



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO 2019

O grupo Mulheres à Obra nasceu no Facebook em Março de 2017, de forma espontânea e informal. No entanto, o seu crescimento exponencial, seja em número de membros, seja em abrangência de atividades desenvolvidas, impõe a necessidade de caminhar para uma maior estruturação organizacional.

Em resposta a esta necessidade, surge pela primeira vez um relatório das atividades referentes ao ano 2019. Este relatório não foi programado do início do ano e a sua realização apenas surgiu como necessária no último trimestre, pelo que os dados recolhidos não são muito expressivos, em termos quantitativos e qualitativos, baseando-se o relatório essencialmente na nossa própria percepção. No entanto, apesar do seu caráter superficial, o relatório permite ficar com uma ideia do trabalho que tem vindo a ser realizado e daquilo que se poderá alcançar no futuro.

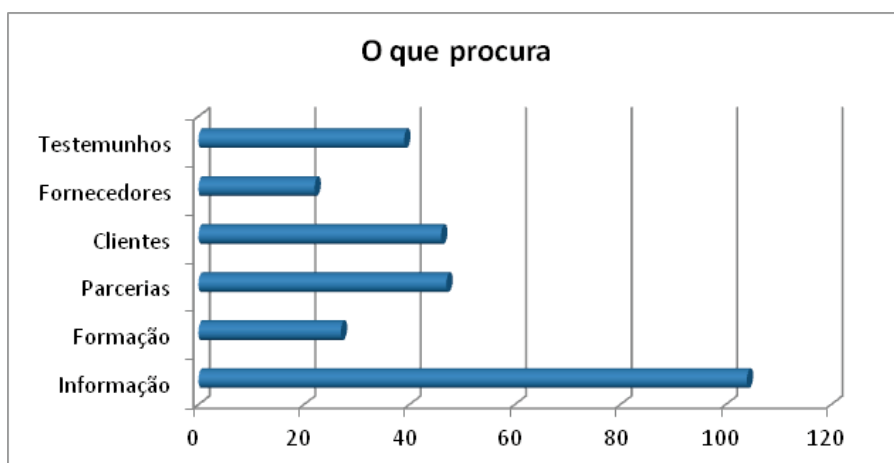
É evidente que muito se tem feito e muito há ainda a fazer. Sem dúvida, temos ampla margem para melhorias. Sobretudo, temos que desenvolver estratégias coerentes para alcançar os nossos objetivos e metodologias consistentes para medir a sua concretização. A nossa forma de atuação ainda é pouco estruturada, mas sendo a nossa comunidade o resultado de um processo orgânico, o caminho faz-se caminhando e os instrumentos irão sendo definidos ao longo do percurso, à medida que se forem tornando necessários.

Para já, o balanço do nosso ano permite-nos identificar sensivelmente onde estamos, face a cada um dos nossos propósitos, e quanto ainda podemos melhorar.

PROPÓSITOS DAS MULHERES À OBRA

Facilitar as sinergias entre mulheres empreendedoras

O nosso grupo nasceu com o propósito de facilitar o diálogo entre mulheres empreendedoras e esse tem-se mantido o seu foco. A busca por informação útil no contexto da criação e manutenção do próprio negócio continua a ser o principal motivo que traz as mulheres ao nosso grupo, conforme se pode verificar pelo seguinte gráfico, resultante de um questionário aplicado no grupo, ao qual responderam 147 membros.



No entanto, se no início as mulheres aderentes estavam essencialmente interessadas em debater questões relacionadas com os seus desafios na conciliação da vida familiar com o trabalho, gradualmente foi surgindo uma enorme necessidade de utilizar o grupo como plataforma de divulgação de produtos e serviços.

A elevadíssima intensidade deste tipo de publicações, associada à falta de qualidade evidenciada pela estratégia de comunicação adotada em muitas delas, levou-nos a optar por restringir as publicações no grupo, que de livres passaram a ser sujeitas a aprovação pela administração. Aliás, isto acabaria por ser necessário com o crescimento do número de membros e o consequente aumento do volume de publicações.

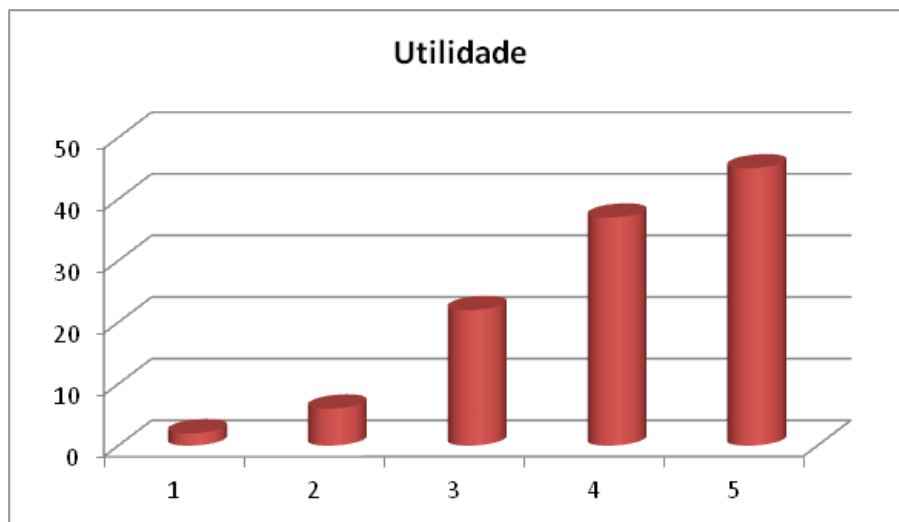
Este facto motivou a criação de um conjunto de regras que têm vindo a ser aperfeiçoadas e ajustadas em função da dinâmica do grupo e das necessidades manifestadas pelos seus membros. Pretende-se efetuar uma triagem que permita selecionar as publicações que acrescentam valor, ou seja, que se traduzem em oportunidades de negócio ou parcerias e troca de informação pertinente para os membros do grupo.



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO 2019

As publicações explícitas de vendas são recusadas e mesmo as nossas patrocinadoras, que possuem liberdade de publicação, são incentivadas a utilizar uma abordagem centrada no marketing de conteúdo e a evitar abordagens comerciais agressivas e intensivas, que se revelam cansativas para os membros e pouco produtivas para quem as publica.

No geral, os membros aceitam e respeitam estas regras e entendem que o grupo produz efeitos positivos ao nível da satisfação das suas necessidades, conforme se pode verificar pelo gráfico abaixo, resultante do mesmo questionário já referido, e que classificou a utilidade do grupo numa escala de 1 (nula) a 5 (intensa).



Apesar disso, é evidente que algumas pessoas não tiveram a preocupação de consultar as regras antes de procurar efetuar publicações no grupo, pois a percentagem de publicações explícitas de vendas que são recusadas rondará os 30% do total de publicações propostas, sendo muitas vezes efetuadas por membros que acabaram de aderir ao grupo. A maioria das reclamações e conflitos que surgem com a administração resultam essencialmente deste facto. Por norma, são mulheres que possuem uma estratégia de marketing digital muito rudimentar, que aposta essencialmente na produção em massa de folhetos digitais de pouca qualidade que são «despejados» intensivamente e indiscriminadamente nas redes sociais, por todos os canais e meios que estejam ao dispor.

O amadorismo evidenciado por estas práticas, associado ao manifesto desespero de muitas destas mulheres em vender de qualquer forma, traduzem a fragilidade dos seus projetos de empreendedorismo. É manifesta a falta de competência própria para desenvolver uma estratégia coerente e devidamente capacitada de vendas, o que é compreensível, considerando a elevada exigência do micro-empreendedorismo, que obriga à acumulação de inúmeras funções pela empreendedora, muitas das quais exigem elevada competência técnica.

Por isso, temos procurado apostar fortemente na formação e na informação, nomeadamente nas nossas Conferências As Vozes do Empreendedorismo Feminino, que permitem a aquisição de um conjunto importante de competências num curto espaço de tempo, por valores muito acessíveis para o nosso público.

Pretendemos também manter um diálogo frontal e aberto sobre o empreendedorismo, distanciando do mediatismo e sensacionalismo que esta prática tem vindo a merecer. É importante que as mulheres tenham total noção das dificuldades que enfrentam quando criam e gerem os seus próprios negócios. Não é fácil, tem muitos obstáculos e dificuldades, está sujeito a avanços e recuos e, sobretudo, exige a humildade de reconhecer as próprias limitações e a proatividade para as procurar ultrapassar. Na nossa revista digital e no nosso portal temos apostado fortemente em conteúdos que visam informar e sensibilizar as nossas leitoras para estas questões, uma prática que desejamos manter no futuro.

Promover o debate crítico relativamente ao empreendedorismo feminino

Este é, sem dúvida, o maior desafio que enfrentamos nas Mulheres à Obra. O impacto do discurso ideológico sobre o empreendedorismo é tão intenso na nossa sociedade que as mulheres da nossa comunidade, no geral, manifestam uma total incapacidade para questionar a sua legitimidade.

Esta situação traduz-se numa violência simbólica exercida sobre mulheres que se encontram numa situação de vulnerabilidade devido à degradação das condições laborais que tem vindo a ocorrer nos últimos anos. Estas são levadas a



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO 2019

crer, pelos seus próprios pares, que o seu sucesso profissional depende apenas do seu esforço individual, independentemente dos meios, recursos e oportunidades disponíveis, que nem sequer são equacionados. Esta noção é, em muitos casos, francamente irrealista face às circunstâncias particulares em que se encontram.

Em regra, as mulheres do nosso grupo limitam-se a reproduzir os slogans e a propaganda neoliberal do «self made man», prometendo ou procurando o sucesso profissional por via do esforço e mérito individual. Isto ocorre sem que tenham qualquer contemplação pelo contexto social, político e económico que está subjacente à profunda reestruturação das relações laborais que atravessamos na maioria das democracias ocidentais, a qual tem conduzido a uma crescente precarização.

Esta precarização traduz-se no aumento do trabalho inseguro e instável, no qual os trabalhadores comportam a maioria dos riscos laborais, libertando deste encargo o Estado e as entidades empregadoras e recebendo em troca direitos limitados de proteção social. A criação do próprio emprego/negócio por via do empreendedorismo é apresentada aos trabalhadores como uma potencial saída, temporária ou não, para as situações de carência que resultam da precariedade.

Na União Europeia este processo assumiu particular intensidade a partir da revisão da Estratégia de Lisboa, em 2005, e encontrou os argumentos para a sua legitimação na recente crise económica. Os estados membros que atravessaram o processo de resgate financeiro, nomeadamente Portugal, foram particularmente visados.

A busca pela competitividade económica por via da redução do custo do trabalho exige uma mão de obra extremamente flexível e adaptável, que entende os direitos laborais como abusos ao sistema e que leva ao extremo a noção de responsabilidade individual. É esta a massa de que são feitos os empreendedores, sem ser claro que a transferência da responsabilidade pelos riscos do trabalho do Estado e do grande capital para os cidadãos tenha sido acompanhada por uma transferência de poder daqueles para estes, entendido enquanto controlo sobre os recursos e acesso às oportunidades disponíveis na nossa sociedade.

Ora, responsabilização sem empoderamento apenas pode conduzir à precarização, pelo que é urgente refletir criticamente sobre estas questões e desenvolver estratégias para que os cidadãos empreendedores assumam um papel ativo na definição das condições em que empreendem. Isto exige capacidade para deliberar em conjunto sobre questões de interesse comum e competência auto-organizativa para o exercício de ação conjunta sobre os processos políticos relevantes.

A sociedade portuguesa é particularmente pobre nestas competências, pelo que muito tem ainda que ser feito para que as mulheres da nossa comunidade deixem de estar exclusivamente centradas nos seus objetivos individuais imediatos (leia-se, vendas) e passem a perspetivar o contexto mais amplo em que desenvolvem os seus negócios (obrigações fiscais; exigências burocráticas; direitos sociais e laborais; apoios públicos à sua atividade; etc).

Da mesma forma que quem está na Praça do Comércio não consegue ver Portugal, quem apenas se foca na sobrevivência diária do seu negócio não consegue alcançar estas questões mais abrangentes. Esta mudança de perspetiva é por isso fundamental.

Temos vindo a implementar algumas práticas que visam contribuir para esta mudança, nomeadamente:

- Lançamento no grupo de publicações relacionadas com estas temáticas, com desafios à reflexão;
- Facilitação da discussão destas temáticas, quando colocadas por membros do grupo;
- Mediação do debate, sempre que tal se justifique;
- Publicação de artigos que abordam estas questões na nossa revista digital e no nosso portal;
- Integração destas matérias nos painéis e palestras das nossas conferências.

Apesar dos nossos mecanismos de avaliação serem ainda muito rudimentares e insuficientes, parece-nos que os nossos progressos a este nível são muito modestos, apesar dos esforços que temos vindo a desenvolver.

É muito complicado abordar estas temáticas, pois no geral as mulheres do nosso grupo revelam desinteresse ou aversão por elas. Os conteúdos desta natureza tendem a ser ignorados ou a gerar polémicas que frequentemente evoluem para comentários ofensivos.

A falta de maturidade democrática da nossa sociedade é evidenciada por este tipo de reação. No entanto, vamos encontrando algumas intervenções muito interessantes, que revelam uma capacidade de análise bem estruturada e devidamente fundamentada. Por essas vale a pena continuar. Vamos por isso prosseguir neste caminho e esperar que estas intervenções mais construtivas contagiem o resto do grupo.



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO 2019

Apoiar causas de âmbito social

As causas de âmbito social e humanitário têm um lugar especial no nosso grupo. As publicações com este conteúdo não estão sujeitas às mesmas restrições que se aplicam às publicações referentes à divulgação de negócios. São muitas as mulheres da nossa comunidade que usam o nosso grupo para angariar apoios para as suas causas, mas não possuímos ainda mecanismos que nos permitam avaliar o impacto obtido.

Este ano elaboramos um pequeno questionário que enviámos para três destas mulheres, para tentarmos fazer uma primeira avaliação preliminar do nosso impacto social. São três causas muito diversas que não são representativas da totalidade dos pedidos desta natureza que nos surgem, mas são indicativas do tipo de apoio que é possível obter junto da nossa comunidade. Mais uma vez, solicitámos a classificação do nosso impacto numa escala de 1 (nulo) a 5 (intenso). Seguem as suas respostas:

Estrela Marroquina - Apoio Crianças Carenciadas

Respondente: Manuella Silva (Presidente/Fundadora)

Apoio Procurado:

- Voluntários

Resposta Obtida: 3

Impacto do Grupo MAO: 3

Relevância do Grupo MAO: 3

Observação: Continuem assim, mulheres guerreiras que ajudam outras mulheres.

Santiago - Criança com Doença Rara

Respondente: Patrícia Faria (Mãe)

Apoio Procurado:

- Material
- Logístico
- Sensibilização

Resposta Obtida: 5

Impacto do Grupo MAO: 5

Relevância do Grupo MAO: 5

Associação Sol - Apoio Crianças com HIV

Respondente: Inês Gonçalves (Diretora)

Apoio Procurado:

- Material
- Profissional/Técnico
- Logístico

Resposta Obtida: 5

Impacto do Grupo MAO: 3

Relevância do Grupo MAO: 5

Observação: Não tenho nada a apontar. Sem dúvida que tem sido uma enorme mais valia para a minha instituição.

Com base nestas respostas, e nas múltiplas publicações de agradecimento que vão sendo publicadas no grupo, é possível verificar que a nossa comunidade tem um potencial positivo de apoio a estas causas e que o mesmo está a ser explorado por quem dele necessita. Resta agora definir estratégias para melhorar este impacto e para desenvolver e aperfeiçoar mecanismos de triagem que permitam reforçar a credibilidades destas ações.

Para já, estamos a desenvolver como prática experimental a atribuição de patrocínios solidários à Associação Filhos do Coração, a qual apresentou candidatura a patrocinadora das Mulheres à Obra. Optámos por conceder a esta associação as contrapartidas inerentes às patrocinadoras, sem cobrar o valor correspondente (150€ de anualidade mais 50€ de jóia). Se esta experiência correr bem, iremos alargar a prática a mais entidades.