



**FACULDADE DE TEOLOGIA, FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS GAMALIEL – FATEFIG.  
CENTRO EDUCACIONAL E CULTURAL DA AMAZÔNIA – CECAM**

**BRUNO PINHEIRO PANTOJA**

**Empreendedorismo materno, a ascensão no mercado de trabalho e o panorama atual do empreendedorismo feminino no Brasil. Estudo de Caso da empresa “Laços+Amor” do município de Tucuruí-PA.**

**Tucuruí-PA  
2019**



**FACULDADE DE TEOLOGIA, FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS GAMALIEL – FATEFIG.  
CENTRO EDUCACIONAL E CULTURAL DA AMAZÔNIA – CECAM**

**BRUNO PINHEIRO PANTOJA**

**Empreendedorismo materno, a ascensão no mercado de trabalho e o panorama atual do empreendedorismo feminino no Brasil. Estudo de Caso da empresa “Laços+Amor” do município de Tucuruí-PA.**

Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Teologia, Filosofia e Ciências Humanas Gamaliel, – FATEFIG, como requisito para a obtenção do título de Bacharelado. Orientado pelo Professor e Especialista Thyego Louzada Duarte.

**Tucuruí-PA  
2019**

# **EMPREENDEDORISMO MATERNO, A ASCENSÃO NO MERCADO DE TRABALHO E O PANORAMA ATUAL DO EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL. ESTUDO DE CASO DA EMPRESA “LAÇOS+AMOR” DO MUNICÍPIO DE TUCURUÍ-PA.**

**Bruno Pinheiro Pantoja**

## **RESUMO**

O presente artigo tem por tema Empreendedorismo materno, a ascensão no mercado de trabalho e o panorama atual do empreendedorismo feminino no Brasil. Estudo de Caso da empresa “Laços+Amor” do município de Tucuruí-PA. Com o objetivo de estudar e trazer dados a respeito do empreendedorismo em especial o empreendedorismo feminino/materno o qual é praticado por mulheres que após trônarem-se mães decidem por necessidade ou por escolha de mudança de vida empreender e a essas condições está atrelada o desejo de ficar mais próximas de suas famílias e ter o controle de seu tempo, tem ainda a intensão de compreender O que leva uma mãe a empreender? Para que tal pergunta seja respondida três pontos se destacam, que são: Oferecer melhor qualidade de vida e tempo para a família , Recuperar o sentimento de indivíduo produtivo (autoestima) e A discriminação por parte do mercado formal com relação a mulheres que são mães, De forma sucinta o empreendedorismo feminino vem crescendo de forma vertical tanto em quantidade quanto em qualidade (produtos e serviços) muito pelo fato de que a maioria das empreendedoras possuem o nível superior completo, estudam antecipadamente o ramo de atuação e buscam de forma constante agregar mais conhecimento para que possam ter sucesso em seus empreendimentos.

**PALAVRAS-CHAVE:**Empreendedorismo; empreendedorismo feminino/materno; mercado de trabalho.

## **1. INTRODUÇÃO**

O presente artigo aborda em suas linhas a temática do empreendedorismo, mais especificamente o empreendedorismo feminino/materno tendo como tema central Empreendedorismo materno, a ascensão no mercado de trabalho e o panorama atual do empreendedorismo feminino no Brasil. Estudo de Caso da empresa “Laços+Amor” do município de Tucuruí-PA.

Mas o que leva essas mulheres a enveredarem pelo empreendedorismo? Conforme analisado, são vários os fatores que fazem com que as mulheres mães passem a empreender desde de o fator preconceito até a necessidade de estarem por mais tempo próximas de suas famílias, buscam o reconhecimento.

Para que essa questão tenha uma resposta plausível, algumas hipóteses foram levantadas tais como. Oferecer melhor qualidade de vida e tempo para a sua família, nesse sentido naturalmente as mulheres tendem a pensar primeiramente em seus entes queridos, deixando muitas vezes empregos já consolidados para empreender tendo assim mais tempo para

sua família podendo cuidar dos mesmos por estar mais próximo, a segunda hipótese levantada é a de essas mulheres precisam sentir-se indivíduos produtivos e para tal passam a empreender oferecendo produtos e serviços, ocupando-se nas mais variadas atividades mostrando para si mesma sua capacidade elevando sua autoestima e por fim motivar outras mulheres a empreenderem e recolocar-se no mercado, mas de uma forma diferente, agora como empreendedoras.

Para que ao final da leitura possamos identificar com clareza e objetividade os fatores que levam as mulheres a empreender, traçar o perfil dessas mulheres e entender o cenário em que as empreendedoras brasileiras se encontram e para isso além das leituras sobre o assunto a ser abordado levaremos em consideração estudos e levantamentos de dados feitos por entidades respeitadas e competentes e que estão empenhadas em auxiliá-la a empreendedora brasileira.

Para que possamos começar a entender esse universo devemos entender que de forma breve empreendedorismo é considerado como a arte de unir diversas características para obtenção de resultados na execução de um serviço ou na oferta de um produto, aliando cada uma dessas características para que os objetivos sejam alcançados corrobora com essa afirmação Freitas (2009) onde o mesmo apresenta o empreendedorismo como o um elo de valor intrínseco entre empreendedor e cliente; exige por parte do empreendedor estudo, pesquisa, tempo e transpiração, desde concepção da ideia até a implantação do negócio.

Ao que se refere ao empreendedorismo feminino/materno pode se dizer que, o mesmo é aquele que vem sendo praticado por mulheres, que além de serem mulheres são mães. Esse braço do empreendedorismo vem crescendo em todos os aspectos sejam eles quantitativos ou qualitativos e engloba todos os setores, seja na oferta de produtos ou serviços nas mais diversas áreas.

Atualmente é possível medir e localizar dados a respeito dessas empreendedoras, utilizando de fontes como o IBGE e o SEBRAE, podendo até mesmo traçar o perfil dessas mulheres.

O perfil da mulher mãe empreendedora passa pela força de vontade de superar os percalços que lhe foram impostos após a descoberta de uma gravidez ou de ter dado a luz, são dedicadas, buscam sempre mais informações a respeito do ramo a empreender, são mais inteligentes e em grande parte possuem formação superior.

Essas mulheres têm como forças motivacionais a sua prole além de o fato de voltar a sentir-se indivíduo produtivo. No entanto os obstáculos são bem mais desafiadores, pois além

das preocupações inerentes ao negócio existem as responsabilidades de mãe, e saber conciliar as duas atividades e de longe a mais complexa.

## **2. EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO E SUAS DEFINIÇÕES**

A etimologia da palavra empreendedor vem do inglês Entrepreneur, derivada do francês antigo, *Entreprendre*, sendo entre palavra derivada do latim *inter*, tendo a reciprocidade como significado, e a palavra *Preneur*, que significa comprador. Em suma, a junção dessas duas palavras significa intermediário (DEGEN, 2012).

De acordo com Brancalione, Werlang e Bracht (2015) a primeira evidência do emprego do termo “empreendedorismo” deu-se em 1755 e fora utilizado por Richard Cantillon, o mesmo buscava entender os riscos de negociar em meio a um período de incertezas. Em 1903 Baptiste Say definiu o termo empreendedorismo como algo realizado por pessoas que tem a capacidade de alavanca um produto/serviço de um patamar inferior para um superior.

No Brasil, o SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) tiveram a missão de difundir o empreendedorismo no país principalmente na década de 1990, (DORNELAS, 2005).

Para o surgimento do empreendedorismo as experiências pessoais, profissional e familiar são o tripé fundamental do empreendedorismo (BRUNI, 2010). Dornelas (2005) entende que os empreendedores são pessoas diferenciadas, “apaixonadas por aquilo que fazem” (p.21), possuem atributos que superam os do administrador por serem visionários, dinâmicos, independentes para construir seus próprios destinos e criam valor para a sociedade. São capazes de transformar ideias em oportunidades, criando negócios de sucesso.

Freitas (2009) apresenta o empreendedorismo com o um elo de valor intrínseco entre empreendedor e cliente; exige por parte do empreendedor estudo, pesquisa, tempo e transpiração, desde concepção da ideia até a implantação do negócio.

Por definição o empreendedorismo é o resultado de experiências vividas, transformação de ideias em oportunidades, criando negócios e exploração de nichos de produtos/serviços que outrora não haviam sido contemplados.

Um empreendedor de sucesso precisa ter um perfil arrojado com características peculiar e grande importância. Uma é a não aceitação de como as coisas estão em seu tempo atual e com o mundo. Outra, é não medir esforços para obter o tão sonhado sucesso.

O sucesso depende diretamente do conhecimento de mercado, e preciso conhecer a área de atuação e ter um planejamento de marketing bem definido (DEGEN, 2012). Corroborando com essa ideia Bruni (2010) ao considerar o empreendedor aquele que assumi um risco considerável, tem ideias inovadoras na forma de divulgar, adota estratégias de marketing que agregam novos valores ao negócio, estabelece metas e objetivos claros, busca pela diferenciação, e deseja adquirir um alto grau de independência.

Impulsionado pelo aspecto visionário, na inserção de novos produtos/serviço. No mercado, a forma como se faz a divulgação desse produtos e a relevância no setor econômico fazem do empreendedor peça fundamental para a economia de qualquer país. Mas o que faz um indivíduo tornar-se um empreendedor?

Existem diversos fatores que motivam uma pessoa assumir os riscos de ter o próprio negócio. Degen (2012) lista alguns deles, a saber:

- Vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que seria possível como empregado de carteira assinada;
- Desejo de sair da rotina do emprego e seguir com seus sonhos, ideias e objetivos de vida;
- Vontade de determinar seu futuro e não dar satisfação a patrões, chefes ou superiores;
- Necessidade de provar para si e aos outros que é capaz de realizar um empreendimento;
- Desejo de desenvolver algo que traga reconhecimento e benefícios, não só para si, mas para a sociedade.

### **3. EMPREENDEDORISMO MATERNO/FEMININO**

Estudos sobre o empreendedorismo feminino em especial o materno ainda são poucos mesmo que os mesmos tenham grande relevância econômica, social e cultural. As pesquisas, ensaios e estudos sobre mulheres que trabalham por conta própria, mulheres empreendedoras e empreendedorismo feminino começou a se desencadear mais efetivamente a partir dos anos 2000. Gomes, Santana e Araújo (2009) alertam que como esses estudos são recentes, não se pode falar em corpo teórico amadurecido. E mais, as pesquisas ainda apresentam visões parciais sobre esse fenômeno.

Historicamente, e nas culturas em geral, os homens eram os responsáveis por conseguirem os mantimentos e dar segurança as famílias e cabia a mulher o labor do lar (AMORIM; BATISTA, 2011). Por muitos séculos, as mulheres foram subjugadas a uma condição de submissão por imposições culturais e socioeconômicas da sociedade: restrições na forma de pensar, agir, interagir e de poder, colocando-as em nível de inferioridade em relação aos homens (BRANCALIONE; WERLANG; BRACHT, 2015). Fato que teve seu início de mudança com o advento da 1ª Revolução Industrial, onde as empresas por necessidade de aumentar a produção passou a contratar mão de obra feminina.

Outros dois marcos históricos que contribuíram para essa mudança foram as duas grandes guerras, agora pela escassez da mão de obra masculina devido ao envio dos mesmos para combate e também pelas muitas baixas em combate. Agora, as mulheres passaram a ser contratadas em funções antes só exercidas pelo sexo masculino. Gomes, Guerra e Veira (2011) resalta que o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho não aconteceu pelo ideário de independência, mas sim foi motivado pela precária situação econômica e pela necessidade de complementação da renda familiar.

#### **4. PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA**

Zampier e Takahashi (2010) detalham o perfil da mulher empreendedora e suas características gerenciais: elas são mais conservador ao enfrentar riscos; valorizam o indivíduo nos processos decisórios; tem mais preocupação com a qualidade do produto/serviço do que os homens; agregam a participação da família na organização; e tendem a empregar mais mulheres do que homens. O estilo feminino de gerenciar somado à dedicação que as mulheres imputam ao seu trabalho contribuem de forma decisiva nas altas taxas de sobrevivência das empresas geridas por mulheres

Em suma, o empreendedorismo feminino é importante para a sociedade, pois movimentam a cadeia econômica, gerando empregos tanto para as próprias empreendedoras como para outras pessoas. Amorim e Batista (2011) destacam alguns motivos que levam as mulheres a empreender, a saber:

- Empreendedoras por acaso – aquelas empresas que surgiram de hobbies. Verifica-se hoje, por exemplo, muitas “esmalterias”, uma remodelagem das antigas manicures – mulheres que empreenderam nessa área por gostarem da arte de pintar as unhas;
- Empreendedoras Forçadas – por motivos mais catastróficos, como viuvez, divórcio ou perda de emprego;

- Empreendedoras Criadoras – independência e autonomia ou insatisfação com o trabalho anterior.
- Empreendedoras Solitárias – aquelas que não têm profissão e empreendem de forma limitada

As mulheres estão cada vez mais escolarizadas, informadas e têm ousado a empreender em atividades predominantemente masculinas, como o setor da indústria. Entretanto, o setor de Comércio e Serviços ainda aglomera 64% das empresárias, destacando-se os salões de beleza, bares e lanchonetes, ambulantes e acessórios do vestuário.

As mulheres normalmente empreendem por oportunidade ao identificar uma demanda/nicho de mercado e vêm se firmando no mercado como empresárias de sucesso. Ainda segundo o SEBRAE (2019), “em 2018, 55,4% das empresárias complementavam a renda do marido no orçamento familiar, enquanto que a taxa das donas de negócio que são chefes de domicílio é de 45%”.

O estudo do Sebrae mostra ainda que as empresas geridas por mulheres estão se firmando no mercado, 75% das empreendedoras estão com seus negócios em atividade há mais de 2 anos em 2018.

## **5. EMPREENDEDORISMO MATERNO E O EMPODERAMENTO FEMININO**

Há pouco tempo começou a crescer, em especial nas mídias sociais como blogs, Instagram e Facebook, um movimento denominado de “Empreendedorismo Materno”. Trata-se de uma variação do Empreendedorismo Feminino, mas com o diferencial de ter como principal protagonista aquelas mulheres que decidiram empreender após a maternidade.

A pesquisa recente promovida pela Rede Mulher Empreendedora (2016) apresenta um dado importante que, até então, não era comprovado. 75% das empreendedoras decidem empreender após a maternidade e na classe C essa porcentagem aumenta para 83%. Isso evidencia que este é um movimento liderado pelas mulheres de classe média, uma vez que esta classe configura renda familiar de 4 a 10 salários mínimos (IBGE, 2013).

A dupla jornada feita por essas mulheres nas empresas e no lar, aliados as cobranças múltiplas e de pressões externas e internas. Somado ao fato das mulheres enxergarem o ambiente de trabalho em grandes organizações como hostil (STROBINO E TEIXEIRA, 2010), essas mulheres enxergam no empreendedorismo o caminho para o equilíbrio do tempo, sendo mães e profissionais sem que uma interfira na outra.

O conflito trabalho-família é especialmente vivenciado por mulheres casadas. Strobino e Teixeira (2010) apresentam esse conflito em três dimensões: a) tempo, que está



relacionado ao tempo excessivo gasto no trabalho e a conseqüente falta de tempo para se dedicar aos filhos, na relação com o cônjuge e o compartilhamento de tarefas domésticas; b) tensão, que leva em consideração fatores de estresse como ansiedade, fadiga, depressão e irritabilidade causadas pelo trabalho, a rotina, a baixa valorização das atividades desempenhadas tanto no trabalho quanto em casa; c) comportamento, que está diretamente ligado a autoconfiança, a estabilidade emocional, a agressividade e a objetividade tanto no trabalho quanto na família.

Segundo pesquisa realizada pela Robert Half (2016), a cada dez mães em licença maternidade, quatro não voltam para o mercado de trabalho. Dentro os motivos apontados:

- Julgamento – Existe um “consenso” nas organizações que as mulheres diminuem a sua produtividade após a maternidade, uma vez que normalmente estão exaustas das noites perdidas, da rotina da dupla jornada de trabalho, sem mencionar as ausências que são esperadas quando os filhos se acometem adoentados.

- Teoria do segundo filho – Quando a profissional engravida do primeiro filho na faixa dos 30 anos de idade, estima-se que logo em breve ela planejará o segundo filho, por questões de “prazo de validade” da fertilidade feminina e dos riscos mais elevados envolvidos nas más formações fetais em gestações de mulheres que se aproximam dos 40 anos de idade.

- Salário X Rede de Apoio – Para retornar 50 elevados e, em alguns casos, os salários não compensam a troca, levando essa nova mãe a abdicar do emprego.

- Retorno após longa parada – Não são todas as mulheres que são bem recepcionadas após a licença maternidade. Alguns trabalhos têm ritmo de trabalho dinâmico, deixando a pessoa que ficou alguns meses fora do ambiente profissional deslocada das novas tarefas. Outros casos faz-se necessária o remanejamento das atividades prestadas, porque seu posto anterior foi ocupado por outro colega. A mulher, portanto, precisa se adequar a novas atividades.

- Home Office e Flexibilidade – Conforme verificado na pesquisa Robert Half, essa ainda não é uma realidade praticada pelas empresas brasileiras por conta dos entraves da legislação trabalhista.

O meio que muitas mulheres encontraram para contornar esse conflito foi abrir o próprio negócio como uma opção de carreira que pode contribuir para um maior equilíbrio na administração dos papéis de família e de trabalho. O empreendedorismo apresenta certas características de trabalho que na percepção feminina as conduzem a esse equilíbrio, como autonomia e horário flexível.

Por outro lado, Zampier e Takahashi (2010) revelam que há aumento significativo de conflitos trabalho-família pelas empreendedoras que contam com a tão sonhada liberdade e

flexibilidade de horários, mas se desorganizam ao misturar os afazeres domésticos com as atividades profissionais, embora essas mulheres estejam satisfeitas com seu trabalho, ainda que a recompensa financeira não seja a esperada ou compatível com o trabalho desempenhado antes de empreender.

O grande desafio das mulheres pós-modernas é encontrar o equilíbrio entre a carreira profissional e pessoal. Por isso, é primordial que elas aprendam a gerenciar a sua família e o seu negócio ao mesmo tempo (BRANCALIONE; WERLANG; BRACHT, 2015), sob pena de se frustrar na nova atividade profissional.

O empreendedorismo apresenta-se, portanto, como uma alternativa concreta de geração de emprego e renda para as mulheres, visto que as organizações e o mercado de trabalho convencional não oferecem oportunidade de trabalho que garantam a elas estabilidade e flexibilidade (GOMES, GUERRA e VIEIRA, 2011).

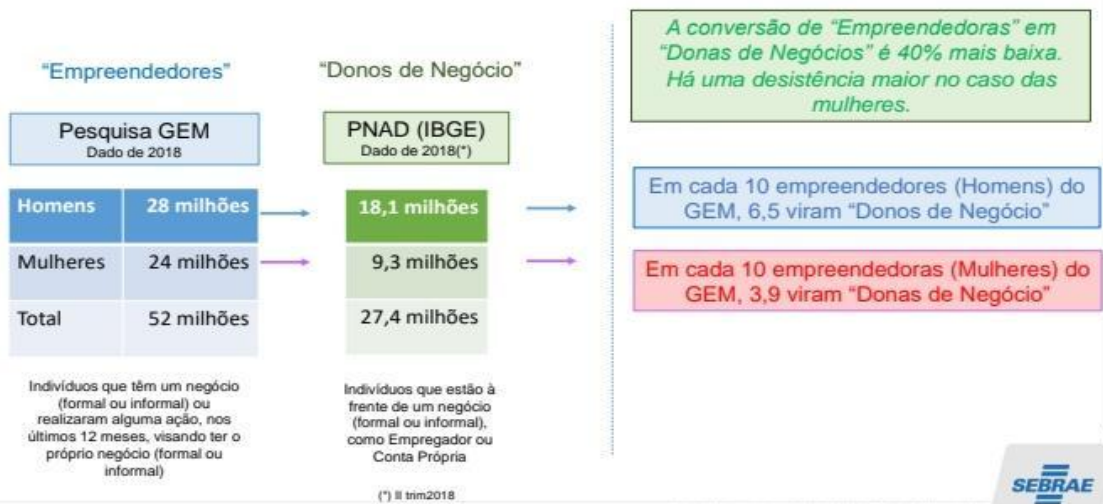
## 6. DADOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL

Para SEBRAE. 2018 grande parte das empreendedoras iniciantes brasileiras estão concentradas em quatro grupos de atuação, sendo eles o de prestação de serviços domésticos, serviço de alimentação, cabeleireiro e o de comércio varejista de roupas. No entanto ainda existe um grande caminho a ser percorrido em setores de tecnologia, de engenharia e de matemática. Com base nessa afirmação é possível apresentar resultados que demonstram o cenário do empreendedorismo feminino no Brasil, conforme gráficos abaixo:



Fonte: SEBRAE 2019.

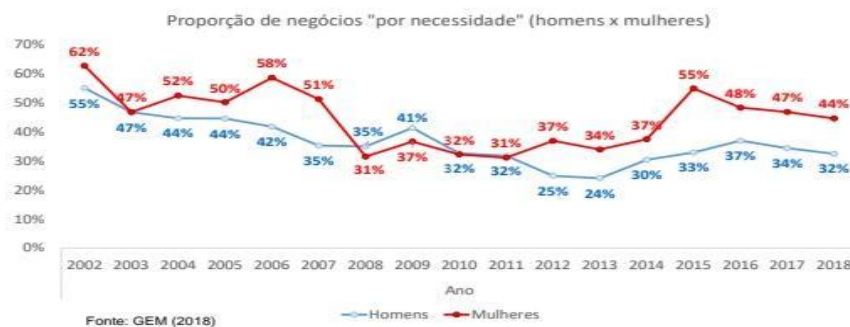
## Empreendedorismo feminino no Brasil



Fonte: SEBRAE 2019.

## Empreendedorismo feminino no Brasil

**A proporção de negócios por NECESSIDADE é maior no grupo das mulheres**

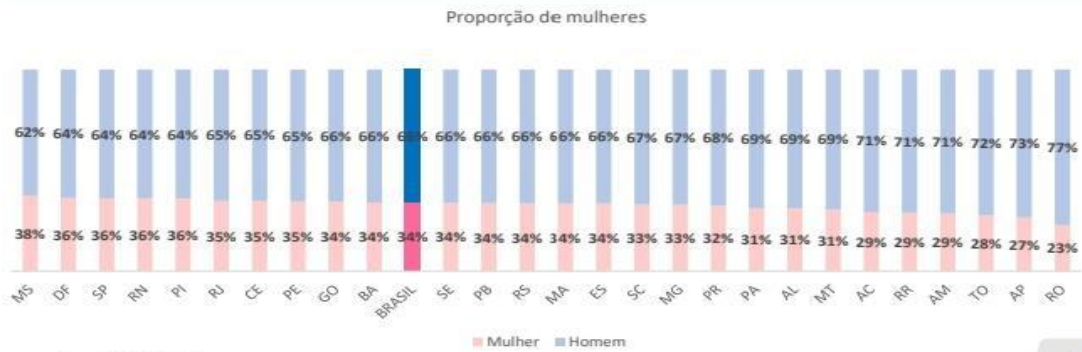


Fonte: SEBRAE 2019.

Os dados apresentados anteriores são referente a um cenário global demonstrando a posição do Brasil com relação aos empreendedores iniciantes e dados do quantitativo de empreendedores e dos que são donos do próprio negócio. Trazendo a luz a informação de que apenas 3,9 das mulheres empreendedoras viram donas de negócios. Os gráficos evidenciam uma realidade latente na vida das empreendedoras a de ter de empreender por necessidade já que em 2018 44% passaram a empreender por conta dessa circunstância.

## Donas de Negócio (\*)

**As mulheres respondem por 34% dos Donos de Negócio, na média nacional**



Fonte: PNADC (2018)  
Nota: (\*) Empregadores + Conta-Própria

Especialistas em pequenas empresas / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



Fonte: SEBRAE 2019.

## Donas de Negócio (\*)

**As mulheres Donas de Negócio são mais jovens**



Fonte: PNADC (2018)  
Nota: (\*) Empregadores + Conta-Própria

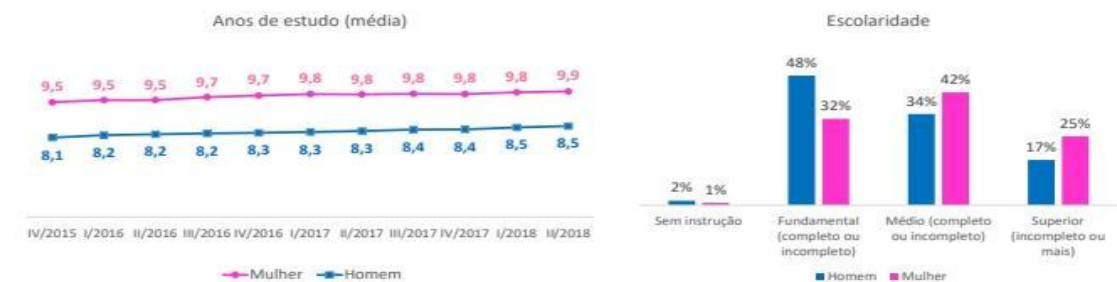
Especialistas em pequenas empresas / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



Fonte: SEBRAE 2019.

## Donas de Negócio (\*)

**As mulheres Donas de Negócio têm maior escolaridade (16% maior)**



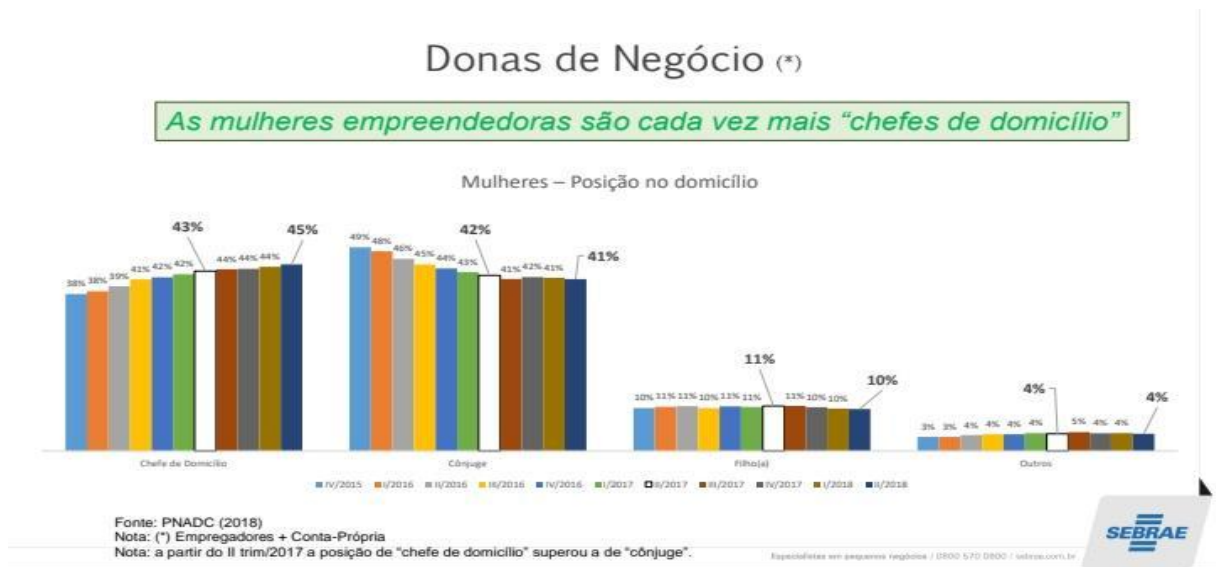
Fonte: PNADC (2018)  
Nota: (\*) Empregadores + Conta-Própria

Especialistas em pequenas empresas / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



Fonte: SEBRAE 2019.

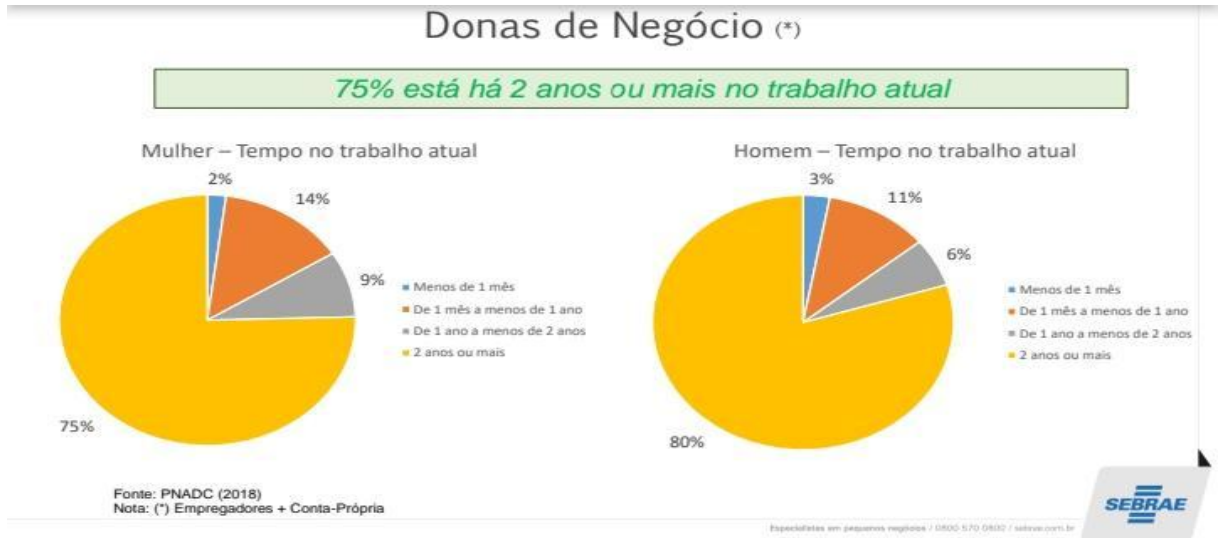
O estado que possui a maior porcentagem de donas de negócio é o estado de Mato Grosso do Sul 38%, já o estado de Rondônia possui somente 23%. Com média nacional de 34% apenas. As mulheres empreendedoras são em média 2 anos mais jovens que os homens, as empreendedoras tem média de idade de 43,8 anos conforme levantamento do PNADC 2018. Além de serem mais escolarizadas, diferença que chega a 16% em relação aos homens.



Fonte: SEBRAE 2019.

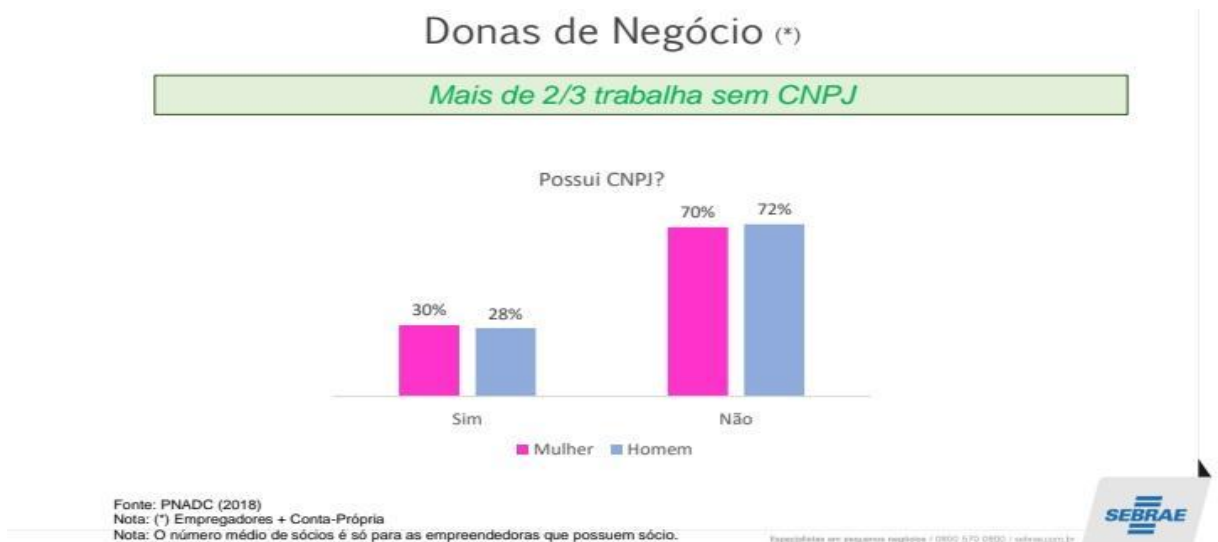


Fonte: SEBRAE 2019.



Fonte: SEBRAE 2019.

Os dados revelam que 43% das empreendedoras são chefes de domicílio ou seja que são as responsáveis pelo sustento de seus lares, o que implica em 96.3 tenham apenas um único emprego fazendo com que outro dado importante seja revelado, a manutenção do empreendimento por mais tempo já que 75% das empreendedoras atuam há mais de 2 anos no ramo de escolha.



Fonte: SEBRAE 2019.



## Donas de Negócio (\*)

*A maioria das Donas de Negócio não tem sócios ou tem poucos sócios*



Fonte: PNADC (2018)  
 Nota: (\*) Empregadores + Conta-Própria  
 Nota: O número médio de sócios é só para as empreendedoras que possuem sócio.

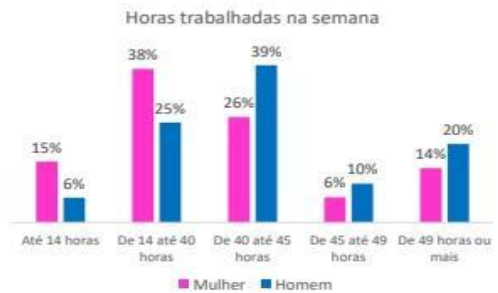
Especialistas em pesquisas regionais / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



Fonte: SEBRAE 2019.

## Donas de Negócio (\*)

*As mulheres Donas de Negócio trabalham menos horas no negócio (18% menos)*



Fonte: PNADC (2018)  
 Nota: (\*) Empregadores + Conta-Própria

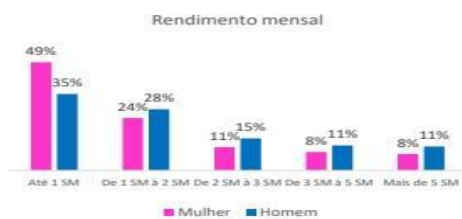
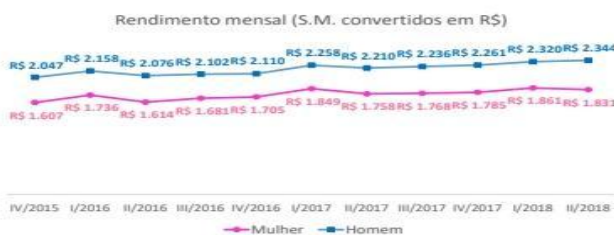
Especialistas em pesquisas regionais / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



Fonte: SEBRAE 2019.

## Donas de Negócio (\*)

*As mulheres Donas de Negócio ganham 22% a menos*



Fonte: PNADC (2018)  
 Nota: (\*) Empregadores + Conta-Própria

Especialistas em pesquisas regionais / 0800 570 0800 / sebrae.com.br



Fonte: SEBRAE 2019.

O estudo do Sebrae demonstra que 70% das empreendedoras não possuem CNPJ e que a maioria não tem sócios. Revela ainda que elas trabalham em média 16% a menos que os homes e que ganham em média 22% menos.



### MEI Empresárias

*As mulheres que são MEI estão envolvidas predominantemente em atividades relacionadas à beleza, moda e alimentação.*

Código CNAE	Descrição*	Setor	Nº de MEI mulheres	% de MEI mulheres
4781400	Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	Comércio	539.956	76%
9602501	Cabeleireiros	Serviços	422.795	79%
9602502	Outras atividades de tratamento de beleza	Serviços	154.094	96%
5620104	Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	Indústria	123.209	75%
4772500	Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	Comércio	106.318	73%
1412602	Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas íntimas	Indústria	76.222	90%
1412601	Confecção de peças do vestuário, exceto roupas íntimas e as confeccionadas sob medida	Indústria	71.998	85%
3299099	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	Indústria	54.863	81%
4755502	Comercio varejista de artigos de armarinho	Comércio	44.318	63%
4789099	Comércio varejista de outros produtos	Comércio	40.478	60%

Fonte: Sebrae (2017) \* Descrição simplificada

Especialistas em pequenas empresas / 0800 570 0800 / sebrae.com.br

Fonte: SEBRAE 2019.



## MEI Empresárias

*O local de funcionamento do MEI é predominantemente em casa, no caso das mulheres essa característica é mais preponderante. Entre as mulheres, a necessidade de uma fonte de renda é o principal motivo que levou a abertura do MEI*



Fonte: SEBRAE 2019.

O estudo ainda revela que as mulheres são 50% dos MEI do Brasil, estando concentradas em sua maioria nas atividades de alimentação, beleza e moda. Tendo como principal motivo para a abertura do MEI a geração de fonte de renda.

## 7. ESTUDO DE CASO EMPRESA “LAÇOS+AMOR”

A ideia da Laços+Amor surgiu em Janeiro de 2018 quando a proprietária mentora do negócio observou que o mercado de acessórios infantis femininos era atrativo na cidade de Tucuruí. E que havia poucas laceiras que fizessem produtos com um ótimo acabamento, peças atuais e de tendência.

Tudo começou quando a mesma estava gestante de uma menina, “tinha uma boa proposta de ser efetivada em uma grande empresa, mas, após descoberta da gravidez, o processo não seguiu com êxito, sabendo que a gravidez foi o fator determinante para a sua não contratação. Então, eu estava desempregada e gestante, necessitando muito de ter uma renda, pois, precisa ajudar a manter a casa juntamente com meu esposo.” No entanto, já confeccionava laços para sua filha que viria a nascer. E após postar em suas redes sociais pessoais, foi grandemente elogiada pelos feitos. Então, amigos e familiares instigaram a pensar na possibilidade de começar a vender aos poucos.

A partir de então, a mesma fez a análise do mercado, verificou os pontos positivos e negativos. Após análise, teve a certeza que havia uma grande oportunidade de negócio. Então, de fato em 9 de fevereiro de 2018 a Laços+Amor começou a divulgar os seus primeiros produtos através de uma rede social pública.

Assim como a maioria das empreendedoras em seu início o lucro das vendas dos laços era direcionado para a complementação do salário do esposo para cumprir com as

obrigações da casa. Sendo ainda ela a única responsável por todos os setores do negócio, desde a escolha e compra das matérias primas, venda e pós venda, confecção e divulgação de seus produtos e salientando que existe o desejo de fazer a abertura do MEI.

A empreendedora é enfática ao dizer que “Sem dúvida nenhuma, meus pais e esposo tem sido meu braço direito, principalmente meu esposo, pois, sempre está pronto a me ajudar cuidando da nossa filha quando ele pode, em alguns afazeres do lar, e em alguns processos da empresa e agora Temos o Curso APRENDALAÇOS & LUCRE onde toda a minha família se une pra me ajudar, tendo em vista que dou aulas para uma turma de no máximo 10 alunas e eles me dão suporte não somente “operacional”, mas, também motivacional. Minha filha me ajuda a ter foco, pois, sempre penso nela em meio as dificuldades e sigo em frente.” Essa rede de apoio é fundamental para que muitas empreendedoras não deixem de empreender.

Para a empreendedora as principais dificuldade que uma mulher encontra para empreender no brasil são “Eu vejo que um dos fatores preponderantes para uma mulher ter dificuldades para empreender é o fato de que nós já somos “intituladas” pela sociedade que temos que cuidar do lar, dos filhos, do marido, e isso acarreta na dificuldade de conseguir administrar essa parte concomitante ao de empreendedora, nos mulheres nos sentimos sobrecarregadas. Então o medo de fracassar em ambos é muito grande. Também, num contexto geral, o trabalho da mulher ainda é por muitos desvalorizado. Mas, isso vem mudando conforme algumas pesquisas já divulgadas.

Tendo em mente que ao entregar um bom produto, com um bom acabamento e sempre atendendo as suas clientes da melhor forma esses são os combustíveis que fazem com a empreendedora siga em frente. E quanto ao seu entendimento a respeito de empreendedorismo feminino a mesma afirma que “Que nós mulheres podemos ir muito além de qualquer pensamento negativo, de qualquer dificuldade, somos capazes de empreender com maestria, pois, somos multitarefas por natureza.”

Podendo incentivar outra mulheres qual mensagem você deixaria para elas? A resposta para essa pergunta é “O fracasso é o início do sucesso, no começo poderá da errado, podem ocorrer alguns problemas, mas, se você conseguir superar cada um analisando onde precisa melhorar, e buscar corrigir na prática, com certeza, uma hora vai dar certo.

Então a mensagem que deixo. Não desista no primeiro erro, na primeira dificuldade, nem na segunda, nem na terceira, apenas com o que você está errando. A persistência e dedicação são pra poucos, seja a diferença.”

*“Fazer laços era um dos hobbies de uma mãe, o qual estava depositado amor e afeto para com sua filha. Agora ela compartilha com vocês através da Laços+Amor esses mimos feitos artesanalmente UM a UM e com uma pitada de amor para deixar a princesa que você Ama ainda mais linda. “*

*Ana Lídia Pantoja (Mãe, Artesã e Gestora da Página).  
Extraído da página oficial de uma de suas redes sociais pública.*

## **8. METODOLOGIA**

O objetivo desde pré-projeto é realizar um estudo de caso de caráter descritivo exploratório, através de uma análise sobre as informações do referencial teórico comparando com a prática. Para isso será utilizado uma pesquisa bibliográfica a partir de referências já publicados para dar melhor embasamento, além disso, é considerada descritiva pelo fato colher informações necessárias para o entendimento do assunto abordado.

As informações colidas foram agrupadas de forma a demonstrar a importância e o crescimento do empreendedorismo materno (tanto para o mercado quanto para a mulher), suas características e perfil.

Será utilizado ainda para maior fundamentação estudo de caso (Laços+Amor). Ainda será utilizado a dados de instituição reconhecidamente confiável e que entrega suporte para as pequenas empresas brasileira.

## **9. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Para as considerações finais após o largo levantamento de informações vários pontos ficaram evidenciados, pontos esses que passam pelas mais distintas esferas de sociedade e de conceitos já definidos e idealizados. Partindo das informações coletados podemos fazer alguns diagnósticos e pontuar sugestões para que essas mulheres sintam-se encorajadas a empreender.

Podemos identificar que de forma velada o preconceito ou o machismo existente no mercado do trabalho obrigam e não deixam outra alternativa que não seja a de empreender para que muitas mulheres consigam o Seu sustento, esse preconceito fica latente ao entrevistar a empreendedora da empresa “LAÇOS+AMOR” que teve uma efetivação de cargo interrompida e posteriormente o seu desligamento da empresa.

Percebemos ainda que as empreendedoras estão cada vez eficientes buscam entender o mercado com mais antecedência, para que seus negócios possam ser bem sucedidos, além de possuírem maior escolaridades as empreendedoras começam a empreender bem mais

jovens, podendo assim conciliar em muitos casos a rotina de trabalho e do lar, rotina essa do lar que também é fator de decisório para o início de um negócio.

Existe um longo e difícil caminho a ser percorrido pelas empreendedoras brasileiras, mas a força de vontade e determinação faram com que cada vez mais obstáculos sejam superados e a cada dia o cenário de descredito seja mudado e o fato de uma mulher gestante a impeça de exercer suas atividades em uma empresa que a tenha contatado.

Como sugestão, a importância de se lutar por políticas publicas devem ser discutidas, criadas e colocadas em pratica, aumentar o acesso a informação para que essas empreendedoras possam a cada dia melhorar, ampliar e reinvestir por fim criar linhas de créditos especificas que venham alavancar o empreendedorismo feminino no Brasil

## 10. REFERÊNCIAS

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

Disponível em:

<http://www.uniesp.edu.br/finan/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf> . Acesso em 4 nov. 2019.

BRANCALIONE, D.; WERLANG, N. B.; BRACHT, D. E. Empreendedorismo Feminino: Uma Análise das Competências Intraempreendedoras de Gestoras de Cooperativas Catarinenses. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA DA ANPAD, 7., 2015, Brasília. Anais... Brasília, 2015. p. 1-17.

BRUNI, A.L. Manual do empreendedor: conceitos, casos e desafios. Salvador: Infinita Editora, 2010.

DEGEN, R.J. O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2012.0

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

FREITAS, M.S.L. Empreendedorismo. Itajubá, MG: Universidade Federal de Itajubá, 2009.

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

GOMES, D. T.; GUERRA, P. V.; VIEIRA, B. N. O Desafio do Empreendedorismo Feminino. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO, 35., 2011, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 2011. p. 1-17.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. A Janela para Olhar o País. 2014.

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Brasil e Síntese de Indicadores 2013. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/> . Acesso em 20 out. 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: - [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/empreendedorismo-feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/empreendedorismo-feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf) acesso em 20 de out. 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/go/sebraeaz/empreendedorismo-femiino,30c598c846189610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 23 de out. 2019.

ROBERT HALF. Mulheres em Posição de Liderança. 2016. Disponível em: <  
[https://www.roberthalf.com.br/sites/roberthalf.com.br/files/legacy-pdfs/robert\\_half\\_-\\_mulheres\\_e\\_o\\_mundo\\_corporativo\\_0.pdf](https://www.roberthalf.com.br/sites/roberthalf.com.br/files/legacy-pdfs/robert_half_-_mulheres_e_o_mundo_corporativo_0.pdf)>. Acesso em 27 out. 2016

STROBINO, M.R.C.; TEIXEIRA, R.M. Empreendedorismo Feminino e o Conflito TrabalhoFamília: Estudo de Multicasos no Setor da Construção Civil da Cidade de Curitiba. In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS DA ANPAD, 4., 2010, Florianópolis. Anais... Florianópolis, Santa Catarina, 2010. p. 1-17.

ZAMPIER, M.A.; TAKAHASHI, A.R.W. Intraempreendedorismo Feminino, Competências Empreendedoras e Conflito Trabalho-Família: Um Estudo de Caso com Professoras de Programas de Mestrado e Doutorado em Administração de Curitiba-PR. In: Encontro de 178 ESTUDOS ORGANIZACIONAI DA ANPAD, 4. 2010, Florianópolis. Anais.. Florianópolis, Santa Catarina, 2010. p. 1-17.

## APÊNDICE 1

Entrevista com a empreendedora Ana Lúcia Pantoja proprietária da empresa Laços+Amor.

Pergunta 1: Em qual momento e em quais condições foi idealizada a possibilidade de empreender?

Resposta da entrevistada: Tinha uma boa proposta de ser efetivada em uma grande empresa, mas, após descoberta da gravidez, o processo não seguiu com êxito. Então, eu estava desempregada e gestante, necessitando muito de ter uma renda, pois, precisa ajudar a manter a casa juntamente com meu esposo. Eu já estava fazendo laços pra minha filha Hadassah que viria a nascer. Foi quando uma amiga viu nas redes sociais um post dos meus lacinhos e perguntou se eu venderia, Foi a partir de então que vi uma oportunidade de começar a empreender no Ramo de Acessórios Infantis.

Pergunta 2: Depois de idealizada, quais foram os primeiros passos dados, houve um estudo prévio quanto ao setor de atuação?

Resposta da entrevistada: Após ver a oportunidade de começar a empreender nesse ramo, eu comecei a pesquisar quem eram as pessoas que vendiam esse tipo de produto na minha cidade, quais eram seus pontos fortes e fracos, então busquei ser forte em alguns pontos fracos da minha concorrência, ou seja, entregar um produto com um ótimo acabamento, um bom atendimento e entrega no prazo. Também, buscava referências de Lacerias que já tinham sucesso, comecei a analisar que tinha havia muita demanda, pois, todos os dias nascem novas crianças e as mães que são um dos alvos principais, são encantadas por laços. Era uma excelente oportunidade e principalmente devido as minhas condições financeiras, de baixo custo, porém, lucrativa.

Pergunta 3: No começo qual era a prioridade do que era arrecado. Era reinvestido, complementava a renda?

Resposta da entrevistada: a prioridade era de fato pra mantimento do meu lar. Inicialmente não fiz muito investimento em materiais de qualidade e afins, pois, de fato não havia essa possibilidade. Mas, passou alguns meses, consegui investir e melhorar a qualidade dos matérias e não parei mais.

Pergunta 4: Como é feita a gestão do empreendimento, possui CNPJ?

Resposta da entrevistada: Trabalho sozinha, faço todos os processos desde a compra de materiais até o pós venda. Hoje já sinto a necessidade de contratar uma pessoa para auxiliar na

gestão administrativa devido o aumento significativo da demanda. Pretendo abrir o MEI muito em breve.

Pergunta 5: Existe algum tipo de ajuda por parte de familiares (pais, filhos ou conjugue)?

Resposta da entrevistada: Sem dúvida nenhuma, meus pais e esposo tem sido meu braço direito, principalmente meu esposo, pois, sempre esta pronto a me ajudar cuidando da nossa filha quando ele pode, em alguns afazeres do lar, e em alguns processos da empresa e agora Temos o Curso APRENDALAÇOS & LUCRE onde toda a minha família se une pra me ajudar, tendo em vista que dou aulas para uma turma de no máximo 10 alunas e eles me dao suporte não somente “operacional”, mas, também motivacional. Minha filha me ajuda a ter foco, pois, sempre penso nela em meio as dificuldades e sigo em frente.

Pergunta 6:Existe a intenção de aumentar o empreendimento, a gestão em algum momento procurou por uma linha de credito?

Resposta da entrevistada: A intenção de aumentar o empreendimento está nos planos em médio prazo, mas, precisarei procurar uma linha de credito muito em breve.

Pergunta 7: Para você quais as principais dificuldades que uma mulher encontra para empreender no Brasil?

Resposta da entrevistada: Eu vejo que um dos fatores preponderantes para uma mulher ter dificuldades para empreender é o fato de que nós já somos “intituladas” pela sociedade que temos que cuidar do lar, dos filhos, do marido, e isso acarreta na dificuldade de conseguir administrar essa parte concomitante ao de empreendedora, nos mulheres nos sentimos sobrecarregadas. Então o medo de fracassar em ambos é muito grande. Mas, não algo que deve nos parar, apenas dificulta. Muitas acredito eu que não tem a sorte que eu tenho de ter um apoio familiar, esse apoio é de suma importância, da segurança.

Também, num contexto geral, o trabalho da mulher ainda é por muitos desvalorizado. mas, isso vem mudando conforme muitas pesquisas já divulgadas.

Pergunta 8: Ao ser desligada da empresa em que atuava você sentiu que foi discriminada pelo fato de estar grávida?

Resposta da entrevistada: Um pouco, porque senti que esse foi motivo.

Pergunta 9: Qual o principal motivo que faz com que você continue a empreender?



Resposta da entrevistada: A paixão por empreender, a paixão pelo que entrego a minhas clientes, por ter dado a volta por cima das dificuldades que tanto passei e que vejo que ainda tenho muito a conquistar, agora que estou começando, ainda tem muito a desbravar e eu almejo isso, expandir, crescer, ajudar muitas pessoas. Tudo que faço penso na família, na minha filha.

Pergunta 10: Qual o seu entendimento sobre empreendedorismo em especial o empreendedorismo feminino/materno?

Resposta da entrevistada: Que nós mulheres podemos ir muito além de qualquer pensamento negativo, de qualquer dificuldade, somos capazes de empreender com maestria, pois, somos multitarefas por natureza,

PERGUNTA 11: Podendo incentivar outras mulheres qual mensagem você deixaria para elas?

Resposta da entrevistada: O fracasso é o início do sucesso, no começo poderá dar errado, podem ocorrer alguns problemas, mas, se você conseguir superar cada um analisando onde precisa melhorar, e buscar corrigir na prática, com certeza, uma hora vai dar certo.

Então a mensagem que deixo. Não desista no primeiro erro, na primeira dificuldade, nem na segunda, nem na terceira, apenas corrija o que você está errando. A persistência e dedicação são pra poucos, seja a diferença.

**ANEXOS**

Todas as imagens foram cedidas pela empreendedora Ana Lúcia Rodrigues Costa Pantoja.

Ateliê:

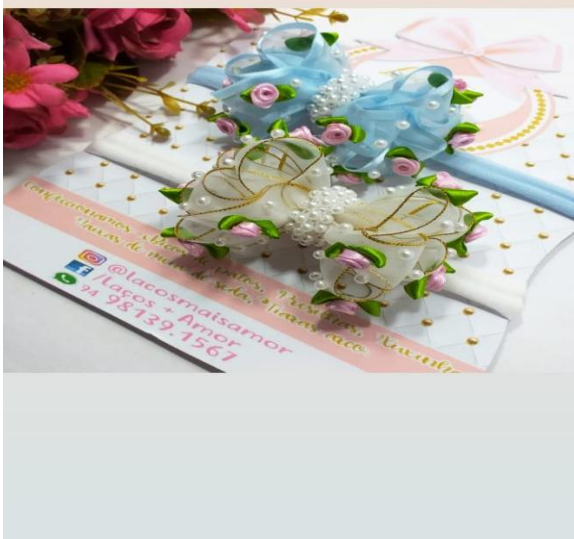


Produtos:

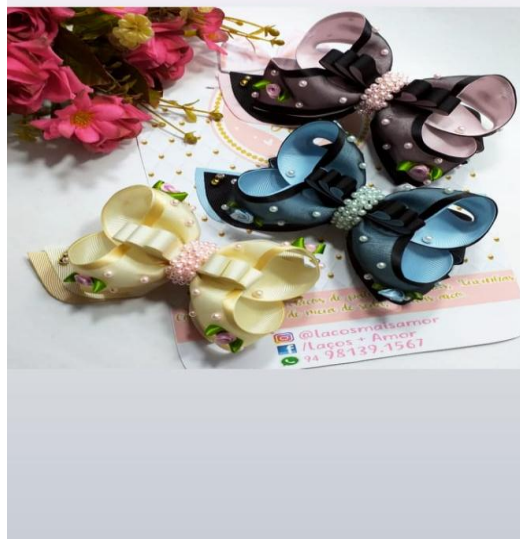




Mais fotinhas no feed 💕



Mais fotinhas no feed 😊💕



1/3

@lacosmaisamor

@lacosmaisamor  
/lacos + Amor  
94 98139.1567

Alunas do primeiro curso de laços realizado

