ao empreendedorismo feminino. Em uma pesquisa realizada pela RME (entidade nacional), em 2016, 75% das entrevistadas decidiram empreender após a maternidade (RME, 2016).

Dessa forma, para melhor compreender o empreendedorismo materno, perpassando pelo empreendedorismo feminino, que é primordial para o entendimento de quais políticas públicas são necessárias para incentivá-lo, é necessário identificar o perfil das mães empreendedoras da cidade de Dourados-MS, suas características e suas dificuldades na condução de seus negócios.

1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA

A pesquisa anual de 2019 da RME (entidade nacional) apontou que desde 2016 as mulheres entrevistadas afirmam optar pelo empreendedorismo, principalmente, para que possam ter “flexibilidade de horário e tempo para a família”. No entanto, também afirmam ter “menos tempo para o negócio, pois se dedicam mais com a casa e com os filhos do que os homens” (IRME, 2019, p. 7).

Conforme o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2019, p. 8 e p. 11), “gerenciar o tempo, trabalho x família, é o principal desafio das mulheres, e, para o homem, é o acesso a recursos financeiros”; e, ainda de acordo com o estudo, “quando formalizados, 57% dos negócios (das mulheres) são Microempreendedores Individuais – MEIs”.

O Microempreendedor Individual (MEI) teve origem em 2008 com a Lei Complementar nº 128, que aperfeiçoou a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, a Lei nº 123, de 2006. A figura dessa pessoa jurídica surgiu com o intuito de abranger indivíduos que trabalhavam na informalidade com número reduzido de colaboradores – normalmente familiares –, que possuíam baixo faturamento e que não se enquadravam nas classes empresariais existentes até então. A nova lei simplificou os processos para a realização da formalização e permitiu que essas pessoas tivessem direitos previdenciários como, por exemplo, o salário-maternidade e a aposentadoria (BRASIL, 2006).

Por ser o feminino um segmento de empreendedorismo recente e com histórico de enfrentamento de dificuldades em sua inserção na economia, como o difícil retorno ao trabalho após a licença maternidade. Mencionado na pesquisa “Mulheres e o mundo corporativo” da consultora Robert Half, de 2016 e no estudo da Fundação Getúlio Vargas (FVG) também de 2016, que evidencia a resistência das organizações em acolher a mulher-mãe recente que deseja retomar as suas atividades laborais (ZARPELON, 2019). Existe, portanto, a necessidade de se saber qual é seu perfil, especialmente quanto às especificidades dos locais onde está inserido, suas necessidades e suas expectativas para o futuro.

Entre as instituições que pesquisam o empreendedorismo feminino está a RME (entidade nacional) que, desde 2016, realiza estudos nacionais com mulheres empreendedoras e possui diversas publicações em seu *site* com temáticas que abordam o universo feminino voltado ao trabalho e sua implicância na saúde e no bem-estar da mulher. E entre as referências voltadas ao empreendedorismo materno pode-se citar quatro iniciativas, o Maternativa, B2Mamy, Escola de negócios da mãe empreendedora e o Marketing de Mãe, todas voltadas ao apoio as mães empreendedoras que desejam alavancar seus negócios (SANTOS, 2020).

Compreendendo a cidade de Dourados-MS, o tema empreendedorismo, em si, ainda é pouco abordado, principalmente pelo poder público, tanto que há apenas um serviço municipal ao qual o empreendedor local pode recorrer para buscar informações sobre o tema, denominado “Sala do Empreendedor”. As demais iniciativas ficam por conta do SEBRAE e de redes de apoio como a Rede Evolução Mulher Empreendedora – REME e a Rede Mãe Empreender – RME. Entretanto, há expectativa de mudança nesse cenário: recentemente, o poder público, em parceria com o SEBRAE, realizou o lançamento da iniciativa “Cidade Empreendedora”, que “integra a gestão pública e pequenos negócios em um ambiente de oportunidades, para estimular a economia local e desenvolver municípios” (ENFOQUEMS, 2021).

Uma das principais redes de apoio de Dourados é a REME, que teve início após o encontro de algumas lideranças femininas durante um programa do SEBRAE, em 2019, e, desde então, conta com quase 200 (duzentas) mulheres empreendedoras, mães e não mães, cadastradas. Por meio da REME, elas participam de cursos e palestras, divulgam seus trabalhos em feiras próprias e se apoiam entre si.

A outra rede de apoio, a Rede Mãe Empreender – RME, está em operação em nível estadual, com atuação presencial inicialmente nas cidades de Campo Grande e Dourados, sendo que, nesta última, contava com 25 mães cadastradas até a data de coleta de dados para esta pesquisa. As ações da rede acontecem principalmente por meio das redes sociais das mães empreendedoras cadastradas e, assim como a REME, também proporcionam a divulgação dos produtos das participantes. O diferencial dessa iniciativa é a sua especificidade voltada ao materno, englobando o acesso a conteúdos próprios para mães e crianças, desde a gestação até os cuidados com os filhos (REDEMATERNA, 2021).

Nesse sentido, o problema de pesquisa que se apresenta é “Qual o perfil das empreendedoras mães de Dourados-MS, suas especificidades e suas dificuldades na condução de seus negócios?”

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar as dificuldades vivenciadas pelas empreendedoras maternas da RME, em Dourados-MS.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Traçar o perfil das empreendedoras maternas da RME na cidade de Dourados-MS.
- Descrever o modelo de negócio utilizado pelas empreendedoras maternas da Rede.
- Identificar as características individuais da empreendedora que influenciam em seu negócio.
- Identificar possíveis políticas públicas que possam auxiliar o empreendedorismo materno.

1.3 JUSTIFICATIVA

A escolha da temática desta pesquisa surgiu da identificação de uma dor pessoal da autora e que se confirma como dor das demais mães empreendedoras.

Muitas mulheres após serem mães se deparam com o fechamento das portas de seus trabalhos formais ou com a necessidade de buscar outras alternativas de fonte de renda para conciliar o trabalho e a criação dos filhos.

[...] durante a licença maternidade, ou após o nascimento dos filhos, a mulher começa a questionar seu retorno ao mercado de trabalho aos moldes em que o realizava antes de tornar-se mãe (o que muitas vezes envolvia longas jornadas de trabalho, acúmulo de funções, ‘levar’ trabalho para casa (COMUNICON, 2018, p. 5).

De acordo com a publicação da RME (entidade nacional) (RME, 2018, p. 5), “as empreendedoras que iniciaram negócios nos últimos três anos procuraram mais por qualidade de vida...” e “entre as principais razões para começar um negócio estão: ter flexibilidade de horários, conciliar o trabalho com a família, realizar um sonho e trabalhar com o que gosta ou por uma causa”.

Na busca por estudos e por pesquisas sobre empreendedorismo materno no Brasil, percebe-se que as publicações começaram a surgir por volta de 2016 e ainda são escassas, especificamente sobre o empreender na maternidade. Já o tema empreendedorismo feminino possui várias publicações desde, aproximadamente, o ano de 2013, realidade semelhante quando se busca por informações sobre os dois segmentos de empreendedorismo em livros, *blogs*, redes sociais e plataformas de vídeo.

É importante considerar o empreendedorismo materno diferente do feminino, pois há um fator determinante para o sucesso desses empreendimentos: os filhos. Nesse sentido, deve haver uma preocupação por parte do poder público e dos envolvidos no desenvolvimento do empreendedorismo em si, de se levar em consideração que para crescer e manter sadia sua empresa, a mulher mãe tem que ter seus filhos amparados e cuidados enquanto empreende. Pois, como acontece com mulheres empregadas que se veem obrigadas a deixarem seus cargos por não terem rede de apoio para auxiliar nos cuidados com os filhos, assim também pode ocorrer com as empreendedoras, como mencionado por Azevedo (2019).

Se o empreendedorismo feminino já encontra muitas dificuldades por questões culturais e desigualdade de gênero, o empreendedorismo materno se torna mais desafiador, pois, tradicionalmente, são atribuídas à mulher as tarefas de “criar” os filhos, gerir a casa e ser esposa. Atualmente, a mulher ainda demanda outras funções a si, como vida acadêmica

e cargos de chefia e liderança em empresas ou, como enfoca esta pesquisa, empreendimentos próprios.

Assim, é de extrema importância uma estrutura que forneça redes de apoio à mulher mãe que possui trabalho formal ou empreende. Uma criança precisa ter, além de suas necessidades básicas, como alimentação, higiene e saúde, supridas, o direito de ser amamentada até quando ela e a mãe sentirem necessidade. A mãe também demanda, por vezes, ir ao encontro do filho para troca de afetos, uma outra necessidade básica da criança, bem como poder levá-la ao médico, realizar o cumprimento do calendário vacinal e ir às reuniões escolares, entre outras funções que cabem a uma família, mas, especialmente, à mãe.

De acordo com um levantamento prévio, não há pesquisas em âmbito local sobre o empreendedorismo materno especificamente, embora existam sobre o empreendedorismo feminino. Fato que enfatiza a relevância deste estudo a fim de se obter respostas sobre quais são as dificuldades encontradas para, então, se viabilizar alternativas para a solução das problemáticas levantadas.

Pode-se afirmar, primeiramente, que os principais interessados nos resultados desta pesquisa são o poder público, que precisa manter e incentivar ações que estimulem a economia, e as próprias empreendedoras na figura da RME em Dourados-MS. Em segundo lugar, mas não menos importante, está a contribuição deste trabalho aos estudos sobre o assunto e ao desenvolvimento de teorias e de tecnologias voltadas ao empreendedorismo feminino e materno, à economia inclusiva, à gestão familiar, entre muitos outros fatores aos quais a temática está associada. Os resultados podem contribuir, inclusive, para o aumento da geração de empregos local, tanto direta, demandada pelas empreendedoras maternas à medida em que melhoram sua gestão e, conseqüentemente, seus rendimentos, quanto indiretamente, por meio de outros empreendimentos que podem vir a surgir para suprir carências na prestação de serviços como contabilidade, administração, gerência de marketing, entre outros.

2 REVISÃO TEÓRICA

Este capítulo compreende a contextualização do empreendedorismo materno com os fatores que contribuem e estão relacionados a sua existência, como o desenvolvimento do empreendedorismo e a relação com o surgimento da modalidade de microempreendedores individuais (MEIS); o surgimento e crescimento do empreendedorismo feminino; a relevância socioeconômica da mulher empreendedora para a sociedade, bem como a importância das políticas públicas e redes de apoio voltadas ao empreendedorismo feminino e materno.

2.1 O EMPREENDEDORISMO E OS MEIS

O termo empreendedorismo vem sendo muito utilizado no Brasil, principalmente na última década, quando teve início o interesse brasileiro pelo tema. Talvez pela busca de profissionalização dos pequenos negócios, da diminuição dos fracassos, do aumento da competitividade, da redução dos custos e da manutenção no mercado. Em momentos de crise econômica, os números referentes ao empreendedorismo tendem a aumentar e nascem nesse momento os empreendedores por necessidade (DORNELAS, 2012).

Como Dornelas menciona em seu best-seller *Empreendedorismo, transformando ideias em negócios* (2012, p. 03),

A maior parte dos negócios criados no país é concebida por pequenos empresários. Esses nem sempre possuem conceitos de gestão de negócios, atuando geralmente de forma empírica e sem planejamento. Isso se reflete diretamente no índice de mortalidade dessas pequenas empresas.

Ao mesmo tempo, o empreendedorismo pode ser um poderoso propulsor da economia em períodos de crise, se considerado que podem surgir, por meio dele, alternativas necessárias como inovações e desenvolvimento de novas tecnologias, sendo essas, talvez, alternativas para períodos turbulentos (GEM, 2019).

Utilizar o empreendedorismo como ferramenta para impulsionar a economia já é prática nos Estados Unidos e na Europa há algum tempo. Em 1997, por exemplo, os Estados Unidos e a Inglaterra criaram o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), com o intuito de acompanhar a evolução do empreendedorismo mundial concomitantemente à economia (DORNELAS, 2012).

Ainda de acordo com Dornelas (2012), existem dois tipos de empreendedor: o de oportunidade e o de necessidade – o primeiro se refere aquele que planeja seu negócio e visa o futuro estrategicamente focando riquezas e desenvolvimento; já o segundo, é aquele que nasce da situação à qual é exposto, ou seja, o desemprego ou, até mesmo, algum motivo pelo qual não pode exercer atividade laboral convencional.

Contribuir com a sociedade em que está inserido, proporcionando empregos e movimentando a economia de forma menos burocrática e mais rápida seriam as principais ações positivas que um pequeno empreendimento pode proporcionar à população. Entretanto, a notoriedade desse segmento empresarial não é percebida apenas nos resultados econômicos, mas, também, em quesitos como a inovação em seus diversos setores, propiciando significativos avanços de conhecimento, que vão além da gestão de negócios.

Como parte da comunidade empresarial, as pequenas empresas contribuem inquestionavelmente para o bem-estar econômico da nação. Elas produzem uma parte substancial do total de bens e serviços. Assim, sua contribuição econômica geral é similar àquela das grandes empresas. As pequenas empresas, entretanto, possuem algumas qualidades que se tornam mais do que versões em miniatura das grandes corporações. Elas oferecem contribuições excepcionais, na medida em que fornecem novos empregos, introduzem inovações, estimulam a competição, auxiliam as grandes empresas e produzem bens e serviços com eficiência (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p. 34).

Juntas, as pequenas empresas podem dar fôlego à economia local, principalmente em períodos de crise. Na cidade de Dourados-MS, por exemplo, entre os meses de março e junho de 2020, foram abertas 1.091 empresas; dessas, 345 são de MEIs e 746 são Microempresas – ME ou Empresas de Pequeno Porte – EPP. Além disso, apenas 405 encerraram suas atividades na cidade nesse período, estando entre elas apenas cinco que se configuram como negócios de MEIs (PREFEITURA DE DOURADOS, 2020).

Nesse sentido, tornar-se MEI é uma oportunidade mais simples de deixar a informalidade, como verificado na publicação do IRME (2019, p. 8 e p. 11) que diz que “quando formalizados, 57% dos negócios (das mulheres) são Microempreendedores Individuais – MEIs”.

A terminologia MEI é utilizada para identificar uma modalidade de negócio que significa Microempreendedor Individual e cujas características são peculiares, distintas das modalidades empresariais comuns. Ela se diferencia por beneficiar profissionais autônomos e aqueles que desejam abrir seu próprio negócio, com facilidade de registro e impostos reduzidos.

O MEI é o pequeno empresário individual que atende as condições abaixo relacionadas:

- a) tenha faturamento limitado a R\$ 81.000,00 por ano;
- b) Que não participe como sócio, administrador ou titular de outra empresa;
- c) Contrate no máximo um empregado;
- d) Exerça uma das atividades econômicas previstas no Anexo XIII, da Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional de nº 94/2011, o qual relaciona todas as atividades permitidas ao MEI (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2021).

A legislação referente ao MEI está em vigor desde 1º de julho de 2009 e, além dos quesitos mencionados anteriormente, outros critérios devem ser respeitados para que haja o enquadramento na modalidade, como: o faturamento deve ser de no máximo R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais) por ano, sendo limitado a R\$ 6.750,00 (seis mil, setecentos e cinquenta reais) por mês, e deve-se manter as relações de trabalho simplificadas, com a contratação de apenas um funcionário. É importante ressaltar, ainda, que o MEI possui facilidade na aquisição de serviços financeiros com menos burocracia e acesso a programas de incentivo à inovação garantidos pelo Governo Federal (BRASIL, 2006).

Segundo Costanzi e Ansiliero, pesquisadores especialistas em Políticas Públicas e Gestão Governamental pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2017, p. 01), MEI é a “figura jurídica desenhada fundamentalmente para ampliar a formalização de microempreendimentos e a cobertura previdenciária entre trabalhadores por conta própria ou autônomos supostamente de baixa renda”.

Em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2015, p. 62), 41% dos MEIs declararam não ter recebido apoio algum no momento em que realizaram sua formalização. E 71% mencionaram alguma dificuldade para lidar com a administração de seu negócio. Ou seja, após a adesão à modalidade de MEI, os empreendedores obtiveram benefícios, como os previdenciários, por exemplo, mas também se depararam com as adversidades de uma empresa. Nessa mesma pesquisa do SEBRAE, os MEIs entrevistados citaram alguns dos fatores que mais pesaram na condução de suas atividades econômicas como microempreendedores individuais e sua relevância, tais como:

Crédito (11%) e conquistar clientes (11%), seguidos por gestão do negócio (9%), vendas (7%), concorrência (7%), compras (5%), gestão financeira (4%), ponto comercial (4%), falta de apoio (2%), planejamento (1%), obrigações legais (1%), empreender (1%) e inovação (1%). Nove por cento dos empreendedores citaram outras dificuldades (MOREIRA; NUNES; ROCHA; LIMA, p. 63).

Evidenciando a inexperiência desses novos empresários, um estudo feito pela empresa Serasa *Experience*, do Grupo *Experian*, em abril de 2017, mostra que os MEIs

possuem dificuldades que vão desde o acesso ao crédito até a separação das finanças pessoais e profissionais (DIÁRIO, 2017).

Barreiras encontradas também pelas mulheres que buscam empreender, que, por sua vez, encontram mais fatores dificultadores, como jornadas duplas, ou triplas, de trabalho; baixo acesso ao crédito – apesar de possuírem índices de inadimplência menores do que os dos homens, ainda pagam taxas anuais de juros 3,5% maiores; maior mortalidade de seus empreendimentos e menores faturamentos, mesmo sendo mais escolarizadas do que os homens quando empreendem (PEGN, 2019).

Dificuldades que não diminuem o interesse das mulheres em iniciar um negócio próprio. Em consulta ao *site* Portal do Empreendedor, dos 14.655 MEIs registrados na cidade de Dourados-MS, em 2021, 6.406 eram mulheres. Números esses que representam o interesse da parcela feminina da cidade em empreender, mesmo com os vários fatores dificultadores a esse anseio (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2021).

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

“O empreendedorismo feminino está relacionado com empoderamento, visibilidade, reconhecimento, acolhimento e compartilhamento de informações (SEBRAE/BA, 2019, p. 04)”.

Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas é o 5º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030. E o incentivo ao empreendedorismo feminino pode ser um dos meios para atingir esse objetivo (GEM, p. 43).

Parte da busca pelo empreendedorismo como fonte de renda provém das dificuldades que as mulheres possuem em se manter no mercado de trabalho, principalmente após a maternidade, pois uma parcela considerável das empresas tende a dar preferência aos homens por uma avaliação de que a mulher, ao se tornar mãe, gera um custo adicional em função de seu afastamento das atividades laborais. Para Caetano e Paro (2020, p. 26), “a desvalorização da mulher limita a capacidade das empresas, tolhe a criatividade e favorece um ambiente de competição não saudável”.

Em 2019, quase não houve diferença no número de homens e mulheres que iniciaram seus empreendimentos no Brasil, entretanto, se forem estimados os empreendimentos com mais de 3,5 anos “os homens foram mais ativos do que as mulheres”, com 18,4% de negócios pertencentes a homens e 13,9% de empresas de

mulheres. Questões como cultura e motivação para o negócio podem ser indicadores de que as mulheres tenham mais dificuldades na manutenção de seus negócios do que os homens, entre outros fatores (GEM, 2019, p. 40).

Ao visar a diminuição dessa disparidade entre homens e mulheres na condução de seus empreendimentos, o foco deve estar na educação, na capacitação e na atenção aos motivos que levam a mulher a deixar de empreender, o que, em parte dos casos, se concentra na dificuldade de gerir trabalho e família (AVENI, 2014).

A percepção de que as mulheres estão inseridas em uma cultura limitadora está nos tipos de negócios que a maioria delas escolhe para si. Ainda de acordo com a pesquisa GEM 2019, enquanto os homens estão distribuídos entre vários setores produtivos quando empreendem, as mulheres tendem a concentrar suas ações empreendedoras em alguns ramos de negócios específicos como: serviços domésticos, cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios e serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada (como bolos, doces e salgados, marmitas e fornecimento de produtos e preparação de bufê em festas). Pouco se vê mulheres em setores como tecnologia, transportes e construção, o que pode ser explicado, em parte, pela falta de incentivo às meninas, ainda nas escolas, em participarem ativamente de atividades em áreas como Matemática e em ações pedagógicas que tenham conteúdos ligados à liderança e às finanças, por exemplo.

Essa característica cultural foi herdada do Brasil Império, quando, na escola, meninas eram ensinadas de forma distinta dos meninos: enquanto eles aprendiam operações matemáticas mais complexas, a elas eram ensinadas apenas as quatro operações básicas. Na época, em 1827, data em que foi sancionada a Lei Educacional, os senadores ainda sugeriram, durante as discussões para aprovação da referida lei, que meninas tivessem não somente a superficialidade da Matemática, mas, também, que fossem ensinadas a cantar e a tocar e que fossem “bem instruídas na economia da casa, para que o marido não se veja obrigado a entrar nos arranjos domésticos, distraído-se dos seus negócios” – fala do senador Marquês de Caravelas (BA) (WESTIN, 2020, s. p.).

Os dados de hoje confirmam a urgência em se ter mais meninas interessadas e incentivadas em “ciência, tecnologia, engenharias e matemática”. Para se ter uma ideia, em 2018, por exemplo, na Olimpíada Internacional de Matemática, realizada na Romênia, dos 594 estudantes, apenas 60 eram mulheres (MELLO, 2019, s. p.).

O incentivo para que meninas que hoje estão no ensino básico se interessem por disciplinas como Matemática, Robótica e afins, é abrir o horizonte de possibilidades para que no futuro elas percebam que, no âmbito do empreendedorismo, é essencial desmistificar as finanças de suas empresas e ousar mais em setores como o de *startups* e de tecnologias, de transportes, de construção civil e em tantos outros considerados mais acessíveis aos homens.

Especialistas recomendam que, para que haja melhora nas condições para se empreender no Brasil, determinadas políticas públicas sejam implementadas, como “oferecimento de cursos específicos” e “auxílio na organização de grupos de apoio mútuo”, “como uma alternativa para incentivar um maior e melhor engajamento desses segmentos (pessoas com idade superior a 55 anos e mulheres) em iniciativas empreendedoras” (GEM 2019, p. 147).

Nesse sentido, considerando dados da pesquisa GEM 2019, estando a abertura de novos negócios com índices iguais para homens e mulheres, o que poderia justificar a menor permanência das mulheres na condução de seus empreendimentos – a sobrevivência de empresas com mais de 3,5 anos é maior para homens do que para mulheres – é a conciliação de suas várias jornadas de trabalho, entre elas a maternidade, configuração da realidade de considerável parcela da população empreendedora feminina.

2.3 EMPREENDEDORISMO MATERNO

O termo empreendedorismo materno se tornou conhecido primeiramente como *momprenneur*, “que na língua inglesa corresponde à junção dos termos *mãe* e *empreendedora*, citada por Patricia Cobe e Ellen Parlapiano, autoras do livro *Mompreneurs: A Mother's Practical Step-by-Step Guide to Work-at-Home Success*” (1996). Desde então, o termo ou a nova categoria vem se popularizando na mídia e ganhando muitas novas adeptas. A recente nomenclatura deu voz a uma parcela da população economicamente ativa que não tinha até então suas problemáticas reconhecidas (SALGADO; JORGE, 2018).

Flexibilidade para gerir as várias atividades que possui junto ao acompanhamento de perto da criação dos filhos seria um dos principais motivos para o surgimento desse novo segmento, o empreendedorismo materno. O termo surgiu trazendo consigo a ideia de que ao

empreender, a mãe pudesse conciliar a maternidade com o trabalho, normalmente realizado em casa junto das atividades domésticas, além de ser esposa e estudante permanentemente. Entretanto, na prática, as coisas não são como se vendem. A rotina das mães que empreendem é cheia de percalços e a responsabilidade de criar filhos requer a dedicação quase que exclusiva que envolve o desenvolvimento saudável de uma criança. A maternidade e a gestão de uma empresa, mesmo que pequena ou individual, exigem o mesmo empenho e dedicação, o que torna os empreendimentos de mulheres que são mães mais propensos ao fracasso a médio e a longo prazos (DOURADO, 2016).

O fator maternidade é, aqui, o propulsor para o surgimento e, ao que tudo indica, a permanência de um novo segmento de empreendedores: o empreendedorismo materno. Após o nascimento dos filhos, as mulheres passam por transformações físicas, emocionais e sociais. Parte dessas mulheres tem dificuldade em retomar sua vida profissional anterior à maternidade, seja pela rotina de trabalho não se adequar à rotina de mãe, seja pelo receio em terceirizar a criação dos filhos ou, ainda, por situações que estão aquém de suas escolhas, como demissões. Algumas empreendem por oportunidade, outras por necessidade, mas todas essas mães possuem um negócio para conduzir e filhos para conciliar. (STARCK, 2019).

Em pesquisa realizada pela RME (entidade nacional), em 2016, em parceria com instituições privadas, das 1.376 mulheres entrevistadas, 85% já empreendiam e, dessas, 75% iniciaram seus negócios após o nascimento dos filhos.

Em 2017, a RME dando continuidade às pesquisas para o conhecimento do perfil da mulher empreendedora brasileira, as entrevistadas afirmaram empreender para ter mais qualidade de vida, para obter lucro e para conciliar as várias demandas que têm, como trabalho, casa e família.

Se parte das mães empreendem por perceber que a vida que levavam antes da maternidade não condiz mais com a vida pós-maternidade, outra parcela das mães empreendedoras iniciam seus negócios pela perda do emprego ou pelo preconceito sentido no retorno da licença-maternidade ao ambiente do mercado formal, o que faz com que as mães passem a considerar uma nova possibilidade de renda. “Empreender, para essas mulheres, assim como para muitos outros indivíduos, é na maioria das vezes uma questão de necessidade e falta de opção, e não de oportunidade ou predileção” (SALGADO; JORGE, 2018).

Em 2017, 58% das empreendedoras atuavam na prestação de serviços, 28% no comércio, 28% na indústria e 9% em outros setores (agropecuária, instituição do terceiro setor, etc.). Ainda, 61% eram casadas, 44% eram chefes de família e 53% pertenciam à classe social B e tinham, em média, 39 anos (RME, 2017).

A mãe que empreende busca realização profissional, independência financeira e qualidade de vida, com horários mais flexíveis e trabalhos recompensadores. Entretanto, o movimento materno em busca do êxito profissional e pessoal ainda caminha rumo ao conhecimento permanente. Muitas mães de negócio se queixam de sobrecarga física e mental pelas múltiplas atribuições que possuem. Dedicção excessiva ao trabalho, exigências de cônjuges quanto às participações nas relações familiares e ausência da divisão de tarefas domésticas, têm gerado sérias instabilidades emocionais à mulher mãe que trabalha. Os conflitos se tornam frequentes e intensos e uma das alternativas que tem se mostrado mais viável é a busca pelas redes de apoio, espaços onde elas encontram tanto orientações profissionais quanto pessoais, por meio da troca de informações e de experiências, de cursos, de mentorias e de outros serviços (DOURADO, 2016).

Em pesquisa realizada por uma comunidade da rede social *Facebook*, criada por mães empreendedoras, intitulada *Maternativa* e contemplada nos estudos de Salgado e Jorge (2018), ficou demonstrado que, entre as mães que estavam no grupo, as maiores dificuldades em ser mãe empreendedora eram: lidar com o gerenciamento do tempo (17%), ser comercialmente competitiva (12%) e conciliar família e trabalho (11%).

Ratificando que há diferenças entre o empreendedorismo materno e o empreendedorismo como um todo – até mesmo o feminino –, tais distinções devem ser consideradas na implementação de políticas públicas de incentivo e de proteção aos negócios conduzidos por mães. Demandas como a atenção e o apoio nos cuidados com os filhos dessas mulheres, por meio da oferta de creches ou de locais adequados e preparados para os receberem, e o acompanhamento quanto à gestão de seus negócios, com facilidade de acesso a informações e demais orientações pertinentes a um gerenciamento eficaz e eficiente, são primordiais para o segmento.

2.4 RELEVÂNCIA SOCIOECONÔMICA DA MULHER EMPREENDEDORA PARA A SOCIEDADE

O empoderamento da mulher também acontece quando ela empreende, deixa de ser dependente financeiramente de seu cônjuge e/ou de políticas assistencialistas e passa a ser

protagonista de sua própria história, encorajando outras mulheres em situação de vulnerabilidade social, ou não, a serem donas de seus próprios negócios. Com isso, rompem-se ciclos de violência e a mulher detentora de seu próprio dinheiro reinveste em sua família, em outras mulheres e no comércio local, beneficiando e desenvolvendo a sociedade como um todo (SEBRAE, 2019).

Além disso, este “poder” feminino resulta em menores taxas de natalidade e de mortalidade infantil, em melhorias na educação para as crianças, em maior participação das mulheres no mercado de trabalho e na política, e com isso, há uma melhor representação dos interesses das mulheres, e para a diminuição da pobreza, principalmente nos países em desenvolvimento (PORTINHO, 2019).

No último censo demográfico (IBGE, 2010), as mulheres estavam em maior número populacional no Brasil, superando os homens em quase 4 milhões. Quanto às casas chefiadas por mulheres, em 2015, o número era de 28,9 milhões contra 14,1 milhões em 2001 – “são maioria da População Economicamente Ativa (PEA) com mais de 11 anos de estudo” (CAVENAGHI; ALVES, 2018).

De acordo com a pesquisa *Empreendedoras e seus negócios 2020: Recorte dos impactos da pandemia* (IRME, 2020), 83% das mulheres empregam outras mulheres, contra 63% dos homens; 65% das mulheres já participaram de cursos e capacitações focados em empreendedorismo, contra 53% dos homens e, ainda, homens demonstram maior interesse em temáticas financeiras, enquanto mulheres demonstram maior interesse em diversificar e melhorar seus produtos e serviços, assim como em digitalizar o negócio.

Nesse sentido, também cresce aos poucos a disponibilidade de ferramentas de informação e de trocas de experiências e de produtos por meio da *internet*, como é o caso do Mercado das Mães, que se intitula uma comunidade que coloca como centro de todas as questões sociopolíticas, a maternidade. Trata-se de um grupo criado por uma mãe empreendedora, Carol Cagnatto, que possui um *site* de divulgação com os propósitos da marca e que proporciona a mães empreendedoras que se encontrem virtualmente e troquem experiências, além de divulgarem seus produtos/serviços. A comunidade, que também tem seus produtos à venda na plataforma, se define como “um negócio de impacto social que fortalece a economia circular entre as mães, priorizando fornecedoras que sejam mães empreendedoras”, representando o real significado do empreendedorismo materno. E a cada compra realizada na plataforma da comunidade, 5% do valor é destinado a projetos de assistência a mães (CAGNATTO, 2021, s. p).

Essas ferramentas, além de concederem mais oportunidades para outras mulheres entrarem para o mercado de trabalho, propiciam às empreendedoras a busca por mais conhecimentos e sua abertura à novas tecnologias, incentivando a inovação e o desenvolvimento contínuo.

2.5 POLÍTICAS PÚBLICAS VOLTADAS AO FORTALECIMENTO DA MULHER EMPREENDEDORA

O conceito de política pública é abrangente e perpassa várias áreas do conhecimento, mas sempre com ênfase no “processo decisório governamental” (DIAS, 2012. p. 11). Entre diversos autores, alguns seguem uma “linha teórica tendo como foco o governo como promotor de ações que influenciam a vida dos cidadãos”. Outros compartilham o que dizem Laswell (1936) e Souza (2006) na obra de Gonçalves (2017), que as políticas públicas buscam responder a questões como: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz, sendo dois os seus elementos fundamentais:

Intencionalidade pública: que é a motivação para se estabelecer ações para tratamento ou resolução de um problema.

Problema público: que é a diferença entre a situação atual vivida (*status quo*) e uma situação ideal possível à realidade coletiva (GONÇALVES, et al., p. 28, 2017).

Em 2003, a criação da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres fomentou a criação de diversas outras iniciativas políticas, com o envolvimento mútuo das várias esferas governamentais para promover a “redução das desigualdades de gênero, a autonomia econômica e a igualdade de oportunidades no mundo do trabalho”. Em 2004, houve o implemento do “Programa Economia Solidária em Desenvolvimento”, que privilegiava setores sociais marginalizados como “trabalhadores (as) em risco de desemprego, desempregados, autônomos, cooperativas, empresas autogestionárias, associações, agências de fomento da economia solidária e fóruns municipais e regionais de desenvolvimento” (NATIVIDADE, 2009).

Programas específicos ao empreendedorismo feminino começaram a ganhar forma em 2007, por meio de ações do Programa Nacional Trabalho e Empreendedorismo da Mulher (PNTEM), juntamente com o SEBRAE e a *Business Professional Women* – Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais – BPW Brasil, como o projeto “Mulher Empreendedora”, que ofertava “cursos e incentivo ao desenvolvimento do

espírito empreendedor”. Posteriormente, o então projeto ganhou status de programa (CARVALHO, 2017).

No entanto, mesmo diante das iniciativas citadas, é importante apresentar algumas ressalvas: as articulações sobre atendimento à mulher e sobre sua inserção no mercado de trabalho e economia não devem pertencer somente a uma secretaria. Há a necessidade de que os vários setores públicos participem juntos e ativamente para que exista um maior número de atendimentos, com atenção às particularidades de cada local. Levando em consideração que parte das empreendedoras assim se torna por questões de necessidade, cabe às políticas públicas, também, colocar em conta as motivações e os percalços dessas empreendedoras, pensando nelas como agentes de transformação e de progresso na economia brasileira (NATIVIDADE, 2009).

As políticas públicas de incentivo aos pequenos negócios locais devem levar em consideração as particularidades do lugar. Deve-se conhecer os empreendimentos e quem os conduz para que ações mais direcionadas sejam implementadas. Para micros e pequenos negócios, as ações públicas devem levar em consideração seu perfil e proporcionar facilidades necessárias a esse segmento, que normalmente possui mais dificuldade em se manter ativo. Esse apoio se traduz em: facilidade na formalização, tributação isenta ou reduzida, preparo do município para atender às demandas do segmento e acesso a serviços financeiros, tecnologias, informação e capacitações (DIAS, 2012).

No caso de mulheres mães empreendedoras, além das dificuldades encontradas naturalmente no pequeno negócio, modalidade da qual considerável parcela dessas empreendedoras faz parte, segundo RME (2017) 35% delas são MEI e 27% são ME - Microempresa, há as desigualdades de gênero e a atenção aos cuidados com seus filhos, que necessitam de creches e escolas ou de ambientes em que possam estar enquanto as mães trabalham, para que elas não precisem escolher entre o trabalho e a família.

Um estudo do IPEA, de 2017, intitulado *Ipea revela que vulnerabilidade é maior para mulher negra*, indicou que mulheres, mulheres negras e mulheres negras que vivem em áreas rurais são as mais vulneráveis, o que enfatiza a desigualdade de gênero presente na sociedade brasileira.

Nesse sentido, as políticas públicas possuem um papel de extrema importância, seja em âmbito nacional, estadual ou municipal. As ações em âmbito estadual, por exemplo, têm como principais eixos de atuação gestão e governança, autonomia e protagonismo das mulheres e enfrentamento à violência (SECID/MS), bem como os órgãos municipais, “que

visam articular, propor, acompanhar e desenvolver políticas públicas que estimulem e levem a cidadania e a justiça social das mulheres, incorporando as dimensões de classe, gênero, ético racial, geracional e da livre orientação e liberdade sexual” (COORDENADORIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA A MULHER, 2014, s. p.).

Em buscas por projetos oriundos do setor público específicos ao incentivo à mulher e sua autonomia econômica na cidade de Dourados-MS, não foram encontrados resultados.

Já no Estado de Pernambuco, houve um exemplo de prática das ideias das políticas públicas entre as populações locais com a implantação do PNTEM na Região Metropolitana de Recife, contando com parceria da Secretaria Especial da Mulher do estado. Em análise da eficácia de sua implementação para as mulheres atendidas, Carvalho (2017) verificou que houve um despertar para o empreendedorismo entre as participantes do programa; entretanto, quanto à relevância do empreendedorismo para suas comunidades, indo além do retorno financeiro/econômico, a iniciativa deixou a desejar, pois não houve acompanhamento dessas mulheres atendidas pelo programa após os cursos e os atendimentos iniciais, bem como elas não tiveram suporte financeiro para a empreitada.

No Estado de Mato Grosso do Sul, o SEBRAE possui um programa que prepara os municípios para gerarem emprego, renda e oportunidades de negócios, por meio do mapeamento de oportunidades, de um plano de desenvolvimento econômico, da desburocratização, do incentivo às compras locais, de um desenvolvimento da cultura empreendedora e de inovação, da formação de lideranças e do desenvolvimento empresarial. Atualmente presente em onze municípios, tal iniciativa é um modelo de programa voltado ao desenvolvimento econômico local eficiente e sustentável, com grandes possibilidades e facilidades de ser replicado em várias localidades para o fortalecimento do empreendedorismo (SEBRAE CIDADE EMPREENDEDORA, 2021).

2.6 A IMPORTÂNCIA DAS REDES DE APOIO PARA O EMPREENDEDORISMO MATERNO

As redes fazem parte do cotidiano humano, uma vez que o indivíduo integra a sociedade e precisa interagir com ela. Essa interação pode ocorrer das mais variadas maneiras, como pelo uso da *internet* e das redes sociais, pela convivência ou por outras formas de intermediação entre pessoas, organizações, redes empresariais e redes de distribuição (EZEQUIEL, 2018). As redes chamadas de interorganizacionais são elos

interligados entre indivíduos, organizações ou países que, à medida em que vão se desenvolvendo, vão se tornando redes. Entretanto, é necessário que haja troca entre os envolvidos através do compartilhamento de informações e de conhecimentos (SOUZA, 2009; MÜLLER; STRAUHS, 2015; apud EZEQUIEL, 2018).

A importância das redes para as mulheres empreendedoras se torna mais evidente quando se analisa resultados práticos obtidos por integrantes desses tipos de grupos, como o aumento de visibilidade e a maior lucratividade (MOORE; BUTTNER, 1997; LERNER, BRUSH; HISRICH, 1997, apud GREATTI et al, 2010).

Conforme a publicação de 1990, *Causas do fracasso nos negócios*, empregada para embasar trecho do livro de Longenecker, Moore e Petty (1997) e parte de uma pesquisa realizada por empresa especializada em informações sobre negócios, a Dun & Bradstreet, os três principais motivos que levam ao fracasso das pequenas empresas são fatores econômicos (45%), causas financeiras (37,2%) e causas relativas à experiência (10,5%).

Nos fatores econômicos incluem-se “vendas inadequadas, lucros insuficientes e fracas perspectivas de crescimento”. Das causas financeiras fazem parte “pesadas despesas operacionais e capital insuficiente”. Já quanto às causas relativas à experiência foram consideradas “falta de conhecimento sobre o negócio, falta de experiência no ramo e falta de experiência gerencial” (LONGENECKER; MOORE; PETTY, 1997, p. 42).

Para o empreendedorismo materno, esses fatores se evidenciam e se juntam a outros pontos determinantes para a sobrevivência das empresas lideradas pelas mães empreendedoras. As redes de apoio, portanto, possuem papel de extrema importância, uma vez que colaboram com o acesso à capacitações, a parcerias entre as empreendedoras e à venda de seus serviços/produtos.

Existem várias organizações não-governamentais no Brasil que utilizam as redes como apoio para incentivar o empoderamento feminino para os negócios, provendo a autonomia econômica dessas mulheres. Entre elas está a BPW Brasil, que atua em nível nacional e local com unidades em vários estados, presente, inclusive, na cidade de Dourados-MS.

BPW é uma organização internacional fundada na Suíça em 1930 e hoje está presente em mais de 100 países com mais de 40.000 associadas, realizando inúmeros projetos que fomentam o empreendedorismo, a capacitação de lideranças e implementam projetos de responsabilidade social para melhorar a qualidade de vida de mulheres e meninas em todo o mundo (BPWBRASIL, 2021).

Com abrangência no Estado de Mato Grosso do Sul, a Rede Mãe Empreender (RME) vem com a proposta de “apoio e fomento ao empreendedorismo e às mães”, sendo

um instrumento que contribui para o crescimento profissional das mães que pretendem empreender e para aquelas que já possuem um negócio, por meio de publicações de materiais e demonstrações de experiências de outras mães que empreendem. Ela visa propiciar a melhoria de desempenho e de produtividade das integrantes, enfatizando a importância do papel social que essas empreendedoras têm para o mercado (REDE..., 2021).

Com objetivo inicial de união e apoio mútuo, surgiu no ano de 2019, na cidade de Dourados, a Rede Evolução Mulher Empreendedora (REME). Essa rede possui atualmente 180 participantes entre as mais diversas áreas de atuação profissional e tem por objetivos divulgar os trabalhos das empreendedoras participantes, fomentar o *networking* entre elas e manter uma continuidade de capacitações por meio de palestras e rodas de conversa (TORRES, 2020).

Considerando os objetivos comuns das redes aqui apresentadas, de fomentar o empreendedorismo feminino, rompendo barreiras encontradas por mulheres que desejam empreender ou que já empreendem, e a grande adesão das mulheres a essas iniciativas, pode-se presumir que a existência dessas redes de apoio ao empreendedorismo feminino e, por conseguinte, ao empreendedorismo materno, é de extrema importância, uma vez que a participação nesses grupos, assim como demonstraram os estudos de Carvalho (2017) sobre a implantação do PNTEM no estado de Pernambuco, garante à mulher um novo olhar sobre si mesma, graças à elevação da autoestima, da valorização pessoal e de um maior autocuidado, aumentando sua motivação para empreender, para a aprendizagem e para a (re)descoberta de suas qualidades e capacidades.

3 METODOLOGIA

Para Matias-Pereira (2019, p. 20), método “é um conjunto de técnicas, regras e procedimentos que devem ser adotados na realização de uma pesquisa científica”.

Inicialmente, neste trabalho, é explicitado o delineamento da pesquisa, seguido da definição da amostra a ser estudada. Após, detalha-se as técnicas empregadas na coleta e na análise dos dados. Logo, é feita explanação sobre os procedimentos adotados na condução desta pesquisa, assim como sobre os métodos empregados para a imersão na temática proposta, seu objetivo, a abordagem utilizada, como se deu sua execução e qual sua finalidade.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Esta pesquisa se caracteriza por ser exploratória e descritiva. Exploratória, pois fez-se necessária a imersão no tema da pesquisa, com os atores envolvidos e com suas características, buscando um envolvimento e familiaridade com o assunto em questão (GIL, 2018). Após o aprofundamento no assunto, a pesquisa passa a ser descritiva, o que para Best (1972), (MARCONI; LAKATOS, 2021, p. 19) “delineia o que é” e aborda outros aspectos: “descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando seu funcionamento no presente”. Ou seja, reconhece a existência de um fenômeno e o estuda, num determinado espaço-tempo (MARCONI; LAKATOS, 2021).

Nesse sentido, este estudo, em seu estágio exploratório, se iniciou com buscas em fontes bibliográficas, principalmente em artigos científicos, pois o assunto em questão é novo e pouco abordado na literatura técnica e, justamente por sua contemporaneidade, os esforços, no sentido de se encontrar definições e envolvidos, perpassaram os *sites*, as redes ou as mídias sociais e os *blogs*, por serem essas as ferramentas que contêm informações mais atualizadas, caracterizando, assim, os estudos de fontes documentais.

A técnica empregada é o levantamento – “as pesquisas deste tipo caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer” (GIL, 2019, p. 61). “Esse método se baseia no interrogatório dos participantes, aos quais se fazem várias perguntas sobre comportamento, intenções, atitudes, consciência, motivações e características demográficas e de estilo de vida” (MALHOTRA, 2019, p. 146).

De maneira geral, os estudos que utilizam a técnica de levantamento consideram uma parcela da população a ser estudada para aplicação da pesquisa, chamada de amostra.

Conforme Gil (2002, p. 121), “os levantamentos abrangem um universo de elementos tão grande que se torna impossível considerá-los em sua totalidade. Por essa razão, o mais frequente é trabalhar com uma amostra (...)”. Definida a seleção da amostra, apresenta-se o instrumento de coleta de dados, cujo os mais utilizados são: o questionário, a entrevista e o formulário (GIL, 2002). Tais instrumentos podem ser formulados verbalmente, por escrito ou por computador e as respostas obtidas por qualquer uma dessas formas (MALHOTRA, 2019).

Fora utilizado também uma combinação de metodologias através da inserção do estudo de caso, onde a autora desta pesquisa esteve inserida também como mãe empreendedora na rede de apoio estudada. Sendo possível a observação do comportamento das integrantes do grupo. “A flexibilidade da abordagem de estudo de caso e a ênfase no entendimento do contexto do sujeito em estudo permite uma riqueza de entendimento... (COOPER, SCHINDLER, 2016, p. 168)”.

Portanto, foi aplicado um questionário estruturado às 25 (vinte e cinco) mães empreendedoras da RME da cidade de Dourados-MS no mês de setembro de 2021, onde 20 (vinte) integrantes da rede responderam. O questionário foi enviado para as respondentes via *internet*, por meio da ferramenta Google Formulários.

Com base no questionário fez-se as descrições do perfil e das características das mães empreendedoras da rede de apoio na cidade de Dourados-MS, possibilitando sugestões de propostas que auxiliem as autoridades locais na formulação e na implementação de políticas públicas voltadas a esse público.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA/POPULAÇÃO-ALVO/AMOSTRA/UNIDADE DE ANÁLISE

A área foco desta pesquisa é o município de Dourados-MS e o público objeto de estudo foram as mães empreendedoras pertencentes à RME em Dourados-MS, considerando na amostra todas as 25 mães integrantes do grupo, sendo a coleta das informações possível por meio de questionário estruturado, enviado pelo aplicativo de mensagens *WhatsApp*.

3.3 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

Na pesquisa, as técnicas de coleta de dados compreendem três etapas: neste trabalho, a primeira etapa se deu por meio de pesquisa bibliográfica em fontes eletrônicas e em publicações; a segunda etapa envolveu o envio dos questionários às mães empreendedoras pertencentes à RME em Dourados-MS e, a terceira e última etapa, foi o confronto dos resultados das duas etapas anteriores, com o intuito de elencar as especificidades das mães que empreendem na cidade de Dourados-MS.

3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

Como mencionado por Malhotra (2019, p. 360), o processo de análise de dados compreende a “preparação dos dados”, perpassando a “verificação da completude do questionário”, seguida pela “edição dos dados, codificação, transcrição, limpeza de dados” e, enfim, pela “escolha de uma melhor estratégia de análise dos dados”. As técnicas bibliográfica e analítica se mostraram as mais adequadas para o desenvolvimento desta pesquisa, pois compreendem as etapas que permitem ao estudo uma compreensão mais completa acerca do problema de pesquisa e suas conclusões.

A escolha das técnicas mais adequadas deve ser minuciosa, levando em consideração que os objetos de estudo, embora sejam personalidades jurídicas, são, também, indivíduos que exercem suas atividades solitárias ou em família, diferentemente das demais figuras empresariais, também denominadas instituições jurídicas empresariais.

Portanto, trata-se de estudar pessoas que adotaram personalidade empresarial e que, em sua maioria, ainda estão em transição da informalidade para a constituição de uma organização de fato.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Esta pesquisa assumiu como parâmetro os estudos anuais realizados pelo IRME, que busca fortalecer o empreendedorismo feminino por meio de facilidades no acesso a informações e a auxílios, diversos que vão desde parcerias de divulgação, projetos especiais, curadoria de conteúdo, entre outros serviços voltados, principalmente, a mulheres em estado de vulnerabilidade social.

Nessas pesquisas realizadas pelo IRME, são consideradas respondentes de todo o território brasileiro, com o propósito de analisar o perfil empreendedor feminino e os impactos de seus negócios na sociedade. Em se tratando deste trabalho, foram consideradas como respondentes mulheres mães pertencentes à RME da cidade de Dourados-MS.

Para se atingir os objetivos propostos neste estudo, de evidenciar o empreendedorismo materno, buscou-se entrelaçar as pesquisas do IRME às de redes de apoio como o Maternativa, grupo existente nas redes sociais e que foi criado por mães que tinham o desejo de trabalhar e gerar renda, conciliando a atividade com a maternidade. Em 2015, o Maternativa realizou uma avaliação quantitativa para traçar o perfil das mães que faziam parte dos grupos sociais da rede e essa avaliação também motivou a elaboração do questionário deste estudo.

Considerando-se os objetivos específicos como orientadores do questionário aplicado às mães da RME em Dourados-MS, a análise dos resultados foi feita confrontando-os com outros estudos referentes ao empreendedorismo como um todo, bem como o feminino e o segmento objeto de estudo desta pesquisa: o empreendedorismo materno.

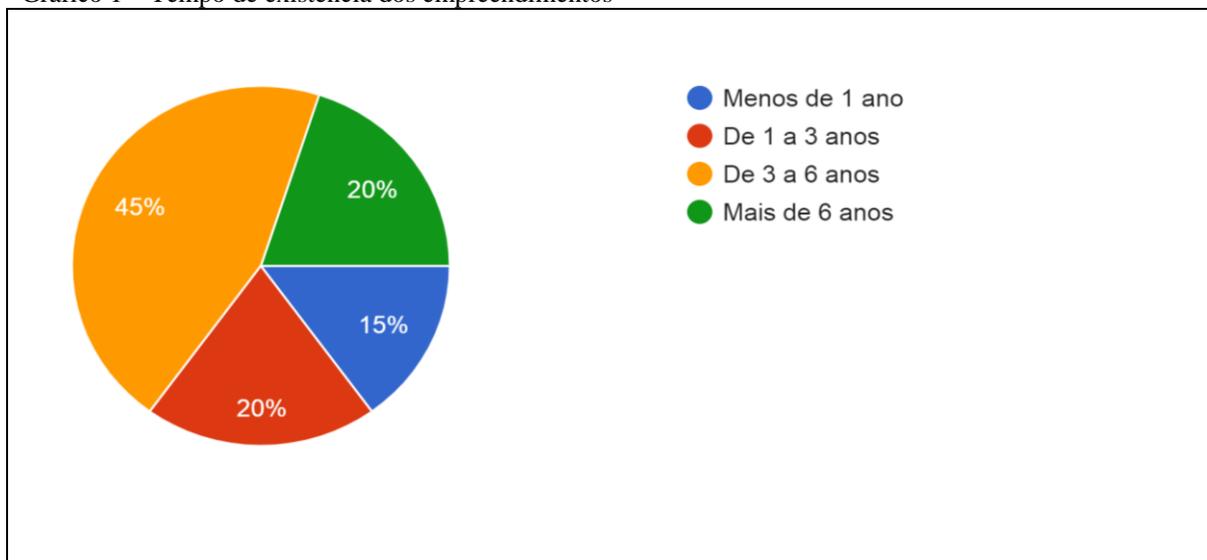
A idade predominante entre as mães empreendedoras da cidade de Dourados-MS pertencentes à RME concentra-se no intervalo de 30 a 37 anos, com predominância de 35 anos; 80% delas são casadas ou estão em união estável; 40% possuem 1 filho e 50% dividem-se igualmente com 2 e 3 filhos. Quanto a seu grau de escolaridade, 40% das empreendedoras possuem ensino superior completo, 25% possuem ensino fundamental e 25% possuem pós-graduação.

Quanto ao tempo de início de suas atividades empreendedoras, percebe-se pelo Gráfico 1 que prevalece o intervalo entre 3 e 6 anos, com 20%, sendo que tal índice se aproxima em igualdade dos demais resultados: 15% dos negócios têm menos de 1 ano de

abertura, 20% têm de 1 a 3 anos e, também, 20% de empreendimentos existem há mais de 6 anos.

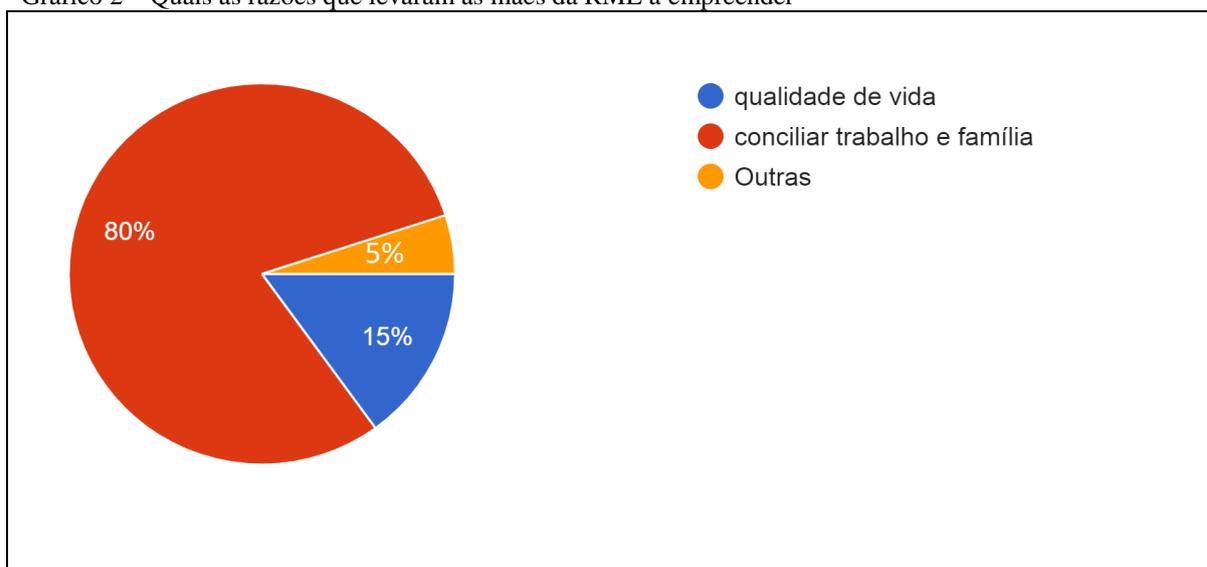
Sobre as razões que as levaram a empreender, percebe-se que 80% têm como motivação a conciliação entre trabalho e família e 15% afirmam que é uma forma de se ter mais qualidade de vida (Gráfico 2).

Gráfico 1 – Tempo de existência dos empreendimentos



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 2 – Quais as razões que levaram as mães da RME a empreender



Fonte: Dados da pesquisa

Ainda, 85% das mulheres dizem ter iniciado seus negócios após a maternidade, o que ratifica o que foi mencionado nas pesquisas da RME (entidade nacional) de 2016 e 2019, nas quais as entrevistadas também afirmaram ter começado seus empreendimentos após o nascimento dos filhos.

Sobre os motivos da opção pelo próprio negócio, a pergunta aberta “Por que escolheu empreender ao invés de um emprego formal com carteira assinada?” revela que as mães empreendedoras apresentam respostas que se assemelham nos pontos que dizem respeito à autonomia de horário, ou seja, a flexibilidade para gerenciar trabalho, família e demais atividades em seus próprios horários; à ausência de redes de apoio para auxiliar nos cuidados com os filhos, o que impossibilita o trabalho fora de casa; a poderem estar mais próximas à criação e à educação dos filhos; a estarem mais presentes para a família e à participação em processos seletivos de trabalho sem êxito.

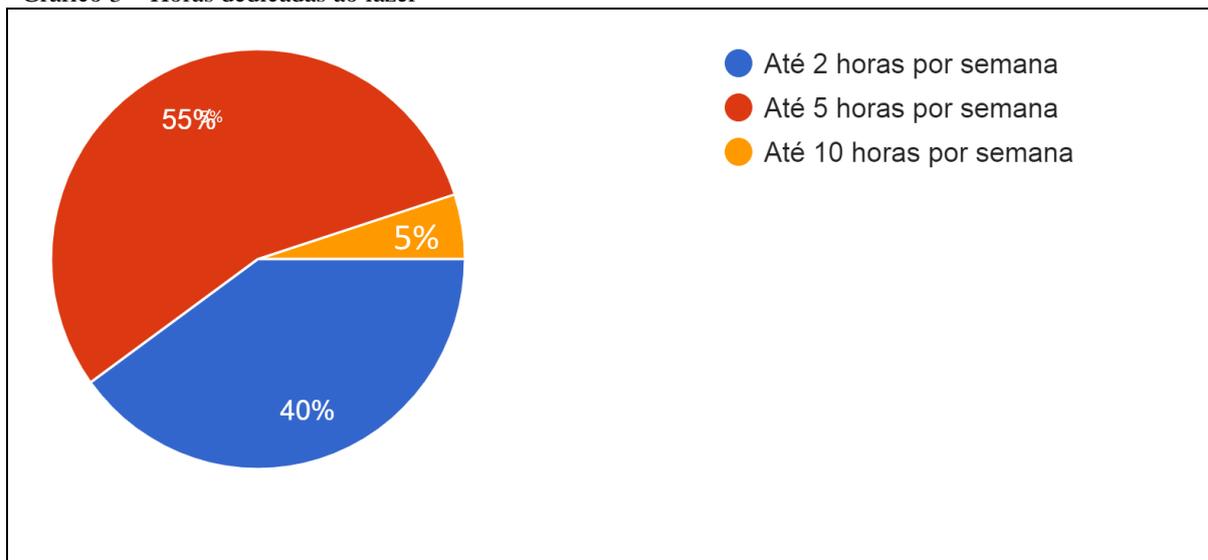
Os resultados obtidos nessas questões vêm ao encontro do que estudiosos como Dornelas (2012) afirmam: que o empreendedor por necessidade é aquele que nasce da situação à qual é exposto, ou seja, o desemprego ou, até mesmo, algum motivo pelo qual não pode exercer atividade laboral convencional. Em pesquisas recentes, GEM (2019), IRME (2019) e RME (entidade nacional) (2018) demonstraram que as mães optam por empreender para que possam ter “flexibilidade de horário e tempo para a família” e “mais qualidade de vida” e pela “escassez de emprego”, entre outros fatores.

Quanto à dedicação ao negócio, 35% das entrevistadas dizem se dedicar até 20 horas por semana, enquanto, 35%, por mais de 40 horas e 25% até 30 horas por semana. As informações correspondem aos dados mencionados na pesquisa da RME (entidade nacional) (2019), na qual as entrevistadas afirmaram ter menos tempo para o negócio, pois se dedicam em maior grau à casa e aos filhos.

A qualidade de vida das mães que empreendem pode interferir na condução de seus negócios. Esse fato é identificável na análise dos gráficos 3 e 4, que apontam fatores que vão além da condução do próprio negócio e estão relacionados diretamente à saúde mental e física das mães e, também, à sua produtividade.

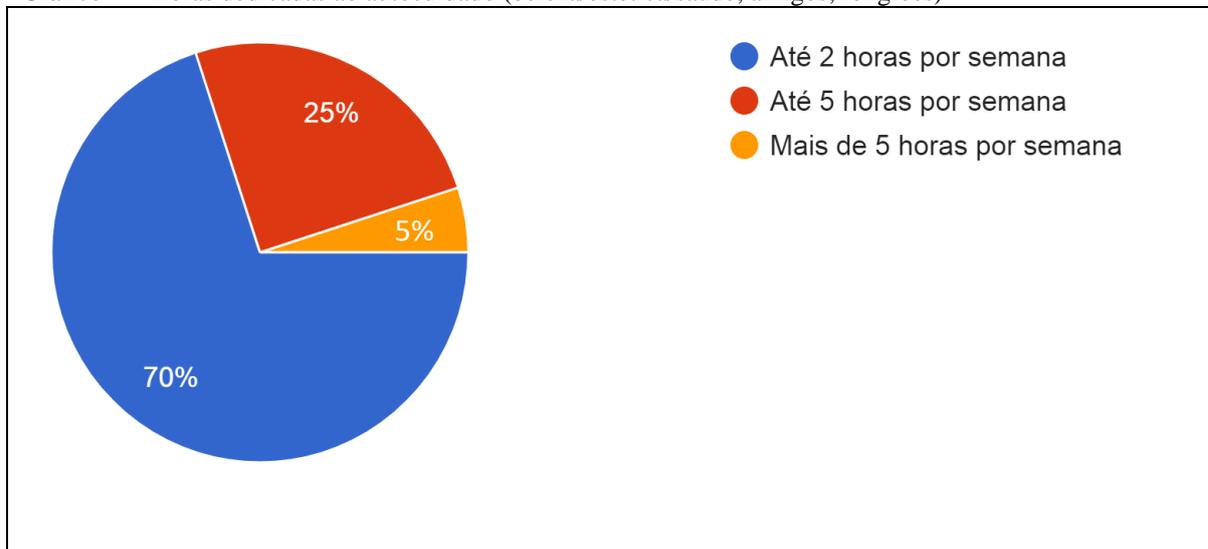
Como menciona Dourado (2016): mães que empreendem buscam êxito profissional e pessoal, com dedicação excessiva ao trabalho e às exigências familiares e isso tem gerado sérias instabilidades emocionais à mulher mãe que trabalha. Por isso, é de suma importância cuidar da saúde mental/emocional dessa mãe e as respostas apresentadas nos gráficos expõem a realidade das empreendedoras da rede local.

Gráfico 3 – Horas dedicadas ao lazer



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 4 – Horas dedicadas ao autocuidado (beleza/estética/saúde; amigos; religiões)



Fonte: Dados da pesquisa

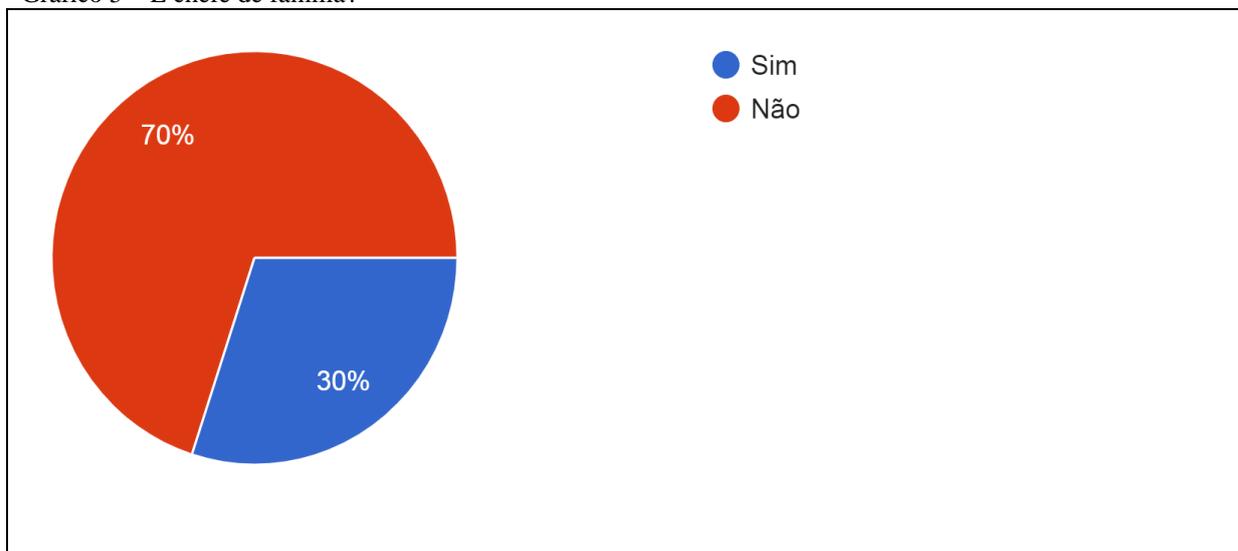
Quanto ao tempo de dedicação ao lazer, 55% dizem ter, ao menos, 5 horas de lazer por semana, enquanto 40% mencionam ter até 2 horas por semana.

Em relação a “Quantas horas se dedica ao seu autocuidado?”, o que inclui cuidados com beleza/estética/saúde, amigos e religiões, 70% dizem se dedicar até 2 horas por semana e, 25%, até 5 horas por semana.

Das empreendedoras entrevistadas, 70% não são chefes de família (Gráfico 5), fato que vem mudando ao longo do tempo, como demonstrado por Cavenaghi e Alves (2018), que afirmam que o número de famílias chefiadas por mulheres está aumentando e passou de 14,1 milhões, em 2001, para 28,9 milhões, em 2015.

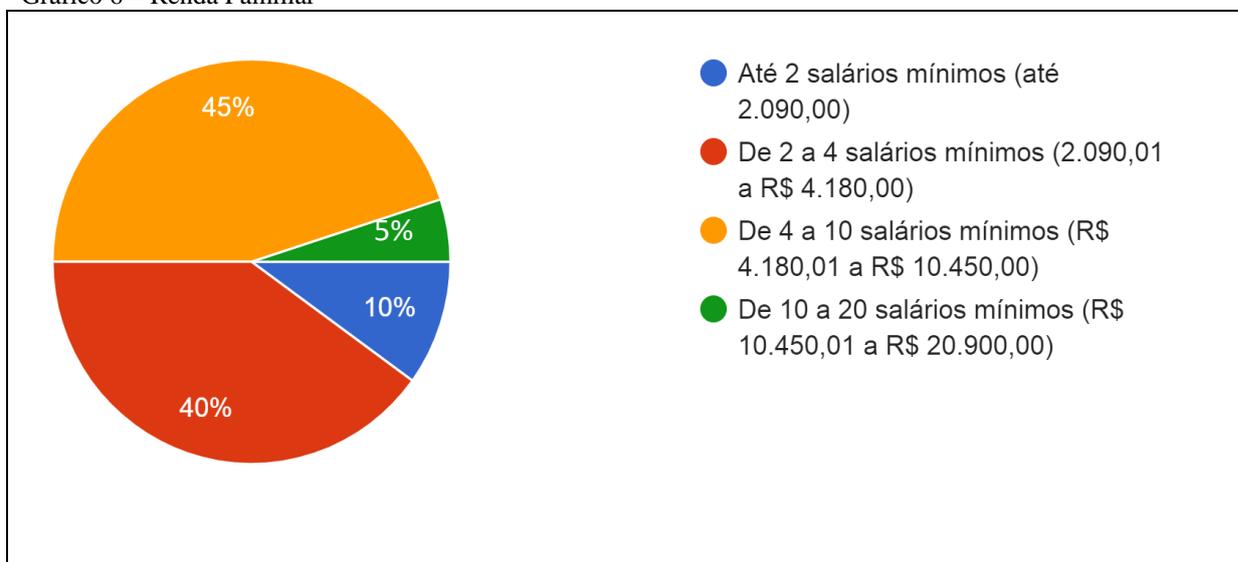
Ainda, 45% das mulheres participantes da pesquisa possuem renda familiar de 4 a 10 salários-mínimos, 40% dispõem de renda familiar de 2 a 4 salários mínimos e 10% possuem renda familiar de até 2 salários mínimos, conforme o Gráfico 6.

Gráfico 5 – É chefe de família?



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 6 – Renda Familiar



Fonte: Dados da pesquisa

Na questão aberta “Qual a maior dificuldade na condução de seu negócio?”, as respostas mais citadas foram:

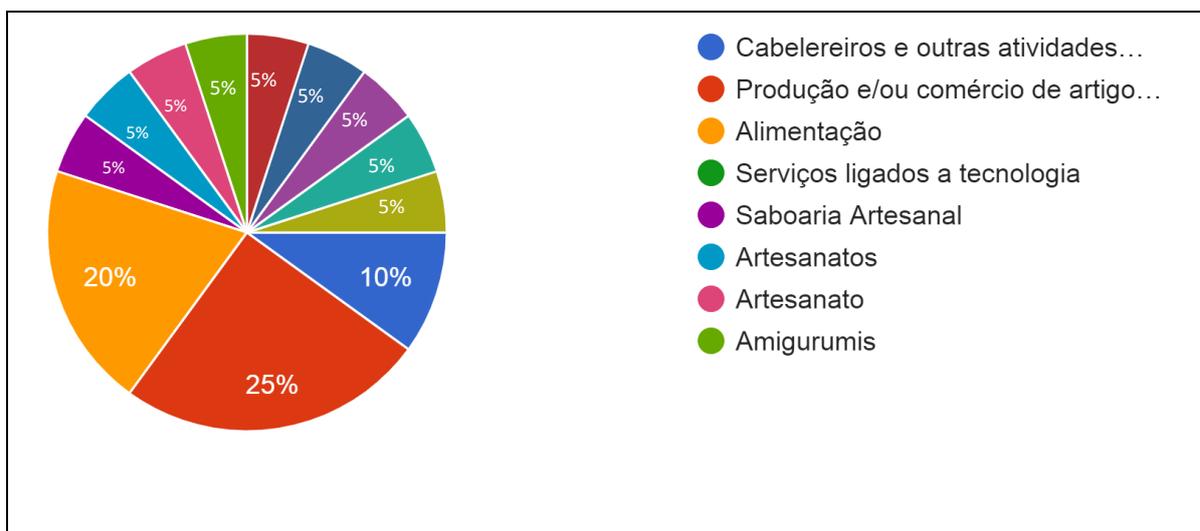
- Valorização do trabalho artesanal.
- O preconceito em relação à área de atuação (outros enxergam apenas como *hobby* ou assistencialismo).
- Gestão financeira.

- Marketing digital.
- Administração do tempo.
- Gestão da produção.

As respostas foram ao encontro dos dados de outra pesquisa, de abrangência nacional, realizada pelo grupo social Maternativa e apresentados nos trabalhos de Salgado e Jorge (2018), em que as entrevistadas também elencaram como principais dificuldades o gerenciamento do tempo (17%), serem comercialmente competitivas (12%) e a conciliação entre família e trabalho (11%). O que demonstra seus anseios por mais apoio na condução de seus negócios, com relação a cursos, consultorias e afins para que se qualifiquem nas deficiências elencadas por elas próprias.

A partir deste momento, o propósito foi o de analisar as características empreendedoras das mães pertencentes à RME em Dourados-MS. Foi identificado que 25% delas atuam no segmento de produção e/ou comércio de artigos do vestuário e acessórios; 20% trabalham com alimentação; 10% como cabelereiras e em outras atividades de tratamento de beleza e o restante das mulheres atuam em atividades diversas (cada uma delas corresponde a 5% do gráfico), conforme exposto no Gráfico 7. Esses resultados evidenciam as características mencionadas pelo GEM 2019: enquanto os homens estão distribuídos entre vários setores produtivos quando empreendem, as mulheres tendem a concentrar suas ações empreendedoras em alguns ramos de negócios como: serviços domésticos; cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza; comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios e serviços de *catering*, bufê e outros serviços de comida preparada (como bolos, doces e salgados, marmitas e fornecimento de produtos e preparação de bufê em festas).

Gráfico 7 – Qual o segmento de atuação de sua empresa?



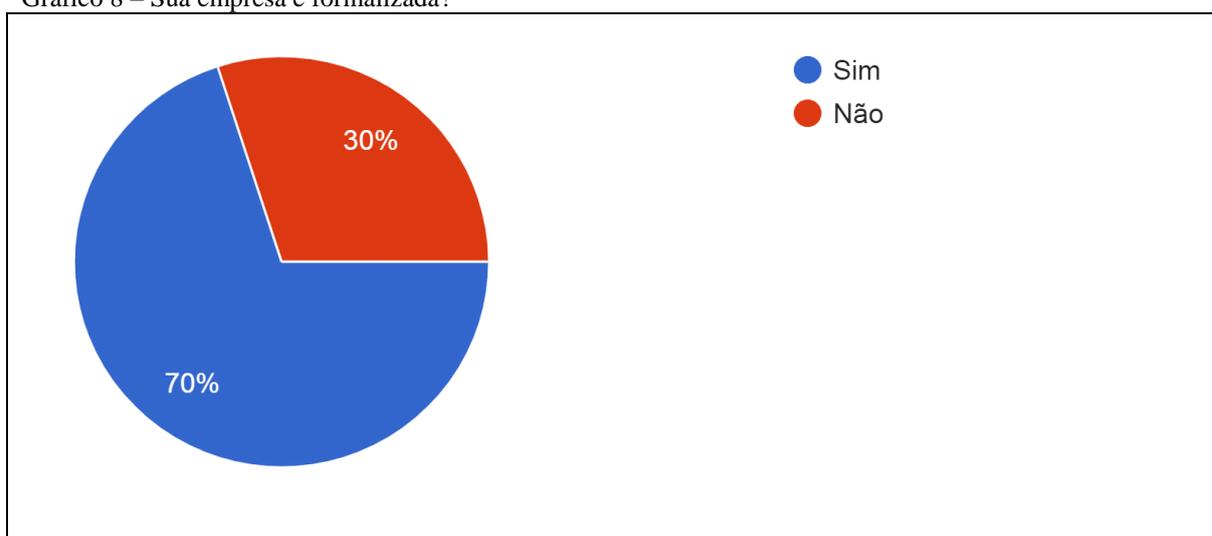
Fonte: Dados da pesquisa

Identificou-se, também, que 95% das entrevistadas não possuem funcionários e que 5% delas possuem. Essas, contam com até 2 funcionários, sendo esses colaboradores todos homens.

Quanto à identificação de sócios (as), 84,2% não possuem sócios e 15,8% possuem. Entre esses sócios (as), 33,3% são mulheres e, dessas, 66,7% são mães.

No aspecto formalização da empresa, o Gráfico 8 demonstra que 70% das respondentes são empreendedoras de empresas formalizadas e 30% não estão com os negócios formalizados. Dessas, todas afirmam ter interesse na formalização.

Gráfico 8 – Sua empresa é formalizada?



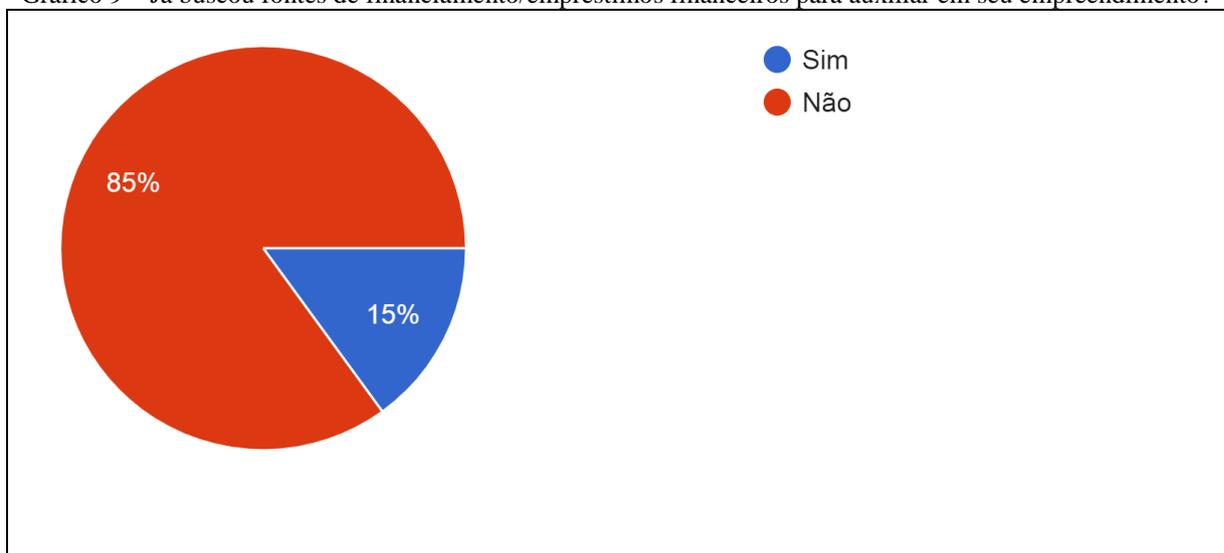
Fonte: Dados da pesquisa

Quanto aos hábitos de consumo das empreendedoras da rede, 95% dizem comprar no comércio local, 94,7% priorizam comprar de outras empreendedoras da rede e 90% costumam comprar pela internet. Os hábitos de consumo identificados na pesquisa reafirmam Santos (2019), que expõe que o empreendedorismo feminino possui características específicas, sendo algumas das mais preponderantes a humanização nos negócios e os impactos do consumo dessas empreendedoras no comércio local, ou seja, elas compram umas das outras, valorizando seus trabalhos mutuamente.

No quesito financiamentos/empréstimos, os gráficos 9 e 10 demonstram que 85% das mulheres afirmam nunca ter buscado esse tipo de auxílio e 15%, sim. Entre as últimas, 75% tiveram êxito em sua procura.

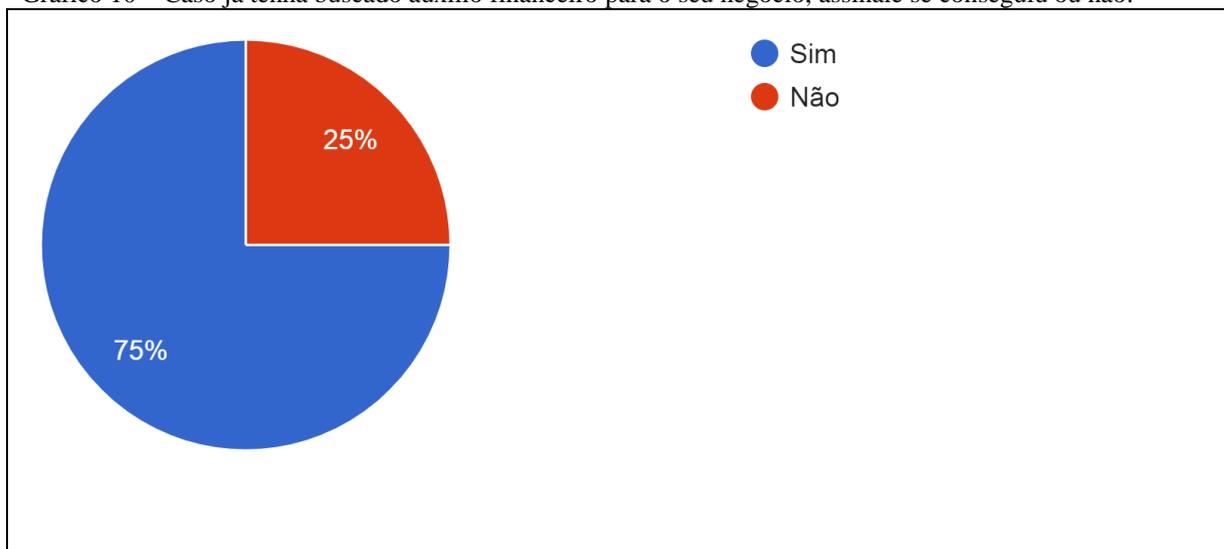
Com relação a seu desenvolvimento como gestora de seu próprio negócio, todas afirmam ter participado de cursos de capacitação: 65% dos cursos foram buscados por iniciativa própria e 25% foram realizados por meio da Rede Mãe Empreender – RME em Dourados-MS. Quando questionadas sobre como se deu sua participação em “outras iniciativas de cursos”, elas responderam: cursos on-line diversos; cursos ofertados por ONGs e cursos ofertados pela concorrência.

Gráfico 9 – Já buscou fontes de financiamento/empréstimos financeiros para auxiliar em seu empreendimento?



Fonte: Dados da pesquisa

Gráfico 10 – Caso já tenha buscado auxílio financeiro para o seu negócio, assinale se conseguiu ou não:



Fonte: Dados da pesquisa

Complementando a seção, ao final do questionário, como forma de instigar as participantes à reflexão foram feitas perguntas sobre suas perspectivas futuras como empreendedoras. Conforme o Gráfico 11, 85% desejam dar continuidade ao negócio e 15%

querem realizar cursos e outras capacitações. E, ainda, foram citadas respostas como crescer e atingir mais mães empreendedoras, realizando um crescimento em rede, alcançar mais clientes e mudar de área de atuação.

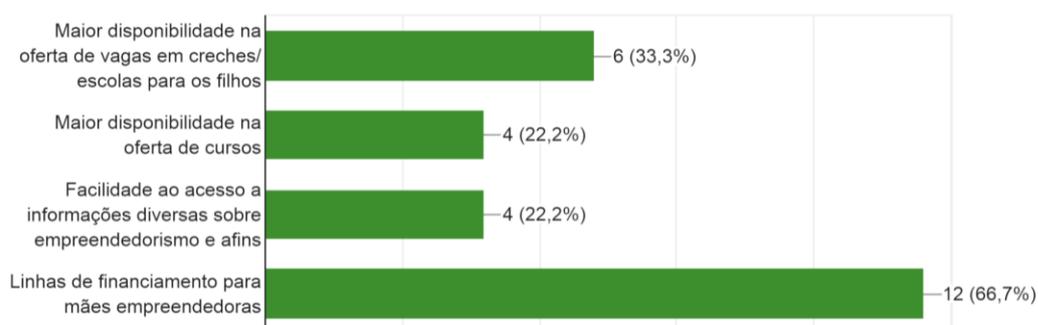
Gráfico 11 – Expectativa(s) para o futuro com relação ao seu negócio



Fonte: Dados da pesquisa

No que tange às políticas públicas, 66,7% das empreendedoras da RME em Dourados-MS afirmam ter interesse em mais linhas de financiamento, embora, em questão anterior do questionário, 85% das respondentes informam nunca ter buscado fontes de financiamento/empréstimos para auxiliar em seu negócio. Ainda, 33,3% mencionam a necessidade de maior disponibilidade da oferta de vagas em creches/escolas para seus filhos, 22,2% destacam a importância de maior disponibilidade da oferta de cursos e 22,2% ressaltam que é necessário melhor acesso a informações sobre empreendedorismo, conforme mostra o Gráfico 12.

Gráfico 12 – Sugestões de ações ao poder público para facilitar o processo de empreender. Seja com relação ao(s) filho(s) ou ao próprio negócio.



Fonte: Dados da pesquisa

Em complemento sobre “O que o poder público poderia fazer para facilitar seu processo de empreender?”, foi inserida uma questão aberta para que fosse acrescentado pela empreendedora algo não contemplado na questão anterior. Assim, foram obtidas as seguintes respostas:

- Que o poder público abordasse mais a temática empreendedorismo materno.
- Promover eventos e divulgação das empreendedoras locais para os moradores.
- Liberar espaços públicos para feiras e demais eventos da rede.
- Apoiar os projetos de mães, com disponibilidade de local, espaço para eventos, *coworking* de mães com espaço para cuidado com os filhos.

As mães empreendedoras da RME em Dourados-MS levantaram suas principais dificuldades e ainda fizeram sugestões acerca do que falta e do que pode ajudá-las no processo de empreender com sucesso, considerando suas realidades e a da cidade de Dourados-MS.

Suas respostas confirmam o que diz Dias (2012), que para os pequenos negócios, as ações públicas devem levar em consideração seu perfil e proporcionar benefícios específicos como facilidade na formalização, tributação isenta ou reduzida, preparo do município para atender as demandas deste segmento e acesso a serviços financeiros, tecnologias, informação e capacitações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O referido estudo alcançou o seu objetivo de identificar as dificuldades e as oportunidades vivenciadas por empreendedoras maternas da RME em Dourados-MS, uma vez que esse grupo da sociedade carece de atenção e de estudos mais aprofundados, buscando direcionamento para se estabelecerem políticas públicas mais assertivas. Há ausência de informações, não somente locais, mas, também, em âmbito nacional, sobre questões ligadas ao empreendedorismo materno. Sendo assim, esta pesquisa teve a intenção de dar visibilidade, propor reflexões e auxiliar em possíveis formulações de estratégias para oferecer melhorias às mães empreendedoras da rede estudada, de outras redes de apoio e para as demais mães empreendedoras.

Ao se iniciar os estudos de aprofundamento do tema foi observado uma certa escassez de conteúdos pertinentes ao assunto, o que dificultou o processo de coleta de informações em bibliografias, sendo mais facilmente encontrados dados em fontes eletrônicas – *internet*.

Quanto aos objetivos específicos, o resultado final foi satisfatório, pois possibilitou traçar o perfil das empreendedoras maternas da RME em Dourados-MS, descrever o processo de criação dos negócios geridos pelas empreendedoras maternas, registrar as características pessoais, verificar as dificuldades e as oportunidades que as empreendedoras maternas vivenciam, identificar as características empreendedoras das mães e elencar possíveis políticas públicas que podem auxiliar o empreendedorismo materno.

Portanto, o perfil das empreendedoras maternas da Rede Mãe Empreender – RME na cidade de Dourados-MS é de mulheres com idade predominante de 35 anos, em sua maioria casadas ou em união estável (80%), com pelo menos 1 filho (40%) e com nível de escolaridade chegando ao ensino superior completo (40%).

Considerando a saúde mental e física das empreendedoras como fator influenciador no processo empreendedor das mães e nos resultados de seus empreendimentos, foram consideradas suas características pessoais e suas relações. Verificou-se, portanto, que a maioria tem se dedicado menos de 5 horas por semana ao lazer e até 2 horas por semana ao autocuidado.

Identificou-se nas empreendedoras maternas deficiências genéricas comuns à maioria dos empreendedores, como dificuldades na gestão financeira, no marketing digital, na administração do tempo e na gestão da produção. Mas, também foram levantadas

questões como a pouca valorização do trabalho artesanal e o preconceito em relação à área de atuação (outros enxergam apenas como *hobby* ou assistencialismo).

Foi possível identificar que a maioria das integrantes da rede atua no segmento de produção e/ou comércio de artigos do vestuário e acessórios e não possuem funcionários e nem sócios. A maior parte das empreendedoras também são formalizadas, compram do comércio local, priorizam comprar de outras empreendedoras da rede e têm o hábito de comprar pela internet.

Em sua maioria, elas não buscaram financiamentos bancários, participam de cursos de capacitação por iniciativa própria, desejam dar continuidade aos negócios e seguir se capacitando para crescer e alcançar mais clientes.

Embora a maioria delas não tenha buscado linhas de financiamentos, elas demonstraram ter interesse pelo assunto e afirmaram, também, o desejo de que o poder público disponibilize linhas de crédito facilitadas, ofertas de vagas em creches/escolas para seus filhos, informações sobre empreendedorismo materno e apoio aos projetos empreendedores de mães, com disponibilidade de espaços onde elas possam trabalhar e estar próximas dos filhos.

Quanto as limitações, vale ressaltar a dificuldade das próprias mães em enxergar a si próprias como mulheres-mães de negócios, de entender que possuem empreendimentos, mesmo que não formalizados ainda, mas que gerem renda a ajudam a movimentar a economia local.

Propõe-se aos envolvidos no tema, portanto, um olhar cuidadoso às dores apresentadas pelas integrantes da rede, as empreendedoras maternas. É necessário proporcionar parcerias com instituições capazes de auxiliar na gestão de seus negócios, desmistificando os trabalhos dessas mulheres, com programas de conscientização sobre sua importância e a valorização de suas atividades e, também, do retorno que elas entregam à sociedade.

E, para trabalhos futuros, sugere-se o acompanhamento destas mães empreendedoras, se as perspectivas quanto ao futuro de seus negócios se confirmam e como se dá o desenvolvimento de seus negócios ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Aylime Victor da Silva. **Empreendedorismo materno: as experiências das mães empreendedoras da cidade do Natal/RN**. Monografia (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências Administrativas. Natal, RN, 2019. Orientador: Prof. Me. Evangelina de Mello Bastos.

AVENI, Alessandro. **Empreendedorismo Contemporâneo: teorias e tipologias**. Ed. Atlas, Grupo GEN, 2014. ISBN: 978-85-224-8997-8 (PDF). Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522489978/>. Acesso em: 14 abr. 2021

BPW BRASIL – Federação das Associações de Mulheres de Negócios e Profissionais. **BPW Brasil – quem somos**. Disponível em: < <https://www.bpwbrasil.org/pagina-inicial>>. Acesso em: 30 abr. 2021

BRASIL, **Lei Complementar nº 123**, 2006. Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, DF, 2006

CAETANO, Rodrigo; PARO, Pedro. **Empreendedorismo Consciente**. Editora Alta Books, 2020. ISBN: 978-85-508-1517-6. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555201550/>. Acesso em: 13 Apr 2021

CAGNATTO, Carol. **O Mercado das Mães**. 2021. Disponível em: < <https://www.mercadodasmaes.com/a-mercado-das-maes/>>. Acesso em: 20 ago. 2021

CARVALHO, Géssika C. Políticas públicas, gênero e empreendedorismo: uma análise do Programa Nacional Trabalho e Empreendedorismo da Mulher em Pernambuco. **Acta Scientiarum. Humam and Social Sciences**. Maringa, v. 39, n. 1, p. 11-18. Jan.-Abr., 2017

CAVENAGHI, Suzana; ALVES, José Eustáquio Dinis, **Mulheres chefes de família no Brasil: avanços e desafios**. Rio de Janeiro, 2018 ENS – Escola Nacional de Seguros-CPES – Estudos sobre Seguro, nº32

COMUNICON – Congresso Internacional Comunicação de Consumo, 2018. **Empreendedorismo materno: entre o ideal subjetivo e a frustração performática**, SALGADO, Julia; JORGE, Mariana Ferreira

COOPER, Donald.; SCHINDLER, Pamela. **Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Grupo A, 2016. 9788580555738. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580555738/>. Acesso em: 09 dez. 2021

COORDENADORIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA A MULHER. **Prefeitura Municipal de Dourados, 2014**. Disponível em: <https://www.dourados.ms.gov.br/index.php/coordenadoria-especial-de-politicas-para-a-mulher/>. Acesso em: 29 abr. 2021

COSTANZI, Rogério Nagamine; ANSILIERO, Graziela. **Análise da focalização do microempreendedor individual (MEI):** notas preliminares a partir do suplemento especial da PNAD 2014. Edição nº 37; mar. 2017. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29714. Acesso em: 20 ago. 2021

DIÁRIO DO SUDOESTE DA BAHIA. **Serasa traça perfil inédito dos microempreendedores individuais.** Serasa Experience, do Grupo Experian. Abr. 2017. Disponível em: <https://www.dsvc.com.br/2017/04/serasa-traca-perfil-inedito-dos-microempreendedores-individuais/>. Acesso em: 20 ago. 2021

DIAS; Reinaldo. **Políticas públicas:** princípios, propósitos e processos. São Paulo: Atlas, 2012. ISBN 978-85-224-8447-8 (PDF). Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484478/>. Acesso em: 05 abr. 2021

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 4. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012 – 2ª reimpressão. ISBN 978-85-352-4758-9

DOURADO, Cristiane Serra Vilela. **Empreendedorismo materno: a importância do comércio eletrônico na viabilidade de novos negócios estados por mães /** Cristiane Serra Vilela Dourado. – 2016

Dourados fará adesão ao programa Cidade Empreendedora. Redação Enfoque MS, 2021. <https://www.enfoquems.com.br/dourados-fara-adesao-ao-programa-cidade-empreeendedorora/> Acesso em: 16 mar. 2021

DOURADOS. Secretaria de Desenvolvimento Econômico Sustentável. **Perfil Socioeconômico de Dourados**, nov. 2016

Empreendedorismo feminino: qual a sua importância para a sociedade? SEBRAE, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/empreendedorismo-feminino-qual-a-sua-importancia-para-a-sociedade,5cef0ab8f5ad7710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 15 mar. 2021

Empreendedorismo no Brasil: um recorte de gênero. Instituto Rede Mulher Empreendedora – IRME, 2019

EZEQUIEL, Karoline Brasil de Oliveira. **Redes interorganizacionais e a criação do conhecimento de mulheres em Santa Catarina**, 2018

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil: 2018. Curitiba: IBPQ, 2019

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil: 2019 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBPQ, 2020 ISBN 978-65-88012-00-0

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. Ed. – São Paulo: Atlas, 2018

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo, Atlas, 2002. ISBN 85-224-3169-8

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7ª Ed. – São Paulo: Grupo Atlas, 2019. 9788597020991. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/>. Acesso em: 29 jul 2021

GONÇALVES, Guilherme Corrêa et al. **Elaboração e implementação de políticas públicas**. Porto Alegre, 2017. ISBN 978-85-9502-195-2

GREATTI, Ligia; OLIVEIRA, Márcia Freire; MACHADO, Hilka Vier. Empreendedoras e a atuação em redes. **R. Adm. FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 9, n. 4, p. 107-127, set./dez. 2010

HISRICH, Robert D.; PETERS Michael P.; SHEPERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 9. Ed. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: AMGH, 2014. [Minha Biblioteca]

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sinopse do Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro, 2011

Instituto Rede Mulher Empreendedora – IRME. **Empreendedoras e seus negócios 2020: recorte dos impactos da pandemia.**, 2020

Ipea revela que vulnerabilidade é maior para mulher negra. CARVALHO, Ciara. 2017. Disponível em: <<https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cidades/geral/noticia/2017/08/24/ipea-revela-que-vulnerabilidade-e-maior-para-mulher-negra-303073.php>>. Acesso em: 06 abr. 2021

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; PETTY, J. William. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo, Makron Books, 1997. ISBN 85.346.0706-0

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada** [recurso eletrônico]. Porto Alegre: Bookman, 2019. ISBN 978-85-8260-510-3

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 9 ed. - São Paulo: Atlas, 2021. ISBN 978-85-97-02660-3

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. – 4. Ed. – São Paulo: Atlas, 2019

MELLO, Olga de. **Um lugar para meninas na matemática**. Edição 282; ago. 2019. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/um-lugar-para-meninas-na-matematica/>. Acesso em: 17 abr. 2021

MOREIRA, Rafael de Farias Costa; NUNES, Dênis Pedro; ROCHA, Luiz Hissashi da; LIMA, Alexandre Vasconcelos. **Perfil do microempreendedor individual 2015**. SEBRAE. Brasília-DF, 2016

NATIVIDADE, Daise R. da. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **RAP – Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro, 43 (1): 231 – 56, jan. / fev., 2009

Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino? Sebrae, 2021. Disponível em: <https://www.abip.org.br/site/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismo-feminino/>. Acesso em 30 jul. 2021

Portal do Empreendedor. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br> Acesso em: 27 mar. 2021

PORTINHO, João Pedro de Carvalho. **O papel da mulher na economia: por um empoderamento e sua condição de agente ativo.** Carvalho & Portinho Advogados, 2019. Disponível em: <https://www.carvalhoportinhoadvogados.com.br/blog/o-papel-da-mulher-na-economia-por-um-empoderamento-e-sua-condicao-de-agente-ativo>. Acesso em: 24 abr. 2021

PREFEITURA MUNICIPAL DE DOURADOS. **Apesar da pandemia, economia de Dourados mostra vitalidade com abertura de 1.091 novas empresas.** Prefeitura municipal de Dourados, 2019. <https://www.dourados.ms.gov.br/index.php/apesar-de-pandemia-economia-de-dourados-mostra-vitalidade-com-abertura-de-1-091-novas-empresas/> Acesso em: 29 jul 2021

RME - Rede Mulher Empreendedora. **Quando nasce uma mãe, nasce uma empreendedora.** RME, 2019. Disponível em: <https://rme.net.br/2019/05/08/quando-nasce-uma-mae-nasce-uma-empreendedora/>. Acesso em: 01 mar. 2021

RME – Rede Mulher Empreendedora. **Quem são elas?** uma visão inédita do perfil da mulher empreendedora no Brasil. RME – 2016

RME. **Empreendedoras e Seus Negócios – Perfil do empreendedorismo feminino no Brasil.** 2017.

RME. **Empreendedoras e Seus Negócios 2018,** 2018

RME. **Empreendedorismo materno: afinal de contas, do que se trata?** 2019. Disponível em: <https://rme.net.br/2019/05/06/empreendedorismo-materno-afinal-de-contas-de-que-se-trata/>. Acesso em 06 mai. 2021

REDE MATERNA. **Nossa Proposta.** Disponível em: <https://redemaempreender.com.br/nossa-proposta/>. Acesso em: 30 abr. 2021

SANTOS, Eliane Davila dos. **Mulheres empreendedoras em parques científicos e tecnológicos: a construção discursiva de imagens de SI na Espanha e no Brasil** / Eliane Davila dos Santos. – 2019

SANTOS, Grauciana. **4 incubadoras de empreendedorismo materno pra conhecer.** Site Moving Girls, 2020. Disponível em: < <https://movinggirls.com.br/blog/4-incubadoras-de-empreendedorismo-materno-para-conhecer/> > Acesso em: 30 de nov. 2021

STACHEWSKI, Ana Laura. **4 Desafios que as mulheres enfrentam na hora de empreender - e como superá-los,** 2019. <https://revistapegn.globo.com/Feira-do-Empreendedor-SP/noticia/2019/09/4-desafios-que-mulheres-enfrentam-na-hora-de-empreender-e-como-supera-los.html> Acesso em: 29 mar 2021

SEBRAE. **Cidade Empreendedora**. Disponível em:

<http://cidadeempreendedora.ms.sebrae.com.br/#:~:text=Cidade%20Empreendedora,local%20e%20desenvolver%20os%20munic%C3%ADpios>. Acesso em; 29 abr. 2021

SEBRAE/BA. Empreendedorismo feminino como tendência de negócios. Salvador/BA, 2019

SECID/MS – **Subsecretaria de Políticas Públicas para Mulheres**. Disponível em:

<https://www.secic.ms.gov.br/mulheres-3/>. Acesso em: 05 nov. 2021

STARCK, Daniele. **Empreendedorismo materno**: quando os filhos são o motor da mudança profissional. 2019. Disponível em: <https://blog.juno.com.br/empreendedorismo-materno/>. Acesso em: 18 abr. 2021

TORRES, Louise. **Mulheres empreendedoras de Dourados e região se fortalecem através da Rede Evolução Mulher Empreendedora**. O Progresso Digital, 2020

Disponível em: <https://www.progresso.com.br/variedades/mulheres-empendedoras-de-dourados-e-regiao-se-fortalecem-atraves-da/374224/>. Acesso em: 30 abr. 2021

WESTIN, Ricardo. **Lei escolar do império restringiu ensino de matemática para meninas**. Jornal El País, 2020. Disponível em:

<https://brasil.elpais.com/sociedade/2020-03-04/lei-escolar-do-imperio-restringiu-ensino-de-matematica-para-meninas.html>. Acesso em: 17 abr. 2021

ZARPELON, Maria Cecília Marchalek. **Empreendedorismo materno cresce no Brasil**. O Portal Comunicare, 2019. Disponível em:

<https://www.portalcomunicare.com.br/empreendedorismo-materno-cresce-no-brasil/>. Acesso em: 30 nov. 2021

APÊNDICE

ROTEIRO DO QUESTIONÁRIO

UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO MATERNO NA CIDADE DE DOURADOS/MS

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

*Obrigatório

1. E-mail *

Termo de Consentimento

Declaro, por meio deste termo, que concordei em participar da pesquisa de campo referente ao trabalho de conclusão de curso intitulado UM ESTUDO SOBRE O EMPREENDEDORISMO MATERNO NA CIDADE DE DOURADOS/MS desenvolvido por Mayara Renata Costa dos Santos, sob orientação da Profª. Drª. Vera Luci de Almeida. As quais poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do telefone nº(67)99605-0735 ou e-mail mayaracdsantos@gmail.com. Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informada dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais é identificar quais as dificuldades e as oportunidades vivenciadas por empreendedoras maternas da Rede Mãe Empreender - RME Dourados-MS.

Minha colaboração se fará de forma anônima, por meio de questionário estruturado, e o acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pela pesquisadora e sua orientadora.

Dourados/MS

2. Idade *

3. Estado civil: *

Marcar apenas uma oval.

- Casada/Em união estável
- Solteira
- Divorciada

4. Quantos filhos: *

Marcar apenas uma oval.

- 1
 2
 3
 4 ou mais

5. Grau de instrução (escolaridade): *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino fundamental
 Ensino fundamental incompleto
 Ensino médio
 Ensino médio incompleto
 Ensino superior
 Ensino superior incompleto
 Pós graduação
 Pós graduação incompleta

6. Há quanto tempo empreende?

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 1 ano
 De 1 a 3 anos
 De 3 a 6 anos
 Mais de 6 anos

7. Quais as razões que levaram a empreender

Marcar apenas uma oval.

- qualidade de vida
 conciliar trabalho e família
 Outras

8. Começou a empreender após a maternidade?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

9. Por que escolheu empreender ao invés de um emprego formal com carteira assinada?

10. Quantas horas se dedica ao seu negócio:

Marcar apenas uma oval.

- Até 20 horas por semana
 Até 30 horas por semana
 Até 40 horas por semana
 Mais de 40 horas por semana

11. Quantas horas se dedica ao lazer:

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 horas por semana
 Até 5 horas por semana
 Até 10 horas por semana

12. Quantas horas se dedica ao seu autocuidado (beleza/estética/saúde; amigos; religiões):

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 horas por semana
 Até 5 horas por semana
 Mais de 5 horas por semana

13. É Chefe de família?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

14. Qual a renda da família:

Marcar apenas uma oval.

Até 2 salários mínimos (até 2.090,00)

De 2 a 4 salários mínimos (2.090,01 a R\$ 4.180,00)

De 4 a 10 salários mínimos (R\$ 4.180,01 a R\$ 10.450,00)

De 10 a 20 salários mínimos (R\$ 10.450,01 a R\$ 20.900,00)

15. Qual a maior dificuldade na condução de seu negócio?

16. Qual o segmento de atuação de sua empresa?

Marcar apenas uma oval.

Cabelereiros e outras atividades de tratamento de beleza

Produção e/ou comércio de artigos do vestuário e acessórios

Alimentação

Serviços ligados a tecnologia

Outro: _____

17. Possui funcionários?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

18. Caso tenha funcionários(as), Descreva a quantidade.

19. Caso tenha funcionários, a maioria é homem ou mulher?

Marcar apenas uma oval.

Homem

Mulher

20. Possui sócios?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

21. Caso tenha sócia mulher, ela é mãe?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

22. Sua empresa é formalizada?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

23. Caso não seja formalizada, deseja se formalizar?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

24. Costuma comprar no comércio local?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

25. Prioriza comprar de outras empreendedoras da rede?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

26. Costuma comprar pela internet?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

27. Já buscou fontes de financiamento/empréstimos financeiros para auxiliar em seu empreendimento?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

28. Caso já tenha buscado auxílio financeiro para o seu negócio, assinale se conseguiu ou não:

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

29. Caso tenha buscado auxílio financeiro, mas não tenha conseguido, descreva o motivo alegado por não conseguir:

30. Já participou de cursos de capacitação?

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

31. Caso já tenha participado de cursos, foi por iniciativa de quem?

Marcar apenas uma oval.

Iniciativa própria

Através da Rede Mãe Empreender

Ofertado pelo município

Ofertado pelo governo do Estado

Ofertado pelo governo Federal

Outras

32. Descreva outras iniciativas de cursos que participou além das opções citadas na questão anterior:

33. Há algo que o poder público poderia fazer para facilitar seu processo de empreender? Seja com relação ao(s) filho(s) ou ao próprio negócio em si.

Marque todas que se aplicam.

- Maior disponibilidade na oferta de vagas em creches/escolas para os filhos
- Maior disponibilidade na oferta de cursos
- Facilidade ao acesso a informações diversas sobre empreendedorismo e afins
- Linhas de financiamento para mães empreendedoras

34. Complementando a pergunta anterior, Há algo que o poder público poderia fazer para facilitar seu processo de empreender, seja com relação ao(s) filho(s) ou ao próprio negócio em si. Descreva.

35. Qual(is) sua(s) expectativa(s) para o futuro com relação ao seu negócio?

Marcar apenas uma oval.

- Dar continuidade ao negócio
- Encerrar as atividades
- Realizar cursos e outras capacitações
- Outras

36. Descreva com suas próprias palavras qual(is) sua(s) expectativa(s) para o futuro com relação ao seu negócio.

37. Gostaríamos de sua contribuição neste momento, descrevendo o que espera para o próximo ano com relação ao seu negócio?

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários