

SEBRAE

50  
50



EMPREENDEDORISMO FEMININO



# Sumário

**03** Objetivo e Metodologia

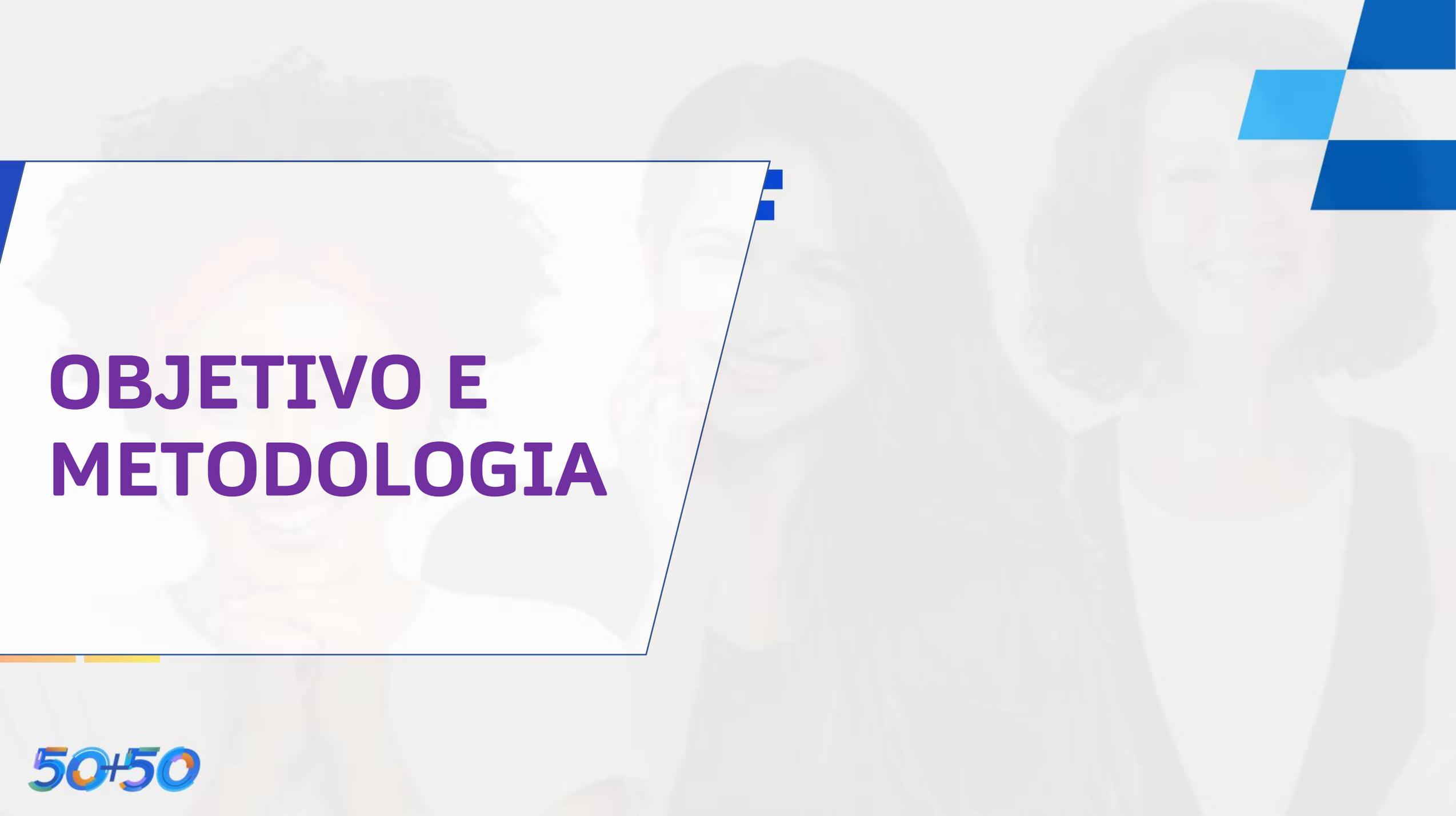
**42** Dificuldades e Tropeços

**07** Olhares Femininos e Masculinos

**49** Tabus, Preconceitos e Particularidades Femininas

**31** Sendo Mulher

**59** Conclusões



# OBJETIVO E METODOLOGIA

## OBJETIVO

Identificar as principais diferenças socioculturais que levam as mulheres brasileiras a encontrar maiores dificuldades para se engajarem na atividade empreendedora, comparado aos homens.

# PERFIL DOS GRUPOS

DG	Sexo	Raça	Filhos	Origem	Escolaridade	Data
1	Mulher	Preta ou Parda	Com filhos	Listagem Sebrae	Pelo menos o Ensino Médio	16/02/2022 Quarta-feira
2	Mulher	Branças 50% Preta ou parda 50%	Com filhos	Listagem Sebrae	Pelo menos o Ensino Médio	17/02/2022 Quinta-feira
3	Mulher	Branca	Com filhos	Listagem Sebrae	Pelo menos o Ensino Médio	18/02/2022 Sexta-feira
4	Mulher	Branças 50% Preta ou parda 50%	Sem filhos	Listagem Sebrae	Pelo menos o Ensino Médio	21/02/2022 Segunda-feira
5	Mulher	Preta ou Parda	Sem filhos	Listagem Sebrae	Pelo menos o Ensino Médio	22/02/2022 Terça-feira
6	Mulher	Branca	Sem filhos	Listagem Sebrae	Pelo menos o Ensino Médio	22/02/2022 Terça-feira
7	Homem	Preto ou pardo	Com filhos 50% Sem filhos 50%	Listagem Sebrae & Aleatório	Pelo menos o Ensino Médio	23/02/2022 Quarta-feira
8	Homem	Branco	Com filhos 50% Sem filhos 50%	Listagem Sebrae & Aleatório	Pelo menos o Ensino Médio	23/02/2022 Quarta-feira

# ESCLARECIMENTOS TÉCNICOS

- Essa pesquisa é qualitativa e de caráter exploratório.
- Os grupos não foram segmentados em relação à classe social, escolaridade, região, tempo de empresa e idade. Estes critérios são relevantes no comportamento, motivações e atitudes e não puderam ser acessados de forma consistente neste estudo.
- A enunciação do objetivo da pesquisa trata de premissas que só podem ser averiguadas em um estudo mais amplo com definições conceituais referentes à barreiras socioculturais e engajamento. Uma vez que todas as entrevistadas eram empreendedoras com distintos tempos de empresa, e foram recrutadas a partir de uma base SEBRAE, os resultados aqui se referem a uma população particular, não podendo ser extrapolados para as mulheres no Brasil.
- Este relatório fornece pistas e insights que devem ser aprofundados em pesquisa quantitativa com o intuito de discriminar as diferenças e as semelhanças na comparação com os homens, conforme o objetivo supra citado.



# EMPREENDER

## Olhares Femininos e Masculinos

50+50

# OLHARES FEMININOS E MASCULINOS



## Empreender no Brasil...

Uma montanha russa,

Um labirinto,

Um eterno desafio.

**Que não facilita a vida de ninguém.**

# DIFERENÇAS E PONTOS DE PARTIDA



As dificuldades para empreender e as exigências / demandas para sobreviver,

Formam um rolo compressor que aproximam as narrativas femininas, masculinas, negras e brancas.

**As diferenças, sim existem.  
Mas parecem ser diferenças de grau.  
E de pontos de partida.**

# CITAÇÕES



*“A gente tem que ter muita resiliência para ser empreendedora. Acho que por isso a gente como mulher tem uma vantagem porque a gente nasce resistindo e já sai remando.” (Mulher, preta/parda, com filhos)*

*“Ser empreendedor no Brasil não é para amadores. Com essa economia instável e agora com a pandemia, sem ajuda do governo, sem crédito. Não é para qualquer um. Precisa ser herói.”  
(Homem, preto/pardo, com/sem filhos)*

*“É difícil, leva tempo até construir um nome e encontrar o negócio certo. Eu mesma já quebrei 2 vezes antes de ter essa minha loja que já tem quase 20 anos.”  
(Mulher, branca, com filhos)*

*“É uma eterna montanha russa. Meus dois filhos trabalham comigo na minha loja e eu sempre digo: aqui é esforço, dedicação, muito trabalho.”  
(Homem, branco, com/sem filhos)*

# DIVERSIDADES E NARRATIVAS



As histórias e narrativas dos entrevistados refletem **diversidade de condições materiais e socioemocionais, recursos externos e internos, percepções de oportunidades (ou necessidades) e configuração de territórios / ecossistemas.** \*

Essa diversidade impacta no resultado financeiro e na sobrevivência do empreendimento. **E podem se sobrepor às questões de gênero e raça.**

- Ou seja, como comparar o empreendimento de uma mulher universitária com recursos financeiros e experiência profissional em grande empresa da cidade de São Paulo com o de um homem de ensino médio com pouco recurso financeiro na cidade do Amapá?
- O que é mais preditivo do sucesso do microempresário? A escolaridade? O capital inicial? A qualidade da ambição? O território? O gênero? A cor?

# APREENDENDO UMA OPORTUNIDADE



Empreender é visto pelos entrevistados como a **apreensão de uma oportunidade** que pode ser materializada através de uma habilidade, um saber fazer, ou, uma disposição em aprender como.

# OPORTUNIDADE OU NECESSIDADE



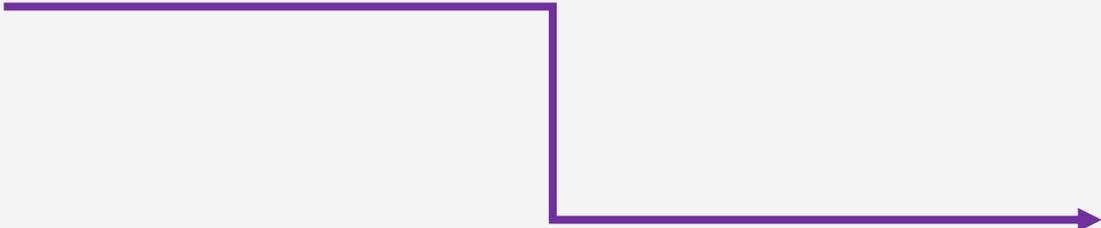
A **oportunidade (ou necessidade)**, que é a **disparadora** do processo de empreender, é geralmente consequência de um **mercado de trabalho que não os absorve**:

- Trabalho e salário pífios
- Falta de ascensão, teto baixo,
- Falta de valorização profissional
- Desemprego.

# BARREIRAS FEMININAS

Apesar do mercado de trabalho pífio ser base da narrativa de homens e mulheres, independente da cor / raça,

As mulheres (e os negros?) são as que mais se deparam com travas do mercado de trabalho, desde a entrada até ascensão a postos mais altos, ou conjugação da carreira à maternidade.



Empreender, um caminho naturalmente feminino?

# PONTOS DE PARTIDA



Mulheres e homens apreendem a oportunidade desde lugares diferentes.  
As oportunidades, em geral, estão inscritas no capital social do empreendedor.

# CITAÇÕES



*“Eu trabalhei 15 anos com carteira assinada. Mas cansei, não tinha possibilidade de ascender e não era escutada, tinha que fazer aquela tarefa e ponto. Então meu marido e eu resolvemos colocar nosso sítio para produzir. E agora somos produtores rurais.”*  
(Mulher, preta/parda, sem filhos)

*“Eu sempre trabalhei em empresa multinacional na área de logística. Demorei para ter filhos e quando eles nasceram eu não quis terceirizar minha função. Então pedi demissão e parti para o mundo do empreendedorismo.”*  
(Mulher, branca, com filhos)

*“Trabalhei anos numa empresa de tecnologia que acabou fechando as portas aqui. Então eu tive a oportunidade de ser representante dos produtos deles e estou até hoje. Aproveitei tudo o que sabia e montei minha empresa.”*  
(Homem, branco, com/sem filhos)



# RELAÇÃO COM O TEMPO

A diferença de “pontos de partida” – “narrativa”  
impacta a relação com o tempo

## As mulheres



**Tempo dilatado:** descoberta,  
exploração, capacitação...

→ Prudência, passo a passo.



## Os homens



**Tempo comprimido:** ação,  
proatividade, seguir adiante

→ Temerários, se lançam na  
corrida, assumem riscos.

# MUNDOS DIFERENTES

A diferença de “pontos de partida” – “narrativa”  
impacta no tipo de negócio / empreendimento:

## As mulheres



**Mundo interno:** tendência\*  
em transformar atividades  
que atravessam o mundo  
doméstico em negócios em  
busca de rentabilidade.



## Os homens



**Mundo externo:** tendência  
a aproveitar a experiência  
profissional, formação técnica /  
acadêmica e focar na  
rentabilidade, produtividade,  
margem, ganho de mercado.

\*Se trata de uma tendência que pode ser enviesada pela base de dados utilizada para o recrutamento das entrevistadas. Existem percursos totalmente diferentes e distantes do universo doméstico, como escritório de contabilidade, corretoras de seguros, donas de lojas de autopeças etc.

# CITAÇÕES

*“Eu quando fui demitida fiquei um tempo pensando no que poderia fazer e sempre gostei muito de flores, de arranjos. Então fui para São Paulo ajudar uma amiga nesse ramo e fui fazendo cursos até que eu me lancei com a minha floricultura”.*

*(Mulher, branca/preta/parda, com filhos)*

*“Sempre gostei muito de doce, de fazer doce, tortas, esse tipo de coisa. E tive muito o incentivo da minha mãe. Minhas amigas diziam: mulher, você está perdendo tempo, tem que fazer para vender, vai ganhar dinheiro. E assim que eu comecei, pegando uma encomenda aqui, outra ali e fui. Nunca poderia imaginar que um dia seria empreendedora do ramo de doces!”*

*(Mulher, preta/parda, com filhos)*

*“Eu comecei porque eu tive a oportunidade de ser convidado pelo sócio da empresa que eu trabalhava porque ele ia montar outra. E eu fui como sócio dele. Nesse meio tempo a já fiz muita coisa, quebrei umas 4 vezes e já estou na quinta empresa, agora em Cascavel.”*

*(Homem, preto/pardo, com/sem filhos)*



# RELAÇÃO COM A ESCOLARIDADE

## As mulheres



**Mundo interno:** tendência em transformar atividades que atravessam o **mundo doméstico** em negócios em busca de rentabilidade.

- **Baixa escolaridade:** empreender como solução de sobrevivência e o âmbito **doméstico sempre foi dominante.**

- **Alta escolaridade:** empreender como reconversão de carreira, seja por burnout, desligamento, teto de vidro ou maternidade e o âmbito **doméstico passa a ser dominante.**

→ Afeta / molda a rentabilidade.

# INFLUÊNCIA DO MUNDO DOMÉSTICO

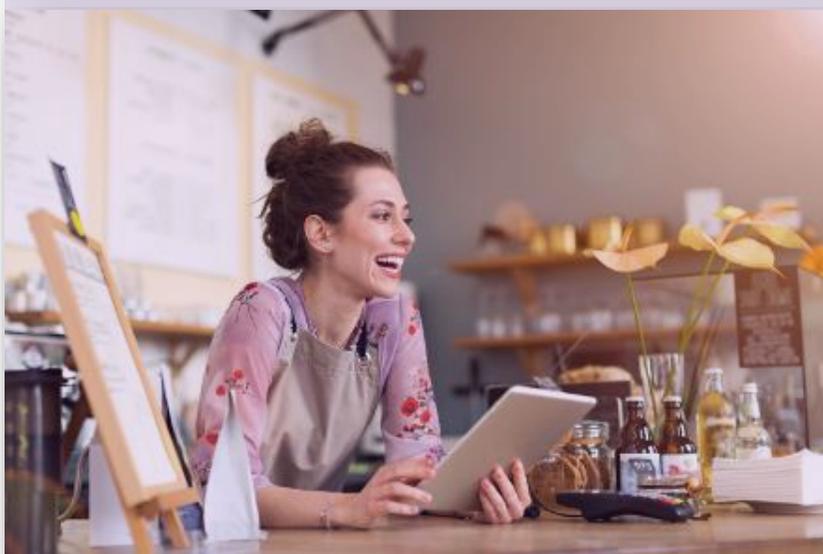


Para as mulheres, o mundo doméstico tende a ser uma incubadora.

Que se insere na necessidade de independência / autonomia econômica.

# MUNDO DOMÉSTICO - DESAFIOS

Partir da “incubadora doméstica” traz 3 desafios:



1. Desvincular-se da domesticidade para ver-se como empresária, micro empresária, empreendedora.

2. Transformar processos caseiros em produtos e serviços rentáveis, com foco no negócio e na sustentabilidade financeira.

3. Gestão / organização do tempo.

# ENVOLVIMENTO COM O CLIENTE

A diferença de “pontos de partida” – “narrativa” se reflete no envolvimento com o cliente.

## As mulheres



Satisfação em “realizar sonhos”,  
“fazer parte do sonho do cliente”,  
“ajudar na autoestima do cliente”,  
“superar barreiras para deixar o  
cliente feliz”,  
Ser indicada por outros.



## Os homens



Satisfação com a satisfação do  
cliente e a indicação a outros;  
cliente feliz, negócio ampliado.

## Subjetividade

Alto investimento emocional

## Objetividade

# CITAÇÕES



*“A diferença do nosso trabalho é que a gente faz com amor. Eu quando costuro eu faço aquilo com amor, eu estou realizando o sonho da minha cliente e isso é a minha recompensa.”*

*(Mulher, branca/preta/parda, sem filhos)*

*“O que eu mais gosto no que eu faço é superar desafios, pegar um serviço complicado para fazer, aquela coisa impossível e resolver, e deixar minha cliente feliz, realizada. Porque a gente faz parte do sonho dela. Eu digo pra todo mundo, ninguém se lembra das flores de um casamento depois que passa. Mas da comida sim.”* (Mulher, branca, sem filhos)

*“O que eu mais gosto é deixar meu cliente feliz com meu trabalho. Porque depois ele te indica. Cliente feliz é a chave pra crescer.”*

*(Homem, preto/pardo, com/sem filhos)*

# SATISFAÇÃO DO CLIENTE



A satisfação do cliente, para todos:

## PONTO CENTRAL - *CORE VALUE*

Pouca intermediação entre o cliente e o empreendedor na oferta do produto / serviço.

Produto / serviço se “cola” na pele do empreendedor, sobretudo das mulheres.

**Reconhecimento de valor pessoal**  
→ Estímulo que retroalimenta e,  
→ Indica o rumo do negócio.

# EMPREENDER - BENEFÍCIOS

Apesar dos perrengues,  
percebem benefícios em empreender



\* Os conceitos são os mesmos, mas as conotações podem ser distintas.

- Liberdade
- Autonomia
- Potência
- Satisfação do cliente \*
- Horizonte amplo

As mulheres ainda acrescentam:  
expressão da criatividade,  
superação de si mesmas.

# PAIXÃO PELO NEGÓCIO



E até mesmo por causa dos perrengues, homens e mulheres acreditam que o segredo do sucesso e da resiliência é a paixão por seu negócio.

*“É uma loucuragem empreender neste País, então pra dar certo você tem que amar o que você está fazendo, senão infarta toda semana.” (Homem, branco, com/sem filhos)*

*“Eu amo o que eu faço, por isso que dá certo. Senão for assim, não tem como sobreviver.” (Mulher, preta/parda, sem filhos)*

# EMPREENDER - BENEFÍCIOS

## Entre os benefícios e as vantagens em empreender



A LUCRATIVIDADE aparece como efeito colateral.

- O tema parece ser tabu entre homens e mulheres (talvez por distintas razões), e dificilmente aparece na lista de desejos do gênio da lâmpada...
- Lucro é visto como decorrência do esforço, da resiliência e de fazer as coisas certas.

# RELAÇÃO COM O DINHEIRO

## Relação com o dinheiro e administração financeira

### As mulheres



Em suas narrativas tendem a diluir o objetivo de renda de seus negócios...

Satisfação pessoal e do cliente pode romantizar o empreendimento e tornar o lucro em algo fluído, etéreo?

Ganhar dinheiro, ficar rica, é tabu? Ou a escolha feminina passa por outros aspectos?



**Falar em ganhar dinheiro causa pudor entre homens e mulheres.**

### Os homens



Ter lucro é parte da narrativa e da preocupação com a sustentabilidade do negócio.

Mas, também existe reticência nesta explicitação. Ficar “rico” ganhar dinheiro, não é apresentado como objetivo principal do negócio.



**EMPREENDEDOR**

**Sendo mulher**

# EMPREENDEDOR SENDO MULHER

Empreendedores se percebem como vitoriosos, sejam homens ou mulheres.



Mas as mulheres vão além: sentem-se também herdeiras legítimas de uma conquista que começou há décadas e que vem diluindo territórios ditos masculinos ou femininos.

# EMPODERAMENTO FEMININO



Em todos os grupos, homens e mulheres formam uma “rede” de estímulo positivo, festejo das conquistas e “auto ajuda”.

Mas as mulheres se movem na linguagem do empoderamento feminino e o êxito não é só do negócio em si, mas também do gênero feminino como um todo...  
Duplamente vitoriosa.

# RELAÇÃO COM A MATERNIDADE

As mulheres ratificam as características femininas como vantagens “competitivas”, **incluindo a maternidade.**



Acreditam que como empreendedoras:

**Sofrem menos preconceito e o sucesso é fruto de seu próprio mérito**, ao contrário de suas pares que fazem carreiras em empresas.

# CITAÇÕES

*“Eu sou de uma outra geração e vejo como a mulher conquistou o seu espaço. A mulher hoje ela pode ser o que ela quiser, e pode ser tudo, ela é empresária, é mãe, é esposa, é amiga. Eu acho a mulher um ser tão fantástico que se tivesse reencarnação eu queria ser mulher de novo.”*  
(Mulher, branca, com filhos)

*“Mulher já nasce empreendedora, é um caminho natural para a mulher porque ela é batalhadora, é criativa, não fica numa coisa só, ela é multitarefa, equilibrista, enfermeira, psicóloga...”*  
(Mulher, preta/parda, sem filhos)

*“Minha empresa está num ramo muito masculino. Então eu acho que a gente como mulher leva esse lado feminino que é uma vantagem enorme, a gente leva emoção, leva cuidado com as pessoas, um pouco mais de delicadeza no trato dos clientes, mais paciência. E a gente chora se tiver que chorar e está tudo bem.”*  
(Mulher, branca/preta/parda, sem filhos)

*“Ter filhos é uma vantagem porque quando você desanima ou tem muita dificuldade, você diz: estou fazendo isso também por ele. É claro que é mais difícil, mas também pode ser uma força extra.”*  
(Mulher, branca/preta/parda, com filhos)



# LINGUAGEM EMPODERADA

A linguagem “empoderada” e o sentimento de “dupla vitória” indicam que o êxito feminino ainda necessita de “floreio” para ser reconhecido como tal.

- Por si mesmas,
- Por suas pares,
- Por sua família,
- Por seus companheiros,
- Pela sociedade,
- Pelos homens em geral.

# CITAÇÕES

*“A maior dificuldade era eu mesma. Era eu acreditar que eu podia. Que eu podia abrir minha floricultura e dar certo, que podia pegar um evento que eu achasse que fosse muito maior do que eu pudesse dar conta. Mas você vai fazendo e vai vendo que você pode sim. E cada vez pode mais.”*  
(Mulher, preta/parda, com filhos)

*“A gente já passou dessa fase de ah! Não me reconhece porque sou mulher. Não meu senhor, eu sou um ser humano competente, sei o que faço e você vai ter que me engolir, ninguém mais vai sair se lamentar no banheiro.”*  
(Mulher, preta/parda, sem filhos)

*“Preconceito por ser mulher acho que depende muito da área onde você está. O meu ramo é muito masculino e as pessoas chegavam na loja e diziam: quero falar com o dono. Eu respondia: só tem dona, serve? Não dá pra dar mole não.”*  
(Mulher, branca, com filhos)

*“Você tem que logo de cara provar o teu valor e isso você tem que fazer várias vezes. Pra triunfar como mulher você tem que ser muito melhor que os homens. E no final isso não te faz desistir, isso te desafia, meio que a gente aprendeu a mostrar os dentes bem mostrado.”*  
(Mulher, branca/preta/parda, sem filhos)



# CONQUISTANDO ESPAÇOS

Um espaço “**em conquista**”, **em plena transformação** social e que ainda exige “garras e dentes” para ser preservado.



Não existe nem mimimi nem vitimismo.

Acreditam que ser mulher não é uma barreira para empreender nem manter-se no mercado,

Mas um pedágio cujo preço está disposta a pagar. E lhe parece que vale a pena.

# PEDÁGIOS DE SER EMPREENDEDORA



*“Vou ser bem sincera. Preconceito eu tive por parte das mulheres quando eu era taxista.”  
(Mulher, preta/parda, com filhos)*

Um dos pedágios é a competição que pode se instalar na relação conjugal / amorosa...

Ou inveja / desprezo de outras mulheres,

Ou até mesmo preconceito dentro da família.

*“Quando a gente começa a ganhar mais que eles, então começam outros problemas. Sabotagem pura e simples. E isso não aconteceria se fosse ao contrário. Então é como se a gente só pudesse ser subalterna.”  
(Mulher, branca, com filhos)*

# VARIÁVEIS INFLUENCIAM ATITUDES

Para além da sororidade,

Mulher, mulheres...

Ser mulher implica em heterogeneidade, inclusive na paleta de cor de pele.

Variáveis como escolaridade, e portanto, capital social, capital inicial, ramo de negócio, porte e tempo de empresa.



Moldam diferentes atitudes frente ao negócio, a família, a sociedade em geral e o preconceito em particular, seja de raça seja de gênero.

# RELAÇÃO COM A ESCOLARIDADE

Mulheres de alta escolaridade mostraram-se assertivas frente às suas empresas, com linguagem típica do mundo dos negócios como faturamento, mark-up, tributos, metas de venda, saúde financeira, plano de negócios, etc.



Estabelecem com os maridos relação de parceria e trabalho em equipe nas tarefas domésticas e cuidado com os filhos.



# EMPREENDEDOR

Dificuldades e  
tropeços

# DIFICULDADES E TROPEÇOS



Homens e mulheres empreendedoras,  
Tendem a tropeçar nas mesmas pedras:

- Organização financeira – fluxo de caixa, capital de giro, etc.
- Tributos,
- Contratação de funcionários,
- Formação de equipe,
- Administração do tempo,
- Delegação de tarefas,
- Aprender a dizer não e demitir cliente

E necessitam da mesma coisa:

**CRÉDITO!**

# O CAMINHO DAS PEDRAS



Homens e mulheres,

- Aprendem o caminho das pedras empreendendo... (batendo cabeça, errando, quebrando, começando outra vez). Ou seja, amadurecendo a empresa.
- Buscam formação, cursos, ajuda, parceiros...

→ SEBRAE

# O APOIO DO SEBRAE

As entrevistadas relatam participação ativa nas formações do Sebrae,

E em capacitações técnicas antes de começar o empreendimento e durante todo o percurso como empreendedora.



# O APOIO DO SEBRAE



Para todas o SEBRAE foi fundamental na construção da identidade e autoimagem como empreendedoras e empresárias.

Participar das “rodas de conversa” para empreendedoras mulheres propiciou uma guinada em seus negócios através de uma mudança de postura frente a eles em todos os âmbitos.

# DIFICULDADES E TROPEÇOS



*“Eu aprendi com o SEBRAE que eu sou uma empreendedora. Antes eu não dizia isso, antes eu falava que eu era autônoma. Mas aprendi com a dizer sou empreendedora do ramo de doces. Então a gente hoje tomou posse disso.”*  
(Mulher, preta/parda, com filhos)

*“Eu aprendi com o SEBRAE que eu sou empresária. Eu tenho uma empresa, eu pago impostos, eu faço minhas planilhas financeiras, eu tenho funcionários. Antes eu dizia que era do comércio. Hoje eu digo que sou empresária e isso me ajuda a perceber também minha responsabilidade enquanto empresária.”*  
(Mulher, branca/preta/parda, com filhos)

*“O SEBRAE fez toda a diferença pra mim, me ajudaram com meu plano de negócio, eu contratei a consultoria deles e são bárbaros. Porque a gente começa muito sem noção. E a gente tem que ser profissional”*  
(Mulher, branca, com filhos)

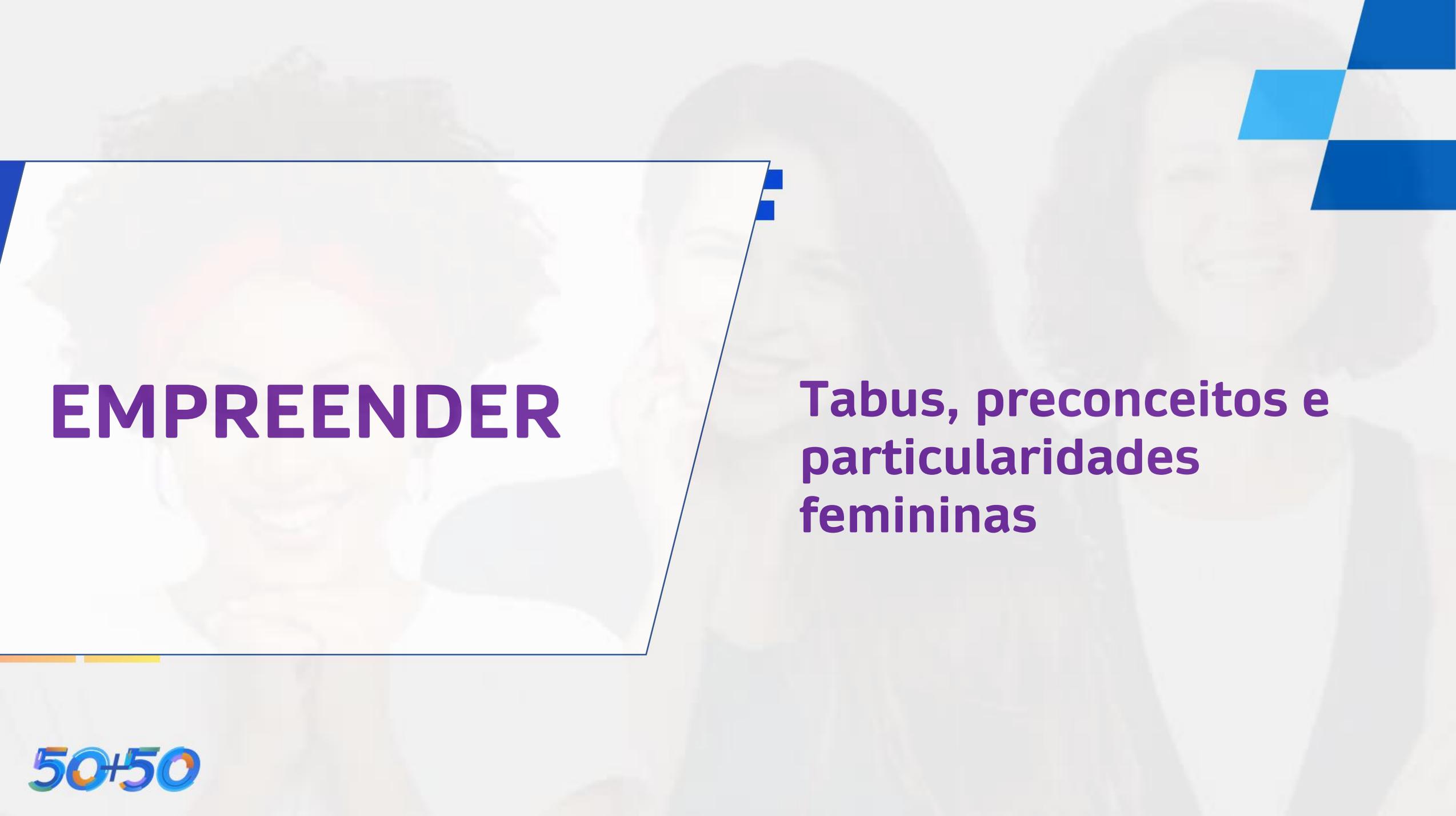
*“Gente, eu adoro o SEBRAE, a gente faz as reuniões e sempre aprende algo. Até nessa reunião de pesquisa a gente está aprendendo e é uma delícia trocar ideias, escutar as histórias das colegas. Porque a gente se sente acolhida.”*  
(Mulher, preta/parda, sem filhos)

# A MARCA SEBRAE DELAS

Apesar do reconhecimento de sua importância, e da participação dos encontros,

SEBRAE DELAS, não aparece enquanto marca, ou franquia.





# EMPREENDEDOR

Tabus, preconceitos e particularidades femininas

# PRECONCEITO DE RAÇA



É tabu, e raramente mencionado (e a própria pergunta já é um preconceito em si).

Existe a consciência do preconceito. Mas área de atuação, região geográfica e grau de negritude\*, podem ser atenuantes ou até mesmo impeditivos de preconceito racial.

\*Se autodenominar negro no Brasil é inserir-se em uma ampla paleta de tons de pele. A própria junção “negros e pardos” já indica a complexidade do tema.

# CITAÇÕES

*“Ainda tem preconceito, parece incrível mas ainda tem. Eu só quero ser respeitada como ser humano. Só isso. Mas as vezes parece que até isso é pedir muito. Outro dia na rua eu fui maltratada e deixei passar. Mas machuca. Machuca muito.”*

*(Mulher, preta/parda, sem filhos )*

*“Está mudando. A gente antes ouvia as coisas e ficava quietinha, ia chorar no cantinho, aquelas palavras que ferem a alma. Hoje não. Hoje a gente está peituda. A gente enfrenta e ameaça de abrir queixa crime. É uma mudança. Mas ainda falta.”*

*(Mulher, branca/preta/parda, com filhos)*

*“Eu tinha uma funcionária ruiva e fomos juntas fazer o catering na Assembleia Legislativa. Eu pedi para ela buscar a água e o cara virou pra ela e disse: porque você não manda a sua empregada fazer isso? Eu pensei: o que? Eu disse: e o que te faz pensar que eu sou sua empregada? Aqui a dona do negócio sou eu.”*

*(Mulher, branca, com filhos)*

*“ Eu trabalho no meu salão com cabelos cacheados e com transição de cabelo. Na verdade eu trabalho com a autoestima dessas mulheres. Porque tanta gente mostra a cara do preconceito através do cabelo.”*

*(Mulher, preta/parda, com filhos)*



# EMPREENDER = COMBATER PRECONCEITO

O empreendedorismo também é visto como um **“by-pass” ao sistema** que bloqueia acesso e ascensão de negros no mercado de trabalho.

E dependendo da área é uma fonte imensa de empoderamento.

*“Trabalhei 20 anos na CEMAR como técnica, fazia tudo o que qualquer homem fazia. Um dia eu percebi que lá eu não ia pra lugar nenhum. Só ia trabalhar mais, sem promoção e sem aumento de salário. Então resolvi sair e trabalhar pra mim. Foi difícil, mas estou muito mais feliz e ganho muito mais.”*

*(Mulher, preta/parda, com filhos)*



# CULPA MATERNA



## CULPA MATERNA, ou frustração?

- A pressão do empreendimento se reflete na ausência e na dificuldade em separar o que é tempo da família e tempo do negócio.
- A culpa é oriunda do **desejo frustrado de acompanhar** os filhos em seu crescimento e desenvolvimento.
- Se sente tironeada entre interesses e tarefas que podem se autoexcluir em determinados momentos.

# RELAÇÃO COM A MATERNIDADE



## Maternidade,

- É de alto valor agregado para as mães...
- E muitas começaram a empreender a partir da maternidade como uma solução para manter autonomia financeira / nível de renda e flexibilizar o tempo.

# CULPA PATERNA



## Pais também sentem **CULPA PATERNA**

- A paternidade como um valor que também exige tempo e dedicação.
- Relação de maior igualdade no meio doméstico-familiar.
- Também desejam acompanhar filhos e separa tempo para a família.

# CITAÇÕES

*“Eu estava levando meus filhos na escola e tive uma síncope, fui de ambulância para o hospital. Depois daquilo eu pensei, chega, vou vender algumas empresas, e ficar só com 2 porque eu quero viver e estar com meus filhos. Eu e minha mulher dividimos em tudo o cuidado com eles.”*

*(Homem, branco, com/sem filhos)*

*“Como eu sou separado, então quando meu filho está comigo eu que faço tudo, sou pai e mãe. Então naquela semana que ele fica aqui eu tenho que dar conta e me preparo pra isso.”*

*(Homem, branco, com/sem filhos)*

*“Já foi o tempo em que a mulher se ocupava sozinha dos filhos, isso já passou. Eu valorizo muito o tempo que a gente está junto e não gosto de ter que ficar muito tempo fora de casa não.”*

*(Homem, preto/pardo, com/sem filhos)*



# RELAÇÃO COM AS TAREFAS DOMÉSTICAS



## TAREFAS DOMÉSTICAS E DE CUIDADO,

- A distribuição de tarefas domésticas e de cuidado dependem do grau de imposição “contratual” da própria mulher...
- Quanto mais consciente de seu valor enquanto empreendedora, mais fácil é a distribuição de tarefas e igualdade de direitos no âmbito do lar.
- Um dos problemas pode ser a dificuldade de delegar tarefas e a tolerância com o resultado produzido pelo cônjuge.

# EMOCÃO X RAZÃO



As mulheres se percebem mais emocionais que os homens:

- Muitas vezes se sentem em uma montanha russa,
- Muitas acreditam que lidar com as emoções, como ansiedade, paixão pelo negócio, frustração, rejeição e stress, são um desafio.



# CONCLUSÕES

# HOMENS E MULHERES EMPREENDEDORES



- Manifestam basicamente as mesmas dificuldades em empreender e se perdem pelos mesmos labirintos.
- Existem diferenças que situam na graduação destas dificuldades que só poderão ser acessadas mediante pesquisa quantitativa.
- **Diferença de grau não é um dado menor. Ao contrário, a diferença entre um remédio e um veneno é sua graduação.**

# PREMISSAS DA ANÁLISE



\*existem empreendedoras que partem do mundo externo e fazem um percurso totalmente distante do mundo doméstico.

- No escopo desta amostra (que pode ser enviesado e portanto não pode ser extrapolado) percebe-se que:
- As mulheres tendem\* a iniciar seus empreendimentos a partir de seu mundo interno (dom, habilidade, talento) e usam o ambiente doméstico como incubadora de oportunidades.
- **Diferenças de pontos de partida** moldam o caráter, a **rentabilidade** (maior tolerância à baixa rentabilidade?) e a satisfação com o resultado do empreendimento.
- Resta saber se essa **diferença é resultado da escolaridade, da região geográfica, do mailing do SEBRAE ou do gênero.**

# SER MULHER E SER NEGRA



- O fato de ser mulher não é visto como um empecilho ou obstáculo. Em setores masculinizados é um pedágio.
- E ser negra, tampouco, apesar das mostras de preconceito racial ao longo de toda uma vida.
- Isso não quer dizer que não exista nem machismo nem preconceito. Apenas que a tolerância é cada vez mais baixa e que as empreendedoras estão dispostas a “atirar para matar”.

# A EMPREENDEDORA E SEUS DESAFIOS



- Ser mãe ou esposa tampouco é um empecilho. Mas um complicador de agenda.
- Mães encontram na maternidade (e talvez na estrutura familiar) vantagens “competitivas” e estímulo para continuar.
- Isso não quer dizer que seja fácil. **A competição pelo tempo da mulher no meio familiar pode ser desagregadora tanto do empreendimento como da família. E cobra um alto preço.**

# EM PROCESSO DE CONQUISTA



- As mulheres empreendedoras sabem que são as herdeiras de um longo processo de empoderamento e conquista de territórios tipicamente masculinos.
- Apesar de acreditarem que hoje não rompem barreiras, sabem que estão “**em processo**”.
- Ou seja, ainda necessitam apoio específico para seu pleno desenvolvimento. E neste sentido acreditam que as principais limitações estão em si mesmas.

# SEBRAE DELAS



- É um fórum importante e fundamental na continuidade deste processo de conquista, sobretudo no que tange o empoderamento e a profissionalização dos pequenos empreendimentos femininos.
- SEBRAE DELAS **PODE (já conquistou um espaço) E DEVE** ser mais que um fórum ou um organismo de capacitação. Pode ser um elemento identitário que alavanca os empreendimentos femininos rumo à rentabilidade e profissionalização de processos.
- Para as mulheres empreendedoras, estar entre si parece ser um forte catalisador e pode ajudá-las a encontrar atalhos e soluções para seu próprio êxito. Vide as reuniões da pesquisa.



# Realização

A pesquisa **sobre empreendedorismo feminino** é um produto da **Unidade de Gestão Estratégica e Inteligência** do Sebrae Nacional, com apoio da **Unidade de Cultura Empreendedora**

## Equipe UGE

Dênis Nunes

[denis.pedro@sebrae.com.br](mailto:denis.pedro@sebrae.com.br)

Marco Bedê - coordenação

[marco.bede@sebrae.com.br](mailto:marco.bede@sebrae.com.br)

## Equipe URC

Renata Malheiros Henriques

[renata.henriques@sebrae.com.br](mailto:renata.henriques@sebrae.com.br)

Elaboração/moderação:

Patrícia Reis

Revisão:

Alexandre Garcia



[WWW.OPINIAO.INF.BR](http://WWW.OPINIAO.INF.BR)

SRTVS QD 701, CJ 03, TORRE 03 COBERTURA, ED. PALÁCIO DO RÁDIO I  
CEP: 70.340-901, BRASÍLIA-DF • TEL.: +55 (61) 3212-3000

