

JOYCE CRISTINA MANDU DE SOUZA

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA MATERNIDADE NA DECISÃO DAS MULHERES
EMPREENDEREM NO MUNICÍPIO DE JI-PARANÁ/RO**

JOYCE CRISTINA MANDU DE SOUZA

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA MATERNIDADE NA DECISÃO DAS MULHERES
EMPREENDEREM NO MUNICÍPIO DE JI-PARANÁ/RO**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado à Banca Examinadora do
Centro Universitário São Lucas, como
requisito parcial para obtenção do título
de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. Braian de Souza
Bulian.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação - CIP

S729a Souza, Joyce Cristina Mandu de.

Análise da influência da maternidade na decisão das mulheres
empreenderem no município de Ji-Paraná/RO. / Joyce Cristina Mandu de
Souza. – Ji-Paraná, 2021.
26 p. il.

Artigo Científico (Curso de Administração) Centro Universitário São Lucas, 2021.
Orientação: Prof. Esp. Braian de Souza Bulian.

1. Carreira. 2. Maternidade. 3. Empreendedorismo. I. Bulian, Braian de
Souza. II. Título.

CDU 658

JOYCE CRISTINA MANDU DE SOUZA

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA MATERNIDADE NA DECISÃO DAS MULHERES
EMPREENDEREM NO MUNICÍPIO DE JI-PARANÁ/RO**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado à Banca Examinadora do
Centro Universitário São Lucas, como
requisito parcial para obtenção do título
de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Esp. Braian de Souza
Bulian.

Ji-Paraná, 07 de dezembro de 2021.
Avaliação/ Nota: 9,4

BANCA EXAMINADORA

Professor (a): Neivaldo Rodrigues dos Santos
Centro Universitário São Lucas de Ji-Paraná

Professor (a): Braian de Souza Bulian
Centro Universitário São Lucas de Ji-Paraná

Professor (a): Márcia Cristina Teixeira
Centro Universitário São Lucas de Ji-Paraná

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ATA Nº 12121 - TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM ADMINISTRAÇÃO

Ao sétimo dia(s) do mês de dezembro de dois mil e vinte e um, às dezenove horas e quarenta minutos, reuniram-se em Banca, sob presidência do(a) primeiro(a), o(a) Professor(a) Braian de Souza Bulian, Orientador(a), e os(as) Professores(as) Márcia Cristina Teixeira e Neivaldo Rodrigues Dos Santos, avaliadores, para comporem Banca Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso intitulado ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA MATERNIDADE NA DECISÃO DAS MULHERES EMPREENDEREM NO MUNICÍPIO DE JI-PARANÁ/RO, de autoria do(a) aluno(a) Joyce Cristina Mandu de Souza. Após arguições e apreciação sobre o trabalho, foi atribuída nota 9,4, considerando-se (☒) APROVADO - () REPROVADO, com as seguintes NOTAS parciais:

- a. Avaliação escrita: Média 9,3
b. Avaliação oral (defesa): Média 9,5
c. Média final: 9,4

Considerações da banca: _____

Ji-Paraná, 7 de dezembro 2021.

Joyce Cristina Mandu de Souza.
Assinatura Orientando(a)

Braian de Souza Bulian
Assinatura do(a) Orientador(a)

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA MATERNIDADE NA DECISÃO DAS MULHERES EMPREENDEREM NO MUNICÍPIO DE JI-PARANÁ/RO

Joyce Cristina Mandu de Souza¹
Braian de Souza Bulian²

Resumo: Os motivos que levam as mulheres ao empreendedorismo são muitos: seja em busca de crescimento, realização profissional, por uma questão pessoal de propósito de vida, para ter horários flexíveis para se dedicar mais a família e filhos, por identificação de mercado ou, comumente, por necessidade. Contudo, o fato de se dedicar a criação dos filhos torna-se muitas vezes o principal impulsionador para que as mulheres mães criem estratégias empreendedoras, bem como, novos negócios. O objetivo deste estudo foi compreender como a maternidade tem influenciado as mulheres empreenderem no município de Ji-Paraná. Para atingir o objetivo proposto, esta pesquisa caracteriza-se como sendo de natureza qualitativa. O método utilizado foi um estudo de casos múltiplos, no qual foi desenvolvido um roteiro de entrevista semiestruturado, para uma amostra constituída de seis mulheres mães empreendedoras. Os resultados sugerem que a maternidade tem influência sim no reposicionamento das mulheres no mercado de trabalho, devido ao exposto pela maioria das entrevistadas, que começaram a empreender para atender as necessidades de seus filhos, aliando dentro de casa, à carreira e a maternidade.

Palavras-chave: Carreira; Maternidade; Empreendedorismo.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MATERNITY IN THE DECISION OF WOMEN TO UNDERTAKE IN THE CITY OF JI-PARANÁ/RO

Abstract: The reasons that lead women to entrepreneurship are many: whether in search of growth, professional fulfillment, for a personal purpose in life, to have flexible hours to dedicate more to family and children, by market identification or, commonly, out of necessity. However, the fact of dedicating themselves to raising children is often the main driver for women mothers to create entrepreneurial strategies, as well as new businesses. The aim of this study was to understand how motherhood has influenced women to undertake in the city of Ji-Paraná. To achieve the proposed objective, this research is characterized as being of a qualitative nature. The method used was a multiple case study, in which a semi-structured interview script was developed for a sample consisting of six female entrepreneurial mothers. The results suggest that motherhood does have an influence on the repositioning of women in the labor market, due to what was exposed by most of the interviewees, who began to undertake to meet the needs of their children, combining at home, career and motherhood.

Keywords: Career; Maternity; Entrepreneurship.

¹ Acadêmica do curso de Administração do Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – joycemandu@hotmail.com

² Professor orientador do curso de Administração do Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – braian.bulian@saolucasjiparana.edu.br

1. INTRODUÇÃO

A pesquisa foi realizada no município de Ji-Paraná, localizado na região central do estado de Rondônia onde se estima uma população de 130.099 pessoas em 2020, conforme IBGE³, sendo o município um dos mais populosos do estado estando em amplo crescimento socioeconômico. Conforme estudo do SEBRAE⁴, em 2015 havia em Ji-Paraná 5.661 pequenos negócios formalizados e ativos, sendo 9,6% empresas de pequeno porte (EPP), 41,1% de microempresas e 49,2% eram microempreendedores individuais. Diante desse cenário, foi possível visualizar a realidade do município em pequenos empreendimentos, sobretudo, liderados por mulheres e mães que em busca de uma nova oportunidade ou pela necessidade, decidiram empreender no município.

Percebe-se ao longo do tempo uma transformação no empreendedorismo, onde este mercado passou a ser cada vez mais amplo e diversificado, gerando mais renda, trabalho e independência financeira e ainda mais protagonizado por mulheres. Constatou-se que, tradicionalmente, o empreendedorismo era visto como um protagonismo masculino, devido a crença de que os homens possuíam mais capacidade em liderar e gerir um negócio, segundo Souza & Guimarães (2005) apud Borges et. al (2009).

Os motivos que levam as mulheres ao empreendedorismo são muitos: seja em busca de crescimento, realização profissional, por uma questão pessoal de propósito de vida, para ter horários flexíveis para se dedicar mais a família e filhos, por identificação de mercado ou, comumente, por necessidade. Borges (2009) ao pesquisar o tema, concluiu que as mulheres têm dominado este mercado e estão empreendendo mais. Seja diante de situações de necessidade ou oportunidade, principalmente quando se vêm na condição de únicas provedoras do lar. Assim

³IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:
<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ro/jiparana/panorama>> Acesso em: 07/03/2021.

⁴SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em:
<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ro/artigos/perfil-socioeconomico-e-dos-pequenos-negocios-em-ji-parana,b28c824d622fd510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 07/03/2021.

existem diversos papéis que as mulheres precisam assumir e conciliar, pois mesmo empreendendo, ainda precisam ser mães ou donas de casa.

E o empreendedorismo materno é uma vertente mais notada nos dias de hoje, mas que não é uma novidade. Mulheres que se tornam mães e não podem ou não têm com quem deixar seus filhos para estarem inseridas no mercado formal de trabalho, acabam empreendendo para conciliar suas vidas profissionais, gerar renda para complementar ou até sustentar a família. Então surgiu o questionamento “o papel da maternidade tem influenciado mulheres a empreenderem no município de Ji-Paraná/RO?” que norteou o estudo realizado com mulheres microempreendedoras individuais, do município de Ji-Paraná, que atuam conciliando a maternidade e o próprio negócio.

Este trabalho possui como objetivo geral analisar se a maternidade tem influenciado mulheres a empreenderem no município de Ji-Paraná/RO. Onde se fez necessário levantar dados referentes ao perfil das mulheres empreendedoras de Ji-Paraná, bem como caracterizar o perfil dos empreendimentos liderados pelas mulheres no município. Também, detectar os principais motivos das mulheres pesquisadas empreenderem e identificar os principais desafios vividos por elas ao empreenderem durante a maternidade. Além disso, analisar o impacto na vida dessas mulheres, ao buscarem empreender, caso a maternidade tenha influenciado nessa decisão.

A pesquisa buscou abordar um assunto pouco estudado e visto diante da sociedade e do meio empresarial. Embora o empreendedorismo feminino esteja se expandindo, existem diversos conflitos para que a mulher consiga desenvolver este trabalho, sobretudo, durante o período da maternidade, onde diversas decisões precisam ser tomadas, como a de empreender e ainda ter um tempo favorável para que possa acompanhar o desenvolvimento do filho. Analisamos quais eram os desafios para as mulheres continuarem no mercado, seja de trabalho ou empreendendo após a maternidade e se realmente foi a partir desse momento que surgiu a ideia de empreender. Se já era um desejo antigo ou a oportunidade veio como uma necessidade, por ser a única renda do lar. E como as diversas outras tarefas a elas estabelecidas incidiram na decisão de abrir seu próprio negócio.

A mulher quando engravida estando empregada, surge à insegurança e o medo de perder o emprego no retorno da licença maternidade. Araújo (2017), ao analisar a maternidade e o mercado de trabalho constatou que a probabilidade de emprego das mães no ambiente formal aumenta gradualmente até o momento da licença e decai depois, principalmente para quem tem menos instrução. Ainda conforme o autor, a queda no emprego se inicia imediatamente após o período de proteção ao emprego garantido pela licença, onde no Brasil são de 120 dias, conforme autoriza a CLT⁵. Existe a relação direta da dificuldade das mulheres em conseguirem continuar em empregos formais, após a maternidade. Com dois anos quase metade das mulheres que tiram licença maternidade estão fora do mercado de trabalho, um padrão que se perpetua inclusive 47 meses após a licença (ARAUJO, 2017). Assim, o empreendedorismo torna-se a alternativa mais viável para quem deseja continuar ativa profissionalmente e perto dos filhos, em estudo feito pela Rede Mulher Empreendedora (2016) mostra que 75% das mulheres abrem uma empresa após a maternidade, por ser a única maneira encontrada para continuar trabalhando e tomando conta dos filhos.

Contudo, podemos destacar a relevância deste estudo para o contexto social, político e econômico da cidade, onde através da obtenção dos dados foi possível compreender o perfil de algumas mulheres empreendedoras do município de Ji-Paraná. Podendo tornar visível a história de mulheres corajosas que rompem o paradigma do preconceito e desenvolvem, dia após dia, a habilidade de conciliar a vida profissional com a maternidade.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para melhor entendimento do assunto, será abordado nessa etapa temas relacionados e levantados por autores acerca da jornada profissional das mulheres. Sendo os temas abordados referentes ao empreendedorismo destacando o

⁵CLT – Consolidação das Leis do Trabalho – Disponível em <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10721384/artigo-392-do-decreto-lei-n-5452-de-01-de-maio-de-1943>. Acesso em 29/05/2021.

empreendedorismo por necessidade, empreendedorismo feminino, a mulher no mercado de trabalho, bem como carreira e maternidade.

2.1 – EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é definido como uma habilidade em propor soluções inovadoras e ações que possam sanar problemas sociais e econômicos (COSTA et. al, 2018) e para Dornelas (2021) o “‘empreendedorismo’ pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. Já conforme o conceito pelo *Global Entrepreneurship Monitor* GEM (2019), que é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo, “o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente”.

Neste contexto podemos destacar o papel fundamental do empreendedor para desenvolvimento de um negócio. Conforme Chiavenato (2021) o “empreendedor é a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente, trazendo ao mundo uma nova solução.” Ainda de acordo com o autor o espírito empreendedor pode estar presente em todas as pessoas que mesmo não tendo formado uma empresa, esteja disposta a assumir riscos e inovar no meio onde estão inseridas tendo características como a necessidade de autorrealização, disposição para assumir riscos e autoconfiança. Diversas são as motivações para as pessoas decidirem empreender, sejam elas para descobrir e explorar oportunidades buscando autonomia, independência e desafios moderados ou pela real necessidade de sobrevivência (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

O empreendedorismo por necessidade tem relevância neste estudo, levando em consideração a realidade das mulheres que buscam empreender diante da maternidade para continuarem tendo uma forma de sustento.

2.1.1 Empreendedorismo por necessidade

Segundo a pesquisa GEM realizada no Brasil em 2019 cerca de “70,8% dos empreendedores iniciais indicaram mais do que uma motivação para a abertura do negócio”. E a pesquisa também levantou quais motivos levam os empreendedores a iniciarem um empreendimento, entre as motivações encontravam-se: a ambição de construir uma grande riqueza ou obter uma renda muito alta, para dar continuidade a uma tradição familiar, fazer diferença no mundo e a escassez de emprego.

A escassez de emprego como motivação, obteve um total de 88,4% respostas entre os empreendedores iniciais e por mais que a pesquisa tenha identificado que são várias as motivações para se empreender, este número indica uma grande necessidade em se empreender para que as pessoas possam produzir renda e se sustentarem. Para Vale, Corrêa e Reis (2014) os tempos atuais contam com a presença marcante do tipo de empreendedor movido, não necessariamente pela oportunidade, mas, sim, pela necessidade de sobrevivência. Pois as pessoas que não conseguem se inserir no mercado formal de trabalho, buscam a atividade empreendedora como alternativa para geração de renda de "certa maneira, forçados a iniciar seus próprios negócios porque inexitem quaisquer outras opções de trabalho ou porque as existentes são insatisfatórias", conforme afirmado pelo GEM (Reynolds *et al.*, 2002, p. 20 apud Vale; Corrêa; Reis, 2014).

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Para Amorim & Batista (2011), o empreendedor é aquele que reinventa os meios buscando atender a sociedade em suas necessidades, buscando transformações impactantes sejam econômicas, sociais e até mesmo ambientais. E conforme salienta Oliveira (2019), apesar das primeiras definições de empreendedorismo contemplarem quase exclusivamente os homens, em geral a prática de empreender não se limita a um único gênero, considerando que as características de um empreendedor possam ser identificadas tanto em homens quanto mulheres. Pode-se perceber quanto o empreendedorismo feminino se tornou importante na sociedade, a ponto de entendermos o quanto as mulheres têm conquistado o espaço que antes eram ocupados apenas por homens e enfrentado as dificuldades envolvidas nesse meio profissional.

A importância das mulheres como empreendedoras para a sociedade gira em torno da sua contribuição econômica, pois gera emprego para si e para outros, na importância de seu comportamento em administrar a dupla jornada como exemplo social e ainda o aumento da autonomia feminina, antigamente julgado improvável e desnecessário. (AMORIM & BATISTA, 2011).

Conforme Jonathan (2016) apud Costa et. al (2018) o empreendedorismo feminino no Brasil tem um grande potencial econômico e destaca que é relevante o papel das mulheres na criação e liderança de negócios no país. Esse crescimento demonstra a capacidade das mulheres em gerirem seus próprios negócios, além de lidar com diversas outras atividades que a elas são atribuídas.

Ainda pode-se perceber que os empreendimentos liderados por mulheres estão aumentando constantemente nos últimos anos e esse desenvolvimento econômico é favorável devido à atuação feminina no empreendedorismo (CASSOL; SILVEIRA; HOELTGEBAUM, 2007 apud COSTA et. al, 2018). Sendo assim, constata-se que estamos em uma realidade onde as mulheres estão em crescente expansão dentro do empreendedorismo, buscando nessa forma de trabalho a conciliação de papéis a fim de alcançar seus objetivos profissionais e pessoais.

2.3 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Por volta do século XX, a luta das mulheres para estarem no mercado teve um grande impulso nos anos das guerras mundiais, pois elas passaram a assumir os postos de trabalhos que antes eram dominados apenas por homens, devido à ausência deles ao serem enviados ao combate e ainda por muitos não voltarem vivos da guerra.

A partir da I e II guerra mundial (1914 – 1918 e 1939 – 1945, respectivamente), as mulheres passam a ter maior inclusão no mercado de trabalho, pois quando os homens iam para as frentes de batalha as mulheres passavam a assumir os negócios da família e a posição dos homens no mercado de trabalho. (ARAUJO, 2017, p. 3)

Sendo esse período de grande incentivo para a inserção das mulheres no mercado de trabalho, também ganharam força os movimentos sociais e feministas possibilitando grandes avanços na luta pelos direitos das mulheres trabalhadoras, ao garantir seu espaço e busca de melhores condições de trabalho.

Amorim & Batista (2011), trazem a seguinte reflexão:

Foi nos anos 70 que, no Brasil, a mulher ingressou de maneira mais precisa no mercado de trabalho, surgindo por fim os movimentos sindicais e feministas no país. Na década de 1980, mulheres ganharam mais visibilidade dentro do movimento sindical, por conta do surgimento da Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, na Central Única Dos Trabalhadores (CUT). Na Constituição Federal de 1988 a mulher conquistou a igualdade jurídica, sendo considerada tão capacitada quanto o homem.

Com o passar dos anos e diante das mudanças nas relações sociais e de trabalho, as mulheres foram avançando e ganhando espaço no mercado, embora ainda achessem diversas situações de discriminação relacionadas ao sexo, “as mulheres eram consideradas menos capazes para o trabalho fora de casa que os homens, “lugar de mulher é em casa” como diz um velho ditado” (AMORIM & BATISTA, 2011).

A inserção das mulheres no mercado de trabalho ainda enfrenta muitos desafios, apesar das várias conquistas ao longo do tempo, persistindo muitos preconceitos que as colocam em desvantagens em relação aos homens em certas atividades. Além da baixa qualidade das ocupações, ressalta-se também a diferença salarial que existe ainda hoje, a dupla jornada e o pouco espaço para tomadas de decisões (PEREIRA & DUARTE, 2015).

2.4 CARREIRA E MATERNIDADE

Com as mudanças ocorridas na sociedade ao longo dos anos, as mulheres passaram a assumir tarefas diferentes das costumeiras relacionadas ao lar e as tarefas domésticas (AMORIM & BATISTA, 2011). Elas passaram a buscar seu desenvolvimento profissional motivadas pela necessidade de autorrealização, para participar da renda familiar ou mesmo pela necessidade de sustentá-la. Isso implica

em diversas situações conflitantes, quando elas se deparam com a necessidade de escolherem entre suas carreiras, a maternidade e serem donas/gestoras do lar.

No Brasil, apesar das modificações ocorridas, algumas organizações ainda consideram a maternidade como um ponto negativo para o desenvolvimento da carreira feminina. Estas profissionais diariamente, além de mostrar sua competência no trabalho, também sofrem pressões externas para conciliar as demandas da carreira com a vida pessoal (ALMEIDA & SANTOS, 2018 apud CASTOLDI; DELIBERAL & CUCCHI, 2020).

Em um estudo realizado por Heilman e Okimoto (2008) apud Beltrame e Donelli (2012), para investigar os efeitos da maternidade no mercado de trabalho, realizado com homens e mulheres, que possuíam filhos ou não e eram ativos no mundo dos negócios, foi constatado que não apenas a maternidade tem impacto negativo na carreira, porém ser mãe tem um impacto negativo muito maior, impedindo o progresso da carreira da mulher. Os pesquisadores consideraram que há uma valorização dos atributos masculinos nessa relação.

Diante desta realidade as mulheres têm buscado seu crescimento profissional e postergado a maternidade, matrimônio e demais condições que possam prendê-la em algo que possa intervir no seu objetivo. Então, a configuração familiar passa por mudanças, à medida que aumenta a permanência da mulher no mercado de trabalho e o conflito da vida pessoal versus profissional ganha mais espaço. (MOTA-SANTOS & NETO, 2016).

A dupla jornada de trabalho, situação atual da mulher nas sociedades de capitalismo avançado, traz culpa e cansaço, a partir do momento em que ela busca um espaço fora do lar e não tem com quem dividir as tarefas domésticas e o trato com os filhos, realidade essa da executiva brasileira (TANURE; CARVALHO NETO & ANDRADE, 2007 apud MOTA-SANTOS & NETO, 2016).

Então, diante das dificuldades que permeiam a vida profissional e doméstica da mulher, a escolha do empreendedorismo é uma forma de inserção no mercado de trabalho, onde será possível manter a independência financeira e de realização, além de responder às mudanças que ocorrem no espaço privado (JONATHAN, 2011 apud MOTA-SANTOS & NETO, 2016). Além disso, “o empreendedorismo feminino

surge como uma alternativa para que as mães possam administrar de forma mais flexível os múltiplos papéis que exercem” (CASTOLDI; DELIBERAL&CUCCHI, 2020).

3. METODOLOGIA

O procedimento metodológico é um conjunto de atividades sistemáticas e práticas que, com determinação permitem alcançar um objetivo, planejando o caminho a ser seguindo, encontrando erros e colaborando com as decisões do pesquisador (MARCONI & LAKATOS, 2006). Sendo assim é de extrema relevância definir os procedimentos metodológicos de cada pesquisa, para a obtenção de dados distintos e confiáveis, tornando a pesquisa adequada a responder o seu objetivo principal (OLIVEIRA,1999).

3.1 PLANO OU DELINEAMENTO DA PESQUISA

De acordo com Gil (2008, p.49), delineamento de pesquisa é o “planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, envolvendo tanto a sua diagramação quanto a previsão de análise e interpretação dos dados”. Para o autor, traçar o delineamento significa considerar o ambiente onde os dados são coletados e os meios de controle das variáveis. Ao fazer o delineamento, é possível traçar o plano geral e não ficar preso, somente a lógica e teoria.

Sendo o estudo de caso um tipo de delineamento, do qual podem utilizar diferentes formas de coleta de dados, como a aplicação de questionários, ou a utilização de roteiros de entrevistas, podendo ser estruturado ou não-estruturado (MARCONI & LAKATOS, 2003). Neste trabalho, utilizou-se o estudo de caso, pois tratava-se de uma abordagem de investigação para descrever e compreender acontecimentos. É um método adequado para responder às questões “como” e “por quê” que são questões explicativas e tratam de relações operacionais que ocorrem ao longo do tempo. Entre as vantagens de utilização deste método, é que ele pode se constituir em um arquivo de material descritivo que permite reinterpretações (YIN, 2010).

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA OU POPULAÇÃO ALVO DO ESTUDO

A população é definida como a união de todos os princípios ou respostas possíveis do estudo em questão, compartilhando entre si pelo menos uma característica comum e a amostra é qualquer subconjunto da população em estudo (MORETTIN, 1994). O tamanho da amostra é de fundamental importância, antes de definir, devem-se levar em consideração os recursos financeiros e o tempo disponível.

A pesquisa foi desenvolvida com seis participantes mulheres e microempreendedoras da cidade de Ji-Paraná, de diferentes ramos de atuação. Conforme o site DataSebrae⁶, no estado de Rondônia em 2018 possuíam 58,7 mil donas de negócios, sendo 50,8 mil por conta própria e 7,9 mil empregadoras. E conforme DataSebrae Indicadores⁷, o município apresenta 10.948 empresas, sendo elas 6.629 formalizadas como MEI e 4.319 como ME. Buscou-se para o estudo, diferentes perfis entre as mulheres entrevistadas diante de características como ramo de atuação, estado civil, filhos, escolaridade etc.

3.3 PLANO DE AMOSTRAGEM

Existem duas formas de conduzir um estudo: por censo ou por amostragem. Enquanto censo consiste em estudar todos os integrantes da população, a amostragem pesquisa apenas uma parte dela (amostra) (GIL, 2008, p. 55). Neste sentido, a amostra definida para esse trabalho é não probabilística, pois não foi baseada em métodos matemáticos, dependendo exclusivamente de critérios do pesquisador (MARTINS et. al., 2016) do tipo por acessibilidade, o qual seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles (VERGARA, 2010).

Onde os dados coletados para o estudo foram de caráter primário, pois foram estudados em meio a um roteiro semiestruturado e com a análise dos resultados, buscou-se responder a questão inicial e definir a relação da maternidade com o empreendedorismo feminino.

⁶DataSebrae. Disponível em <https://datasebrae.com.br/empreendedorismo-feminino-em-rondonia/>. Acesso em 11/11/2021.

⁷DataSebrae Indicadores. Disponível em <<https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/data-sebrae.html#/Empresas>>. Acesso em 11/11/2021.

3.4 PLANOS DE INSTRUMENTO DE COLETA

Devido à necessidade de mantermos o distanciamento social neste momento de pandemia da Covid-19, optou-se por entrevistas por meio remoto, para que fosse possível realizar a pesquisa com a segurança necessária. A pesquisa se deu através de entrevista com perguntas semiestruturadas em profundidade, através da plataforma *Google Meet* e vídeo chamadas para conhecer quais os desafios enfrentados para conciliar o papel de mãe e empreendedora, obtendo respostas mais longas e subjetivas.

3.5 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados foi desenvolvida através da abordagem qualitativa, exploratória e explicativa. Conforme Gil (2008) nas pesquisas qualitativas “não há fórmulas ou receitas predefinidas para orientar os pesquisadores” onde a análise irá depender da capacidade e do estilo do pesquisador.

3.5.1 Análise qualitativa

Quanto à natureza da pesquisa, a mesma se caracterizou como uma pesquisa qualitativa, pois ela possibilita levantar as opiniões e o significado das coisas nas palavras dos participantes da pesquisa. As pesquisas que empregam abordagem qualitativa dispõem a facilidade de poder descrever a clareza de uma definida presunção ou problema, compreender e relacionar processo ativo experimentado por grupos (OLIVEIRA, 2009). O nível deste estudo se caracterizou pelo uso da pesquisa exploratória e explicativa. Conforme Gil (2006), a pesquisa exploratória proporciona maior familiaridade com o problema, envolvendo levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas experientes no assunto pesquisado.

4 – DESENVOLVIMENTO

Para caracterização das respondentes os dados foram descritos no quadro I e ao longo do texto elas serão identificadas pela letra “E”. Percebe-se que as

entrevistadas estão na faixa etária entre 27 e 33 anos, sendo um período de grandes mudanças profissionais, pois essas mulheres possuem bom grau de instrução, nível superior em sua maioria e não estão atuando em suas áreas de formação, já que optaram em empreender em áreas totalmente distintas. Todas são casadas, o que mostra que elas possuem o esposo ou parceira como principal rede de apoio, além da família para auxiliar na criação dos filhos. Nota-se também, que elas possuem no máximo 2 filhos, que estão na faixa etária de até 7 anos.

Tabela 1 - Caracterização das Respondentes

Entrevistadas	Idade	Grau de escolaridade	Função que atuava antes de empreender	Estado civil	Número de filhos	Idade dos filhos
Empreendedora 1	28	Pós-graduada	Assistente administrativo	Casada	1	3 anos
Empreendedora 2	33	Superior completo	Professora	Casada	2	5 anos / 9 meses
Empreendedora 3	27	Superior completo	Dona de casa	Casada	1	3 anos
Empreendedora 4	24	Superior completo	Auxiliar administrativo	Casada	2	2 anos
Empreendedora 5	30	Superior incompleto	Assistente de RH	Casada	1	2 anos
Empreendedora 6	32	Superior incompleto	Recepcionista	Divorciada	2	9 anos / 4 anos

Fonte: Elaborado pela autora.

O Quadro 2 apresenta a caracterização dos negócios das mulheres entrevistadas. Percebe-se que os empreendimentos foram criados há pouco tempo, variando de 2 a 4 anos, chegando a 7 anos. Sendo que a E1, E2 e E5 atuam sozinhas, enquanto a E3, E4 e E6 possuem um ou mais funcionários. Referente à formalização das empresas, apenas a E2 e E5 não possuem registro. Elas atuam em diferentes ramos de atividades, o que mostra a diversidade dos empreendimentos liderados por mulheres, onde são ligadas em todas as etapas, como produção, criação, gestão e divulgação dos seus produtos e serviços.

Tabela 2 – Caracterização dos empreendimentos liderados pelas respondentes

Entrevistadas	Área que empreende	Função na profissão atual	Tempo empreendendo	Empresa formalizada	Funcionários
Empreendedora 1	Quadros decorativos	Designer gráfica	3 anos	Sim (MEI)	Não
Empreendedora 2	Acessórios infantis femininos	Produção/ criação	3 anos	Não	Não
Empreendedora 3	Vestuário infantil	Vendedora/compras/atendimento	2 anos	Sim (MEI)	1
Empreendedora 4	Comércio alimentício	Gestora administrativa	4 anos	Sim (ME)	5
Empreendedora 5	Papelaria personalizada	Assistente de RH	1 ano	Não	Não
Empreendedora 6	Loja de acessórios para celular	Proprietária e administradora	7 anos e 8 meses	Sim (ME)	5

Fonte: Elaborado pela autora.

4.1 ATUAÇÃO COMO EMPREENDEDORA ANTES DA MATERNIDADE E INFLUÊNCIA DA MATERNIDADE NA DECISÃO DE EMPREENDER

As respondentes declararam que buscaram empreender depois que se tornaram mães, exceto a E4 pois já era empreendedora antes da maternidade e a E6 que apesar de ter se tornado empreendedora após ter o primeiro filho, a maternidade não foi a motivação, pois o fato de empreender a deixava insegura devido à instabilidade que possa ter no meio dos negócios. Para as demais, o fato de terem se tornado mães influenciou significativamente na decisão de empreender, conforme podemos ver a seguir.

A E1 buscou empreender para que pudesse contribuir financeiramente em seu lar, principalmente após o esposo ter ficado desempregado, e também para que pudesse cuidar da filha. E2 afirma que a ideia de empreender é justamente para ter mais tempo com suas filhas. A E3 disse que ter se tornado mãe fez nascer a ideia de empreender, pois a partir das necessidades e dificuldades que ela encontrou no momento de preparar a chegada do seu filho, com enxoval, por exemplo, a fez iniciar o negócio com o objetivo de ajudar mães que estivessem em situações parecidas com a dela. Para a E5 a maternidade influenciou na decisão de empreender, pois ela buscou ter disponibilidade de tempo e poder administrá-lo para ter mais tempo com a filha.

4.2 DIFICULDADES AO CONCILIAR SUAS ATIVIDADES COMO MÃE E EMPREENDEDORA

Para as respondentes existem dificuldades em conciliar suas atividades como mãe e empreendedora. Conforme a E1 e E2 a principal dificuldade é exercer seu trabalho em casa, onde é mais difícil ter momentos específicos para cada coisa e fazer uma gestão do tempo, diferenciar momentos de trabalho, de cuidar do lar e das crianças. Pois apesar de se ter a necessidade de cuidar dos filhos, existe também a de exercer o trabalho ao qual foi feito um compromisso então é importante cumprir prazos e zelar pela entrega de qualidade. A E3 citou que antes de tudo vem a culpa, pois apesar do trabalho, dos afazeres domésticos, existe a necessidade de

cuidar de um “serzinho”, como citado por ela, totalmente dependente. É necessário se dedicar ao negócio, mas ao mesmo tempo existe a necessidade de atender ao filho e mencionou o fato de em certos momentos ter que deixar o filho de lado para conseguir dar conta de todos os atendimentos e serviços que executava sozinha na época, fazendo ela se sentir a pior mãe do mundo. Para a E4, a maior dificuldade é o tempo, porém, justamente por ser empreendedora ela consegue ter mais flexibilidade e liberdade para estabelecer horários onde ela possa se dedicar mais ao lar e seu filho. A E5 relatou que sua maior dificuldade está na sobrecarga de atividades, diante de todas as responsabilidades que cabem a ela diariamente. Para a E6 por um longo período, nos primeiros anos do negócio com a necessidade de se dedicar à empresa, havia um grande distanciamento dela da sua família, pois ela passava muito tempo trabalhando ou em viagens. Ao longo dos anos, conforme foi se solidificando a empresa e a vida profissional ela conseguiu superar essa dificuldade e ter mais liberdade para aproveitar os filhos e a família.

4.3 IMPACTO DA MATERNIDADE NA VIDA PROFISSIONAL

Conforme a E1, a maternidade impactou positivamente em sua vida profissional, pois segundo a entrevistada, após ter se tornado mãe ela passou a ter mais empatia e paciência com as outras pessoas, ser mais humana e também deixou de olhar tanto para questões financeiras no momento de decidir a vida profissional, por exemplo, pois a necessidade de estar em paz para transmitir isso a sua filha e família era um propósito maior. Para E2, a maternidade impactou no fato de não ter mais tanto tempo livre, como tinha quando não havia filhos, mas ao mesmo tempo, ter filhos é uma motivação para dar continuidade na vida. Já a E3 disse que maternidade impactou para que ela transmitisse o que ela sabe a partir da sua experiência como mãe, para as demais mães que são suas clientes, instruindo-as no momento da escolha dos produtos e também, para que ela escolha adequadamente os itens que ela irá oferecer em sua loja. Segundo a E4, impacta na questão do tempo por ter que estar fora muitas vezes e não vivenciar algumas fases do desenvolvimento do seu filho. Conforme a E5, o impacto na vida profissional levou a dar uma pausa em alguns planos e projetos, pois a prioridade atualmente é o acompanhamento mais próximo da filha. A E6 relatou que os impactos da vida profissional estão justamente no tempo “negócio *versus* família”, na dedicação necessária para que o negócio dê certo e ao mesmo tempo ter que se dedicar aos

filhos, ao lar, dar assistência em caso de doenças, acompanhar as atividades escolares.

4.4 OPINIÕES DAS RESPONDENTES SOBRE AS CONDIÇÕES DE TRABALHO DAS MULHERES QUE SE TORNAM MÃES

De acordo com as opiniões das empreendedoras entrevistadas referente às condições de trabalho oferecidas pelas empresas para as mulheres que se tornam mães, a E1 disse não ter vivido totalmente a experiência, mas diante das situações que já viu, ela acreditava haver muita desigualdade no tratamento de homens e mulheres, pois para elas existe o fato de poderem engravidar e terem que se afastar, sendo este um peso a mais para dar preferência ao sexo masculino no momento da contratação. A E2 diz ser complicado, pois o mercado de trabalho não é pensado para mulheres que são mães e acaba sendo preconceituoso, pois a legislação não dá o suporte para as mulheres que são mães e nem o tempo sugerido para o bom desenvolvimento de uma criança. Em sua opinião, as empresas têm preferência em contratar mulheres que não são mães ou que tenham filhos grandes.

E3 julga ser “complicado uma mãe trabalhar fora e cuidar dos filhos”, então para muitas mães é mais viável deixar de trabalhar para acompanhar o crescimento dos filhos, como foi para a própria mãe dela. Como empresária, ela deu sua visão, de como é difícil ter uma funcionária que também é mãe, e em certos momentos ela deixa de atuar com mais produtividade, pois precisa cuidar do seu filho. Segundo a E4 deveria mudar para que as mães pudessem voltar da licença maternidade somente após os seis meses, que é o período mínimo sugerido para amamentação dos bebês e eles já estariam mais espertos. A E5 disse não ter tido a experiência de trabalhar em uma empresa após ter se tornado mãe, mas com o olhar que ela tem hoje, acredita que o preconceito com as mães já inicia no processo seletivo.

A opinião da E6 é que a mulher mãe é apenas um número, ela é contada como qualquer outro da equipe e que não há benefícios para essa mulher. O salário família oferecido é de baixo valor e não há outros benefícios que favoreçam o trabalho dela, que auxiliem para que ela tenha uma rede de apoio e para ela a valorização das profissionais que são mães é pequena. E o período de afastamento da colaboradora, após o nascimento do bebê é complicado para as duas partes,

tanto da profissional como da empresa, então seria interessante que ambos os lados fossem beneficiados para que ser possível a mulher ter pelo menos os seis meses de licença, que é o tempo mínimo indicado para aleitamento materno e após isso ter um tempo de readaptação na empresa cumprindo uma jornada menor de trabalho por determinado período.

As informações levantadas mostram a dicotomia em que vivem essas mulheres, diante da questão profissional, pois, mesmo buscando empreender para poderem conciliar o trabalho com a maternidade existe o sentimento de culpa ou de frustração no exercício da sua função como mãe. A sobrecarga com todas as tarefas para desenvolvimento do negócio e até as demais atribuições da vida pessoal torna-se um peso para a vida delas.

Podemos também ter um panorama de como as mulheres visualizam ou se sentem ao estarem inseridas no mercado de trabalho ao se tornarem mães. Diante das condições oferecidas pelas empresas, conforme a legislação trabalhista vigente no Brasil, onde em muitos momentos torna-se inviável elas continuarem em seus postos de trabalhos nos primeiros anos de vida dos filhos, período este que é culturalmente associado como dever unicamente da mulher em se dedicar quase exclusivamente para que haja o bom desenvolvimento da criança. Uma vez que não há flexibilidade de horários e tempo suficiente para a vida pessoal, sendo esse o principal anseio das entrevistadas no presente estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esta pesquisa foi possível notarmos que a maternidade influenciou as mulheres a abrirem seus próprios negócios, para continuarem trabalhando à medida que precisavam exercer a função de mãe. Apesar de algumas não terem tido a maternidade como principal motivador, é perceptível que isso contribuiu para que elas conseguissem atuar como mãe e profissional em conjunto.

Sendo assim, elas buscaram no empreendedorismo uma alternativa para conciliar os papéis, motivadas pela possibilidade de gerir seu próprio tempo, havendo mais flexibilidade e autonomia nas suas ações cotidianas para se dedicarem mais aos filhos e ao lar.

Notamos também, a importância de haver mudanças na legislação trabalhista e nas condições de trabalho oferecidas para as mulheres mães no mercado de trabalho formal, uma vez que, conforme se configura atualmente, as profissionais tendem a deixarem seus trabalhos visando oportunidades mais adequadas ao seu novo estilo de vida, sendo obrigadas a interromperem suas carreiras e a ascensão profissional almejada por elas.

Ainda mais importante, é haver uma cultura de valorização do exercício da maternidade, atividade esta que exige horas de dedicação e atenção da mulher, bem como esforço físico e emocional na busca de cuidar, educar e preparar de forma responsável novos cidadãos para a sociedade.

REFERÊNCIAS

AMORIM, R.; BATISTA L.E. **Empreendedorismo Feminino: Razão do Empreendimento.** Trabalho de conclusão de curso de Administração do Centro de Ensino Superior de Primavera (CESPRI), 2010. <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf> Acesso em 09/04/2021.>

ARAUJO, C. A. DE. **O IMPACTO DA MATERNIDADE NA CARREIRA DA MULHER.** São Paulo. Curso de Pós-Graduação lato sensu MBA em Gestão Estratégica e Econômica de Recursos Humanos, Nível de Especialização, do Programa FGV Management, 2017.

BELTRAME, Greyce Rocha; DONELLI, Tagma Marina Schneider. **Maternidade e carreira: desafios frente à conciliação de papéis.** Aletheia 38-39, p.206-217, maio/dez. 2012.

BORGES, R. C. de O; BARROSO, M. H. G; MOREIRA, C. A; **GÊNERO E GESTÃO EMPREENDEDORA: PERFIL FEMININO EM MICRO E PEQUENOS NEGÓCIOS EM MESSEJANA-CEARÁ.** 2009. Disponível em <<https://faculdadescearenses.edu.br/revista2/edicoes/vol5-1-2012/artigo6.pdf>> Acesso em 10/03/2021.

CASTOLDI, E. M; DELIBERAL, J. P; CUCCHI, M. B. **MATERNIDADE E CARREIRA: REPOSICIONAMENTO DAS MULHERES NO MERCADO DE TRABALHO APÓS A MATERNIDADE.** XX Mostra de Iniciação Científica, Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão Programa de Pós-Graduação em Administração – UCS. Nov/2020. Disponível em<<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/xxmostrappga/paper/viewFile/6612/2133>>. Acesso em 28/05/2021.

COSTA, M. F. B. F; MEDEIROS, E. S; GRANGEIRO, R. R; OLIVEIRA, S. F; **Empreendedorismo Feminino: um estudo do perfil das empreendedoras do**

curso de administração de uma faculdade particular em Juazeiro do Norte/CE. *Ciência e Sustentabilidade – CeS*. v. 4, n. 2, jul./dez. 2018. Disponível em <<https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/cienciasustentabilidade/article/view/321/301>>. Acesso em 29/05/2021.

DORNELAS, J. *Empreendedorismo, transformando ideias em negócios*. 8. ed. São Paulo : **Empreende**, 2021. 288 p. Disponível em <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786587052083/cfi/4!/4/4/4@0.00:46.4>>. Acesso em 30/05/2021.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6. ed. São Paulo: **Atlas**, 2006.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: **Atlas**, 2002. _____. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008

MARTINS, A; MACHADO, A, M.; GESSER, G. A.; PEREIRA, L. E. M. Análise do perfil metodológico das dissertações de mestrado profissional em administração universitária da Universidade Federal de Santa Catarina apresentadas no período de 2012 a 2015. **Colóquio Internacional de Gestão Universitária**. Peru, 2016.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: **Atlas**, 2003.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 6. Ed. São Paulo: **Atlas**, 2006.

MOTA-SANTOS, C. M; NETO, A. M. C. O Papel da Família na Trajetória Profissional de Mulheres Executivas e Empreendedoras. **Revista Alcance**, vol. 24, núm. 1, pp. 036-049, 2017. Universidade do Vale do Itajaí. Jun/ Abr 2016.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. *Tratado de metodologia científica*. São Paulo: **Thomson**, 1999

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. *Empreendedorismo: Vocação, Capacitação e Atuação direcionadas para o plano de negócios*. São Paulo: **Atlas**, 2014.

OLIVEIRA, Claudia Matias de. **Empreendedorismo feminino: um estudo exploratório na cidade de Ituiutaba-MG**. 2019. 19 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/27432>>. Acesso em 09/04/2021.

PEREIRA, Thais dos Santos; DUARTE, Thainá Giselli. **A EVOLUÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO.** Disponível em <<http://conic-semesp.org.br/anais/files/2015/trabalho-1000020843.pdf>> Acesso em 25/06/2021.

REDE EMPREENDEDORA MULHER. **Quem são elas? Uma visão inédita do perfil da mulher empreendedora no Brasil.** 2016. Disponível em: <https://materiais.redemulherempreendedora.com.br/pesquisa-quem-sao-elas> Acesso em: 29/05/2021.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. **Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?** Jun/2014. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>. Acesso em 24/06/2021.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 12. ed. São Paulo: **Atlas**, 2010.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 4. Ed. Porto Alegre: **Bookman**, 2010.