

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS



DA MATERNIDADE AO EMPREENDEDORISMO: UMA ESCOLHA OU UMA SENTENÇA?

Priscila Cristina da Costa de Carvalho Pessoti

MARIANA, MG

2022

PRISCILA CRISTINA DA COSTA DE CARVALHO PESSOTI

**DA MATERNIDADE AO EMPREENDEDORISMO: UMA ESCOLHA
OU UMA SENTENÇA?**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Fernanda Maria Felício Macedo Boava

MARIANA

2022

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

P475d Pessoti, Priscila Cristina Da Costa De Carvalho.
Da maternidade ao empreendedorismo [manuscrito]: uma escolha ou
uma sentença?. / Priscila Cristina Da Costa De Carvalho Pessoti. - 2022.
34 f.

Orientadora: Profa. Dra. Fernanda Maria Felicio Macedo Boava.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Administração .

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo social. 3. Maternidade. I.
Boava, Fernanda Maria Felicio Macedo. II. Universidade Federal de Ouro
Preto. III. Título.

CDU 005.212

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa-Bibliotecário ICSAUFOP-CRB6a1407



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS



FOLHA DE APROVAÇÃO

Priscila Cristina da Costa de Carvalho Pessoti

Da maternidade ao empreendedorismo: uma escolha ou uma sentença?

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração

Aprovada em 07 de janeiro de 2022

Membros da banca

Dra. Fernanda Maria Felício Macedo Boava - Orientador(a) Universidade Federal de Ouro preto
Dr. Fabio Viana de Moura - Universidade Federal de Ouro preto
MSc. Ana Flávia Rezende - Universidade Federal de Minas Gerais

Fernanda Maria Felício Macedo Boava, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 10/01/2022



Documento assinado eletronicamente por **Fernanda Maria Felício Macedo Boava, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/01/2022, às 22:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0266857** e o código CRC **EAA94D93**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.000374/2022-36

SEI nº 0266857

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000
Telefone: - www.ufop.br

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por todas as bênçãos que me permitiram chegar até aqui.

A minha mãe Luci por todo amor, por sempre confiar e acreditar nas minhas conquistas.

A minha filha Giovanna pelo amor incondicional, pela motivação e alegria que me proporciona todos os dias, você é minha vida filha.

Ao meu esposo Murilo pelo amor, apoio e encorajamento que me mantiveram firmes até o final.

Aos meus irmãos Bruno e Gustavo pelo amor, companheirismo e apoio de sempre.

Agradeço à grandiosa UFOP e aos queridos professores, pelo ensino de qualidade que contribuiu grandemente para o meu crescimento profissional, em especial a minha orientadora Profa. Dra. Fernanda Maria Felício Macedo pelo suporte, incentivo e paciência.

Às mães participantes desta pesquisa que se dispuseram a dar entrevistas compartilhando um pouquinho de suas histórias.

Todos vocês tornaram essa experiência mais leve e gratificante.

DEDICATÓRIA

*”O que vale na vida não é o ponto de partida e sim a caminhada. Caminhando e semeando,
no fim, terás o que colher”.*

Anna Lins dos Guimarães Peixoto Bretas (Cora Coralina)

RESUMO

As mulheres vêm ao longo dos anos conquistando seu espaço no mercado de trabalho e buscando equilíbrio na sobrecarga laboral ocasionada entre vida familiar e profissional. Muitas vezes, os conflitos entre a construção e ascensão da carreira confluem com a pretensão da maternidade. Ao engravidar, surgem os questionamentos sobre regresso ao trabalho e certa renúncia da presença ativa na educação do(s) filho(s) ou manutenção do emprego pelas organizações. Nesse contexto, o empreendedorismo desponta como uma possibilidade de se manter atuante no mercado de trabalho com horários mais flexíveis para o exercício da maternidade. Nesse contexto, o presente trabalho visa analisar os fatores que levam mulheres residentes na cidade de Ouro Branco-MG a empreender, posteriormente, a maternidade. A relevância desta proposta de pesquisa incide em distinguir se a motivação para o empreendedorismo surge a partir de um perfil empreendedor ou como única alternativa aparente para as mulheres em questão. Para isso, realizou-se um investigação de cunho qualitativo a partir do desenvolvimento de entrevistas de caráter semiestruturado com uma amostra constiuída por dez mulheres que empreenderam em negócios próprios após o nascimento do(s) filho(s), realizada por meio remoto. Esses dados de natureza primária foram examinados via referencial teórico metodológico da fenomenologia social que versa sobre a intersubjetividade presente nas relações sociais e os motivos para e porque presentes na ação social. Dentre os resultados alcançados com a pesquisa, foi possível notar que os trabalhos formais vivenciados pelas mulheres antes do empreendedorismo não possibilitavam o equilíbrio entre maternidade e trabalho que as mesmas intencionavam, ou não as aceitaram mais em suas antigas atividades laborais, emergindo o empreendedorismo com uma sentença. Na realidade, uma violência de gênero que condena a mulher a margem da atividade laboral formal por essa ser considerada menos produtiva ao gerar e cuidar de novas vidas humanas. Deste modo, espera-se que essa investigação acerca do empreendedorismo materno como sentença, evidencie maior atenção e interesse sobre a falta de espaço no mercado de trabalho para mulheres economicamente ativas e mães, uma forma do patriarcado permanecer segregando e dominando as mesmas.

Palavras-chave

Empreendedorismo, empreendedorismo e gênero, maternidade, mães empreendedoras, opção ou sentença.

ABSTRACT

Over the years, women have conquered their space in labor market and have sought to balance the work overload caused between personal and professional life. Often, the development of a career converges with the the willing of becoming a mother. When one gets pregnant, questions arise about returning to work and a certain renunciation of active presence in the education of the child(ren) and also about job maintenance by organizations. In this context, entrepreneurship emerges as a possibility to remain active in the labor market with with more flexible hours for the exercise of motherhood. In this context, this study aims to analyze the reasons that lead women living in the city of Ouro Branco-Minas Gerais, to become entrepreneurs after motherhood. The relevance of this research proposal lies in distinguishing whether the motivation for entrepreneurship arises from an entrepreneurial profile or as the only apparent alternative for the women in question. Due to that, a qualitative investigation was carried out based on the development of semi-structured interviews with a sample consisting of ten women who started their own businesses after the becoming mothers. These data of a primary nature were examined via the theoretical methodological framework of social phenomenology, which deals with the intersubjectivity present in social relations and the reasons for and why they are present in social action. Among the results achieved with the research, it was possible to note that the formal work experienced by women before entrepreneurship did not allow the balance between motherhood and work that they intended, or they were no longer accepted in their old activities, then entrepreneurship became a verdict. In reality, a gender-based violence that condemns women to the margin of formal labor activity because they are considered less productive as they generate and take care of new lives. Thus, it is expected that this investigation about maternal entrepreneurship as a sentence, show greater attention and interest in the lack of space in the labor market for economically active women and mothers, a way for patriarchy to remain segregating and dominating them.

Key words

Entrepreneurship, entrepreneurship and gender, motherhood, entrepreneurial mothers, option or sentence

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. EMPREENDEDORISMO.....	10
2.1 Origens e Definições.....	10
2.2 Tipos Empreendedorismo.....	de 11
2.3 Empreendedorismo e Gênero.....	13
3. METODOLOGIA.....	15
3.1 Sobre o método (Fenomenologia Social).....	15
3.2 Procedimentos de coleta de dados.....	17
3.3 Procedimentos de análise de Dados.....	19
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS.....	20
4.1 Unidades Temáticas.....	20
4.2 Síntese analítica das Unidades Temáticas.....	28
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	30
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	31

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino vem apresentando um elevado desenvolvimento em termos quantitativos no Brasil. Dados que constam no IBGE (2018), no documento referente a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), pontuam que cerca de 9,3 milhões de mulheres são responsáveis por negócios no país, sendo esse número refletido em 34% de mulheres proprietárias de seus negócios.

Pontua-se que muitas dentre essa porcentagem de mulheres são mães que diante a maternidade ansearam pelo empreendedorismo por significá-lo como uma alternativa para conciliar sua carreira profissional com as demandas emergentes a criação de seus filhos, baseada na crença de flexibilidade da ação empreendedora (AZEVEDO, 2019).

O cenário que essas recém-mães encontram ao tentar retornar ao mercado de trabalho é hostil e as possibilidades em conciliar uma maternidade com a vida profissional vão se tornando desafiantes ao invés de corriqueiras, uma vez que tem-se a crença que uma mulher ao se tornar mãe perde o interesse pelo trabalho. Segundo IRME – Instituto Rede Mulher Empreendedora (2019) mulheres com filhos pequenos vislumbram no empreendedorismo uma opção por mais tempo para a família, ainda que isso diminua sua remuneração e reconhecimento profissional.

As organizações, assim, acabam por não compreender as mudanças pelas quais esta profissional vivencia e as novas demandas que a maternidade ocasiona repercutindo diretamente na sua disponibilidade para o trabalho, mas ao contrário cobram sempre mais por disponibilidade, performance e produtividade (DOURADO, 2016).

De acordo com a pesquisa “Mulheres e o Mundo Contemporâneo” (ROBERT HALF, 2016), um percentual mediano de 53% das mulheres reingressam ao seu trabalho de forma integral após o período de licença maternidade, sendo que 27% passam por dificuldades nesse retorno e, em algumas situações, essa profissional mãe é demitida pela organização.

Logo, em função do cenário incipiente de organizações apoiadoras e sensibilizadas com a nova dinâmica maternal de sua profissional, o empreendedorismo emerge no imaginário dessa mulher com uma tentativa de viabilizar trabalho, renda e maternidade. Desse modo, o empreendedorismo avança como uma escolha feita quando o desejo de produtividade profissional existe na mãe e a recolocação no mercado de trabalho se torna inviável ou, então,

por alguma oportunidade observada por ela que lhe permita conciliar com sua nova realidade materna.

Em face a esse contexto de investigação, emerge como seguinte problema de pesquisa: O empreendedorismo pós maternidade se configura em uma escolha ou uma sentença?

O presente trabalho tem como objetivo geral identificar quais os fatores que influenciaram a entrada de mulheres no empreendedorismo após a maternidade considerando a realidade de um grupo de mães empreendedoras atuantes em Ouro Branco-MG.

Pretende-se ainda analisar o perfil dessas mulheres, discernir a real motivação que as levaram a empreender após a maternidade e detectar a formalidade do negócio das mesmas.

Apesar de ser muito difundido no meio virtual, principalmente, nas redes sociais o tema empreendedorismo materno ainda demanda por estudos no meio acadêmico (no limite dessa investigação nas principais bases de dados: Spell, Web of Science, Scopus, Periódicos Capes, Google Acadêmico, SciELO) e requer análises mais profundas, já que grande parte dos estudos abordam as dificuldades que essas mães enfrentam ao empreender, mas não investigam a origem da escolha e a possível falta de trabalho formal para mães.

Dessa maneira, este artigo intenciona colaborar academicamente para pesquisas teóricas e compreensão da realidade empírica acerca do papel da mulher-mãe no empreendedorismo englobando suas motivações e objetivos, expandindo o escopo e entendimento sobre o tema. Em um viés prático, esta pesquisa irá evidenciar a presença e desempenho das empreendedoras maternas no mercado econômico.

Pontua-se ainda que para o desenvolvimento deste trabalho de caráter qualitativo foram realizadas entrevistas de caráter semiestruturado com dez mulheres residentes na cidade de Ouro Branco MG. Os resultados obtidos foram interpretados mediante a fenomenologia social. A fenomenologia social trata da produção de significados pela vivência do sujeito em sua intersubjetividade, isto é, em relação a consciência do outro. Tal vertente pertence ao paradigma interpretativo tratando de questões como intersubjetividade, alter ego, mundo da vida, processo de significação considerando tanto a racionalidade substantiva do sujeito quanto sua experiência de vida (MACEDO, BOAVA, ANTONIALI, 2012). Para isso, investiga-se os motivos para e porque da ação social. Esse olhar intersubjetivo e focado na trajetória de vida consiste ainda em um ponto diferenciado desse trabalho ao analisar a mulher empreendedora em seu processo de escolha ou sentença por empreender, a luz da fenomenologia social.

O estudo está estruturado em cinco partes. A princípio, foi elucidado a problemática,

objetivo geral e específicos. A segunda parte expõe-se a fundamentação teórica no tocante ao tema empreendedorismo feminino e materno, apresentando as origens e definições do empreendedorismo. A terceira parte aponta o percurso metodológico utilizado na pesquisa, incluindo o método, procedimentos metodológicos utilizados e processo de coleta e análise de dados. A quarta parte detalha a análise, apresentação dos dados e as ponderações sobre a pesquisa produzida. E, por fim, a quinta e última parte têm-se as considerações finais.

Portanto, o presente trabalho pretende descortinar a realidade que envolve a mulher no mercado de trabalho pós-maternidade, trazendo a tona elementos que podem desvelar como a mulher ainda sofre violência de gênero na atualidade, por avançar sobre o espaço de produção de natureza pública dominado pelo patriarcado.

2. EMPREENDEDORISMO

2.1 Origens e Definições

O empreendedorismo é um termo amplamente usado, apesar disso muitos desconhecem sua definição. Por isso é essencial para seu entendimento, explorar sua origem, definições e o seu desenvolvimento semântico até atualidade.

Etimologicamente, o termo empreender vem do francês *entrepreneur*, diz-se daquele que assume riscos e inicia alguma novidade (DORNELAS,2016).

O empreendedorismo, no entanto, é cunhado a partir da reflexão de pensadores liberais do campo do saber econômico do século XVIII e XIX que defenciam o livre mercado e seu impacto como motor da economia. Maximiano (2011) ressalta que diversas ciências sociais como a sociologia, antropologia, psicologia e a história econômica colaboram para o entendimento do empreendedorismo.

Assim, tem-se que empreender é uma possibilidade para qualquer pessoa, segundo ponderam alguns estudiosos, o que significa dizer que com independência da situação financeira e o nível de escolaridade há a possibilidade de existir um empreendedorismo instutivo.

“Os empreendedores provêm de experiências educacionais, situações familiares e vivências profissionais variadas. O empreendedor em potencial pode ser hoje enfermeira, secretária, trabalhador de linha de montagem, mecânico, vendedor, dona de casa, gerente ou engenheiro. O empreendedor em potencial pode ser homem ou mulher e de qualquer raça ou nacionalidade.” (HISRICH E PETERS 2004, p.77).

Para Dolabela (2008), qualquer indivíduo é capaz de empreender, perante um conjunto de fatores particulares, no entanto a compreensão empreendedora não é transmitida de um

indivíduo que a domina para um indivíduo que a desconhece, o que é possível realizar é desenvolver essa capacidade inerente ao ser humano por meio de uma didática específica ao empreendedorismo e não aos métodos convencionais.

Desse modo, Dornelas (2016) afirma que não há um modelo-padrão ou somente um tipo de empreendedor, é complexo rotular, apesar de várias pesquisas objetivarem encontrar um esteriótipo universal da figura empreendedora.

Tal circunstância revela que qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor.

Para fins dessa investigação, adotar-se-a o conceito de empreendedorismo resgatado de sua origem nos clássicos economistas, que nos dizeres de Cantillon (1755), empreendedorismo é a prática de gerir um negócio como auto-empregados que se ajustam ao risco, quando o retorno é incerto.

Logo, as mães empreendedoras inciam uma atividade na qualidade de proprietárias enfrentando os riscos econômicos inerentes a essa atividade. Diante disso, apresenta-se na sequência conhecimentos acerca dos tipos de empreendedorismo.

2.2 Tipos de Empreendedorismo

A maior parte dos autores definem os conceitos de empreendedorismo em dois tipos necessidade e oportunidade, que passam por modificações conforme cada realidade.

De acordo com Dornelas (2016) existem dois tipos de empreendedorismo: empreendedorismo de oportunidade, no qual o empreendedor elabora um planejamento previamente, sabe aonde quer chegar, compreende como quer prosperar e objetiva a geração de lucros, riqueza e empregos. Tem forte conexão com o desenvolvimento econômico. O outro tipo de empreendedorismo seria o empreendedorismo de necessidade, onde a carência de opção faz com que o possível empreendedor se arrisque, pelo desemprego e a falta de alternativas de trabalho. O que reflete na criação de negócios sem planejamentos e concebidos informalmente no geral, levando ao fracasso acelerado e falhando na geração de desenvolvimento econômico. Esse segundo tipo de empreendedorismo é mais frequente em países em desenvolvimento.

Assunção *et al.* (2017) dispõem que os termos oportunidade e necessidade são comumente confundidos, pelo fato do indivíduo observar incorporado a sua necessidade uma oportunidade de sustento. Contudo, pontua-se a diferença entre tais termos. Empreendedorismo de oportunidade acontece quando a atividade de comércio ou produção se

inicia por uma oportunidade vislumbrada no mercado com o propósito de melhoria na situação do indivíduo empreendedor. Por sua vez, o empreendedorismo de necessidade emerge em espaços oriundos do desemprego ou outro fator que configura a abertura do próprio negócio algo vital, ou seja, necessário para sua sobrevivência.

Vale pontuar que o programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019) de abrangência mundial, que é uma avaliação anual do nível nacional da atividade empreendedora, corrobora com essa dualidade oportunidade necessidade intrínseca ao empreendedorismo.

Desde sua criação, o GEM (2019) diferencia a motivação para o empreendedorismo baseando-se nas duas alternativas inicialmente citadas aqui: oportunidade e necessidade.

Porem, na atualidade vem ganhando força o pensamento que essas duas opções não são as únicas capazes de expressar de fato o real motivo de uma tomada de decisão consciente e pensada conforme espírito do empreendedorismo. Afinal, o modo que é exposto necessidade ou oportunidade não consegue abarcar o fenômeno em toda a sua complexidade.

Mas, há um movimento de ascensão de empreendedores que buscam exercer a função de agentes transformadores e geração de riquezas para a sociedade, indo além dos propósitos de subsistência ou da realização de um sonho particular. Desse modo, fazer a restrição em apenas duas possibilidades, oportunidade ou necessidade, não é visto como conveniente, pois são múltiplas as motivações existentes.

Assim, além dessas duas modalidades Baggio e Baggio (2015), relatam a existência do empreendedorismo social, que visa melhoria na qualidade de vida social, cultural, econômica e ambiental com respaldo na sustentabilidade, promovendo mudança da atual realidade. Manifesta-se como uma maneira de sanar problemas de exclusão social e pobreza.

Os mesmos autores apontam ainda o empreendedorismo corporativo, conhecido também como empreendedor interno, pois faz dentro de uma empresa que já existe um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios.

Por último, destacam o empreendedor start-up que tem como finalidade originar um novo negócio através da investigação do cenário propondo um novo empreendimento em frente às oportunidades descobertas. Como desafio tem: suprir uma demanda presente que não

teve atenção pertinente, vencer a concorrência, adquirir clientes e conquistar lucro e produtividade imprescindíveis à continuidade do empreendimento (BAGGIO e BAGGIO,2015).

Desse modo, tem-se que o empreendedorismo em sua manifestação prática perpassa múltiplas áreas do conhecimento, bem como, impacta diferentes campos da sociedade, como economia, política, cultura, história, movimentos sociais. Nesse caminho, a ação empreendedora esbarra com a realidade da mulher que se torna mãe e encontra em ser dona do próprio negócio um caminho para exercer sua maternidade.

Nesse momento, empreendedorismo e gênero se entrelaçam, tal como empreendedorismo e economia ou empreendedorismo e psicologia, e dessa relação pode-se descortinar vários elementos encobertos na mulher empreendedora, como: ideologia neoliberal, patriarcado, violência de gênero. A seguir, tais aspectos serão melhor abordados.

2.3 Empreendedorismo e Gênero

A relação entre gênero e empreendedorismo tem impulsionado diversas pesquisas nas comunidades acadêmicas pelo mundo, o interesse pelo tema se deve sobretudo ao aumento progressivo do desempenho da mulher no mercado e na concepção do seu próprio negócio.

Diversos são os estudos que envolvem questões referentes à assimetria de gênero no empreendedorismo, através de análises explorando os fatores que os relacionem. Como o estudo de Rico e Cabrer-Borrás (2018), em análise comparativa realizada na Espanha; da mesma maneira em Bastian, Sidani e El Amine (2018), que fizeram uma avaliação diferindo gênero na abertura de empresas no Oriente Médio e Norte da África e como Shao (2012) com investigação da relação entre gênero e método da concepção de empresas.

No Brasil, alguns estudos produzidos associam gênero a conceitos do empreendedorismo, como em Machado, Faia e Silva (2016), que apreciaram a relação entre gênero e Alerta Empreendedor. O alerta se define por um estado de contínua vigia no ambiente, possibilitando a alguns indivíduos a captação de oportunidades de mercado beneficiadas pela constante atenção (KIRZNER, 1997; VALLIERE, 2013). Machado, Faia e Silva (2016), apuram que o grau de alerta independe do gênero empreendedor, ou seja, o gênero não influencia e não determina o alerta empreendedor.

O relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2019/2020, referente ao empreendedorismo no Brasil demonstra a assimetria de gênero no país, com 18,4% do sexo

masculino e 13,9% do sexo feminino, no que se refere à taxa dos empreendedores estabelecidos, ou seja, uma diferença de 4,5%. Em termos absolutos, calcula-se a existência de quase três milhões de homens a mais do que mulheres atuando nessa etapa. Porém, no que diz respeito ao empreendedorismo inicial, a diferença é irrisória, o que revela a constância da face do empreendedorismo brasileiro no decorrer dos anos, isto significa que, há proporções similares de empreendedorismo iniciais tanto para homens e mulheres e um percentual superior para a população masculina na fase do empreendedorismo estabelecido (empreendedores diante de negócios já consolidados).

Ainda recorrendo a dados do relatório global do GEM, somente em três economias (Arábia Saudita, Catar e Madagascar) a taxa de empreendedorismo inicial (TEA) entre os homens foi maior do que entre as de mulheres na maioria dos países participantes.

Vale ressaltar neste momento a distinção entre gênero e sexo. Calás e Smircich (1999) demonstram sucintamente que o “sexo” é aquele definido biologicamente (masculino e feminino), e “gênero” é aquele construído socialmente, ou seja, decorre da vivência e socialização.

Em consonância, BRASIL (2010), define o sexo biológico como aquele composto pelas características fenotípicas (órgãos genitais externos, órgãos reprodutores internos, mamas, barba) e genotípicas (genes masculinos e genes femininos) presentes em nosso corpo. E o gênero, como uma construção histórica, cultural e política das diferentes possibilidades de ser feminino (a) e/ou masculino (a). Indo além do “ser macho” ou “ser fêmea”, gerando diversas funções e papéis sociais e, conseqüentemente, uma repartição desigual do poder e das oportunidades, baseado na definição do que é social e culturalmente sendo “coisa de homem” e “coisa de mulher”.

Nessa lógica, tem-se que é coisa de homem gerir e sustentar um negócio. Mas, os dados do GEM (2019) evidenciam que as mulheres seguem tentando alterar esse estereótipo, mas a taxa de sucesso de negócios gerenciados por homem é maior. Ou seja, as mulheres enfrentam caminhos complexos no processo de manutenção do empreendimento.

Nessa empreitada tem-se, por exemplo, a ideologia neoliberal que desde o início romantiza o empreendedorismo, sendo que na ótica neoliberal, o empreendedorismo é uma estratégia pela qual é transferida ao trabalhador a atribuição de gerar postos de trabalho, de modo a garantir ‘ordem e progresso’ do capital (TAVARES, 2018).

No mais, além desse caráter implícito em um discurso que o empreendedorismo é o caminho para o fim dos problemas do trabalhador assalariado, a mulher encontra as

tradicionais barreiras do patriarcado que questionam sua habilidade e competência com gestora e seu lugar no ambiente público e não restrita ao espaço privado.

Segundo Alperstedt, Ferreira e Serafim (2014), é um desafio para essas mulheres efetuarem a gestão de suas empresas, pois essa atividade de gerência é significada socialmente como predominantemente masculina. O contexto ainda se torna mais desafiador quando elas começam a empreender cedo, ou seja, são novas e não apresentam know-how no setor em que atuam.

A mulher ainda enfrenta a violência de gênero no mundo das relações de trabalho. Uma prova disso, é o emprego da Lei Maria da Penha (LMP) nos ambientes laborais. Nessa LMP ocorre a denominação e qualificação das modalidades de violência de gênero: física, psicológica, sexual, patrimonial e moral.

Nas relações de trabalho, a violência de gênero se verifica a partir da divisão sexual de trabalho, orientação socialmente construída de que há "trabalhos de homens" e "trabalhos de mulheres". Nesse sentido, as organizações podem se basear na LMP para poderem estabelecer direcionamento específico para apurar denúncia de assédio, moral ou sexual contra mulheres (VALENTE, 2021).

Desse modo, todo fenômeno que envolve a mulher, a maternidade e a ação empreendedora em um ambiente neoliberal e dominado pelo patriarcado apresenta aspectos multifacetados que carecem de investigação.

Assim, próxima seção apresenta os materiais e métodos utilizados para verificar os fatores que podem ser desvelados no processo de entrada de mulheres no empreendedorismo após a maternidade na cidade de Ouro Branco/MG.

3. METODOLOGIA

3.1 Sobre o método (Fenomenologia Social)

A fenomenologia social consiste em uma vertente fenomenológica voltada para a consciência do outro nas relações sociais. Diante disso, no presente trabalho, que visa investigar os aspectos velados no processo de empreender realizado por mães, a opção por tal orientação metodológica se justifica em seu olhar para o relacionamento social no mundo cotidiano. Nesse encontro social reside toda a construção de gênero que, conforme visto, vai além das características físicas e biológicas da mulher.

Desse modo, estudar ao processo social que envolve o gênero requer uma metodologia

que contemple o eu no outro, *alter ego*.

A sociologia fenomenológica ou fenomenologia social, criada por Alfred Schultz, representa a tentativa de descrever os processos de estabelecimento e interpretação de significado tal como os realizam as pessoas que vivem no mundo social, podendo recorrer aos objetos culturais e tratar de compreender o seu significado, aplicando-lhes os esquemas interpretativos (SCHÜTZ, 1972).

Vale esclarecer que esse interesse da fenomenologia social pelo mundo e relações sociais relaciona-se com a sua origem fundamentada no estudo da fenomenologia transcendental de Husserl e na sociologia compreensiva de Max Weber. Assim, essa vertente metodológica transita entre o indivíduo e o seu outro (BOAVA, 2012).

Assim, segundo Gorman (1979), o mundo é o contexto tanto das nossas ações simples como das nossas ações de resistência. É o palco da ação social, na qual os sujeitos chegam a acordos mútuos e pessoais através de suas distintas interfaces.

As relações de gênero, as ações empreendedoras, a maternidade, portanto, estão inseridas em um mundo de encontros sociais, no qual o outro é que significa e capta a fluidez dos pensamentos do sujeito.

Nos dizeres de Schultz (1972) quando dois seres estabelecem uma relação social recíproca ocorre ou seja, uma pessoa é correspondida por outra, se ambas intencionalmente se voltam uma para outra, tem-se como resultado um ‘relacionamento - nós’. Esse relacionamento envolve, pessoas em uma mesma realidade temporal e espacial, em um envolvimento ‘face a face’.

Nessa realidade social temporal e espacial é que se formam as convicções, os hábitos, as certezas, as regras de conduta que direcionam a sociedade em uma espécie de consciência coletiva. Nesse ponto, a fenomenologia social no estudo dos ‘relacionamentos nós’ capta os constructos dominantes em cada linha temporal, como, por exemplo, o gênero que sofre transformações acompanhando as novas interfaces estabelecidas entre as pessoas no mundo da vida.

Para Albuquerque (2009), a fenomenologia é uma espécie de cadeia de referência, desponha de pessoas recrutarem conhecidos, essa relação entre elas é denominada “rede social”, o método em questão percorre caminhos por esses relacionamentos.

Logo, a fenomenologia social permite embasar o estudo das mães empreendedoras a

partir de suas consciências doadoras de sentido ao mundo, considerando sua relação com outros envolvidos no processo de empreender, como o mundo social que as envolve.

Para estudo dessa ação de empreender que representa uma ação social é preciso compreender que cada ser, durante toda a sua vida interpreta o mundo na perspectiva de seus próprios interesses, motivos, desejos, compromissos ideológicos e religiosos. Essa interpretação varia de acordo com um acervo de conhecimentos que está disponível e acessível ao indivíduo, de acordo com a situação biográfica do sujeito (SCHUTZ, 1972).

Dessa situação biográfica do sujeito, pode-se extrair os motivos que justificam a ação social. Dessa maneira, a ação é significada pelo ser considerando os seus motivos existenciais, oriundos das vivências permeadas em sua subjetividade, sendo essas os fios condutores da ação no mundo social. Os fios que se ligam ao alcance de objetivos, expectativas, projetos são denominados *motivos para* e aqueles que se fixam nos antecedentes, na experiência acumulada são denominados *motivos porque* (SCHUTZ, 1972).

Dessa maneira, o caminho para estudar a maternidade empreendedora a luz do referencial metodológico da fenomenologia social consiste na identificação dos fios condutores da ação de empreender em motivos para e porque, e assim, desvelar os constructos do mundo social imbricados nesse processo de ser mãe e retornar a atividade economicamente ativa.

A seguir, tem-se um esquema síntese representando o percurso metodológico para o emprego da fenomenologia social.

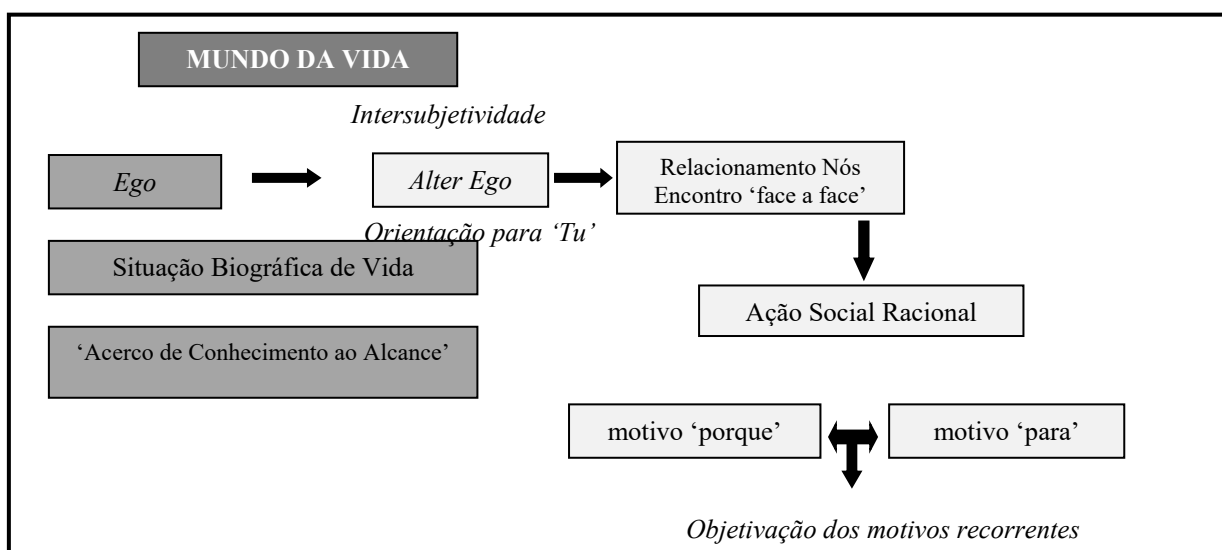


Figura 1: Orientações Metodológicas da Fenomenologia Social
 Fonte: adaptado de Boava (2012)

Após a compreensão dessa orientação metodológica, apresenta-se a seguir a descrição

do processo de coleta de dados.

3.2 Procedimentos de coleta de dados

O presente estudo apresenta delineamento qualitativo, que tem como característica básica, segundo Godoy (1995) o ambiente natural como fonte direta de dados e o pesquisador como instrumento fundamental. Assim dizendo, a pessoa entrevistada deve ser considerada pelo pesquisador como ferramenta de maior confiabilidade no processo analisado.

Outro ponto importante apontado por Godoy (1995) é o fato de a pesquisa qualitativa ter caráter descritivo, tanto no processamento de alcance dos dados quanto na disseminação dos resultados obtidos.

Desse modo, para a realização da presente investigação, qualitativa e descritiva, definiu-se como sujeitos de pesquisa, mulheres que tinham um emprego formal e após a maternidade retornaram ao mercado de trabalho empreendendo.

Considerando esse recorte foram identificadas dez mães residentes na cidade de Ouro Branco-MG. O critério inicial para seleção das mães empreendedoras, bem como, a opção de localidade foi por conveniência do pesquisador e, na sequência, empregou-se a técnica bola de neve, isto é, uma mãe indicou outra.

A metodologia utilizada foi *snowball* ou “Bola de Neve”, que é um procedimento de amostragem que usa cadeias de referência, um modelo de rede.

De acordo com Baldin e Munhoz (2012) a técnica bola de neve é um modelo de amostra não probabilística, usada em pesquisas sociais, sendo que os primeiros colaboradores da pesquisa sugerem novos participantes que conseqüentemente sugerem outros e, assim, sucessivamente, para enfim obter o objetivo proposto (o “ponto de saturação”). Esse ponto é alcançado quando os novos colaboradores acabam por fornecer informações redundantes que já foram identificados nas entrevistas iniciais”.

O processo de coleta de dados é um elemento essencial do estudo. Por meio dele, buscam-se conhecimentos primordiais ao desenvolvimento satisfatório da pesquisa, repercutindo no alcance dos resultados desejados.

Para coleta de dados junto as mães empreendedoras, utilizou-se com recurso a entrevista semiestruturada. As entrevistas foram realizadas no mês de outubro de 2021. O artifício metodológico da entrevista semiestruturada possibilita um encontro social com

aspectos empáticos seguindo um roteiro de questões que orienta o diálogo de forma a permitir o aparecimento de assuntos não previstos no planejamento da entrevista, mas pertinentes a investigação.

A opção pela realização de entrevista semiestruturada se deve a necessidade de se aproximar do sujeito, mantendo com o mesmo uma situação ‘face a face’, que representa um encontro social. Para Flick (2009), a entrevista semiestruturada é a trajetória para se conhecer a ‘teoria subjetiva’ que os indivíduos constroem sobre um dado tema, ou seja, é uma união de impressões, opiniões, saberes explícitos e implícitos.

Abaixo, tem-se as questões centrais do roteiro de entrevista semiestruturada:

- a) Conte e comente sua trajetória de vida profissional. Empregos e ou atividades informais.
- b) Para você, o que significa empreendedorismo?
- c) Você se considera empreendedora?
- d) Aponte os principais motivos (passado) e objetivos (futuro) que a levaram a empreender.
- e) Há alguma relação entre maternidade e empreendedorismo em sua vida?
- f) Aponte os desafios que você visualiza na atualidade para gestão de seu negócio e criação dos filhos.

As entrevistas foram realizadas de forma individual, gravadas e, posteriormente, transcritas para, então, serem analisadas.

Com emprego de linguagem simples e direta, garantiu-se que o entendimento e objetivo de cada pergunta fosse reconhecido pelas entrevistadas. Foi assegurado as mães empreendedoras anonimato em relação ao emprego dos dados extraídos das entrevistas, bem como, foram apresentados e esclarecidos os objetivos da pesquisa realizada.

Vale destacar a importância dada ao ponto de vista das participantes, transcrevendo de forma precisa as perspectivas relatadas. Sem hipóteses pré-estabelecidas e/ou dados que confirmem ou neguem as suposições percebidas. Para a precisão das interpretações fez-se necessário à confirmação dos dados transcritos com as próprias informantes.

Bell (2008) destaca que pesquisadores qualitativos estão mais focados em compreender as percepções que os sujeitos têm do mundo. Eles buscam prioritariamente *insights*, em detrimento de percepções estatísticas do mundo.

Assim sendo, essa pesquisa foi empreendida a partir de uma coleta de dados sob a forma de transcrições de entrevistas, intencionando amplo entendimento do fenômeno observado. Os dados examinados da realidade tem significativa importância para o estudo e o ambiente no qual estão introduzidos é considerado em sua totalidade e globalidade, não sendo resumidos em aspectos que tem variação, mas sim como um todo.

A seguir, relata-se os procedimentos para análise dos dados coletados.

3.3 Procedimentos de análise de dados

Em consonância a opção pela fenomenologia social como referencial teórico metodológico para a realização dessa investiga-se, faz-se necessário a adoção do método fenomenológico para análise dos dados.

Assim, o método fenomenológico é, em um primeiro momento, uma atitude fundamentada na vertente fenomenológica utilizada e, em um segundo momento, um conjunto de procedimentos.

Segundo Zilles (2002) o método fenomenológico é um conhecimento fundado nas essências é um saber absolutamente necessário, em oposição ao conhecimento fundado na experiência empírica de fatos adversos e aparentes.

Para fins desse trabalho, empregou-se o método fenomenológico proposto por Sanders (1982), descrito a seguir em seus três procedimentos centrais:

- 1 – Determinação do objeto e do sujeito que serão investigados.
- 2 – Coleta de dados primários empregando técnicas que usem os encontros sociais, como, por exemplo: entrevistas ou observação participante.
- 3 – Análise fenomenológica dos dados, descrevendo o fenômeno, identificando temas centrais, redução fenomenológica (suspensão dos elementos pré-concebidos e hipóteses), e busca por essências.

Moreira (2002) pondera acerca da relevância da redução fenomenológica, na proporção que a suspensão permite que a consciência fenomenológica descreva o fenômeno em sua pureza.

O método fenomenológico de Sanders (1982) foi, portanto, o percurso metodológico adotado para conhecer as unidades temáticas relacionadas ao empreendedorismo materno e os motivos para e porque presentes na ação dessas mães.

4. Apresentação e análise de dados

4.1 Unidades Temáticas

A princípio foi efetuada uma análise geral do material coletado, em seguida, uma definição de unidades temáticas para análise. Desse modo, tem-se as seguintes unidades

temáticas extraídas da análise fenomenológica dos dados coletados:

- a) Perfil das mães empreendedoras;
- b) Perfil do negócio empreendedor;
- c) Trajetória profissional;
- d) Entendimento sobre o empreendedorismo;
- e) Motivos (porque) e objetivos (para) para empreender;
- f) Relação maternidade e empreendedorismo;
- g) Desafios gestão do negócio e criação dos filhos;

Assim, foi efetuada ainda uma análise de cada unidade em separado, acompanhada da análise síntese posterior das unidades em conjunto para uma melhor compreensão do todo.

UNIDADE TEMÁTICA A – PERFIL DAS ENTREVISTADAS			
ENTREVISTADA	IDADE (ANOS)	ESCOLARIDADE	ATIVIDADE EMPREENDEDORA
E1	41	Superior Completo em Psicologia	Cake Design
E2	39	Superior Completo em Administração	Artesã
E3	33	Superior Completo em Terapia Ocupacional	Empresária-Venda de Sling
E4	40	Superior Completo em Contábeis	Empresária- Alimentação Artesanal
E5	47	Superior Completo em Secretariado Executivo	Manicure
E6	32	Superior Completo em Direito	Empresária-Loja de Roupas
E7	35	Superior Completo em Psicologia	Confeiteira
E8	31	Superior Completo em Educação Física e Administração	Vendas Online de Bijuterias
E9	35	Superior Completo em Educação Física	Vendas Online de Artigos para Presentes
E10	32	Superior Completo em Geografia e Pedagogia	Confeiteira

O perfil das empreendedoras foi delineado a partir dos elementos de análise: idade, escolaridade e atividade profissional. Observou-se que as empreendedoras na faixa de 35 a 45 anos de idade, correspondem a 50% do público pesquisado, sendo a maioria. O que reafirma a coleta feita pelo SEBRAE (2019), no qual a média era de 43,8 anos, assim como, uma pesquisa realizada pelo Instituto Rede Mulher empreendedora (IRME) - “Empreendedorismo no Brasil 2019: Um recorte de gênero nos negócios” por meio de entrevistas com 1.376 mulheres empreendedoras do Brasil que traçou o perfil do empreendedorismo feminino, identificando que as maiorias das mulheres empreendem depois dos 30 anos.

Foi observada na pesquisa a ausência de empreendedoras com menos de 25 anos de idade e mais de 55 anos. Conforme a pesquisa 100% das empreendedoras possui graduação, diversas áreas de formação foram notadas. No que se refere à atividade profissional, 40% das

entrevistadas atuam com comércio varejista de produtos alimentícios, 20% comércio de bijuterias e artesanatos, 20% comércio varejista de outros produtos (sling e artigos para presentes), 10% comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios e 10% atividade de tratamento de beleza.

O emprego dos percentuais tem por objetivo contextualizar a realidade do grupo entrevistado.

UNIDADE TEMÁTICA B: PERFIL DO NEGÓCIO EMPREENDEDOR	
ENTREVISTADA	FORMALIDADE
E1	Informal
E2	Informal
E3	Formal
E4	Formal
E5	Informal
E6	Formal
E7	Informal
E8	Informal
E9	Informal
E10	Informal

Em correspondência com os dados do SEBRAE (2019), esta pesquisa identificou que 70% dos negócios das empreendedoras pesquisadas se encontram na informalidade e apenas 30% são formais.

Com recursos financeiros restritos para abertura de uma empresa formal, a atitude mais plausível encontrada para tornar o negócio viável é por meio da venda de produtos e serviços utilizando o comércio eletrônico, sendo os principais utilizados pelas entrevistadas whatsapp (participação em grupos da cidade) e instagram.

Observa-se como pano de fundo dessa informalidade e falta de recursos para potencializar seu negócio, a realidade de mães subjulgadas pela questão financeira em uma tentativa da estrutura do patriarcado em ocasionar a recondução da mulher ao ambiente privado e doméstico, se tornando cada vez mais dependentes de uma figura masculina que provém e, portanto, domina.

É, portanto, uma conjuntura de fatores que reconduzem a mulher ao ambiente doméstico: maternidade, perda da renda formal, dificuldades para retornar ao mercado, precarização do seu sustento em atividades que tornam a sua renda cada vez mais secundária na família, com conseqüente perda de voz e representatividade.

A mulher ao retornar ao espaço privado do lar perde força e representatividade, estando cada vez mais sujeita ao esteriótipo e as pressões de gênero que recaem sobre ela, se tornando secundária na relação com o universo masculino.

Nos dizeres de Beauvoir (1949), a mulher é significada como sexo secundário, originada a partir de Adão, permitindo-se ser dominada, na proporção em que toma para si e legitima a condição de mulher mãe, esposa, dócil, prendada, meiga, compreensiva, isto é, se torna mais uma mulher dotada de feminilidade. Nesse interim, o homem é o indivíduo central e a mulher, o outro. O pano de fundo que permite e sustenta essa dominação é o patriarcado.

UNIDADE TEMÁTICA C – TRAJETÓRIA PROFISSIONAL		
ENTREVISTADA	FORMAL	INFORMAL
E1	Técnico de enfermagem, Psicóloga (Assistência Social) e clínicas particulares.	
E2	Escola de Informática, estágio Gerdau, escritório de contabilidade, Hospital FOB, escola de Música.	Vendedora de semijóias
E3	Clínicas (na área de neuro desenvolvimento infantil), APAE, APADV (área infantil), reabilitação de neuro adulto em hospital de reabilitação e professora.	
E4	Área administrativa, estágio na Açominas (atual Gerdau), administrativo de transportadora.	Vendedora de roupas
E5	Unimed, Pirelli, bancos e numa multinacional (no Aeroporto de Confins).	
E6	Cartório de registro de imóveis, cartório de protesto (escrivente e setor jurídico).	
E7	Clínicas e prefeitura.	Venda de bijuterias e roupas.
E8	Caixa em supermercado e agente de atendimento em Banco (Santander).	
E9	Auxiliar Administrativo e posteriormente oficinaira (oficinas de atividade físicas) no CRAS (Centro de Referência de Assistência Social), Educadora Física no Nasf (Núcleo de Apoio a Saúde da Família) na Secretária de Saúde da Prefeitura e Academia da Saúde da Prefeitura.	
E10	Professora, Geógrafa (área de bacharel desenvolvendo pesquisas voltadas ao campo social e de desenvolvimento urbano) e psicóloga.	

Nesta unidade temática observa-se que todas as mulheres entrevistadas atuaram em sua área de formação antes de empreenderem. É constatada uma acanhada presença do trabalho informal, experienciado apenas por parte das entrevistadas.

Um fator interessante observado foi que as empreendedoras entrevistadas não possuíam experiência com a atividade que optaram por empreender, não houve influência direta dos empregos anteriores. Em todos os casos observados, as mulheres empreenderam em atividades que não tinham correlação com as experiências anteriores.

Esse movimento de perda da mãe empreendedora de relação com a sua área base de formação, muitas vezes, relaciona-se com o movimento de desqualificação da mulher mãe, que agora com a responsabilidade principal de cuidar de seus filhos deve desempenhar qualquer função laboral que surgir, para garantir uma renda extra ou complementar.

Diante da maternidade, a mulher precariza sua qualificação e atividade, aceitando atuar e fazer algo mais simples que sua formação para ao menos ter uma pequena renda. Pontua-se que a dependência financeira feminina é um dos instrumentos para dominação e, a perda da qualificação, aproxima a mulher dessa realidade. O trabalho sem qualificação adequada é sempre o menor remunerado.

UNIDADE TEMÁTICA D - ENTENDIMENTO SOBRE EMPREENDEDORISMO	
ENTREVISTADA	FRASES
E1	“[...] Liberdade, é poder não ser só mãe integral [...] poder expandir o pensamento”.
E2	“[...] Criar uma oportunidade de trabalho ou atividade, que você possa realizar de uma forma mais concreta sem depender de uma empresa”.
E3	“[...] Forma de sair caixa [...] colocar para o mundo suas idéias”.
E4	“[...] Capacidade de identificar oportunidades, ser resiliente, é saber se adaptar, saber que não é fácil mas possível criar, gerir e expandir o negócio”.
E5	“[...] Não ter medo de mergulhar de cabeça no que você faz de melhor e daquilo tirar o seu próprio sustento”.
E6	“[...] Um ato de investir em algo no qual você se identifique. Investir recursos, tempo e conhecimento”.
E7	“[...] Capacidade de idealizar, realizar um projeto, um sonho”.
E8	“[...] Significa oportunidade de abrir novos horizontes podendo criar projetos ou um negócio que você pode conciliar com outros tipos de afazeres”.
E9	“[...] Quando você cria algo, pensa numa forma de gerar dinheiro, é inovar. Pensar em algo que não tem na cidade ou no seu meio, para ter uma nova forma de fonte de renda”.
E10	“[...] Empreendedorismo para mim é liberdade. Liberdade de ir e vir, de buscar inovação, superação. É lutar por uma causa”.

As mulheres participantes da pesquisa vêm no empreendedorismo uma opção para conciliar de maneira equilibrada família e trabalho. Na percepção delas, o empreendedorismo possui características facilitadoras desse equilíbrio, sendo as principais autonomia e horário flexível.

A liberdade é um ponto muito citado pelas entrevistadas no que se refere ao entendimento sobre o empreendedorismo. Liberdade para criar, inovar, superar os desafios e equilibrar carreira e maternidade.

Observa-se que esse discurso reproduzido pela mães empreendedoras vai de encontro a visão romântica do empreendedorismo apresentada pela ótica neoliberal, sendo uma forma de manter o sujeito atrelado ao sistema, fazendo com que ele acredite ser livre.

Pondera-se, assim, que o empreendedorismo retira algumas obrigações do trabalho formal, mas o esforço e a necessidade de obter receitas para pagar funcionários, impostos e maiores obrigações da gestão mantém o empreendedor atrelado as amarras do Capital.

Quando se empreende na situação informal e precarizada que várias dessas participantes relataram, ocorre a necessidade em se fixar em aspectos que se acredita serem benéficos e que fazem a precarização e perda de identidade profissional valer a pena. Assim, muitas dessas mães se apegam a ideia de liberdade, flexibilidade de horários, como fatores compensadores por terem perdido seu trabalho formal e sua identidade profissional.

A ideia de empreendedorismo é, dessa forma, uma ilusão de uma vida melhor e mais livre, que na realidade consiste em um aumento da sua exploração pelos eixos dominantes do capital e do patriarcado.

UNIDADE TEMÁTICA E – MOTIVOS (PORQUE) E OBJETIVOS (PARA) EMPREENDER		
ENTREVISTADA	MOTIVOS	OBJETIVOS
E1	“[...] Não ficar com tempo tão ocioso”. Resgate da memória afetiva com os bolos, pois a mãe amava cozinhar e fazer bolos.	Pessoal: Estar perto dos filhos, em especial o filho que é cadeirante. Profissional: Continuar fazendo os bolos em casa.
E2	Falta de oportunidade, queria trabalhar, mas também estava perto da filha.	Continuar crescendo profissionalmente.
E3	Maternidade, seu trabalho era em regime de plantão e queria um trabalho que pudesse estar mais presente na criação do filho.	Pessoal: Continuar sendo presença forte para o dia a dia do filho, tendo flexibilidade de horários e respeitando a linha tênue entre trabalho/maternidade. Profissional: “Continuar proporcionando uma relação mais próxima entre mãe e bebê, facilitando o acolhimento para a criança. E também no resgate da liberdade dessa mãe/mulher, uma ferramenta para esse novo papel social que ela está inserida”.
E4	“Diretamente ligados”. Começou a empreender a partir do momento que se tornou mãe.	
E5	Mudou de cidade e estava sem trabalho e sem renda, se viu obrigada a empreender, pois não encontrou nada na área de atuação e começou a fazer unha para tirar seu.	“Me qualificar para que meu negócio cresça e se torne referência para conseguir a estabilidade financeira que tanto sonho”.
E6	Flexibilização com a maternidade, associar trabalho e maternidade, para estar mais presente na vida da filha. Outro motivo, o marido trabalhava em Brumadinho na época do rompimento da barragem, mudaram de cidade e o empreendimento foi o plano B na vida do casal.	
E7	Maternidade, ficar mais perto e ter horários mais flexíveis para os filhos.	Pessoal: “Ter mais tempo com meus filhos”. Profissional: Abrir uma confeitaria na cidade que reside.
E8	Foi desligada do emprego formal, mas	

	como objetivava independência financeira estando perto dos filhos começou a empreender.	
E9	Sempre foi funcionária pública e após a maternidade não renovaram o contrato, diante o desemprego e a vontade de estar perto da filha.	Ter um negócio próprio que possibilite estar sempre perto da filha, organizando os horários de uma forma que possa atender as necessidades da filha.
E10	Estar próxima da filha. “Buscava algo que me preenchesse sem ter que deixá-la”. Participar dos marcos de desenvolvimento da filha.	Busca solidez do empreendimento, constância na qualidade dos produtos, captação de novos clientes, crescimento digital da marca, bom atendimento e ainda assim estar em casa fazendo seus horários e vendo as filhas crescerem.

Ao analisar as motivações que influenciaram na abertura dos negócios das empreendedoras pesquisadas, observou-se que a maternidade foi um fator preponderante. As mulheres que participaram da pesquisa narraram uma busca por maior flexibilidade para ter disponibilidade no atendimento das necessidades dos filhos.

Tal aspecto (flexibilidade) era inexistente nos empregos formais vivenciados por estas mães. Apuração em consonância com dados da pesquisa do IRME (2019), que aponta 75% das empreendedoras decidem ter um negócio após a maternidade (IRME, 2019).

O desemprego foi responsável por outras respostas junto com a falta de oportunidade na área de atuação, estes dois aspectos estavam ligados à necessidade de se manter financeiramente de acordo com as entrevistadas. Nos trechos seguintes é possível indentificar tais aspectos.

“Fui desligada do meu emprego e como sempre gostei de ganhar meu próprio dinheiro, resolvi empreender.” (E8)

“Fui obrigada, pelas circunstâncias da vida a procurar algo para empreender e se tornar meu sustento.” (E5)

Desse modo, observa-se que os motivos porque realizar a ação empreendedora estão relacionados as novas demandas advindas pela maternidade, não se tratando da realização de um sonho ou oportunidade identificada no mercado. Assim, como os motivos para se focam em passar mais tempo com os filhos e atuar na sua criação, não sendo, por exemplo, reconhecimento profissional e crescimento da renda.

Os motivos para e porque apresentados por essas empreendedoras para abertura de um negócio acaba por relegá-las a um segundo plano, ou seja, a mulher enquanto ser identitário deixa de existir e ter vontade própria em função dos filhos. Logo, a mulher é secundária diante do marido e diante dos filhos. A maternidade deve somar a mulher e, em virtude, do patriarcado, de uma forma súpil, retira dela seu passado, presente e futuro.

ENTREVISTADA	FRASES
E1	“[...] Total relação, se meu filho nao tivesse as limitações e as necessidades que ele demanda talvez eu continuasse trabalhando como psicóloga, mas precisei parar de trabalhar por causa da maternidade atípica”.
E2	“[...] A maternidade me motivou a empreender, trabalhar em casa foi uma motivação para continuar trabalhando”.
E3	“[...] Muita relação, quando meu filho nasceu eu não quis voltar para o emprego formal em regime de plantão, eu quis ser muito presente na criação dele”.
E4	“[...] Diretamente ligados, comecei a empreender exatamente a partir do momento em que eu me tornei mãe”.
E5	“[...] Tem muita relação, estando em casa, trabalhando no meu salão consigo cuidar do filho, acompanhar os estudos, estar com ele e cuidar do emocional/ psicológico”.
E6	“[...] Total relação, optei por empreender porque é algo que me dá certa flexibilidade de tempo para atender as necessidades da minha filha”.
E7	“[...] O principal motivo para empreender foram os meus filhos, para ficar mais perto e ter mais tempo para eles, ter horários mais flexíveis”.
E8	“[...] Muita relação, meus filhos são meus maiores incentivadores, por eles que montei minha lojinha”.
E9	“[...] Total relação, foi a partir da maternidade que veio essa necessidade de empreender, economizando tempo e podendo ficar mais próxima da minha filha e ganhar dinheiro”.
E10	“[...] Total ligação, dei a luz às meninas e a mulher empreendedora que estava dentro de mim”.

Nesta unidade temática observou-se que todas as empreendedoras que responderam a pesquisa relatam que a maternidade tem forte ligação para abertura do negócio, sendo o estímulo determinante para iniciarem seus negócios.

Intencionando horários flexíveis, mais tempo para participar da educação dos filhos, obter realização profissional e pessoal além de uma fonte de renda, essas mulheres encontraram no empreendedorismo a solução mais acolhedora praticável em teoria. Os trechos a seguir validam esse entendimento.

“Total ligação. Eu iniciei depois de ser mãe e hoje não me vejo parando. Dei a luz às meninas e a mulher empreendedora que estava dentro de mim”. (E10)

“Pra mim tem total relação, optei por empreender porque é algo que me dá certa flexibilidade de tempo para atender as necessidades da minha filha”. (E6)

Nesse ponto, o empreendedorismo por oportunidade ou necessidade visto no referencial teórico emerge como necessidade para essas mulheres, pois essas não vem espaço no mercado de trabalho formal para sua nova condição. Assim, como mãe que deseja criar seus filhos somente posso empreender para tentar ter mais tempo disponível.

Pontua-se que a grande demanda por tempo por parte da mulher está relacionada ao seu acúmulo de funções público privado que ocorreu ao sair do interior do lar. A mulher sofre a sobrecarga do trabalho externo juntamente com o interno. O homem não dividiu com a mesma as tarefas da casa e criação dos filhos.

UNIDADE TEMÁTICA G -DESAFIOS GESTÃO DO NEGÓCIO E CRIAÇÃO DOS FILHOS	
ENTREVISTADA	FRASES
E1	“[...] Dificuldade em conciliar tempo para cuidado com os filhos, casa e confeitaria”.
E2	“[...] Conciliar trabalho, casa, criação da filha, a rotina em casa com o tempo do trabalho”.
E3	“[...] Precisa ter um fluxo de trabalho muito bem elaborado [...] empreendedorismo materno é isso, conseguir empreender e ser mãe ao mesmo tempo”.
E4	Para os negócios “[...] os desafios são muitos [...] readaptação, custos, insumos, falta de incentivos e valorização do empreendedor. Adminstrar a criação dos filhos, gestão da casa e o empreendimento”.
E5	“[...] As pessoas não acreditam no nosso potencial, no nosso trabalho [...] tenho que estar em casa com o filho, mas, tenho que trabalhar para me sustentar”.
E6	“[...] O maior desafio me ver numa situação em que eu tenha que escolher entre a empresa e a minha filha, diante dessa situação vou sempre escolher minha filha”.
E7	“[...] Estando dentro de caso os filhos tem dificuldade de entender que você está trabalhando [...] um desafio manter um negócio dentro de casa”.
E8	“[...] Qualquer coisa nova que você faz é desafiador [...] conciliar rotina dos filhos, afazeres da casa e empreender”.
E9	“[...] Gerenciar o tempo, conciliar o tempo entre as necessidades do filho, do negócio e a rotina de casa”.
E10	“[...] Os desafios são diários, pois os imprevistos ocorrem a toda hora [...] preciso de ajuda externa frenquentemente e me sinto sempre acelerada para dar conta de tudo [...] um desafio fazer as filhas entenderem que estou trabalhando mesmo estando em casa”.

O grande desafio narrado pelas mães empreendedoras entrevistadas foi conciliar carreira profissional e pessoal, buscando equilíbrio entre elas. O empreendedorismo materno demanda muita coordenação de tempo e dedicação para lidar com os diversos contratemplos que surgem ao longo da caminhada, algumas mães têm ajuda, outras não, e articular o tempo que será dispensado para cada atividade exige muito dessas mulheres.

Há o risco de frustração na nova atividade profissional escolhida, afinal uma atividade sem experiência envolve aprendizado.

Gerenciar carreira e família, simultaneamente, também exige grande desenvoltura dessas mulheres, estabelecer limites para o tempo disponível para as atividades pessoais é desafiador. Mas a flexibilidade de horários e a satisfação pessoal têm grande peso no processo, que é estruturado para atender as demandas que aquela profissional possui como mãe.

Dessa forma, reforça-se as dificuldades de criar filhos e se manter no ambiente mercadológico ocorre mesmo sendo trabalhadora formal e como dona do próprio negócio.

Mais uma vez, por trás desse discurso de empreendedorismo associado a maior tempo disponível tem-se a ideologia neoliberal que vê no trabalho empreendedor uma ação barata e precária que permite o aumento de ganho de capital sobre essa força laboral.

A seguir, tem-se a análise conjunta das unidades temáticas.

4.2 Síntese analítica das Unidades Temáticas

O emprego da fenomenologia social como referência metodológica para o estudo da ação de mães empreendedoras aponta como caminho central a identificação dos motivos porque (passado) e para (futuro) ligados a execução daquela ação.

Diante disso, desvelou-se que as dez mães, sujeito de pesquisa entrevistadas nesse estudo apresentaram como motivo porque empreender, a maternidade e, como motivo para, a questão da conciliação do tempo necessário a criação dos filhos com a realização de uma atividade remuneratória.

Geralmente, os motivos relacionados a ação empreendedora relacionam-se a oportunidade de mercado, busca por reconhecimento profissional, aumento de renda, realização de sonho, execução de uma visão e investimento financeiro.

Todavia, essas mulheres não mencionam ou focam nesses motivos comuns ligados a ação empreendedora, pois imersas nos domínios do patriarcado e influenciadas pela ideologia neoliberal que o empreendedorismo é a solução para quem busca liberdade, somente focam em conseguir ter renda e manter seus filhos protegidos.

Nessa ótica, respondendo a problemática de pesquisa o empreendedorismo para essas mulheres é uma sentença, não porque desejam criar seus filhos com tempo, pois isso é o que elas pensam de forma iludida. Mas, porque o empreendedorismo é empregado como um estratagema patriarcal de recondução da mulher ao ambiente privado do lar e, com isso, torná-la secundária na geração de renda e mais dependente e submissa ao seu provedor.

Outro aspecto que revela os aspectos implícitos nessa questão de empreender para buscar mais tempo com os filhos é a desqualificação do trabalho da mulher que sai da sua área de formação profissional e aceita fazer atividades quaisquer, apenas para não ficar sem nenhuma fonte de renda. Essa mulher empreende ainda em sua visão como um movimento de emancipação, mas de fato é uma sentença a opressão patriarcal e precarização do trabalho sem os benefícios e garantias da atividade remunerada com carteira assinada.

No mais, o mercado de trabalho contribui para essa exclusão ao julgar que apenas a mãe é responsável por criar seus filhos e, por isso, diminui a produtividade quando engravida. Nessa ótica, as mulheres adiam a maternidade para manter seus postos de trabalho formal.

Logo, o patriarcado rouba a maternidade da mulher, pois ela opta por realizá-la tardiamente e, logo depois que se torna mãe volta ao lar, deixa de atuar em sua área de formação, vê sua renda diminuir por um trabalho precário, sem legislação de amparo, denominado empreendedorismo. E, todo esse processo é romantizado pela crença do trabalho informal como maneira de se empreender.

Empreender se torna, então, uma arma do patriarcado e do capital sob roupagem de liberdade que visa retornar com a mulher mãe ao espaço privado, sem qualificação profissional, com renda precária, configurando-se, novamente, em sexo secundário. O direito a maternidade da mulher é negado, e isso, é um último recurso empregado pelo patriarcado na tentativa de freiar ou barrar o empoderamento feminino.

Um caminho para tentar combater esse cenário é a educação e o esclarecimento, fazendo com que a mulher ao se tornar mãe tenha uma maternidade realmente livre, sem ter que deixar de ser ela mesma com seus planos e anseios. Ela deve persistir em seus objetivos tornando o maternar um ato de resisitência e amor a si mesmo e ao filhos, e não um objetivo de manipulação e submissão a ordem patriarcal.

5- CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs analisar os fatores que levam mulheres residentes na cidade de Ouro Branco-MG a empreender, posteriormente, a maternidade. Para tanto, realizou-se um referencial teórico sobre o empreendedorismo, suas origens e definições, explanando sobre os tipos de empreendedorismo além de abordar empreendedorismo e gênero. Desse modo, o referencial teórico fundamentou a análise dos dados coletados via entrevistas semiestruturadas efetivadas com dez mães empreendedoras da cidade de Ouro Branco-MG, respaldada ainda na fenomenologia social, referencial metodológico.

Os dados coletados foram interpretados mediante método fenomenológico de Sanderes (1982), que possibilitou a identificação das unidades temáticas: perfil das mães empreendedoras, perfil do negócio empreendedor, trajetória profissional, entendimento sobre o empreendedorismo, motivos e objetivos para empreender, relação maternidade e empreendedorismo e desafios gestão do negócio e criação dos filhos.

A análise das unidades temáticas como um todo propiciou desvendar uma intensa busca pelo equilíbrio entre vida pessoal e carreira profissional, tendo como principal finalidade o exercício de uma maternidade mais presente. O empreendedorismo é enxergado como uma opção de fazer e gerenciar seus próprios horários, corroborando com

o equilíbrio entre família e trabalho.

A condição determinante para iniciarem seus negócios foi a própria maternidade (motivos porque), vislumbrando uma flexibilidade maior (motivos para). O empreendedorismo foi a única alternativa realizável, logo tido como uma sentença e não uma escolha para essas mulheres. Afinal, segundo suas percepções e experiências nos trabalhos formais anteriores ao empreendedorismo, este equilíbrio era uma possibilidade distante.

No entanto, a luz da fenomenologia social que permite uma análise do mundo da vida, das relações sociais, a partir do dito pelo não dito, pode-se desvelar a partir dos discursos das mulheres mães empreendedoras, a ação do patriarcado, da ideologia neoliberal e da ordem do capital para frear o empoderamento feminino a partir da instrumentalização do empreendedorismo como sentença para as mães que desejam ter tempo para seus filhos.

Logo, o caminho para empreendeder mostra a única opção (sentença) para essas mulheres que desejam passar mais tempo com seus filhos, mas isso é, de fato, um discurso construído e empregado para desempoderá-las e levá-las novamente a tutela do provedor do lar. A mulher ao empreender dessa maneira se prende, acreditando estar se libertando, se afasta do seus filhos, acreditando estar próxima, se diminui pensando estar crescendo.

A educação da mulher sobre o empoderamento feminino, sobre as estruturas da sociedade patricarcal emerge, assim, como um caminho para que a maternidade e todas as suas demais escolhas possam ser realmente conscientes e atos de resistência.

Como limitações do trabalho, acredita-se que poderia enriquecer os dados a identificação de mulheres mães empreendedoras de outras cidades próximas a Ouro Branco-MG. Para trabalhos vindouros, sugere-se investigar a maternidade e o empreendedorismo nos anos iniciais de seus filhos para verificar se realmente há essa prometida geração de tempo e flexibilidade.

Assim sendo, este trabalho contribuiu para impulsionar novos estudos sobre o empreendedorismo materno, ampliando conteúdo acadêmico e despertando maior atenção sobre essa questão que desencadeia em discussões sobre patriarcado, ideologia, capital, empoderamento feminino e resistência.

6- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, E. M. Avaliação da técnica de amostragem “Respondent-driven Sampling” na estimação de prevalências de Doenças Transmissíveis em populações organizadas em redes complexas. Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca – ENSP; Rio de Janeiro: Ministério da Saúde – Fiocruz, 2009. **Dissertação de Mestrado**, 99p.

ALPERSTEDT, G. D.; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades Vivenciadas em Histórias de Vida. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS (EGEPE), 7., 2014, Goiânia. **Anais**. Goiânia: EGEPE, 2014. Disponível em: < <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/266.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2021.

ASSUNÇÃO, A. G., QUEIROZ, F. A., COSTA, R. A. T.. As variáveis necessidade e oportunidades e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. *Saber humano: Revista científica da faculdade Antonio Meneguetti* 7(10), 126-143. 2017.doi:10.18815/sh.2017v7n10.201

AZEVEDO, A. V. S. Empreendedorismo materno: as experiências das mães empreendedoras da cidade do Natal/RN. 2019. 62f. **Monografia** (Graduação em Administração) Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K.. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612/522>. Acesso em: 04 out. 2021.

BALDIN, N., e MUNHOZ, E. M. B. Educação ambiental comunitária: uma experiência com a técnica de pesquisa snowball (bola de neve). **REMEA - Revista Eletrônica Do Mestrado Em Educação Ambiental**, 27. 2012 <https://doi.org/10.14295/remea.v27i0.3193>

BASTIAN, B. L.; SIDANI, Y. M.; EL AMINE, .Y ; Women entrepreneurship in the Middle East and North Africa: A review of knowledge areas and research gaps. **Gender in Management: An International Journal**, v. 33, n. 1, p. 14-29, 2018.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo**: fatos e mitos Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1949.

BELL, J. Projeto de pesquisa: guia para pesquisadores iniciantes em educação, saúde e ciências sociais. Porto Alegre: Artmed, 2008.

BOAVA, F. M. F. M.. O tipo ideal de estratégia: um estudo fenomenológico em um arranjo produtivo local moveleiro. 2012. 291 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2012

BRASIL. **Ministério da saúde**. Diversidades sexuais: adolescentes e jovens para a educação entre pares. 2010. Disponível em: < http://unfpa.org.br/Arquivos/guia_diversidades.pdf>. Acesso em 26 dez. 2021.

CALÁS, M. B. Et; SMIRCICH, L. Do ponto de vista da mulher: abordagens feministas em estudos organizacionais. In: CLEGG, S. ; HARDY, C.; NORD, W. R. (organizadores). **Handbook de estudos organizacionais**, vol. 1. São Paulo: Atlas, 1998.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. José Dornelas – 6. ed. – São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DOURADO, C. S. V. Empreendedorismo materno: a importância do comércio eletrônico na viabilidade de novos negócios gestados por mães. 2016.187f. **Dissertação** (Mestrado em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador. 2016.

FLICK, U. Introdução à pesquisa qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GEM-Brasil 2019. **Global Entrepreneurship Monitor: Empreendedorismo no Brasil**. Relatório Executivo 2019. Curitiba: IBQP, 2020.

GODOY, A. S., Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. In **Revista de Administração de Empresas**, v.35, n.2, Mar./Abr. 1995a, p. 57-63.

GORMAN, R. A. **A visão dual: Alfred Schütz e o mito da ciência social fenomenológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

HISRICH, R. D., PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5 ed. Porto Alegre, 2004.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. “**Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua**”, II trimestre de 2018.

IBGE: INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Coordenação de Cadastro e Classificações. Demografia das empresas e estatísticas de empreendedorismo: 2018**. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101759.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2021.

IRME - Instituto Rede Mulher empreendedora: Empreendedorismo no Brasil- Um recorte de gênero, 2019. Disponível em: <https://institutorme.org.br/pesquisas/> Acesso em: 15 de dez 2021.

KIRZNER, I. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. **Journal of Economic Literature**. v. 35, p. 60-85, mar. 1997.

MACEDO, F.M.F, BOAVA, D.L.T., ANTONIALLI, L. M. A Fenomenologia Social na Pesquisa em Estratégia. **Ram, Rev. adm. mackenzie**, V. 13, N. 5, São Paulo, SP, SET./OUT. 2012

MACHADO, H. P. V; FAIA, V. S.; SILVA, J. D. Alerta Empreendedor: Estudo da Influência de Características do Indivíduo e do Empreendimento. **Brazilian Business Review**, v. 13, n. 5, p. 87, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 8. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas,

2011.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na Pesquisa**. São Paulo:Pioneira, 2002.

RICO, P; CABRER-BORRÁS, B. Gender differences in self-employment in Spain. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 10, n. 1, p. 19-38, 2018.

ROBERT HALF BRASIL. **Relatório Mulheres e o Mundo corporativo, 2016**. Disponível em: <https://www.roberthalf.com.br/sites/roberthalf.com.br/files/legacy-pdfs/robert_half_-_mulheres_e_o_mundo_corporativo.pdf> Acessado em 19 de dez de 2021.

SANDERS, P. Phenomenology: a new way of viewing organizational research. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 7, n. 3, p. 353-360, 1982.

SEBRAE. **Relatório especial Empreendedorismo Feminino no Brasil**. 2019.Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf

SCHÜTZ, A. **Fenomenologia del mundo social**: introducción a la sociologia comprensiva. Buenos Aires: Paidos, 1972.

SHAO, C. Effectuation versus causation in entrepreneurial decision-making in chinese context: consideration of impact of family business background and gender. 2012. **Dissertação de Mestrado**. University of Twente.

TAVARES, M. A. O empreendedorismo à luz da tradição marxista. **Em Pauta: Teoria Social e Realidade Contemporânea**, 16(41), 107-121, 2018.

VALENTE, D. P. Combate à violência de gênero nas relações de trabalho: o que as empresas podem apreender com a Lei Maria da Penha. In: Migalha Trabalhista. 2021. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/migalha-trabalhista/344188/combate-a-violencia-de-genero-nas-relacoes-de-trabalho>. Acesso em: 30 de dez, 2022

ZILLES, U. A Fenomenologia Husserliana como método radical. In: HUSSERL, E. A crise da humanidade europeia e a filosofia. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.