

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

LUANA FRANCESCHI ANDRÉ

**SATISFAÇÃO NO TRABALHO: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE
MULHERES DA FORÇA DE VENDAS INDEPENDENTE MARY KAY,
EMPREGADAS PELO REGIME CLT, AUTONOMAS E REGIME MISTO DE
TRABALHO**

**PORTO ALEGRE
2017**

Luana Franceschi André

**SATISFAÇÃO NO TRABALHO: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE
MULHERES DA FORÇA DE VENDAS INDEPENDENTE MARY KAY,
EMPREGADAS PELO REGIME CLT, AUTONOMAS E REGIME MISTO DE
TRABALHO**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao
Curso de Graduação Universidade Federal do Rio
Grande do Sul para a obtenção do Grau de
Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof. Dra. Silvia Generali da Costa

Porto Alegre
2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha orientadora, pela paciência e por toda ajuda, e ao meu amor, Pedro, por estar sempre ao meu lado e por ter me apoiado em todas as etapas deste trabalho – sem eles não teria me formado. Às minhas amigas que me incentivaram e ajudaram a formar esse trabalho e à equipe de vendas da Mary Kay que tão gentilmente cedeu seu tempo para que este trabalho pudesse ser escrito.

RESUMO

A satisfação no trabalho se vê importante não somente para a saúde mental e física dos empregados, mas também para a produtividade nas organizações. No caso das mulheres, o equilíbrio entre vida familiar e profissional é o que mais gera satisfação a elas, mas há uma dificuldade de conciliação dessas duas esferas devido às mulheres ainda serem as principais responsáveis pela manutenção do lar e criação dos filhos. A dificuldade de manter esse equilíbrio acaba sendo motivo de, muitas vezes, estas deixarem suas carreiras de lado ou procurarem por um emprego mais flexível, constituindo uma tendência maior do que a dos homens ao trabalho informal após tornarem-se mães. Este trabalho buscou estabelecer um comparativo entre a satisfação no trabalho das mulheres no vínculo formal com carteira assinada, no trabalho autônomo de um único empregador e no modelo de vendas diretas, neste caso apresentado pela empresa Mary Kay do Brasil, considerando como principais pontos para se chegar à satisfação uma remuneração justa, oportunidades de crescimento e desenvolvimento, condições seguras e saudáveis no ambiente de trabalho, integração social e igualdade de tratamento, visto serem estes os pontos elencados por Richard Walton como os principais motivos de satisfação no trabalho, dando ênfase ao equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

Para a realização desta pesquisa foi utilizado o método quantitativo descritivo, e a coleta de dados foi feita através de um formulário *online* que registrou as respostas de 81 mulheres. Foram selecionadas para responder ao formulário mulheres empregadas como força de vendas Mary Kay, em vínculo formal de trabalho com carteira assinada, trabalhadoras autônomas, (considerando-se nesse caso também pessoa jurídica e empreendedoras sem vínculo com a Mary Kay), além de mulheres que possuem regime misto de trabalho – trabalhando em um contrato formal com carteira assinada, ou como autônomas, e atuando também como força de vendas Mary Kay. Podemos observar que as mulheres com maior liberdade e flexibilidade de horário, sendo, neste caso, as que são somente força de vendas da Mary Kay, estão mais satisfeitas em todos os aspectos estudados, não apenas com suas condições de trabalho, mas também com seu equilíbrio entre vida profissional e pessoal, sua remuneração frente às suas atribuições e suas possibilidades de crescimento e desenvolvimento profissional.

Palavras-chave: Satisfação no trabalho. Equilíbrio entre vida familiar e profissional. Trabalho Feminino. Vendas Diretas.

ABSTRACT

The satisfaction at work is important, not only for mental and physical health of the employees but also because it affects directly in the organization's productivity. For women, the balance between family and work life seems to be the most important aspect that generates satisfaction in their work, however, finding a balance between these two aspects can prove to be a hard task given the role women still assume as the main responsables for childcare and housekeeping. This struggle often times causes women to leave their jobs or to look for more flexible ones, constituting in them a tendency for working more flexible jobs than men after becoming mothers. The present work stablishes a comparative between work satisfaction and work and family life balance with women that are: formally employed, self-employed or independent workers and the direct sales representatives for Mary Kay, considering as the main aspects to reach work-life satisfaction fair pay, growth opportunities, a safe and healthy work environment, social integration and equal treatment – the points listed by Richard Walton as the main generators of work satisfaction when considering work-life balance as a goal.

This research uses a quantitative and descriptive method of analysis, and the data was collected through an online form that registered the answers of 81 women. The women selected to participate in the research were divided into categories: women employed as Mary Kay sales force, women working under formal employment contracts, self-employed women (in this case we also considered legal entities and entrepreneurs with no ties to Mary Kay), as well as women who have a mixed work regimes – working under a formal contract, or as self-employed, and also as Mary Kay sales force. It was observed that women with greater freedom and flexibility of time, in this case, those who work only as Mary Kay sales force, are more satisfied with all the aspects studied here, not only in what regards their working conditions, but also the balance between professional and personal life, the pay in relation to their duties and their possibilities for growth and professional development.

Keywords: Work satisfaction. Work and family life balance. Female work. Direct Sales.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número e percentual de respondentes mulheres e homens segundo objetivos profissionais de médio e longo prazo.....	25
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Remuneração de mulheres, nascidas em 1974, em % da recebida por homens com as mesmas características	18
Gráfico 2 – Média semanal de horas dedicadas aos afazeres domésticos na população 9 anos de idade, por sexo e condição de ocupação. Brasil, 2001-2012	20
Gráfico 3 – Idade	39
Gráfico 4 – Regime trabalhista das participantes	40
Gráfico 5 – Idade por profissão	41
Gráfico 6 – Média de habitantes por residência	41
Gráfico 7 – Trabalhadoras com filhos	42
Gráfico 8 – Conforto ao sair da rotina de trabalho para atender emergências em relação aos filhos	43
Gráfico 9 – Satisfação quanto ao tempo disponível para dedicar aos filhos	43
Gráfico 10 – Responsabilidade de criação dos filhos.....	44
Gráfico 11 – Média de horas trabalhadas por semana dividida em regime de trabalho.....	45
Gráfico 12 – Realização de tarefas domésticas por atividade trabalhista.....	46
Gráfico 13 – Horas de realização de serviço doméstico.....	47
Gráfico 14 – Compensação justa	48
Gráfico 15 – Condições de trabalho	49
Gráfico 16 – Desenvolvimento e utilização das capacidades.....	50
Gráfico 17 – Oportunidade de crescimento de carreira.....	51
Gráfico 18 – Integração social entre colegas de trabalho e superiores.....	52
Gráfico 19 – Cidadania e igualdade de tratamento no ambiente de trabalho	53
Gráfico 20 – Qualidade de vida profissional e pessoal	54
Gráfico 21 – Relevância social no trabalho.....	55
Gráfico 22 – Trabalha dentro do horário mais produtivo.....	56
Gráfico 23 – Liberdade para trabalhar em horários alternativos a fim de ter uma produtividade melhor.....	56

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 OBJETIVOS	11
2.1 OBJETIVO GERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
3 JUSTIFICATIVA	12
4 REVISÃO TEÓRICA	13
4.1 SATISFAÇÃO PROFISSIONAL.....	13
4.1.1 Satisfação profissional feminina	14
4.1.2 Equilíbrio de vida profissional e familiar.....	16
4.1.2.1 Dificuldades na conciliação da vida profissional e familiar	17
4.2 ALTERNATIVAS DE MODELOS DE TRABALHO.....	20
4.2.1 Contrato formal de trabalho – carteira de trabalho assinada.....	20
4.2.2 Prestador de serviço autônomo	21
4.2.3 Empreendedorismo	23
4.2.4 Vendas diretas.....	25
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
5.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	28
5.2 COLETA DE DADOS.....	29
5.3 ANÁLISE DOS DADOS.....	30
6 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO ESTUDADA.....	31
6.1 VALORES DA EMPRESA.....	32
6.2 APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO	32
6.3 PLANO DE CARREIRA INDEPENDENTE.....	34
6.4 PREMIAÇÕES E RECONHECIMENTOS.....	36
6.4.1 Programa Estrela Consistente	36
6.4.2 Programa Corte de Início e Vendas – pessoais e da unidade.....	36
6.4.3 Viagem das diretoras Top	37

6.4.4 Summit.....	37
6.4.5 Inner Circle	37
6.4.6 Diamante	38
6.4.7 Troféu Sobre Rodas	38
7 RESULTADOS	39
7.1 CARACTERIZAÇÃO DAS PARTICIPANTES.....	39
7.2 QUALIDADE DE VIDA E FILHOS	42
7.3 HORAS TRABALHADAS E TAREFAS DOMESTICAS.....	44
7.4 SATISFAÇÃO DE VIDA NO TRABALHO	47
7.4.1 Compensação financeira justa e adequada.....	47
7.4.2 Condições seguras e saudáveis de trabalho.....	48
7.4.3 Oportunidade de desenvolvimento e utilização das próprias capacidades.....	49
7.4.4 Oportunidade de crescimento na carreira.....	50
7.4.5 Integração social entre funcionários	51
7.4.6 Cidadania e igualdade no ambiente de trabalho.....	52
7.4.7 Qualidade de vida profissional e pessoal	53
7.4.8 Relevância social no trabalho	54
7.5 FLEXIBILIDADE DE HORÁRIO E PRODUTIVIDADE	55
8 CONCLUSÃO.....	57
REFERÊNCIAS	59
APÊNDICE A – FORMULÁRIO APLICADO ÀS TRABALHADORAS	62

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, as mulheres são as responsáveis pela administração do lar e pela criação dos filhos, enquanto os homens seriam os únicos responsáveis pela sustentação financeira. Com a evolução da sociedade, o mercado de trabalho se abriu à mão de obra feminina, porém a incumbência da administração do lar e a criação dos filhos não acompanhou a mesma evolução em relação aos homens. Isso fez com que as responsabilidades femininas se somassem, exigindo, assim, mais das mulheres. É, também, o que reforça Probst (2014):

As mulheres sofrem mais do que os homens com o estresse de uma carreira, pois as pressões do trabalho fora de casa se duplicaram. As mulheres dedicam-se tanto ao trabalho quanto o homem e, quando voltam para casa, instintivamente dedicam-se com a mesma intensidade ao trabalho doméstico. Embora alguns homens ajudem em casa, não chegam nem perto da energia que a mulher tende a dar.

A fim de atender ambas as responsabilidades, as mulheres procuram formas de equilibrar suas atenções com a família e o comprometimento com o trabalho remunerado, que pode se apresentar de diferentes maneiras, sendo que as pertinentes a este estudo são: trabalho formal com carteira de trabalho assinada; e trabalho autônomo, que, por sua vez, pode ocorrer das seguintes formas: autônomo para um único cliente, com liberdade de tempo, porém devendo obedecer às regras da empresa/cliente para a qual trabalha, e o tipo empreendedor, que está à frente do próprio trabalho e desfruta de maior liberdade de tempo além de total liberdade das suas condições de trabalho.

Dentro deste último seguimento, se enquadra o modelo de vendas diretas, que vem ganhando espaço no mercado brasileiro. É um empreendimento não apenas de complementação de renda, já se constituindo como a principal fonte de sustento de muitas famílias brasileiras.

A empresa Mary Kay Inc. é um exemplo deste tipo de negócio. Criada em 13 de setembro de 1963 pela fundadora Mary Kay Ash, com a ajuda da família, amigos, colaboradores e 9 consultoras de beleza, hoje está presente em mais de 35 países e conta com aproximadamente 3,5 milhões de consultoras pelo mundo inteiro. Conta, ainda, com o apoio de mais de 39 mil diretoras de vendas e mais de 600 diretoras nacionais ao redor do mundo, o cargo mais alto a ser alcançado dentro da empresa. Esta organização foi criada com o intuito de oferecer às mulheres a possibilidade de fundar o seu próprio negócio e de ter oportunidades

de crescimento de carreira igualitárias.

Assim, o presente trabalho utiliza a pesquisa quantitativa descritiva e, como instrumento, um questionário aplicado na força de vendas da empresa Mary Kay (incluindo consultoras de beleza, diretoras de vendas e diretoras de vendas nacionais), em trabalhadoras autônomas (também se encaixando nesse grupo pessoas jurídicas), em mulheres que trabalham no mercado formal de trabalho com carteira de trabalho assinada e mulheres em regime misto (mulheres com carteira assinada e também consultoras Mary Kay) a fim de verificar como cada categoria entrevistada avalia sua satisfação no trabalho, tendo em vista seu equilíbrio entre vida profissional e familiar, remuneração justa, oportunidades de crescimento e desenvolvimento no trabalho. Mensura-se também a diferença de satisfação no trabalho entre esses quatro modelos empregatícios: força de vendas Mary Kay; autônomas, pessoa jurídica; mulheres com carteira de trabalho assinada e mulheres em regime misto de trabalho.

2 OBJETIVOS

Nesta seção estão listados os objetivos gerais e específicos do presente estudo.

2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo deste trabalho é comparar o equilíbrio de vida, remuneração justa e oportunidade de crescimento, desenvolvimento e a satisfação com o trabalho das mulheres que fazem parte da força de vendas Mary Kay, das que trabalham em regime de carteira assinada, autônomas e pessoas jurídicas sem vínculo com a Mary Kay e mulheres em regime misto de trabalho.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os objetivos específicos deste trabalho consistem em:

- a) descrever o modelo de negócios oferecido pela Mary Kay à força de vendas;
- b) caracterizar e identificar o nível de satisfação quanto ao trabalho das mulheres entrevistadas;
- c) caracterizar e identificar o nível de satisfação quanto ao equilíbrio da vida familiar e profissional das mulheres entrevistadas;
- d) verificar e descrever as diferenças na satisfação no trabalho da força de vendas da empresa Mary Kay e das categorias autônoma e profissional com vínculo formal de trabalho com carteira assinada, além das mulheres em regime misto de trabalho.

3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho tem como premissa averiguar a satisfação no trabalho de mulheres trabalhadoras, tanto em vínculo formal de trabalho quanto autônomas e mulheres que trabalham por conta própria em vendas diretas como força de vendas Mary Kay, além de mulheres em regime de trabalho misto. A satisfação no trabalho é algo importante tanto para empregados quanto para empregadores. No caso das mulheres, há de se ter uma atenção maior ao equilíbrio e à flexibilidade, visto que a mulher não só é responsável pelo trabalho que executa nas empresas, mas também pelo trabalho que existe dentro do seu lar, a fim de alcançar satisfação profissional e pessoal e o equilíbrio entre vida profissional e familiar, que se mostra principal em se tratando da satisfação feminina.(Jonathan, 2005) O presente estudo se justifica a partir da necessidade de uma melhor compreensão sobre a satisfação feminina no trabalho, visto as suas atribuições e responsabilidades serem maiores que as masculinas. Também se justifica a fim de desenvolver condições melhores de trabalho para metade da população produtiva do país, assim como de ajudar na geração de políticas de gestão de pessoas dentro das organizações, com fins de reter seus talentos femininos dada uma melhor compreensão do que de fato deixa as mulheres mais satisfeitas enquanto funcionárias.

4 REVISÃO TEÓRICA

Neste capítulo são tratados e levantados os conceitos que embasam este trabalho a fim de permitir uma melhor compreensão dos resultados finais do presente instrumento. São apresentados primeiramente os conceitos de satisfação feminina no trabalho e de modelos de negócios.

4.1 SATISFAÇÃO PROFISSIONAL

A satisfação no trabalho é uma reação emocional positiva e/ou prazerosa que o empregado tem em relação às suas experiências profissionais cotidianas. (MILKOVICH; BOUDREAU, 2000). Também é algo que tem interessado estudiosos, empresas e gerentes nos últimos tempos. Primeiramente, esse interesse em compreender os sentimentos que são gerados nos trabalhadores pelo trabalho foi marcado pela associação da satisfação profissional com o processo motivacional. Por um bom tempo, a satisfação e a motivação no trabalho estiveram juntas nas teorias que estudavam comportamentos de trabalho, como é o caso da teoria de motivação-higiene (HERZBERG; MAUSNER; SNYDERMAN, 1959),¹ da teoria de satisfação de necessidades (VROOM, 1964)² e da teoria de expectativas e instrumentalidade (HACKMAN; PORTER, 1971).³ Estes estudos, assim como o de Tiffin e McCormick (1975),⁴ defendiam que a satisfação no trabalho era parte da motivação que levava trabalhadores a apresentarem indicadores de comportamentos de trabalho interessantes às empresas, tais como aumento do desempenho e da produtividade, redução da rotatividade de empregados nas empresas e de faltas ao trabalho por parte dos trabalhadores.

Visto isso, a satisfação foi estudada como uma “causa” de comportamentos no trabalho. Já nos estudos de hoje encontra-se o conceito de satisfação no trabalho sendo tratado como uma atitude. Independentemente deste ponto de discordância, ambas as visões convergem ao entenderem que um trabalhador satisfeito é também um trabalhador produtivo. (SIQUEIRA, 2008).

Bergamini (1990, p. 30) disserta com relação à motivação:

¹ HERZBERG, Frederick; MAUSNER, Bernard; SNYDERMAN, Barbara. **The motivation to work**. New York: Wiley, 1959.

² VROOM, Victor H. **Work and motivation**. New York: Willey, 1964.

³ HACKMAN, R.; PORTER, L. W. Predicciones de la eficiencia en el trabajo por la teoria de las expectativas. In: FLEISHMAN, Edwin A.; BASS, Alan R. (Orgs.). **Estudios de psicologia industrial y del personal**. México: Trillas, 1971. p. 295-304.

⁴ TIFFIN, Joseph; McCORMICK, Ernest J. **Psicologia industrial**. São Paulo: EPU, 1975.

[...] motivação, que nasce das necessidades intrínsecas e que encontra sua fonte de energia nas emoções – assim sendo, ela pode então ser compreendida como algo interno a cada um. Apesar do seu caráter claramente intrínseco, a motivação pode servir-se de fatores existentes no meio ambiente como meios de satisfazer uma necessidade interna, mas isso não significa que sua compreensão possa ser reduzida à busca desses fatores em si mesmos. [...] Todo esse processo se origina nas carências internas que predispõem o indivíduo a um comportamento de busca, que tem como finalidade satisfazê-las. Trata-se de um ciclo interno, na medida em que ele tem um início e um fim dentro do próprio mundo interior de cada pessoa e só pode ser entendido como algo interior a ela.

Mostra-se, assim, que a motivação e a satisfação estão relacionadas, sendo que satisfação é, segundo Marqueze e Moreno (2005, p. 77):

[...] o processo de satisfação no trabalho resulta da complexa e dinâmica interação das condições gerais de vida, das relações de trabalho, do processo de trabalho e do controle que os próprios trabalhadores possuem sobre suas condições de vida e trabalho. A satisfação no trabalho pode ser, por conseguinte, fonte de saúde, bem como a insatisfação pode gerar prejuízos à saúde física, mental e social, acarretando problemas à organização e ao ambiente de trabalho.

As autoras Marqueze e Moreno (2005) também comentam que independentemente da concepção de satisfação no trabalho, a interferência no processo saúde-doença e conseqüentemente no ambiente de trabalho e na vida pessoal dos trabalhadores é bastante clara. Os fatores mais recorrentes de satisfação no trabalho são: remuneração e benefícios adequados; condições seguras e saudáveis de trabalho; oportunidade de desenvolvimento, treinamento e utilização das próprias capacidades; oportunidade de crescimento na carreira; integração social entre funcionários e entre funcionários e chefia; cidadania e igualdade de tratamento; equilíbrio entre vida pessoal e profissional, relevância e participação do indivíduo para a organização para a qual trabalha. Esses fatores vão de encontro e podem ser encaixados com os oito fatores de satisfação e qualidade de vida no trabalho proposto por Walton (1973).

4.1.1 Satisfação profissional feminina

Mulheres se mostram mais satisfeitas quando seu trabalho é reconhecido, quando tem tempo para cuidar das responsabilidades do lar e dos seus filhos e quando recebem remuneração justa e oportunidades de crescimento.

Em uma extensa pesquisa realizada com homens e mulheres executivos, realizada por

Carvalho Neto, Tanure e Andrade (2010), a satisfação das mulheres se mostrou, de maneira geral, menor do que a dos homens. Suas maiores insatisfações são quanto à sua relação com os chefes, seus pares e subordinados, bem como com o sistema de compensação utilizado pelas organizações que as empregam. O estudo mostrou também que o índice relacionado a sintomas de estresse com relação ao trabalho é maior nas mulheres do que nos homens – elas teriam uma tendência maior a apresentarem sintomas emocionais, além de as relações afetivas das mulheres terem um índice maior de não satisfação, enquanto as dos homens não se traduzem em incômodo expresso.

Mostrou-se neste mesmo artigo que a questão equilíbrio familiar e profissional é um dos fatores mais importantes para a satisfação das mulheres, estando, no entanto, a possibilidade de ascensão na carreira em primeiro lugar, visto que as mulheres sacrificam a primeira questão a fim de alcançar o topo da carreira nas empresas para as quais trabalham. (CARVALHO NETO, TANURE; ANDRADE, 2010).

Segundo Foley, Ngo e Wong (2005⁵ apud CAVAZZOTE; OLIVEIRA; MIRANDA, 2008/2009, p. 72), “Pesquisas internacionais que discutem o assunto indicam que, comparativamente aos homens, as mulheres apresentam maior queda no nível de satisfação quando observam discriminação de gênero no ambiente de trabalho”. Além do mais, Shaffer et al. (2000) observaram os efeitos negativos da percepção da desigualdade de gênero sobre a satisfação de mulheres com seus empregos em três diferentes localidades – Estados Unidos, China e Hong Kong. Nesta pesquisa, realizada com uma amostra de mulheres brasileiras, também se propõe essa mesma relação.

Jonathan (2005), em sua pesquisa com 49 empreendedoras cariocas atuantes em diferentes setores da economia, constatou que todas se sentiam realizadas e positivamente satisfeitas principalmente com o seu trabalho em si, o equilíbrio profissional, pessoal e familiar, além do destaque da possibilidade de crescimento e desenvolvimento profissional, mostrando assim a importância dessas esferas e da liberdade proporcionada pelo empreendedorismo para a satisfação profissional das mulheres.

Considerando-se as pesquisas acima, pode-se observar que a satisfação feminina com o trabalho, sobretudo no Brasil, deve-se principalmente à possibilidade de crescimento e desenvolvimento de carreira, equilíbrio familiar/profissional, remuneração e tratamento justo entre funcionários.

⁵ FOLEY, S.; NGO, H.; WONG, A. Perceptions of discrimination and justice: are there gender differences in outcomes? *Group & Organization Management*, v. 30, n. 4, p. 421-450, Aug. 2005.

4.1.2 Equilíbrio de vida profissional e familiar

O equilíbrio entre vida profissional e pessoal tem se mostrado um fator muito importante, não só para a saúde dos indivíduos, mas também das empresas, tendo como ponto de vista que um empregado mais feliz é um empregado mais benéfico para a organização.

Para Stepansky e França (2008), alguns países vêm aumentando nas empresas a instalação de programas de equilíbrio de vida entre trabalho e vida pessoal, devolvendo aos empregados o controle de como, onde e quando querem trabalhar. Isto, porém, só é obtido quando a empresa entende, aceita e respeita as necessidades de seus funcionários de ter uma vida plena dentro e fora da organização, gerando assim benefícios mútuos à organização e ao indivíduo que nela trabalha. Para que haja este equilíbrio, é necessário que a organização busque estratégias e programas para que o trabalho seja feito da maneira mais agradável e para que se reduza qualquer estresse, também flexibilizando o tempo do trabalhador. Essa flexibilidade permite a participação do trabalhador em atividades que promovam a sua saúde e bem-estar, assim como em obrigações de natureza familiar, especialmente no atendimento e acompanhamento dos filhos e de familiares idosos.

Ainda comenta-se que, no caso da mulher, em principal para as que querem ter filhos, o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal é algo primordial, visto que ainda é rara a contribuição masculina no cuidado da casa e dos filhos no Brasil. Isso é evidenciado, ainda, pelo número de 25% dos lares da média nacional e 30% dos lares nas metrópoles serem chefiados exclusivamente por mulheres. Um estudo realizado com pais e mães solteiras na Filândia, Reino Unido e Japão (CHANDOLA et al., 2004) demonstrou que o equilíbrio entre vida pessoal e profissional contribui para uma melhoria na saúde mental dos trabalhadores de ambos os sexos em sociedades industriais. (STEPANSKY; FRANÇA, 2008).

O equilíbrio de tempo entre vida pessoal e profissional associado a uma compensação financeira justa e adequada permitiriam ao trabalhador usufruir de boa saúde e bem-estar, além de lhe permitir prestar assistência familiar, resultados esperados naturalmente pelo trabalhador por sua dedicação e trabalho à empresa. (STEPANSKY; FRANÇA, 2008). Porém, a maioria dos trabalhadores tem metade do seu dia ocupada pela dedicação ao trabalho e deslocamento, outras 10 horas são destinadas ao descanso, alimentação e à higiene básica. Portanto, o indivíduo teria cerca de duas horas ou menos para dedicar à família e ao asseio do lar. Muitas vezes, as pessoas acabam tendo de remanejar esse tempo devido a um maior tempo de deslocamento para e do trabalho ou a atividades educacionais extras.

O desequilíbrio entre vida pessoal e profissional pode ser tão expressivo que, ao se

aposentar, não raramente emergem no indivíduo sentimentos de incapacidade em administrar o tempo livre e a sensação de falta de propósito na vida. (STEPANSKY; FRANÇA, 2008).

4.1.2.1 Dificuldades na conciliação da vida profissional e familiar

Segundo Carvalho Neto, Tanure e Andrade (2010), mulheres enfrentam uma série de dificuldades de crescimento na carreira devido a fatores como: o homem, historicamente, ter maior oportunidade de investimento nos estudos do que as mulheres; a tendência que os homens têm de exclusão das mulheres de seus círculos informais de relacionamento entre executivos, sendo esse um importante canal de ascensão e permanência na carreira; o elemento sexualização e o temor do uso indevido da sexualidade – deve-se pensar, agir e trabalhar “como homem” para ser respeitada e ter predicados social e historicamente atribuídos à mulher para ser amada, e, ainda assim, seu sucesso pode ser atribuído ao uso da sua sexualidade; no casamento, os homens são mais beneficiados, pois, tendo a parceira a responsabilidade da administração do lar, ele tem mais tempo e foco para desenvolver a carreira, e o contrário ocorre com as mulheres, pois têm a tendência de investir mais na família e menos na carreira.

Essas diferenças são devidas ao elemento cultural. Em culturas mais masculinas, o cenário acima é o mais comum, e em culturas mais femininas, como a escandinava, as diferenças não são tão significativas, visto que as responsabilidades de trabalho e vida familiar são de responsabilidade de ambos – homens e mulheres. Este último caso, porém, é raro.

O mesmo estudo de Carvalho Neto, Tanure e Andrade (2010), em referência ao trabalho de Martins, Eddleston e Veiga (2002), aponta que, no Brasil, um país de cultura considerada machista, o mercado de trabalho ainda não conseguiu uma significativa divisão de responsabilidades em relação aos filhos. A pesquisa de Martins, Eddleston e Veiga (2002)

[...] sugere que as mulheres, na média, enfrentam mais estresse no desempenho do seu papel familiar do que os homens, e que, no equilíbrio entre os papéis no trabalho e na família, as mulheres tendem a trocar as responsabilidades familiares pelas responsabilidades do trabalho.

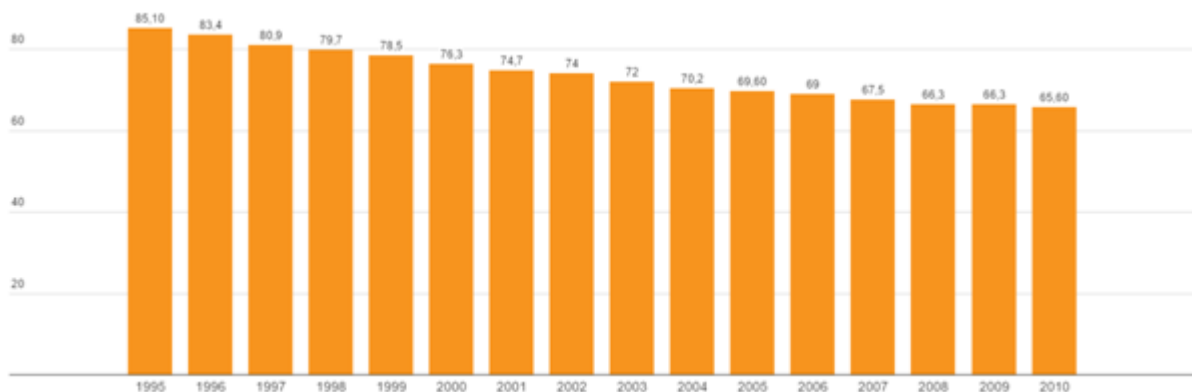
Há outros fatores que explicam essa diferença, como a estrutura econômica do país. No Brasil, por exemplo, as mulheres executivas podem terceirizar parte da criação dos filhos e os cuidados com a casa ao contratar mão de obra feminina barata, o que ainda gera sofrimento e

carga adicional à mulher executiva, visto que valores e definição de limites não são transferidos de maneira fácil e clara. Além disso, outro fator expressivo é a falta de mobilidade feminina devido ao compromisso maior na criação dos filhos e à necessidade de viagens constantes para cargos mais altos das corporações, o que dificulta sua ascensão. Segundo Carvalho Neto, Tanure e Andrade (2010): “Geralmente a mulher não muda a moradia do marido e dos filhos em função da demanda da empresa, quando o contrário quase sempre ocorre com os homens”.

Outra dificuldade é a exigência cada vez maior imposta pelas empresas de previsão de problemas e melhoria dos resultados dos funcionários, havendo um aumento na carga de trabalho e na demanda do funcionário pela empresa. A disponibilidade de materiais de trabalho como e-mails, laptops e telefones celulares para que os empregados trabalhem também fora do horário comercial dificulta a disponibilidade do funcionário para a família, fazendo com que a mulher possa se sentir culpada, visto que ela está presente e ao mesmo tempo ausente no seu tempo dedicado à família. (CARVALHO NETO; TANURE; ANDRADE, 2010).

Através de uma extensa pesquisa realizada em 2017 por Fraga, Gonzaga e Soares que comparou as carreiras de homens e mulheres de modo a considerar para a comparação experiências, características e anos de estudos semelhantes entre os gêneros, foi constatado que: aos 21 anos de idade, a diferença salarial entre homens e mulheres é de 14.90% e, aos 36, passa a ser de 34.40%, como podemos observar no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Remuneração de mulheres, nascidas em 1974, em % da recebida por homens com as mesmas características⁶



Fonte: Fraga, Gonzaga e Soares (2017).

⁶ O estudo compara homens e mulheres com mesma escolaridade, tempo de serviço, jornada de trabalho, setor da economia e estado de residência, com base em dados do mercado formal.

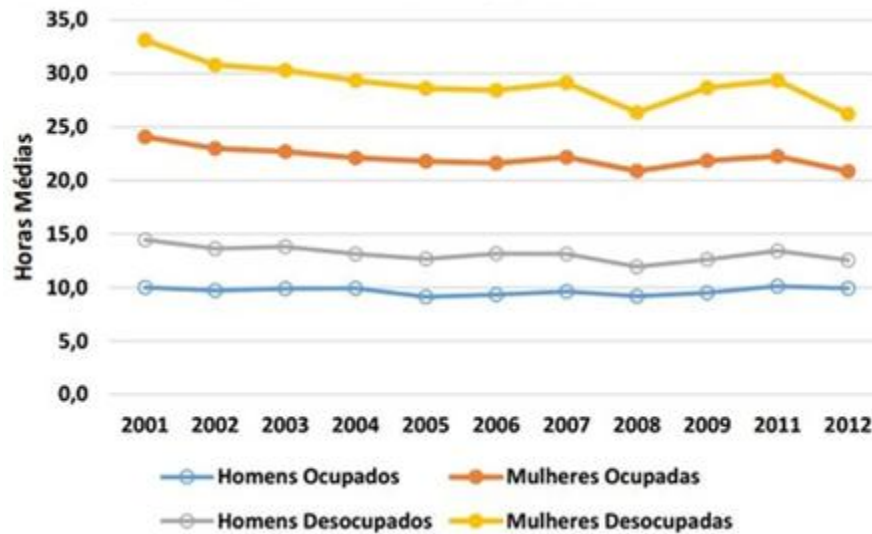
Portanto, no início de uma carreira profissional, a cada um real recebido por um homem, uma mulher recebe 85 centavos e, ao atingir os 36 anos, esse valor se reduz para 66 centavos a cada real recebido por um homem.

Outro aspecto do mercado de trabalho salientado pela pesquisa foi que os homens tendem a perdurar mais tempo em carreiras fixas do que as mulheres. Essa comparação levou em conta não apenas valores médios, mas catalogou cada indivíduo por seu nível de habilidade profissional e características de personalidade. Uma das hipóteses levantadas pelos autores para justificar a precocidade das mulheres em se retirar do mercado formal de trabalho é a dificuldade de conciliação entre trabalho e maternidade, como verificado também na pesquisa de Carvalho Neto, Tanure e Andrade (2010).

Nos últimos anos, houve uma convergência nos papéis desempenhados por homens e mulheres. Segundo o IBGE (2014), as mulheres hoje têm mais anos de estudo do que os homens, e a sua participação no mercado de trabalho tem aumentado, conforme já corroborado pelas pesquisas citadas anteriormente. Porém, a mulher ainda desempenha o que se chama de dupla jornada de trabalho.

Ainda de acordo com o IBGE (2014), cerca de 90% das mulheres fazem tarefas domésticas, enquanto somente 40% dos homens as fazem. No Gráfico 2 podemos observar a quantidade de horas semanais dispensadas a tarefas domésticas por homens e mulheres ocupados e desocupados.

Gráfico 2 – Média semanal de horas dedicadas aos afazeres domésticos na população dos 9 aos 85 anos de idade por sexo e condição de ocupação. Brasil, 2001-2012⁷



Fonte: Almeida (2014).⁸

Nota-se que mulheres chegam a utilizar até três vezes mais horas em uma semana para realizar trabalhos domésticos do que os homens. Isso demonstra que a responsabilidade continua sendo feminina na hora dos afazeres domésticos e na criação dos filhos no Brasil.

Apesar das responsabilidades de cuidado com o lar e com os filhos atribuídas às mulheres e de todos os desafios que são implicados na tentativa de se equilibrar carreira e família, as mulheres que gostam do que fazem na carreira não estão dispostas a abandonar a vida profissional, visto que somente a vida familiar já não as satisfaz. (CARVALHO NETO; TANURE; ANDRADE, 2010).

4.2 ALTERNATIVAS DE MODELOS DE TRABALHO

Nesta seção são descritos os principais modelos de trabalho apresentados hoje no mercado e que foram considerados para a realização posterior da pesquisa.

4.2.1 Contrato formal de trabalho – carteira de trabalho assinada

A carteira de trabalho Brasileira é um documento obrigatório para quem queira prestar algum tipo de serviço profissional de maneira formal no Brasil. Nela estão registrados todos

⁷ Período de 2001 a 2003: não inclui a população da área rural de Rondônia, Acre, Amazonas, Amapá, Roraima e Pará.

⁸ Formulado com base nos dados do IBGE/PNAD 2001-2012.

os dados da vida profissional formal do indivíduo. Segundo o *site* do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, a carteira de trabalho, “Instituída pelo Decreto nº 21.175, de 21 de março de 1932 e posteriormente regulamentada pelo Decreto nº. 22.035, de 29 de outubro de 1932” (BRASIL, 2015a), tornou-se documento obrigatório para toda pessoa que venha a prestar algum tipo de serviço a outra pessoa, seja na indústria, no comércio, na agricultura, na pecuária ou mesmo de natureza doméstica. A Carteira de Trabalho e Previdência Social é hoje, por suas anotações, “um dos únicos documentos a reproduzir com tempestividade a vida funcional do trabalhador. Assim, garante o acesso a alguns dos principais direitos trabalhistas, como seguro-desemprego, benefícios previdenciários e FGTS.” (BRASIL, 2015a).

Em 2014, o Brasil registrou que 50,8% da população ocupada possuía vínculo empregatício formal de trabalho com carteira assinada. (BRASIL, 2015b). No ano seguinte, porém, o Brasil perdeu 1,5 milhão de vagas com carteira assinada (BRASIL..., 2016) e mais 1.32 milhão em 2016 devido à crise. (MARTELLO, 2017). Assim, houve um aumento considerável de profissionais que migraram ao regime informal e autônomo de trabalho devido à falta de postos no mercado formal.

Visto a obrigatoriedade da carteira de trabalho como instrumento oficial de contratação de serviço de pessoas físicas, conforme já mencionado acima, o presente trabalho tratará como contrato formal de trabalho apenas as pessoas que trabalham com carteira assinada.

4.2.2 Prestador de serviço autônomo

Trabalhador autônomo é todo aquele que exerce uma atividade profissional por conta própria ou sem vínculo empregatício, sempre assumindo os próprios riscos de trabalho. A princípio a prestação de serviços seria feita de forma eventual e não habitual para um único empregador, porém não é isso que ocorre: o vínculo pode acabar sendo, sim, habitual, como autônomos empregados por uma única empresa, como, por exemplo, cabeleireiros, advogados e pessoas contratadas como CNPJ pela empresa para que esta não tenha que pagar os direitos trabalhistas. Assim, apesar de o autônomo ser um trabalhador que possui determinadas habilidades técnicas, manuais ou intelectuais e que decide trabalhar por conta própria, sem vínculo empregatício, tendo a vantagem de negociar mais livremente as relações de trabalho, como horários mais flexíveis e salários (OST, 2008), essas características, na prática, acabam muitas vezes se resumindo à simples ausência de responsabilidade do empregador para com o empregado.

Em suma, “este trabalhador caracteriza-se pela autonomia da prestação de serviços a

uma ou mais empresas, sem relação de emprego, ou seja, por conta própria, mediante remuneração, com fins lucrativos ou não”. (OST, 2008). Para este modelo de negócio, segundo Lima (2007), pode-se observar que o contratante do serviço, geralmente uma organização com fins lucrativos, pagaria somente pelo trabalho oferecido pelo associado ou pelo prestador do serviço, aumentando assim a inserção de uma maneira geral no mercado de trabalho. Entretanto, esse tipo de contratação de serviço precariza o pagamento dos trabalhadores, visto que acaba por informalizá-los. Assim, este modelo de trabalho que deveria possibilitar uma maior flexibilidade aos prestadores de serviço autônomos, não o faz porque “não tem patrão, mas tem, porque eles continuam mandando”.

Segundo Dieuaide, Mondon-Navazo e Rosenfield (2014), o trabalho autônomo surgiu após a queda do modelo fordista de produção em massa, em 1980. Na intensificação da concorrência internacional e difusão das tecnologias de informação e de comunicação, ocorreu uma diversificação das relações de trabalho no seio de organizações preocupadas com a redução de custos e com a procura de uma maior flexibilidade, surgindo assim os trabalhadores independentes economicamente dependentes de um único cliente. Sendo assim, os trabalhadores independentes, além da sua dependência econômica de uma única empresa que tomam como cliente, estão integrados na cultura da organização, operando, na maioria das vezes, dentro da estrutura fornecida pela empresa e com os materiais igualmente fornecidos pelo mesmo cliente. Segundo os mesmos autores, há uma dualidade entre os pesquisadores que afirmam que esses trabalhadores estão numa “zona cinza”, entre trabalho independente e emprego remunerado, e pesquisadores que qualificam esta como uma maneira híbrida de trabalho, que associa características tanto do trabalho independente quanto do trabalho remunerado. No entanto, os autores não conseguiram encontrar estatísticas que caracterizassem o trabalho autônomo.

Ambas as pesquisas citadas (DIEUAIDE; MONDON-NAVAZO; ROSENFELD, 2014; LIMA, 2007) apontam que o trabalho autônomo acaba muitas vezes diminuindo a receita dos trabalhadores devido à falta de oportunidades sob regimes diferentes de trabalho dentro da mesma área de atuação ou especialização. Lima (2007) aponta que, desta forma, existe a geração de mais oportunidades de trabalho, porém que os associados ou autônomos acabam não tendo a flexibilidade que teoricamente teriam, aumentando a informalidade do trabalho e vulnerabilizando, assim, a força de trabalho. Da mesma forma, diminui-se a receita desses trabalhadores em comparação com os trabalhadores formais.

Ao se unir os aspectos de gênero aos estudos dessa categoria, têm-se uma precarização ainda mais aguda: há falta de oportunidade de crescimento de carreira, visto que são

contratadas para um serviço específico – logo, recebem apenas pelo serviço, sem garantias de remuneração caso fiquem doentes ou tenham alguma emergência, além de não terem direito a licença a maternidade caso ficassem grávidas, um direito que seria garantido a uma funcionária de carteira assinada, por exemplo. Trabalhadoras autônomas que queiram acompanhar os quatro primeiros meses do seu bebê, devem fazê-lo sem qualquer remuneração para o período pelo qual se retirarem do mercado. Ainda, não há investimento de treinamento para empregados autônomos, visto que já são contratados justamente por ter o conhecimento da tarefa, sendo, por decorrência, trabalhadores mais insatisfeitos.

Com as atuais mudanças na CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) aprovadas em março que permitem agora que uma empresa terceirize seus funcionários, inclusive para atividade fim, criando assim novos postos de trabalho informais, pode-se precarizar ainda mais o serviço autônomo. Isso já pode ser observado na recente entrevista de Cimar Azeredo, coordenador de trabalho e rendimento do IBGE, ao Estadão: “Existe sem dúvida uma recuperação acontecendo em termos quantitativos, de geração de postos. Mas a qualidade desses postos é questionável, uma vez que dois terços deles estão nessa plataforma informal”. (AMORIM, 2017).

4.2.3 Empreendedorismo

A palavra empreendedor, do francês *interpreneur*, quer dizer “aquele que assume riscos e começa algo novo”. Este conceito de empreendedorismo tomou força principalmente a partir dos anos 1990, e existem diversos fatores que possibilitam explicar este interesse pelo assunto – um deles seria a preocupação do governo e entidades de classe na criação de micro e pequenas empresas mais duradouras, devido ao índice da taxa de mortalidade desses empreendimentos serem altas. Uma das consequências imediatas da criação dessas micro e pequenas empresas e da necessidade maior de empreender foi o aumento do índice de desemprego, principalmente nas grandes cidades, onde a concentração de empresas é maior. (DORNELAS, 2008). Sem alternativas, devido à baixa dos postos de trabalho, ex-funcionários dessas empresas que cortaram postos de trabalho começaram a criar negócios, às vezes mesmo sem experiência no ramo ou em gestão, utilizando o pouco que ainda havia lhes restado de economias pessoais, fundo de garantia etc. Muitos ficam na economia informal, motivados pela falta de crédito, pelo excesso de impostos e pelas ainda altas taxas de juros que incidiriam caso a empresa fosse formalizada. Devem ser considerados aqui como empreendedores também os que herdaram os negócios dos pais ou parentes e que deram

continuidade a empresas criadas há décadas. (DORNELAS, 2008, p. 14).

De acordo com Dornelas (2008), as micro e pequenas empresas correspondiam, em 2002, a 99,2% e, em 2015, segundo Costa e Leandro (2016), a 98,2% do total de estabelecimentos privados existentes no Brasil.

Conforme Peñaloza, Diogenes e Sousa (2007), apesar do crescente acesso à educação superior e à ocupação de profissões que anteriormente eram exclusivamente masculinas, mulheres têm a tendência de se direcionar ao emprego formal, visto a representação de segurança que este tipo de trabalho proporciona em comparação ao empreendedorismo. E mesmo quando as mulheres escolhem o caminho do empreendedorismo, estas acabam por traçá-lo mais tardiamente do que os homens devido à preocupação com a criação dos filhos, sendo, assim, duplamente menos propensas a este tipo de iniciativa do que os homens.

Os indivíduos mais inclinados ao empreendedorismo, em sua maioria (66.9%), segundo a mesma pesquisa (PEÑALOZA; DIOGENES; SOUSA, 2007), têm pelo menos um dos pais empreendedor. Bastos e Peñaloza (2006) verificaram, em outro estudo, realizado na Universidade Estadual do Ceará em 2005, que os alunos com rendas mais altas tinham a tendência de almejar posições de carreira mais empreendedoras, enquanto alunos de renda mais baixa almejavam posições de empregados, principalmente cargos públicos.

Segundo a pesquisa de Possati e Dias (2002), os itens que as mulheres consideram mais importantes e recompensadores relativos à vida profissional são autonomia, desafio, estimulação, possibilidade de ajudar o outro e aprender coisas novas – o que se encontra em abundância no empreendedorismo. Pode-se observar, nesse estudo, que as mulheres que tinham essas características em sua vida trabalhista apresentavam uma melhor qualidade de vida em geral e sofriam menos de *distress* e depressão do que as demais, e, segundo Peñaloza, Diogenes e Sousa (2007), essas mesmas questões fazem com que as mulheres queiram abrir seu próprio negócio: a fim de ter autonomia sobre seu trabalho e colocar suas ideias em prática, ter flexibilidade de horário a fim de conciliar a vida profissional e familiar – o que muitas vezes é inibido pelo mercado formal de trabalho como trabalhador empregado – e, em último lugar, pela possibilidade de independência financeira.

Tabela 1 – Número e percentual de respondentes mulheres e homens segundo objetivos profissionais de médio e longo prazo

OBJETIVOS PROFISSIONAIS DE MÉDIO E LONGO PRAZO	NÚMERO DE RESPONDENTES MULHERES	(%)	NÚMERO DE RESPONDENTES HOMENS	(%)
Dedicar-se à pós-graduação integralmente / Seguir vida acadêmica	25	12,4%	19	11,3%
Conseguir emprego em empresa privada	49	24,2%	39	23,2%
Prestar concurso público / Consolidar carreira no setor público	92	45,5%	52	31,0%
Abrir negócio próprio / Consolidar negócio próprio	29	14,4%	54	32,1%
Sem resposta	7	3,5%	4	2,4%
Total	202	100,0%	168	100,0%

Fonte: Peñaloza, Diógenes e Sousa (2007).

Apesar dessas vantagens, conforme demonstra a tabela acima, a maior parte das entrevistadas na universidade tem interesse de seguir carreira no funcionalismo público (45.50%) devido à segurança que este tipo de trabalho oferece, enquanto apenas 14,4% demonstraram interesse em empreender. A mesma tabela de Peñaloza, Diogenes e Sousa (2007) deixa clara a maior inclinação masculina a empreender, visto que mais que o dobro do percentual masculino, em relação ao das mulheres, demonstrou interesse de abrir um negócio.

De maneira geral, também segundo a pesquisa acima, o que podemos reunir é que o empreendedorismo pode proporcionar a liberdade, flexibilidade de trabalho, utilização de ideias próprias e seria, assim, um regime trabalhista que agrupa os principais ideais femininos de qualidade de vida no trabalho, porém, há uma supervalorização do emprego formal, principalmente do cargo público, devido à segurança que este proporciona, o que apela ao comportamento feminino de procurar opções mais seguras de geração de renda, além de permitir maior tempo livre, conformando, assim, com a visão social de que a mulher ainda é a responsável pelo lar e criação dos filhos.

4.2.4 Vendas diretas

A venda direta é um sistema de comercialização de serviços e bens de consumo que tem base no contato pessoal entre vendedores e compradores, sem a constituição de um estabelecimento comercial fixo. No Brasil esse mercado gera cerca de oito mil empregos

diretos, tem mais de 4,3 milhões de pessoas constituindo sua força de vendas e atingiu, em 2013, 14,6 bilhões de dólares em volume de negócios. O país ocupa a quarta posição no *ranking* da World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), atrás apenas dos Estados Unidos, Japão e China. (ABEVD, 2015). A distribuição dos produtos é feita através dos revendedores que vendem diretamente ao consumidor final, geralmente na casa ou no ambiente de trabalho do cliente, oferecendo assim um serviço mais personalizado e diminuindo o custo de distribuição de produtos, assim como o custo de manutenção de um espaço físico por parte da empresa que aposta nesse modelo de negócios.

Os sistemas de vendas diretas têm oferecido uma oportunidade para não somente complementar renda familiar, mas também para servir como principal fonte de sustento de muitas famílias brasileiras e oferece, além disso, flexibilidade de horário, visto que a venda de produtos e serviços pode ser realizada a qualquer horário que o revendedor e seu possível comprador desejarem.

A Associação Brasileira de Vendas Diretas também enumera as vantagens desse sistema (ABEVD, 2015):

- a) para revendedores: funciona como fonte de renda alternativa, aberta a qualquer pessoa, independente de sexo, idade, escolaridade ou experiência anterior. Os vendedores têm flexibilidade de horário, ganham conforme a dedicação e podem se desenvolver pessoal e profissionalmente através da experiência adquirida com o tempo;
- b) para empresas: podem ser de diversos setores da economia e há o potencial de expandir o alcance geográfico dos seus produtos;
- c) para o consumidor: atendimento personalizado que não existe no varejo tradicional;
- d) para a sociedade: contribui para a diminuição do desemprego, além de complementar a renda familiar.

As principais modalidades de vendas diretas praticadas, segundo a mesma associação, são enumeradas abaixo (ABEVD, 2015):

- a) porta-a-porta: o revendedor vai até a residência ou local de trabalho do consumidor para demonstrar e vender produtos;
- b) catálogo: o revendedor entrega o catálogo ou folheto ao consumidor e recolhe, posteriormente, os pedidos com o consumidor;
- c) party plan: o revendedor promove um evento na casa do consumidor para ele e seus amigos/conhecidos/familiares, demonstra e vende produtos.

Nas vendas diretas, há duas maneiras de lucro (ABEVD, 2015):

- a) mononível: o revendedor compra o produto e revende com uma margem de lucro;
- b) multinível: além da margem de lucro, o revendedor que indicar outros revendedores também ganha uma porcentagem em cima dessas vendas. Nesse sistema, os ganhos são proporcionais ao esforço do empregado.

Segundo Miyota (2010, p. 1),

Na última década o setor de vendas diretas no Brasil quadruplicou de tamanho e já é o terceiro mercado mundial. [...] A premissa básica dessa forma de comercialização está na existência de pessoas que queiram e necessitem trabalhar com vendas, mediante um retorno financeiro, sob forma de “desconto” sobre os produtos.

Miyota (2010) também explica que venda direta é um modelo de negócios realizado por meio de um revendedor autônomo e que se iniciou no Brasil a partir da década de 1950, sendo tal modelo conhecido também como venda domiciliar ou venda porta-a-porta, embora tenha havido a modernização e adição de formas de se efetuar esse tipo de venda.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para este trabalho foi adotado o método de pesquisa quantitativo, descritivo e exploratório através de um formulário estruturado. A pesquisa foi realizada através de um formulário *online* arquitetado a fim de demonstrar dados demográficos básicos e as características ocupacionais de cada entrevistada, identificando, dessa maneira, a satisfação no trabalho das mulheres e fazendo uma comparação entre consultoras e diretoras Mary Kay, autônomas, pessoas jurídicas e empreendedoras e mulheres empregadas pelo regime CLT.

5.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Visto que o enfoque quantitativo de uma pesquisa utiliza a coleta e a análise de dados para responder às questões propostas pelo estudo e testa as hipóteses estabelecidas previamente, além de confiar na medição numérica, na contagem e frequentemente no uso de estatística para estabelecer melhor os padrões de comportamento de uma população (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2003), considera-se o presente trabalho como uma pesquisa quantitativa descritiva, dado que a coleta de dados primários foi feita em questionário de respostas fechadas com o objetivo de descrever os resultados de maneira a verificar a satisfação no trabalho de mulheres empregadas no modelo formal, informal e o de venda direta, mais especificamente o modelo de negócios apresentado pela Mary Kay, além de mulheres em regime de trabalho misto (mulheres empregadas com carteira assinada ou autônomas, mas que complementam sua renda fazendo parte também da força de vendas da Mary Kay).

Ainda de acordo com Sampieri, Collado e Lucio (2003), os estudos quantitativos propõem relações entre as variáveis com o objetivo de entregar proporções precisas e fazer recomendações para solucionar problemas ou auxiliar na tomada de decisões. Em geral, o estudo quantitativo permite termos uma ou várias hipóteses postas à prova. Através de um plano – no caso deste estudo, um questionário fechado *online* preenchido por mulheres no mercado de trabalho formal, autônomas (estando também neste grupo empreendedoras e pessoa jurídica) e trabalhadoras da força de vendas Mary Kay – os dados são medidos de forma numérica, a serem analisados estatisticamente, e os resultados são, então, estendidos a um universo mais amplo, que seria, neste caso, a realidade trabalhista feminina no Rio Grande do Sul.

Assim, utiliza-se também a pesquisa quantitativa e descritiva no presente estudo a fim

de verificar na prática se, de fato, as mulheres empreendedoras da força de vendas da Mary Kay têm uma melhor qualidade de vida no trabalho, com a flexibilidade de tempo necessária para atender às expectativas dessas mulheres.

5.2 COLETA DE DADOS

Para a realização da análise, foram utilizados dados primários, aqueles coletados para esse trabalho em específico, e secundários, aqueles que já haviam sido coletados, tabulados, ordenados e, às vezes, até analisados com outros propósitos, mas aplicados aqui para atender às necessidades da pesquisa em andamento. A coleta de dados primários ocorreu através da aplicação de questionários distribuídos por mídias sociais e realizados de forma *online*, através do Google Forms. Os respondentes escolhidos foram mulheres acima de 20 anos de idade residentes no Rio Grande do Sul. Também foram consideradas somente as mulheres atualmente em atividade trabalhista pertencente a, pelo menos, uma das três categorias consideradas para este trabalho, conforme segue abaixo:

- a) consultora/diretora Mary Kay;
- b) autônoma/pessoa jurídica/empreendedora;
- c) contrato de trabalho formal – CLT;

O questionário, composto por questões exploratórias e descritivas, foi aplicado em uma amostra de 125 mulheres, sendo que, dessas, apenas 81 o responderam. Todas as respondentes foram acionadas através de mídias sociais.

O formulário foi elaborado de acordo com as oito principais características de satisfação no trabalho propostas por Walton (1973), acrescentando algumas questões como flexibilidade de horário, acompanhamento dos filhos e atividades domésticas praticadas pelas participantes, que se mostraram importantes nas diversas pesquisas citadas na revisão teórica deste trabalho devido à obrigatoriedade social ainda vista como natural de a mulher ser a responsável pela manutenção do lar e criação dos filhos. Desta maneira, foi possível medir o nível de satisfação profissional dessas mulheres e comparar os três regimes, verificando a proposta que mais oferece satisfação com o trabalho e equilíbrio entre vida familiar e profissional.

Os dados secundários são compostos de informações sobre o modelo de negócios praticado pela Mary Kay do Brasil, obtidas através das publicações da própria Mary Kay e de textos disponibilizados somente para consultoras no portal de acesso Mary Kay Em Sintonia.

5.3 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados primários obtidos pelo formulário aplicado foram tabelados e analisados em Excel, através de tabela dinâmica, utilizando-se de médias aritméticas. A partir disso foram gerados os gráficos apresentados na seção dos resultados. Para este trabalho também foram utilizados dados secundários obtidos através do portal Mary Kay, disponível somente para a força de vendas independente da empresa, a fim de uma melhor compreensão do trabalho desenvolvido pelas consultoras e diretoras da Mary Kay.

6 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO ESTUDADA

Segundo a própria Mary Kay (ASH, 2015), sua motivação para criar a empresa após se aposentar foi a dificuldade de inserção no mercado da força de trabalho feminina, dificuldade essa que ela havia experienciado enquanto trabalhadora. Mary Kay decidiu, então, montar uma rede de mulheres que fariam a venda de produtos cosméticos e receberiam um comissionamento sobre as vendas. A empreendedora cita em seu livro como necessárias para ser uma consultora de sua empresa as mesmas características psicológicas das mulheres empreendedoras exemplificadas em Peñaloza, Diogenes e Sousa (2007). Segundo Mary Kay, “as mulheres empreendedoras são descritas como persistentes, com alto desejo de realização e independência, ativas, persuasivas, inovadoras, precisas e adaptáveis às mudanças, e acreditam ainda que seu destino seja fruto de suas ações”. (ASH, 2015). Além de suas características psicológicas de buscar um trabalho que as desafie, ensine e que ofereça a possibilidade de ajudar os outros, Mary Kay (ASH, 2015) enumera também as características que devem ser desenvolvidas pela mulher empreendedora que deseja ter sucesso na carreira: entusiasmo, disciplina, vontade (de trabalhar, servir e aprender), determinação e apreço pelos outros. Em um nível mais particular, a autora e empreendedora expõe também que a influência da mãe acreditando na capacidade dela de cuidar do pai doente ainda aos sete anos de idade a levou a viver de forma mais confiante no próprio trabalho, utilizando a si mesma como exemplo de mulher empreendedora que gostaria de ter em sua empresa.

Obedecendo ao padrão apresentado anteriormente pelas pesquisas descritas neste trabalho, Mary Kay acabou utilizando seus 25 anos de experiência em vendas a fim de criar a Mary Kay Cosmetics, hoje Mary Kay Inc., presente em diversos países e com milhares de consultoras de beleza. (ASH, 2015). Desde o início, a empresa foi familiar, sendo que a fundadora, que leva o nome da empresa, cuidava do recrutamento, treinamento e supervisão das primeiras consultoras de beleza, enquanto seu marido lidaria com aspectos administrativos e financeiros do negócio, o que mais tarde foi assumido por seus filhos e netos devido ao falecimento do seu esposo na época.

Segundo a própria empreendedora (ASH, 2015), Mary Kay empregava mulheres donas de casa que haviam ficado muito tempo fora do mercado de trabalho ou que nunca haviam trabalhado fora de seu lar e que necessitavam de renda para sustentar a si e a seus filhos, buscando uma força de trabalho inutilizada pela sociedade na época.

A estrutura de hoje mantém as mesmas diretrizes de quando a empresa foi iniciada, oferecendo a oportunidade, às mulheres, de serem empreendedoras, ou seja, de poderem

comprar os produtos – através de um sistema de vendas diretas com desconto dependendo do tamanho do pedido – e revendê-los somente ao consumidor final. A empresa possibilita, ainda, à consultora, conduzir seu negócio de maneira própria, porém obedecendo às diretrizes legais da empresa, às quais todas as consultoras tem acesso assim que se tornam trabalhadoras Mary Kay. (ASH, 2015).

Ainda segundo a autora, a empresa Mary Kay oferece uma oportunidade principalmente às mulheres, mas não limitada a elas, de empreender desta maneira: comprando um kit de produtos pelo valor atualizado de R\$ 169,00 e – visto que a empresa somente permite a venda direta, coibindo a implantação de lojas físicas e a venda em atacado – distribuindo o produto a clientes diretas, tornando-as, assim, microempreendedoras e, ao mesmo tempo, oferecendo um plano de carreira para quem capta mais mulheres para formar a sua unidade de consultoras.

6.1 VALORES DA EMPRESA

A Mary Kay segue globalmente quatro valores principais instituídos pela fundadora para guiar os negócios e as atitudes de suas empreendedoras da beleza, segundo o catálogo de início “Seus sonhos começam agora”,⁹ oferecido pela Mary Kay:

- a) regra de ouro: tratar aos outros como gostaríamos de ser tratados;
- b) espírito de ajuda: ajudar as pessoas sem esperar nada em troca;
- c) faça-me sentir importante: imaginar que todas as pessoas tem uma placa em volta do pescoço escrito “faça-me sentir importante”;
- d) equilíbrio de prioridades: A Mary Kay oferece flexibilidade de trabalho para que suas empreendedoras da beleza possam colocar sua fé em primeiro lugar, sua família em segundo e o trabalho em terceiro, equilibrando essas prioridades.

6.2 APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

A Mary Kay se caracteriza como um negócio de vendas diretas no qual todas as componentes são consultoras, diretoras ou diretoras nacionais, comprando produtos diretamente da corporação sem que haja nenhum atravessador e sem a existência de lojas físicas. Dessa maneira, torna-se proibido às consultoras, diretoras e diretoras nacionais vender estes produtos a algum estabelecimento comercial, ficando somente permitida a venda direta ao consumidor final.

⁹ Catálogo somente disponível para a força de vendas da empresa.

Para ingressar na Mary Kay, é necessário conhecer uma consultora de vendas, somente através dela o indivíduo ingressante à força de vendas Mary Kay poderá iniciar seu negócio próprio. Todas as pessoas que decidem seguir a carreira iniciam sempre do mesmo cargo: consultora de beleza Mary Kay, que é o cargo base dentro da força de vendas. Há a necessidade da compra do kit inicial no valor de R\$ 169,00, contendo, em média, R\$ 440,00 em produtos se considerarmos o valor sugerido de vendas das revistas da empresa. A Mary Kay estimula suas consultoras, através de vídeos e orientações *online*, a manter um estoque que chamam de “pronta entrega”, a fim de que a consultora tenha o produto em mãos caso a cliente lhes solicite alguma mercadoria. O lucro é obtido após a venda dos produtos, que são comprados primeiramente no portal da Mary Kay com descontos que variam de 30% a 50% no valor de venda sugerido, fazendo com que as consultoras possam atingir de 42,88% a 100% de lucro, dependendo do tamanho do pedido – quanto maior o pedido, maior o desconto oferecido.

Por ser um negócio independente, no qual se compra da empresa e revende-se ao consumidor final, é possibilitado que a nova integrante não necessariamente atue apenas como força de vendas da Mary Kay, oportunizando a mulheres que trabalham em regime formal agregar a função e abrangendo um público alvo ainda maior. Não há exigência de venda mínima por parte da empresa, sendo que, para manter o cadastro ativo, deve-se fazer um pedido a cada três meses, pelo menos. A Mary Kay premia as consultoras que tiverem comprado mais no portal, entendendo que estas são as que venderam mais. Existem, assim, cinco níveis de premiação, quanto maior o faturamento de vendas por consultora, maior e melhor a premiação de reconhecimento. Esse reconhecimento é trimestral e, caso a consultora tenha atingido pelo menos o nível mínimo de pontuação todos os trimestres do ano, essa consultora é reconhecida durante o seminário anual da área de vendas que acontece em janeiro, todos os anos, em São Paulo.

Para que as consultoras consigam atingir algum faturamento e se tornem estrelas,¹⁰ o que é controlado através de pontos por produto (cada produto possui uma pontuação diferente), a Mary Kay oferece acesso a um portal *online* pelo qual a consultora fará o pedido dos produtos, terá acesso aos inúmeros treinamentos formulados e oferecidos pela Mary Kay e poderá tirar suas dúvidas quanto à composição dos produtos e seus benefícios a fim de poder argumentar melhor e vender mais facilmente e, de fato, oferecer uma consultoria de beleza às clientes, agregando valor ao produto vendido. Além disso, a consultora que fez o

¹⁰ A Mary Kay considera como estrelas as vendedoras que realizam pelo menos 3600 pontos pagos em produtos por trimestre.

cadastro da nova componente é instruída fortemente a prestar assistência, orientar e ensinar a nova consultora, a fim de que ela tenha o suporte, não só *online*, mas das outras colegas de profissão. Para incentivar que este assessoramento seja feito, a Mary Kay oferece 4% de comissionamento no volume de vendas quando uma consultora já tiver cadastrado pelo menos outras três consultoras.

6.3 PLANO DE CARREIRA INDEPENDENTE

Para desenvolver um plano de carreira, há a necessidade de montar um time de outras consultoras que se interessem em desenvolver o mesmo trabalho de venda de produtos e treiná-las a fim de que possam fazer uma consultoria de beleza de qualidade, vender os produtos e construir a própria carreira. Ao fazê-lo, quanto maior o número de consultoras na sua área, maior o nível de carreira, conforme abaixo:

- a) Consultora de Beleza: necessário fazer o cadastro na área de uma outra consultora/diretora de beleza e fazer seu primeiro pedido de no mínimo R\$ 525,00 pagos no *site* em produtos (300 pontos) dentro dos 11 meses seguintes ao cadastro. Não recebe comissionamento sobre vendas de outras consultoras;
- b) Consultora Sênior de Beleza: necessário ter feito o cadastro de uma nova consultora de beleza e que essa consultora tenha feito seu primeiro pedido, tendo como requisitos mínimos as mesmas diretrizes do nível anterior. Não recebe comissionamento sobre vendas da consultora iniciada;
- c) Red Jacket – Iniciadora Estrela Independente: necessário ter feito o cadastro de três a quatro consultoras e que todas estejam ativas (tenham feito um pedido nos mesmos moldes do primeiro nível nos últimos dois meses) e ela mesma ter feito pedido dentro dos últimos dois meses. Recebe 4% de comissionamento em forma de crédito no *site* sobre o valor pago pelas consultoras no *site* à Mary Kay;
- d) Red Jacket – Líder de Grupo de Vendas Independente: necessário ter de cinco a sete consultoras sob seu comando que devem estar ativas e ela mesma deve ter feito pedido dentro dos últimos dois meses (estar ativa). Recebe 6% de crédito no *site* sobre o valor pago pelas consultoras iniciadas por ela;
- e) Red Jacket – Futura Diretora de Vendas Independente: ter oito ou mais consultoras iniciadas por ela que estejam ativas e ela própria ser uma consultora ativa – de 8% a 12% (8% tendo os requisitos acima e 12% caso pelo menos cinco façam pedido no mês anterior);

- f) Diretora de Vendas Independente: para se tornar diretora é necessário que, dentro de quatro meses, a futura diretora tenha 30 consultoras, sendo pelo menos 18 em status de nova (comcadastro, mas ainda não fez nenhum pedido), ativa (fez pedido nos últimos dois meses) ou parada (três a cinco meses sem fazer pedido). Ter no mínimo 10.000 pontos da sua área e devolver o contrato de diretora de vendas independente assinado no mês de seu início como diretora. Recebe de 4%, 6%, 8% ou 12 % sobre o valor sem impostos pagos pelas suas iniciadas diretas ativas desde que a diretora esteja ativa, mais uma bonificação de 9% a 13% sobre o valor sem impostos dos pedidos pagos de toda a unidade, incluindo a própria produção, desde que esteja ativa, mais um bônus de volume que varia de R\$ 500 a R\$ 6.000 dependendo do tamanho da pontuação de toda a unidade dentro do mês;
- g) Diretora Sênior de Vendas Independente: são necessários os mesmos requisitos de uma diretora de vendas independente e ter uma ou duas diretoras ativas diretas. Recebe uma bonificação de 4% sobre o valor sem impostos dos pedidos pagos da(s) sua(s) unidade(s), desde que esteja ativa;
- h) Futura Diretora Executiva de Vendas Independente: deve ter os mesmos requisitos da diretora de vendas independentes e ter de três a quatro diretoras ativas diretas. Mesmas bonificações da diretora sênior de vendas independente;
- i) Diretora Nacional de Vendas Independente: necessário ter 18 times de diretoras de primeira e segunda geração, dez com uma pontuação mínima de 10.000 pontos e 30 consultoras em status nova, ativa ou parada em cada uma das 18 áreas requeridas. Ter 12 diretoras de venda independente de primeira geração, sendo que seis delas devem ser diretoras seniores ao menos. Recebe de 5% a 8% de bonificação de cada time de diretoras dependendo da produção mensal de cada unidade (quanto maior a pontuação, maior o bonus), 3% de bônus sobre as unidades de segunda geração, 2% de bônus sobre as unidades de terceira geração. A cada nova diretora de primeira geração formada, a diretora nacional recebe R\$ 6.000, e para cada nova diretora nacional formada, o bônus sobe para R\$ 12.000. Porém, o bônus da diretora de primeira geração formada é oferecido somente no momento da formação, uma única vez, e o de formação de uma nova diretora nacional uma vez por ano.

Além disso, todas as componentes da força de vendas da Mary Kay, com exceção da Diretora Nacional que recebe 50% de desconto em qualquer compra no *site*, recebem o mesmo desconto nos produtos de 30% a 40% e, num recente programa, 50% de desconto, a fim de obter maior lucro nos produtos.

6.4 PREMIAÇÕES E RECONHECIMENTOS

Nesta seção apresentam-se as premiações e reconhecimentos oferecidos pela Mary Kay às consultoras e diretoras de vendas independentes.

6.4.1 Programa Estrela Consistente

Esse programa é válido em qualquer estágio da Carreira Independente Mary Kay. A consultora de beleza independente pode se tornar uma consultora estrela ao realizar no mínimo 3.600 pontos pessoais pagos no trimestre. O reconhecimento será de acordo com a pontuação alcançada, conforme descrito abaixo:

- a) Estrela Safira: realizar de 3.600 a 4.799 pontos pessoais pagos no trimestre e, para estrela consistente neste nível, de 14.400 a 19.199 pontos pessoais pagos para receber premiação no seminário nacional de vendas Mary Kay;
- b) Estrela Rubi: realizar entre 4.800 e 5.999 pontos pessoais pagos no trimestre e, para estrela consistente deste nível, de 19.200 a 23.999 pontos pessoais pagos para receber premiação no seminário nacional de vendas Mary Kay;
- c) Estrela Diamante: realizar entre 6.000 e 7.199 pontos pessoais pagos no trimestre e, para estrela consistente deste nível, de 24.000 a 28.799 pontos pessoais pagos para receber premiação no seminário nacional de vendas Mary Kay;
- d) Estrela Esmeralda: realizar 7.200 ou mais pontos pessoais pagos no trimestre e, para estrela consistente deste nível, acima de 28.800 pontos pessoais pagos para receber premiação no seminário nacional de vendas Mary Kay.

6.4.2 Programa Corte de Início e Vendas – pessoais e da unidade

Nesta seção é descrito o programa de reconhecimento das cortes, que são premiações entregues durante o seminário nacional de vendas Mary Kay. Abaixo se encontra a descrição desses programas:

- a) Corte de Início: abrange consultoras e diretoras de vendas que realizarem pelo menos 36 novos inícios pessoais qualificados (consultoras que fizeram pedidos acima de 600 pontos) com um pedido único próprio de pelo menos 600 pontos e que não estejam em *status* terminada no ano anterior ao seminário. Recebem premiações especiais as três consultoras e/ou diretoras de beleza com a maior pontuação de

vendas do seminário;

- b) Corte de Vendas Pessoais: abrange consultoras e diretoras de beleza independentes que tenham produzido 50.000 pontos pessoais pagos durante o ano anterior ao seminário. Recebem premiações especiais as três consultoras e/ou diretoras de beleza com a maior pontuação de vendas do seminário;
- c) Corte de Vendas da Unidade: somente diretoras de vendas independentes e cargos acima podem participar deste reconhecimento. Serão reconhecidas e premiadas todas as diretoras de vendas independentes cuja unidade completar 500.000 pontos. Receberão premiações especiais as três consultoras e/ou diretoras de beleza com a maior pontuação de vendas do seminário.

6.4.3 Viagem das diretoras Top

Esta viagem é oferecida como reconhecimento às diretoras das unidades que mais se destacam no ano anterior ao seminário e atingem, com suas unidades, um total de, no mínimo, 800.000 pontos pagos durante o ano anterior ao seminário. A premiação é dividida em dois níveis, conforme abaixo:

- a) primeiro nível: círculo da conquista dos 800.000 pontos – uma viagem internacional com tudo pago e direito a cônjuge como acompanhante;
- b) segundo nível: círculo da excelência de 1.200.000 pontos – recebe a mesma viagem do primeiro nível e ainda outra viagem internacional nos mesmos moldes da primeira.

6.4.4 Summit

Neste nível de reconhecimento, só participam as diretoras nacionais de vendas independentes Mary Kay. Consiste em uma viagem exclusiva internacional com tudo pago, com um orçamento maior do que a viagem das diretoras Top, oferecida a todas as diretoras nacionais, com direito a cônjuge como acompanhante.

6.4.5 Inner Circle

Neste nível, somente as diretoras nacionais que acumulam uma bonificação dada pela Mary Kay superior a trezentos mil dólares por ano são classificadas. Como premiação,

componentes deste grupo têm sua foto no hall das diretoras nacionais Inner Circle da sede da Mary Kay em Dallas, nos Estados Unidos. É um programa anual exclusivo da Mary Kay, que reconhece as diretoras nacionais do programa diamante. Além disso, ao ser uma Inner Circle, se conquista um destino extra na viagem do Summit e o voo é realizado em classe executiva.

6.4.6 Diamante

Neste nível somente as diretoras nacionais de vendas Mary Kay podem participar. É necessário alcançar 150.000 dólares em bonificação anual para receber no ano seguinte, durante o seminário, um diamante para o bracelete fornecido pela Mary Kay.

6.4.7 Troféu Sobre Rodas

Neste nível, todas as diretoras de vendas independentes e diretoras nacionais podem participar. Para a conquista deste programa, a diretora de vendas independente poderá contribuir com, no máximo, 10.000 pontos pessoais por mês durante a qualificação ou requalificação, totalizando 60.000 pontos durante todo o período. A pontuação pessoal excedente será desconsiderada da produção da unidade para esse programa. Após a qualificação, para assegurar a permanência no programa, a unidade deve manter uma soma trimestral de, no mínimo 135.000 pontos, ou seja, uma média de 45.000 pontos mensais. Para conquistar esse reconhecimento são necessários 330.000 pontos em dois trimestres consecutivos e um máximo de 70.000 pontos pagos no último mês de cada trimestre. Neste programa, pode-se optar por dois prêmios conforme abaixo:

- a) Troféu sobre Rodas: ganha-se o direito de utilizar o Carro Rosa Mary Kay;
- b) Troféu dos Sonhos: ganha-se o direito de receber um bônus especial que será incorporado ao bônus de diretora de vendas independente; este bônus pode ser gasto com o que a diretora quiser, inclusive na compra de seu próprio carro rosa.

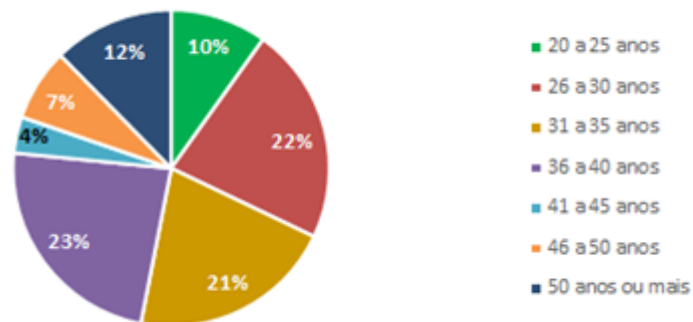
7 RESULTADOS

Nesta seção, são demonstrados os resultados da análise dos dados primários obtidos através dos questionários já mencionados nas seções de coleta e análise de dados.

7.1 CARACTERIZAÇÃO DAS PARTICIPANTES

Em relação à idade, as respondentes da pesquisa se concentram mais no intervalo entre 26 e 40 anos, com 43% do total de 81 mulheres respondentes, como pode ser observado no Gráfico 3 abaixo:

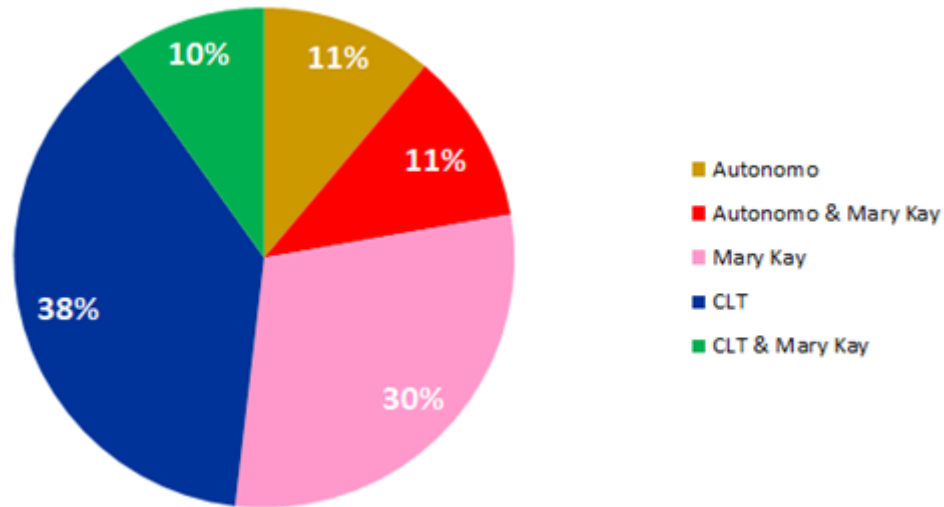
Gráfico 3 – Idade



Fonte: Elaborado pela autora.

Das 81 participantes, 38% somente trabalham em contrato formal de trabalho (regime de CLT), 30% trabalham somente como componentes da força de vendas da Mary Kay, o que inclui todos os níveis de carreira (consultoras e diretoras), 11% trabalham sob regime de trabalho autônomo ou pessoa jurídica ou, ainda, empreendedor, e outros 11% são também autônomas/pessoa jurídica/empreendedoras mas trabalham, ainda, com Mary Kay, e 10% afirmam ter um contrato formal de trabalho e concomitantemente trabalhar com Mary Kay, conforme segue no Gráfico 4.

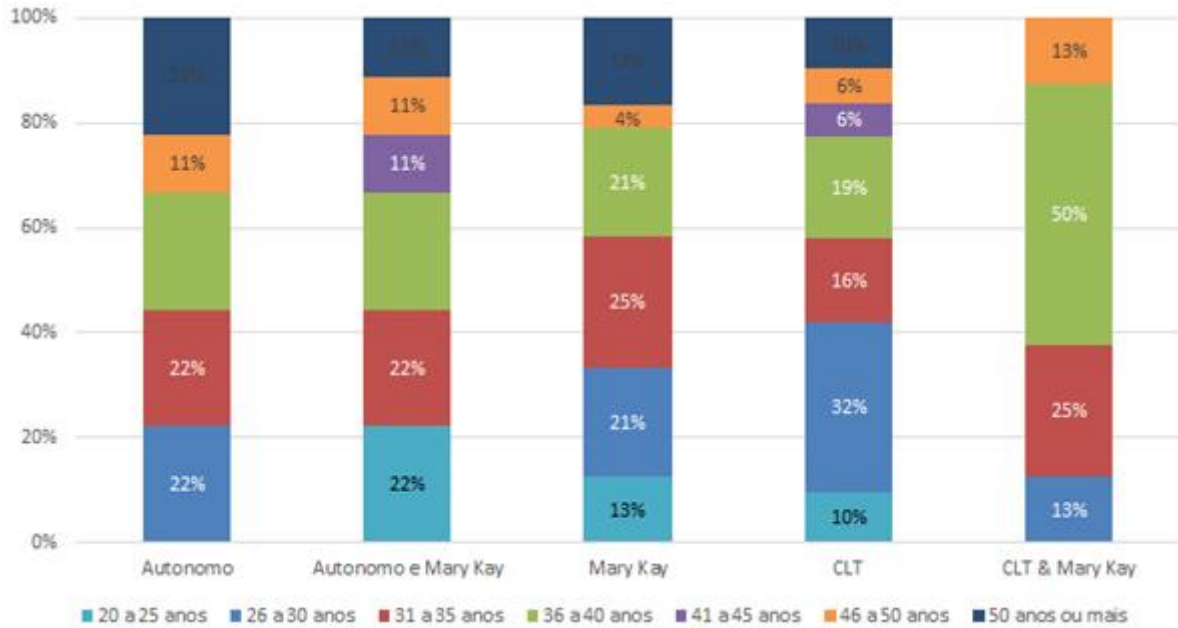
Gráfico 4 – Regime trabalhista das participantes



Fonte: Elaborado pela autora.

Pode-se observar no Gráfico 5 que as respondentes com mais de 46 anos se concentram principalmente em atividades mais livres nesta pesquisa, como autônomas/pessoa jurídica/empreendedoras, enquanto trabalhos formais são praticados, segundo a amostra, por mulheres mais jovens, o que demonstra um fenômeno também ocorrido na pesquisa de Jonathan (2005), que mostra que a maioria das mulheres empreendedoras começa a empreender tarde, visto que no começo da vida profissional lhes é mais atraente um trabalho de carteira assinada, como também demonstram em seu trabalho Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008). A pesquisa destes com estudantes demonstrava o baixo interesse das estudantes mulheres em empreender, visto a segurança representada pelo trabalho formal. Pode-se observar, no mesmo sentido, que as mulheres que trabalham somente em regime CLT representam uma faixa de pessoas mais novas do que as demais categorias apresentadas.

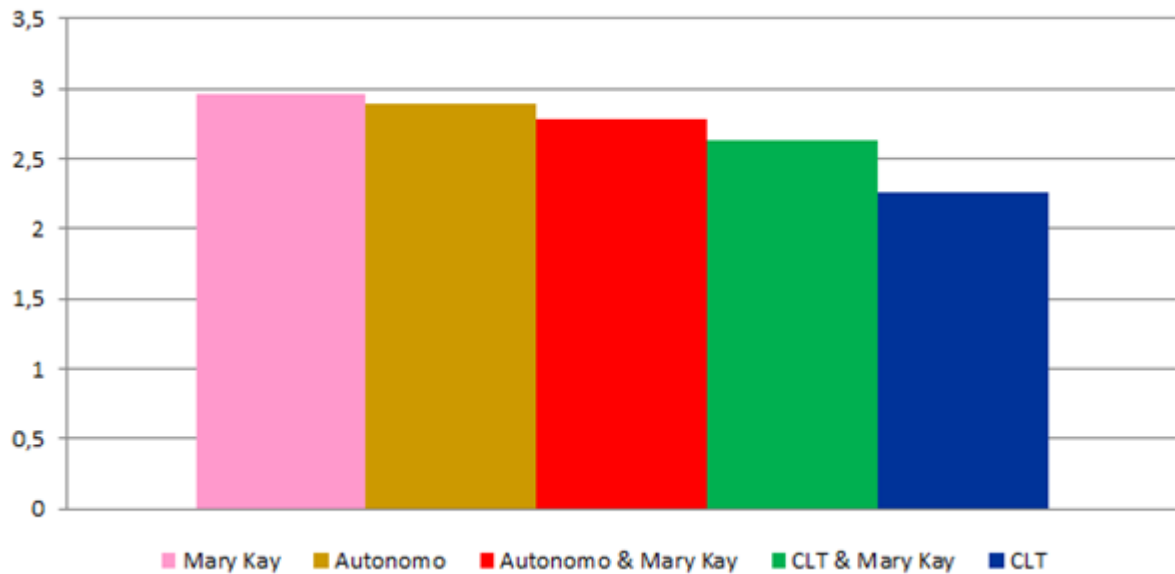
Gráfico 5 – Idade por profissão



Fonte: Elaborado pela autora.

A média de habitantes por residência se mostrou maior entre pessoas com profissões que proporcionam maior flexibilidade de horário, sendo a maior média a das pessoas que trabalham com Mary Kay, empatadas com as mulheres autônomas, como demonstra o Gráfico 6 abaixo.

Gráfico 6 – Média de habitantes por residência

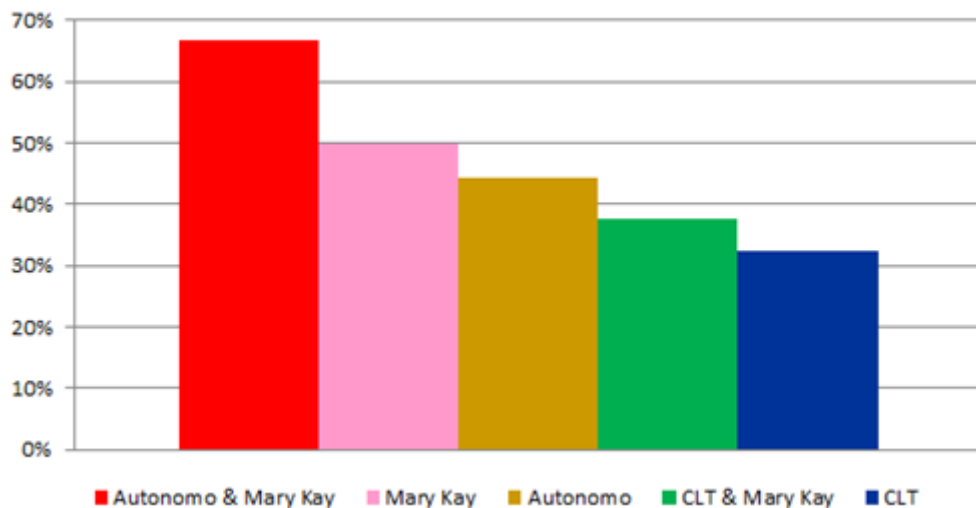


Fonte: Elaborado pela autora.

7.2 QUALIDADE DE VIDA E FILHOS

Para fazer a análise desta seção, foram retiradas das estatísticas as mulheres que não tinham filhos e levantadas questões referentes à satisfação em relação ao equilíbrio entre a vida profissional e familiar e relação com filhos das respondentes. Como resposta, obteve-se que 43.20% das respondentes possuíam filhos dependentes e que, assim como no gráfico acima, a porcentagem das mulheres que tem filhos ainda dependentes aumenta em casos que a mulher tem uma flexibilidade maior de horário, conforme abaixo. Pode-se observar que, assim como em Jonathan (2005), as mulheres empreendedoras normalmente têm mais filhos do que as que trabalham sob os demais regimes, visto a necessidade de um trabalho mais flexível a fim de poder atender às necessidades da família.

Gráfico 7 – Trabalhadoras com filhos

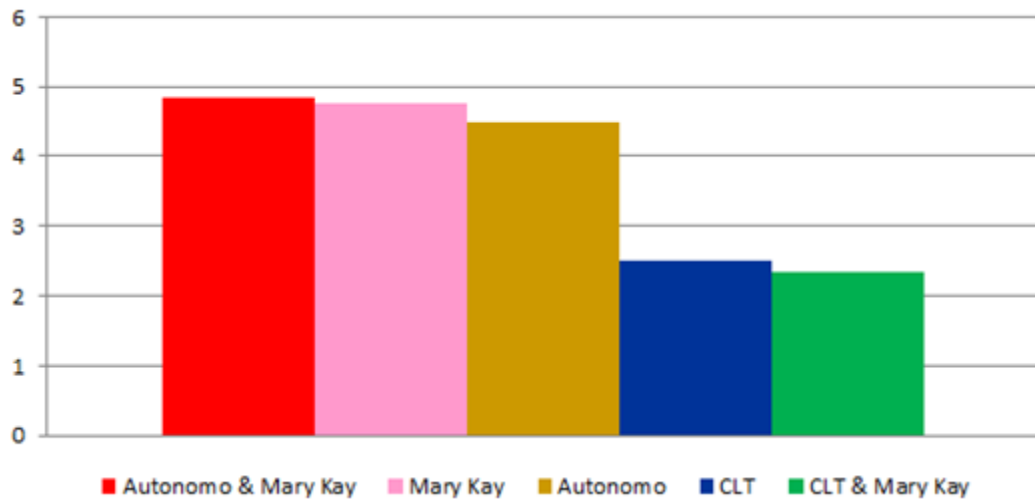


Fonte: Elaborado pela autora.

As respondentes foram solicitadas a demonstrar seu nível de satisfação com o acompanhamento que são capazes de realizar em relação aos filhos à sua rotina de trabalho. Da mesma maneira mostrada nos gráficos acima, quem demonstrou maior satisfação com a atual situação de acompanhamento e confortabilidade de, caso haja conflito de horário, poder priorizar os filhos, se encontra dentre as mulheres que trabalham como Mary Kay, em primeiro lugar, e em seguida, autônomas/pessoa jurídica/empreendedoras, sendo que, no segundo caso, a satisfação quanto ao tempo disponível para dedicar e acompanhar a rotina do filho encontra-se mais próxima ao demonstrado pelas respondentes que trabalham sob regime CLT do que às opções líderes da pesquisa, conforme os Gráficos 8 e 9 abaixo. O mesmo foi encontrado por Jonathan (2005) em sua pesquisa com mulheres empreendedoras, que se

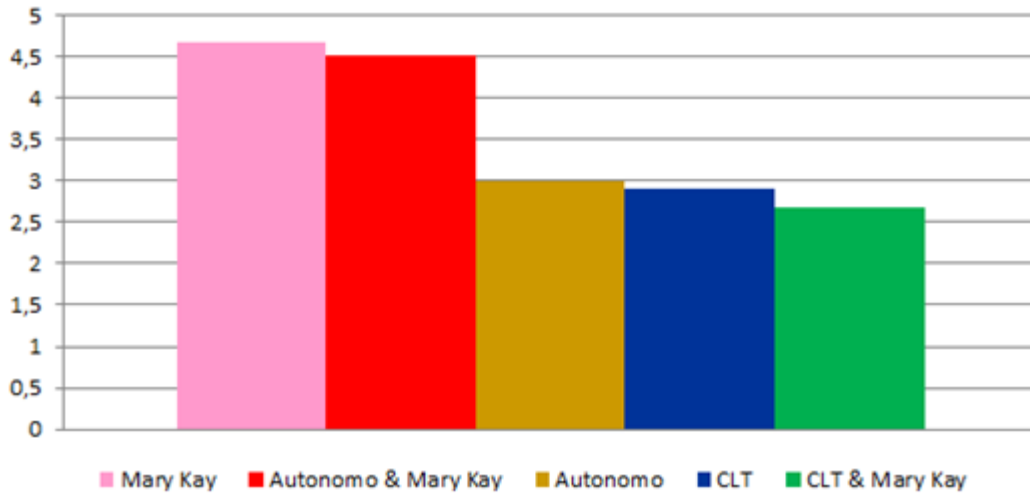
demonstram mais satisfeitas quanto ao tempo disponível para os filhos e quanto ao equilíbrio entre vida familiar e profissional devido à flexibilidade de tempo que o empreendedorismo proporciona.

Gráfico 8 – Conforto ao sair da rotina de trabalho para atender emergências em relação aos filhos



Fonte: Elaborado pela autora.

Gráfico 9 – Satisfação quanto ao tempo disponível para dedicar aos filhos

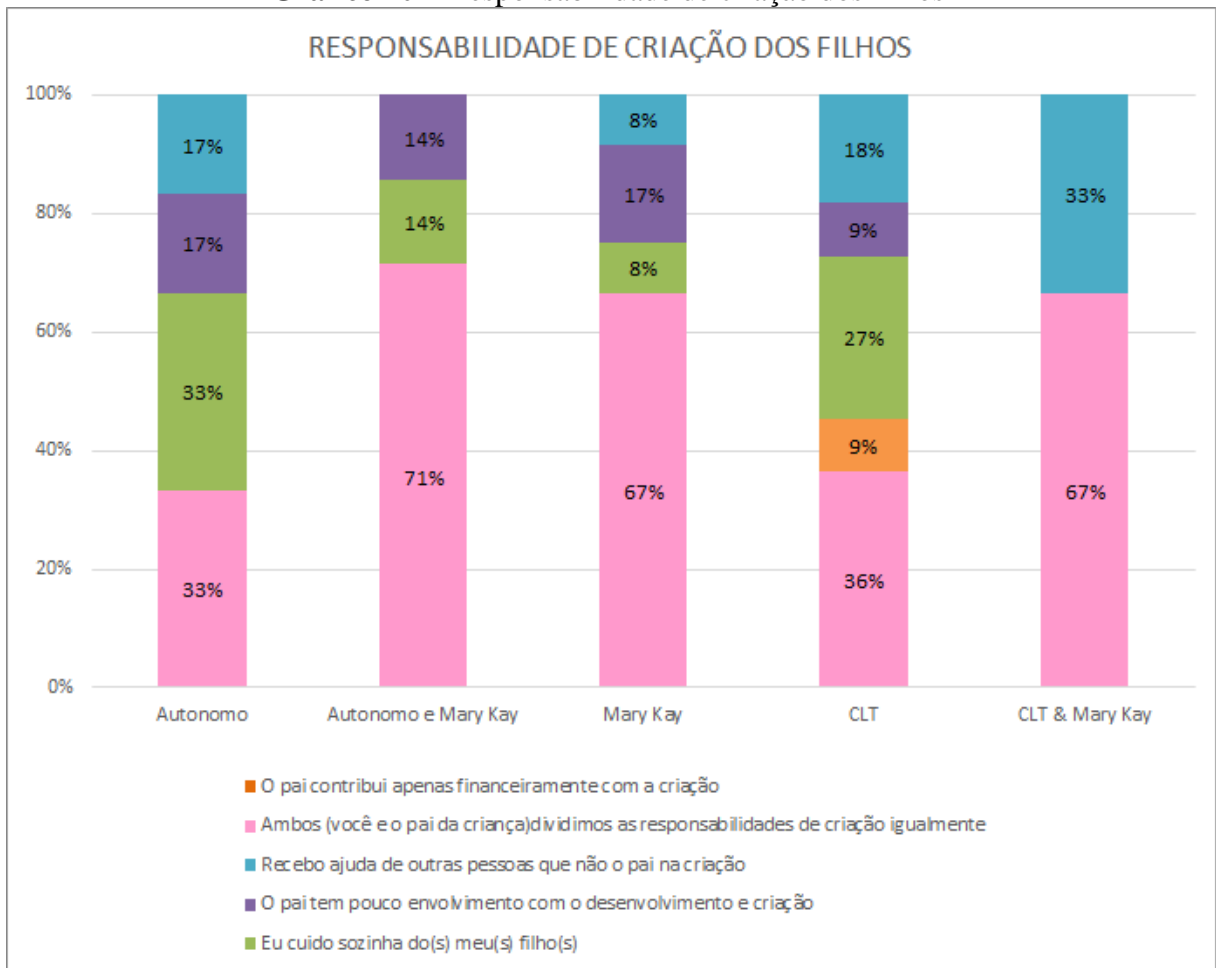


Fonte: Elaborado pela autora.

As respondentes também foram questionadas quanto à criação dos filhos e divisão de responsabilidades com os pais dos filhos dependentes, e, como pode ser observado abaixo, as mulheres que trabalham de uma maneira geral com Mary Kay, mesmo tendo outra profissão formal, têm uma relação aparentemente muito mais igualitária referente a esta divisão de responsabilidades com relação aos filhos do que as demais categorias trabalhistas, segundo a opinião das entrevistadas. Em compensação, há uma porcentagem grande de mulheres

autônomas que são responsáveis sozinhas pela criação do filho, ocupando a segunda maior proporção as trabalhadoras de carteira assinada. Não foram encontrados indícios diretos desta configuração em outras pesquisas, porém é necessário lembrar que, segundo o IBGE, cerca de 25% dos lares Brasileiros são chefiados por mulheres e, devido à acentuada interrupção de carreira após serem mães, segundo a pesquisa de Fraga, Gonzaga e Soares (2017), as mulheres tem a tendência maior a se voltarem a trabalhos que ofereçam maior flexibilidade de horário devido à necessidade de cuidado com os filhos e da alta demanda de tempo que as empresas com vínculos empregatícios formais exigem de seus funcionários. (CARVALHO NETO; TANURE; ANDRADE, 2010).

Gráfico 10 – Responsabilidade de criação dos filhos



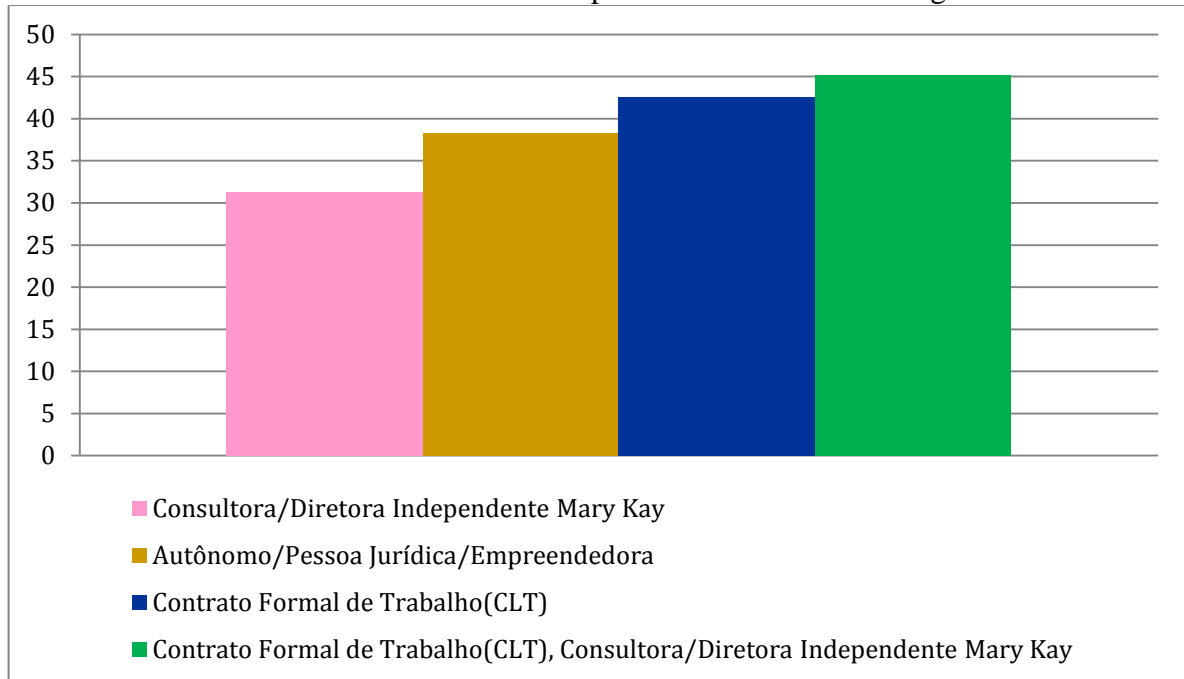
Fonte: Elaborado pela autora.

7.3 HORAS TRABALHADAS E TAREFAS DOMESTICAS

As respondentes também foram questionadas quanto às horas trabalhadas por semana, constatando-se que as mulheres que trabalham somente com Mary Kay consideram trabalhar

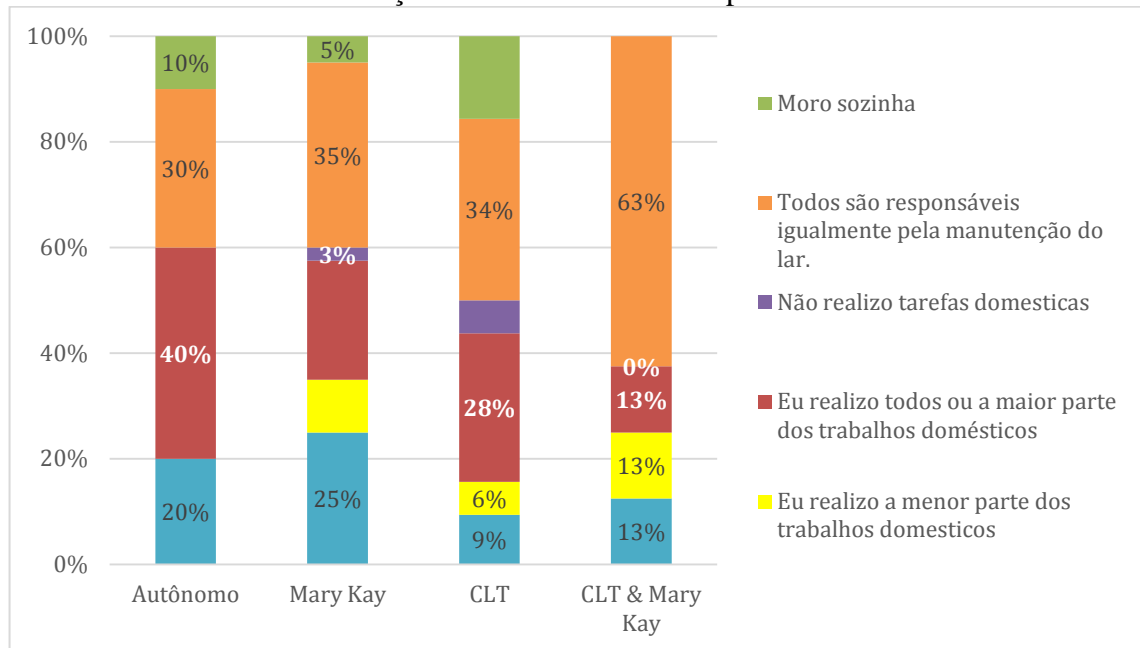
menos do que as com contrato formal de trabalho e do que as que são apenas autônomas/pessoa jurídica/empreendedoras. Notou-se que as mulheres que trabalham com contrato formal e que são Mary Kays acabam trabalhando mais horas e, por consequência, são menos satisfeitas com o tempo disponível para acompanhar a rotina dos filhos, o que foi demonstrado no Gráfico 11.

Gráfico 11 – Média de horas trabalhadas por semana dividida em regime de trabalho



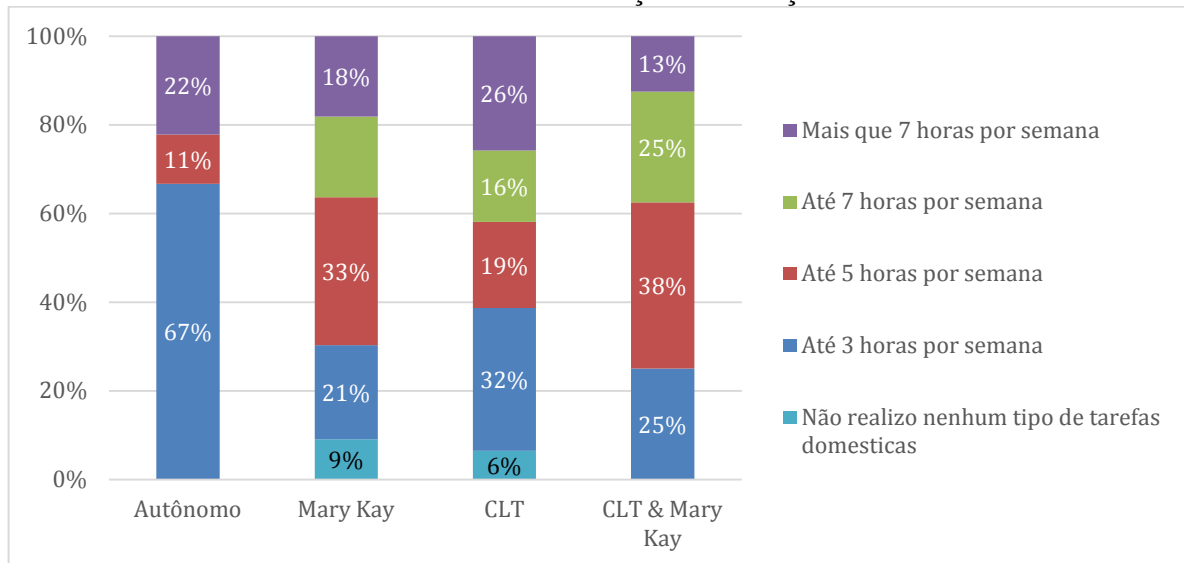
Fonte: Elaborado pela autora.

Em relação às tarefas do lar, podemos observar no Gráfico 12 uma maior igualdade na divisão dessas atividades nas mulheres que tem vínculo empregatício formal (CLT), e uma porcentagem maior de pessoas que contratam alguém para fazer as tarefas domésticas dentre as pessoas que trabalham como Mary Kay. Pode-se observar também que pouquíssimas respondentes da pesquisa, cerca de apenas 4%, afirmam não realizar qualquer serviço doméstico. Em relação às profissionais autônomas/pessoa jurídica/empreendedoras, nota-se que elas são as maiores responsáveis pela manutenção do lar e realizam todas as tarefas a este relativas, seguidas pelas mulheres que trabalham exclusivamente com Mary Kay, mostrando um perfil de maior responsabilidade para com a casa.

Gráfico 12 – Realização de tarefas domésticas por atividade trabalhista

Fonte: Elaborado pela autora.

Em relação ao tempo despendido com as tarefas do lar, podemos constatar que o maior índice de mulheres que fazem mais de 7 horas de trabalho doméstico por semana se encontra entre as mulheres em contrato formal de trabalho (CLT), seguidas pelo grupo das profissionais autônomas e pelas autônomas e trabalhadoras Mary Kay concomitantemente. Porém, a maior parte das autônomas afirma despende menos de 3 horas com tarefas domésticas por semana. As categorias com maior número de horas despendidas em tarefas domésticas foram as profissionais que estão em um trabalho formal e são também parte da força de vendas Mary Kay (CLT & Mary Kay), seguidas por quem trabalha apenas como Mary Kay.

Gráfico 13 – Horas de realização de serviço doméstico

Fonte: Elaborado pela autora.

7.4 SATISFAÇÃO DE VIDA NO TRABALHO

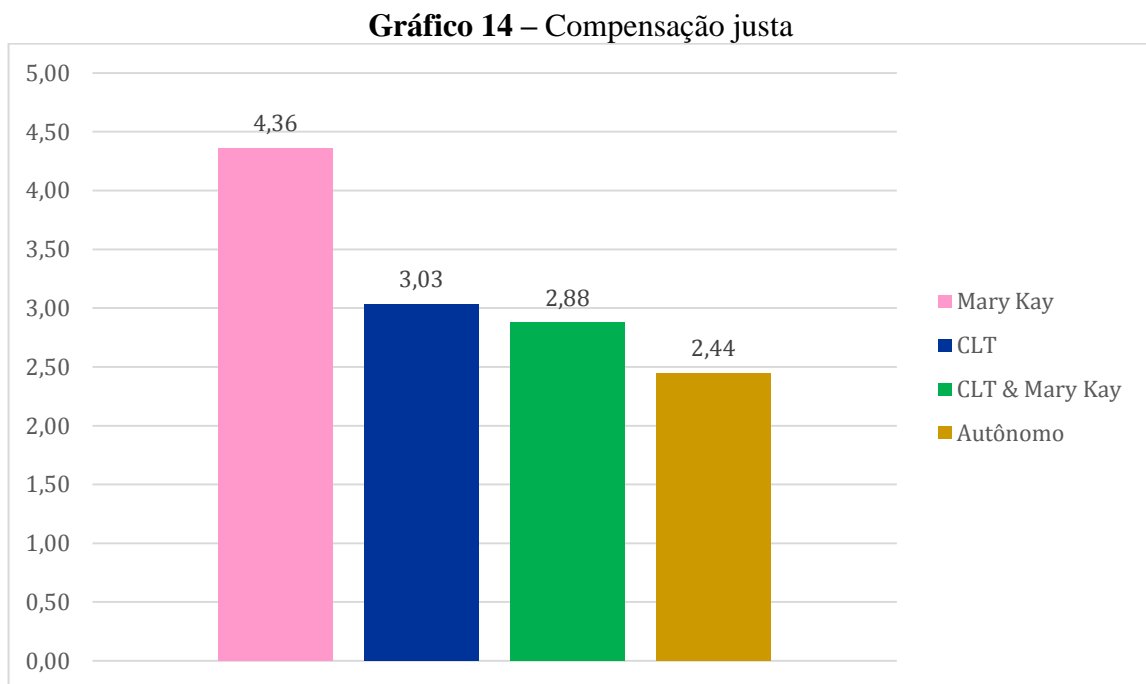
A seção de questionamentos sobre satisfação e qualidade de vida no trabalho foi organizada em forma de questionário numa escala de 1 a 5, sendo 1 nada satisfeito e 5 muito satisfeito. Foram realizadas 22 questões acerca dos principais tópicos propostos por Walton (1973) e reforçados por vários pesquisadores na área de satisfação no trabalho enumerados e expostos por Marqueze e Moreno (2005), conforme disposto abaixo:

- a) compensação financeira justa e adequada;
- b) condições seguras e saudáveis de trabalho;
- c) oportunidade de desenvolvimento e utilização das próprias capacidades;
- d) oportunidade de crescimento na carreira;
- e) integração social entre os funcionários;
- f) cidadania e igualdade no ambiente de trabalho;
- g) qualidade de vida profissional e pessoal;
- h) relevância social no trabalho.

7.4.1 Compensação financeira justa e adequada

Quando questionado às participantes quão justo elas acreditavam ser seu pagamento em relação às funções exercidas por cada uma, obtivemos uma média geral entre as participantes de 3,41. Enquanto as profissionais que trabalham apenas com Mary Kay tiveram praticamente

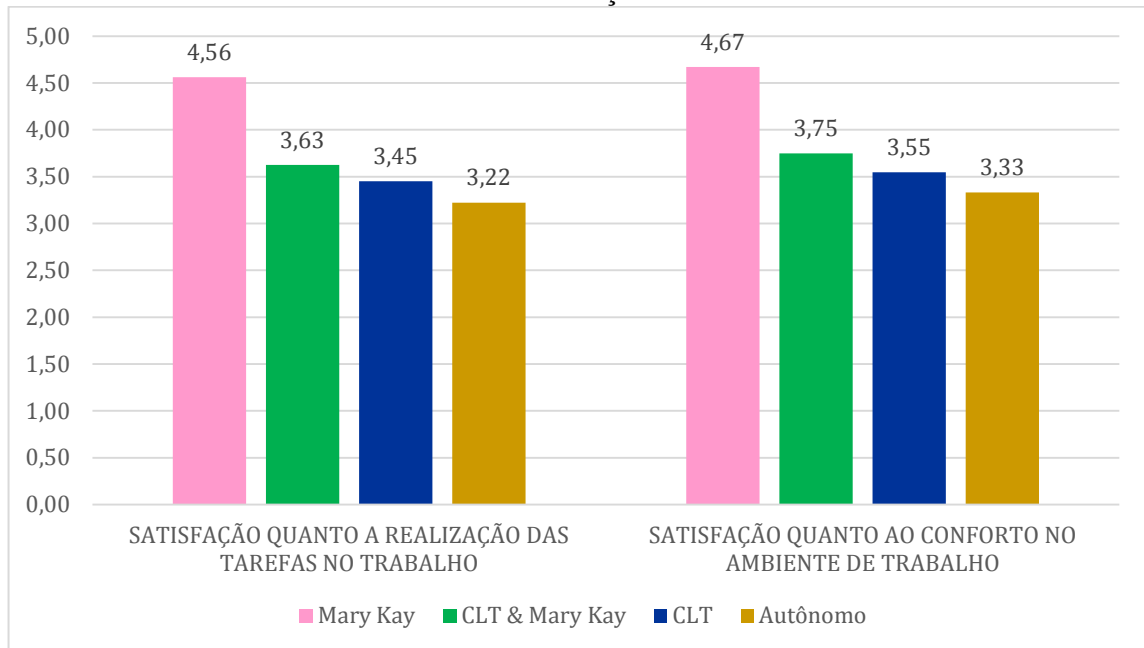
a média máxima de satisfação (4.50) quanto ao rendimento recebido, as autônomas consideraram seu pagamento como o menos satisfatório entre todas (2,44), seguidas pelas mulheres que trabalham em regime de trabalho formal. Pode-se observar no Gráfico 14 que as ocupações consideradas como ofertantes de melhores remunerações nesta pesquisa foram as relativas a mulheres que fazem parte da força de vendas da Mary Kay. O grupo das autônomas, por outro lado, demonstrou uma precarização no sentido da remuneração e se constituiu como o grupo no qual as mulheres se sentem mais exploradas em comparação com as demais categorias apresentadas neste estudo.



Fonte: Elaborado pela autora.

7.4.2 Condições seguras e saudáveis de trabalho

Para verificar como são avaliadas as condições de trabalho – quão saudáveis e confortáveis estas se apresentam, foram feitas duas questões relativas à satisfação das tarefas realizadas no trabalho e à satisfação quanto à confortabilidade no mesmo ambiente. Os resultados podem ser observados no Gráfico 15 abaixo.

Gráfico 15 – Condições de trabalho

Fonte: Elaborado pela autora.

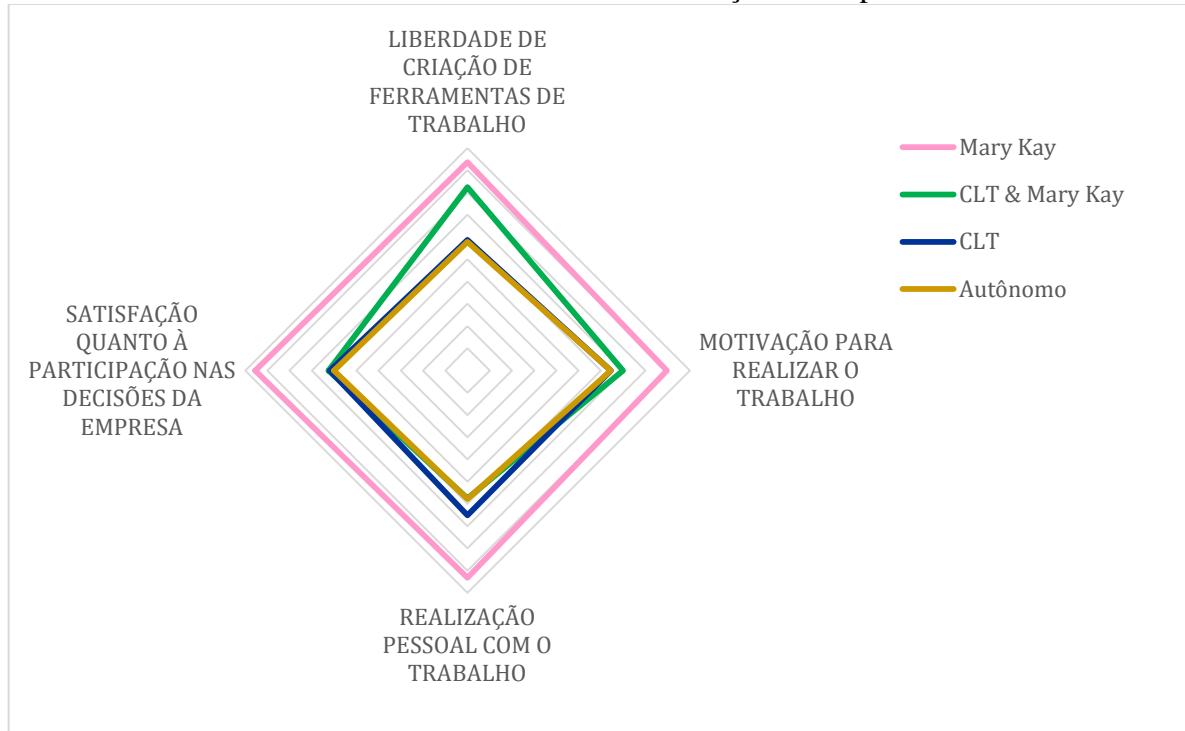
Mais uma vez, as mulheres que apresentam maior satisfação quanto à sua situação física no trabalho são as respondentes que trabalham somente com Mary Kay, e as que se sentem menos confortáveis e trabalham em ambientes mais insalubres são mais uma vez as que trabalham de maneira autônoma somente. Pode-se observar também que, neste quesito, as respondentes que trabalham com Mary Kay e ainda possuem um trabalho de carteira assinada demonstram trabalhar em condições melhores do que as trabalhadoras que trabalham somente dentro de um contrato formal de trabalho.

7.4.3 Oportunidade de desenvolvimento e utilização das próprias capacidades

Para avaliar a questão de desenvolvimento e utilização das próprias capacidades, foi perguntado às respondentes quanto ao seu nível de satisfação em relação à liberdade de criação de ferramentas de trabalho, à motivação de realizar as tarefas desempenhadas nas atuais atribuições profissionais, à satisfação quanto à participação nas decisões da empresa na qual ou para qual trabalham e, por fim, o quão realizadas as participantes estavam com o trabalho que desempenham. Pode-se observar no Gráfico 16 que, assim como nos anteriores, as profissionais que deram um retorno mais positivo foram as que trabalham apenas com Mary Kay e autônomas que também são parte da força de vendas Mary Kay, e as que demonstraram um grau mais negativo de satisfação neste quesito foram as profissionais que se encaixam apenas na modalidade autônoma/pessoa jurídica/empreendedora. Quanto às

trabalhadoras em empregos formais, estas se encontram basicamente no mesmo patamar de satisfação que o grupo das autônomas, com exceção da satisfação quanto às criações de ferramentas de trabalho, aspecto para o qual as mulheres que trabalham com carteira assinada e são também Mary Kay apresentaram resposta mais positiva, dada a liberdade oferecida pela Mary Kay de criar seu próprio método de trabalho.

Gráfico 16 – Desenvolvimento e utilização das capacidades



7.4.4 Oportunidade de crescimento na carreira

Para esta categoria, foram questionados quatro pontos ao entorno do desenvolvimento e crescimento de carreira: o orgulho que a profissional sente ao realizar seu trabalho, os treinamentos que são oferecidos pela empresa na qual trabalha ou para a qual presta serviço, possibilidade de crescimento de carreira nos próximos anos e possibilidade de assumir um cargo de liderança dentro da mesma organização. As mulheres que trabalham somente com Mary Kay e as mulheres autônomas e Mary Kay são, mais uma vez, as que tiveram uma resposta mais positiva quanto ao quesito crescimento de carreira. As autônomas são as que mais sentem falta de treinamento das empresas que as contratam, porém demonstram um sentimento relativo ao crescimento de carreira e a assumir cargos de liderança bem parecido com o exposto pelos demais regimes de trabalho. E, apesar de relatarem não receber o

suficiente pelas funções exercidas, sentem maior orgulho pela profissão do que as mulheres dentro do mercado formal de trabalho e veem uma possibilidade de crescimento maior também.

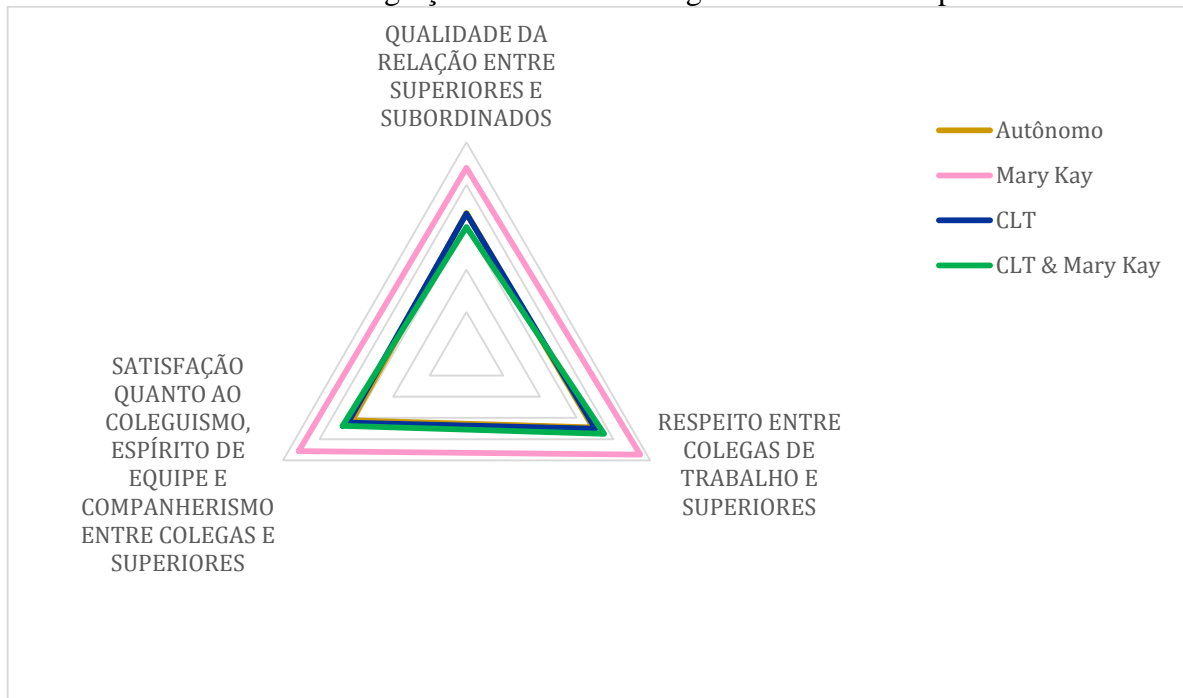
Gráfico 17 – Oportunidade de crescimento de carreira



Fonte: Elaborado pela autora.

7.4.5 Integração social entre funcionários

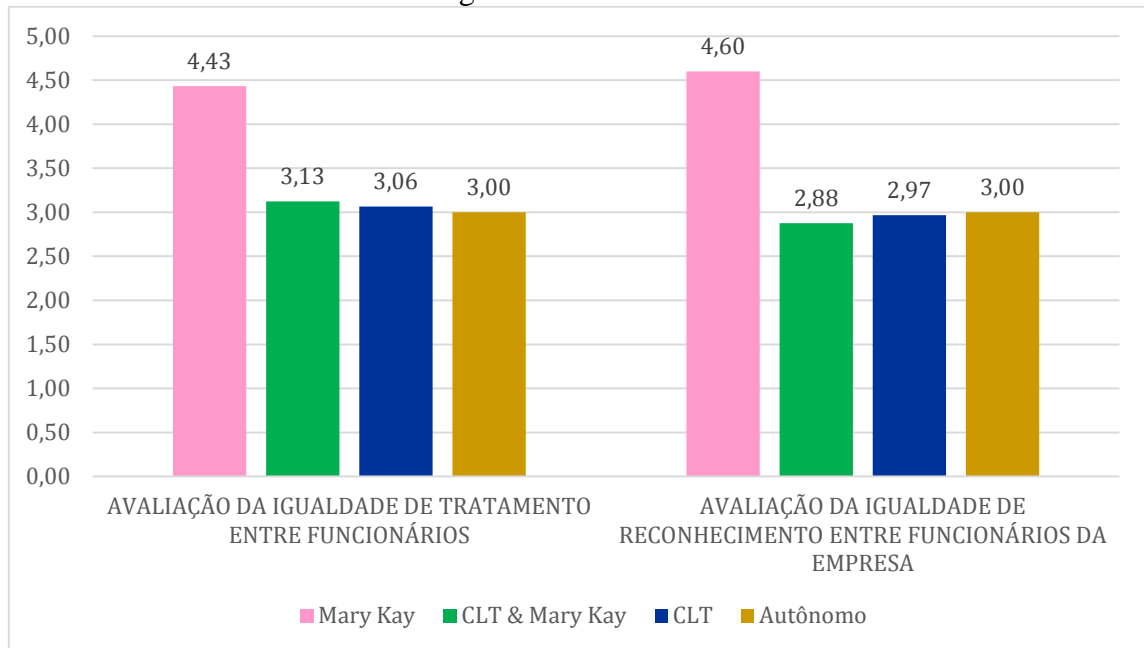
Para este quesito foram colocadas questões a fim de verificar o nível de entrosamento, respeito e coleguismo entre colegas de trabalho. O que podemos observar é que, claramente, as mulheres autônomas/pessoa jurídica/empreendedoras e Mary Kay e as que trabalham exclusivamente com Mary Kay são as que têm um retorno mais positivo quanto ao coleguismo e espírito de equipe dentre todas as categorias estudadas.

Gráfico 18 – Integração social entre colegas de trabalho e superiores

As demais estão claramente um nível abaixo no Gráfico 18, mostrando uma falta maior de companheirismo e espírito de equipe dentre os funcionários.

7.4.6 Cidadania e igualdade no ambiente de trabalho

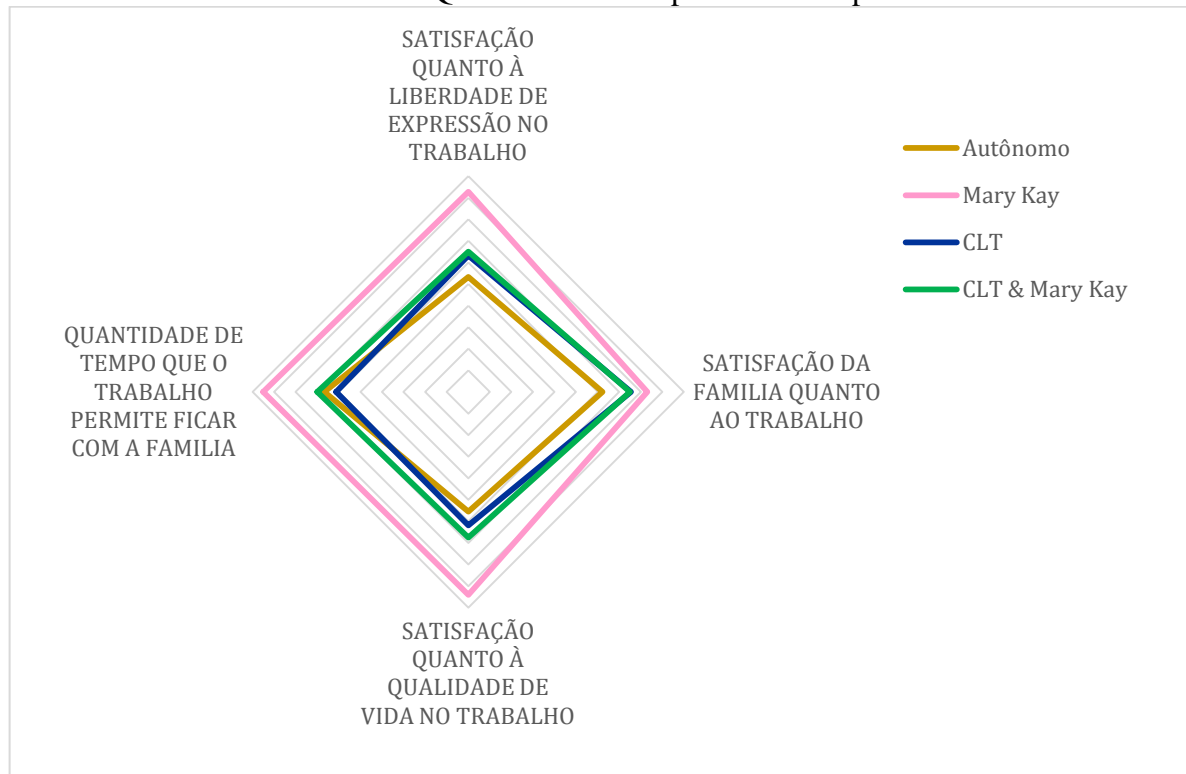
A fim de avaliarmos este quesito, as respondentes foram questionadas sobre sua satisfação relativa à igualdade de tratamento e igualdade de reconhecimento entre os funcionários da mesma empresa. As trabalhadoras exclusivas da Mary Kay disseram se sentir mais plenamente satisfeitas com a igualdade de tratamento entre os funcionários da empresa do que as demais categorias. Os resultados também demonstram que não estão satisfeitas com esse quesito as trabalhadoras autônomas (média de 3,0), CLT (3,06) e as que trabalham como CLT e Mary Kay (3,13). Quanto ao reconhecimento, as que se sentem menos satisfeitas são as mulheres que trabalham em regime de carteira assinada, independentemente de serem também trabalhadoras Mary Kay ou não.

Gráfico 19 – Cidadania e igualdade de tratamento no ambiente de trabalho

Fonte: Elaborado pela autora.

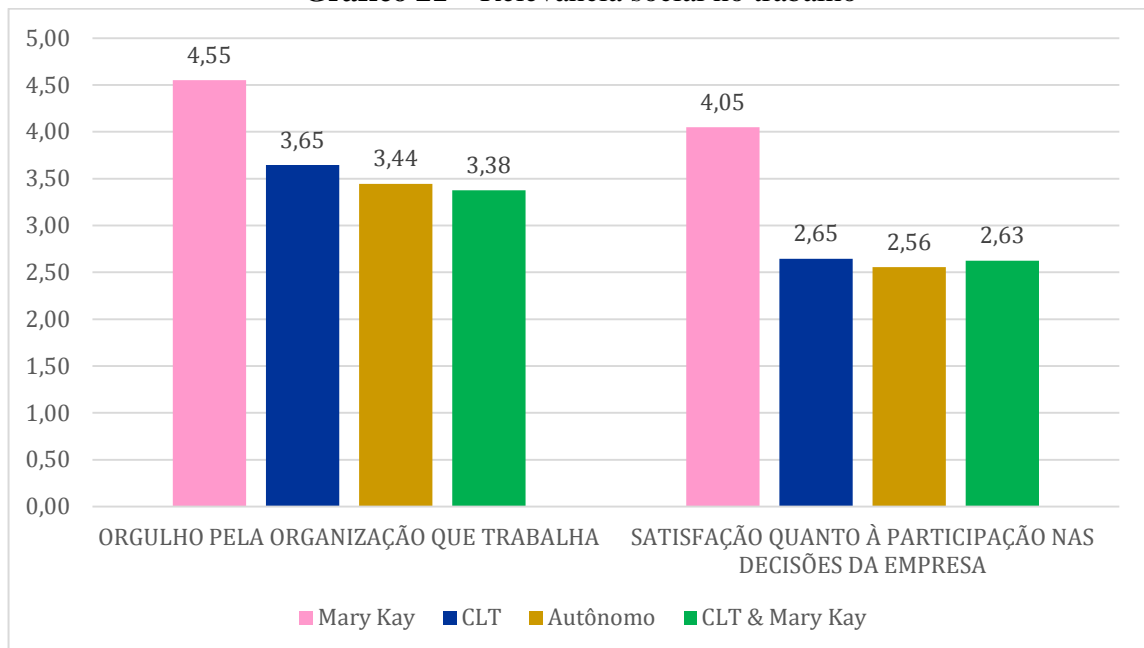
7.4.7 Qualidade de vida profissional e pessoal

Para avaliarmos a opinião das trabalhadoras quanto à qualidade de vida profissional e pessoal, utilizamos questões quanto à liberdade de expressão, quantidade de tempo que o trabalho lhes permite ficar com a família, satisfação quanto à qualidade de vida no trabalho em si e a satisfação da família quanto ao trabalho que a pessoa desempenha. Mary Kays e autônomas e Mary Kays apresentaram, mais uma vez, respostas mais positivas nestes quesitos; no entanto, quanto à pergunta da satisfação da família em relação ao trabalho exercido, as autônomas que também são Mary Kays e a força de vendas exclusiva Mary Kay aproximam-se das demais categorias. Como nos quesitos anteriores, são as trabalhadoras autônomas que se sentem menos satisfeitas de maneira geral com a qualidade de vida profissional e pessoal, seguidas sempre das trabalhadoras em regime formal de trabalho (carteira assinada) e das que além de terem um trabalho formal também são parte da força de vendas Mary Kay.

Gráfico 20 – Qualidade de vida profissional e pessoal

7.4.8 Relevância social no trabalho

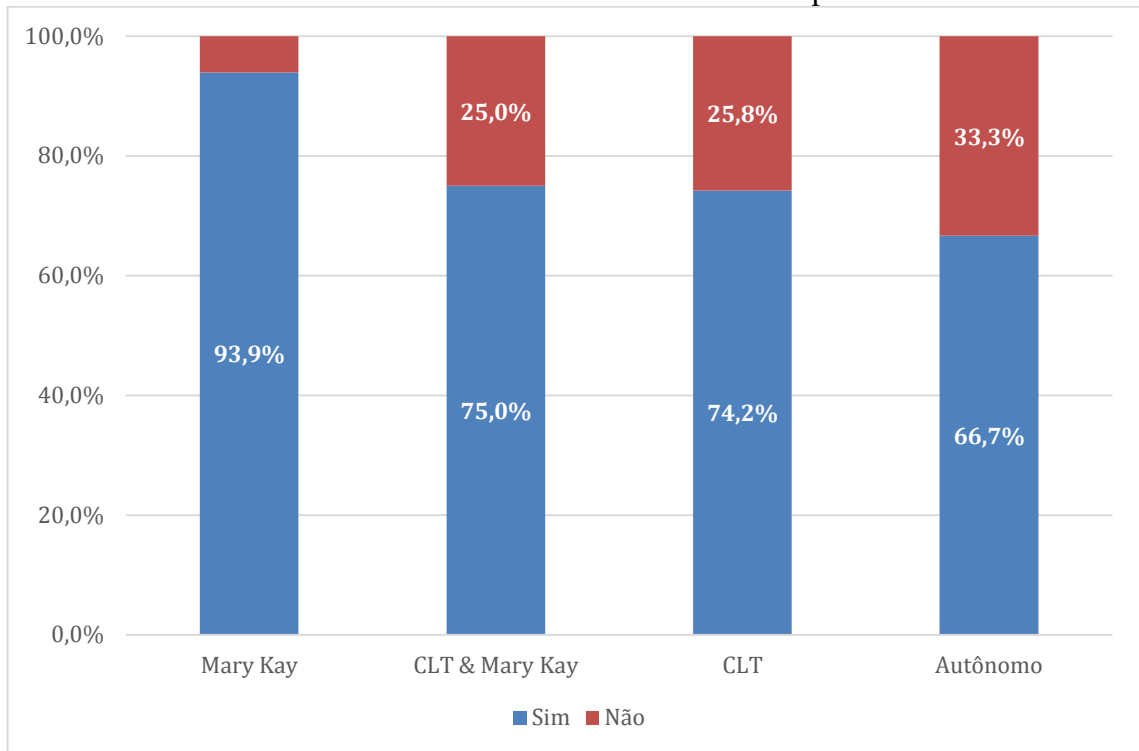
Nesta sessão foram levantadas questões quanto à relevância da empresa, buscando descobrir como as trabalhadoras se sentem em relação à empresa em que ou com a qual trabalham em si. Foram escolhidas duas questões: o nível de orgulho que a pessoa sente ao trabalhar naquela instituição e a satisfação pelo nível de envolvimento e participação nas decisões da instituição na qual trabalha. Como pode ser observado no Gráfico 21 abaixo, as mulheres que trabalham somente com Mary Kay possuem um nível de orgulho maior em relação às demais, porém, no quesito de participação nas decisões da empresa, em média, elas não se sentem tão incluídas e tão satisfeitas com seu nível de participação em comparação com os demais aspectos de qualidade de vida no trabalho – essa média, no entanto, não chega a ser baixa, é apenas mais baixa em relação à média das outras questões desse aspecto.

Gráfico 21 – Relevância social no trabalho

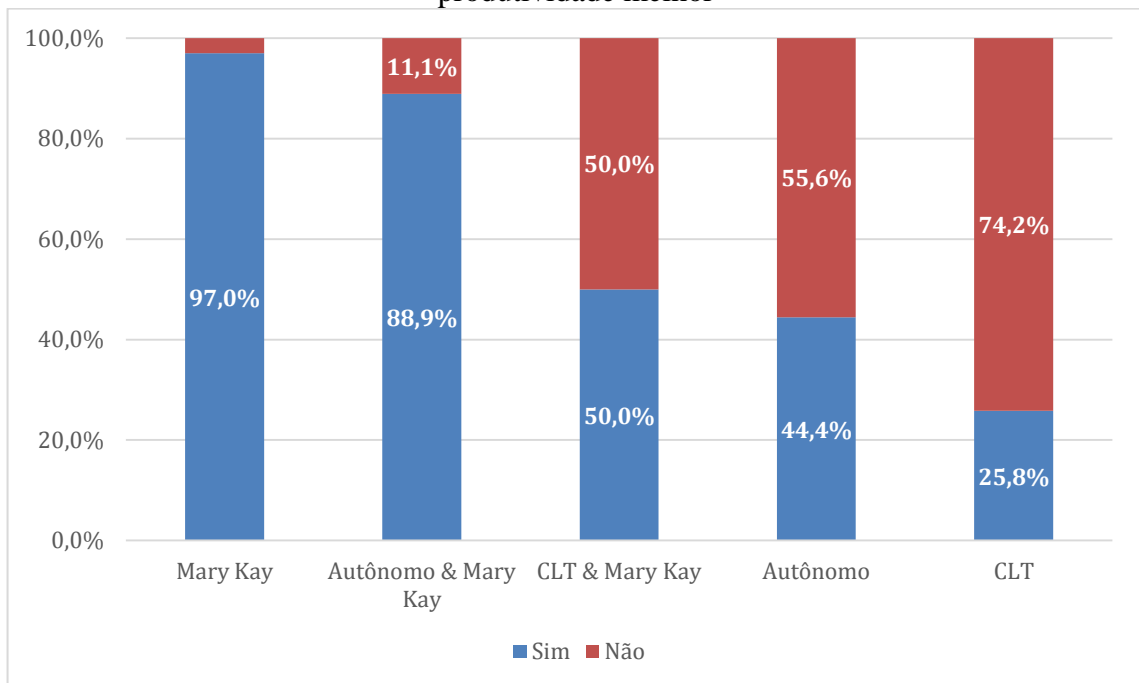
Fonte: Elaborado pela autora.

7.5 FLEXIBILIDADE DE HORÁRIO E PRODUTIVIDADE

Também foram adicionadas ao questionário duas perguntas com o propósito de avaliar a liberdade de tempo de trabalho e a produtividade dentro da atual circunstância de trabalho. Neste quesito, como pode ser observado nos Gráficos 22 e 23, as trabalhadoras que demonstraram maior flexibilidade e liberdade além de, de fato, trabalharem no seu horário mais produtivo, foram as autônomas/Mary Kay e as que são exclusivamente Mary Kays. As mulheres que tem menor chance de trabalhar em horários alternativos são as trabalhadoras em regime CLT, porém 74,2% das entrevistadas acreditam já trabalhar em seu horário mais produtivo. No caso das autônomas, essa questão se inverte: em média o grupo se sente menos produtivo no seu horário pré-estabelecido de trabalho do que as mulheres em regime CLT, porém acreditam ter mais flexibilidade para mudar seu horário como convém.

Gráfico 22 – Trabalha dentro do horário mais produtivo

Fonte: Elaborado pela autora.

Gráfico 23 – Liberdade para trabalhar em horários alternativos a fim de ter uma produtividade melhor

Fonte: Elaborado pela autora.

8 CONCLUSÃO

A partir das pesquisas feitas e da análise dos dados coletados, podemos observar que as mulheres que trabalham num modelo mais flexível e empreendedor, como se mostra ser o modelo de negócios da força de vendas da Mary Kay, têm uma satisfação com o trabalho e vida familiar visivelmente superior àquela das demais participantes desta pesquisa, conforme demonstrados nos gráficos 15 a 20. Não houve nenhum resultado que se apresentasse como negativo em relação à qualidade de vida nesta profissão, mostrando que, além de satisfeitas com o trabalho, as mulheres da força de vendas Mary Kay estão realizadas com o pagamento que recebem e se mostram mais satisfeitas com o tempo que têm disponível para passar com os filhos e família, além de se sentirem mais à vontade de sair da sua rotina para priorizá-los do que as demais participantes, como pode ser observado nos gráficos 8 e 9. Além disso, as mulheres que trabalham com Mary Kay são as que mais realizam trabalhos domésticos, o que reforça a obrigatoriedade feminina de cuidar da casa: quanto maior o tempo livre ou a percepção do mesmo, mais horas as mulheres passarão cuidando das tarefas domésticas, o que é claramente demonstrado pelo IBGE no Gráfico 2 deste trabalho, sobre a média de tempo dedicado às tarefas domésticas por mulheres ocupadas e mulheres desocupadas e também pelo trabalho de Carvalho Neto, Tanure e Andrade (2010). As mulheres que trabalham tanto com Mary Kay como em regime CLT apontam ter uma família que divide melhor as tarefas domésticas. Acredita-se que isso ocorra pela falta de tempo destas, visto que a média de horas trabalhadas por elas supera todas as demais categorias, como foi observado no Gráfico 10. Os dados apresentados relativos à satisfação de vida no trabalho das mulheres em regime de trabalho com carteira assinada e que também são parte da força de vendas Mary Kay e das que apenas trabalham sob o regime de trabalho com carteira assinada, se mostraram bastante semelhantes, com uma leve melhora de perspectiva de carreira em se tratando do caso em que as mulheres são consultoras de beleza Mary Kay além de serem funcionárias de carteira assinada. Entretanto, essa diferença é bastante pequena e acaba privando-as de um maior tempo para acompanhar seus filhos, como podemos observar no Gráfico 9, que demonstra para essas trabalhadoras o menor nível de satisfação entre todos os grupos apresentados. Quanto às trabalhadoras somente autônomas, foram estas as que apresentaram menor satisfação e qualidade de vida no trabalho e as que estão menos satisfeitas de uma maneira geral com a profissão e seus ganhos, mostrando um sucateamento da categoria, visto que suas médias se mostraram as mais baixas de uma maneira geral em comparação com as demais categorias, reforçando a pesquisa de Lima (2007), que demonstrou a precarização da mão de

obra autônoma devido à informalização dos contratos de trabalho. O presente trabalho ainda explicitou, em relação a esta última categoria, que não somente o pagamento não corresponde às expectativas e nem é encarado como justo, como os demais quesitos de satisfação com o trabalho também demonstram a precariedade e desvalorização deste tipo de profissional. Em se tratando das profissionais em regime CLT, vemos que os resultados, de uma maneira geral, encontram-se bem na média, demonstrando que elas não estão completamente satisfeitas e veem espaço para melhoria em seus ambientes de trabalho, mas não se apresentam tão desconfortáveis com sua posição a fim de se caracterizarem como descontentes. É bastante clara a diferença de percepção, sobre os quesitos avaliados, que as mulheres que são Mary Kays e autônomas e só Mary Kays demonstraram em relação às demais, evidenciando, assim, que as que trabalham sob o regime dessa empresa são mais satisfeitas e têm mais tempo para suas atividades e vidas pessoais do que as demais participantes.

REFERÊNCIAS

- ABEVD. Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas. **Venda direta**. São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://www.abevd.org.br/venda-direta/>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- ALMEIDA, Maria Vitória de. Trabalho e família na vida das mulheres brasileira: novas e velhas tensões. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, 19., 2014, São Pedro, SP. Disponível em: <http://www.abep.org.br/~abeporgb/abep.info/files/trabalhos/trabalho_completo/TC-3-22-690-623.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2017.
- AMORIM, Daniela. Apesar da recuperação, qualidade das vagas é questionável, diz IBGE. **Estadão**, São Paulo, 31 ago. 2017. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,apesar-da-recuperacao-qualidade-das-vagas-e-questionavel-diz-ibge,70001958785>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- ASH, Mary Kay. **Milagres que acontecem**. [S.l.]: Mary Kay Inc, 2015.
- BASTOS, Adriana; PEÑALOZA, Verônica. Educação empreendedora e inserção profissional: o perfil dos alunos de uma Instituição de Ensino Superior. **Organizações em Contexto**, v. 2, n. 4, dez. 2006.
- BERGAMINI, Cecília W. Motivação: mitos, crenças e mal-entendidos. **Rev. Adm. Empres.**, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 23-34, abr./jun. 1990.
- BRASIL perdeu 1,5 milhão de vagas com carteira assinada em 2015, pior marca em 31 anos. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 16 set. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/09/1813988-brasil-perdeu-15-milhao-de-vagas-com-carteira-assinada-em-2015-pior-marca-em-31-anos.shtml>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- BRASIL. Ministério do Trabalho. **Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS)**. Brasília, 26 ago. 2015a. Disponível em: <<http://trabalho.gov.br/carteira-de-trabalho-e-previdencia-social-ctps>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- BRASIL. Número de trabalhadores com carteira assinada cresce 59,6% no Brasil em 12 anos, diz IBGE. **Portal Brasil**, Brasília, 29 jan. 2015b. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/01/numero-de-trabalhadores-com-carteira-assinada-cresce-59-6-no-brasil-em-12-anos-diz-ibge>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- CARVALHO NETO, Antonio Moreira de; TANURE, Betania; ANDRADE, Juliana. Executivas: carreira, maternidade, amores e preconceitos. **RAE Eletrônica**, v. 9, n. 1, jan./jun. 2010.
- CHANDOLA, Tarani et al. Does conflict between home and work explain the effect of multiple roles on mental health? A comparative study of Finland, Japan, and the UK. **International Journal of Epidemiology**, v. 33, n. 4, p. 884-893, 2004.
- COSTA, Aline Pereira Neves da; LEANDRO, Luiz Alberto de Lima. O Atual Cenário Das Micro E Pequenas Empresas No Brasil. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E

TECNOLOGIA – SEGeT, 13., 2016, Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos16/14924134.pdf>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

DIEUAIDE, Patrick; MONDON-NAVAZO, Mathilde; ROSENFELD, Cinara Lerrer. Les travailleurs indépendants économiquement dépendants au Brésil: Premiers matériaux d'enquête pour une mise en perspective. In: JOURNÉES INTERNATIONALES DE SOCIOLOGIE DU TRAVAIL – JIST, 13., 2012, Bruxelas. Disponível em: <http://metices.ulb.ac.be/IMG/pdf/DIEUAIDE_MONDON_ETC.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2017.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando idéias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elvieser Editora Ltda., 2008.

FRAGA, Eduardo; GONZAGA, Gustavo; SOARES, Rodrigo. Selection on Ability and the Early Career Growth in the Gender Wage Gap. **IZA Discussion Paper**, n. 10791, 2017. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2979939>. Acesso em: 21 jun. 2017.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sistema Nacional de Informações de Gênero. [S.l.], 2014. Disponível em: <<https://ww2.ibge.gov.br/apps/snig/v1/apresentacao.html>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Retrato das desigualdades de gênero e raça – 1995 a 2015**. Disponível em: <https://ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/170306_retrato_das_desigualdades_de_genero_raca.pdf>. Acesso em: 01 dez. 2017.

LIMA, Jacob Carlos (Org.). **Ligações perigosas**: trabalho flexível e trabalho associado. São Paulo: Annablume, 2007.

MARQUEZE, Elaine Cristina; MORENO, Claudia Roberta de Castro. Satisfação no trabalho – uma breve revisão. **Revista Brasileira de Saúde Ocupacional**, São Paulo, v. 30, n. 112, p. 69-79, 2005.

MARTELLO, Alexandre. Brasil fecha 1,32 milhão de empregos formais em 2016. **G1**, Brasília, 20 jan. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/brasil-fecha-132-milhao-de-vagas-formais-em-2016.ghtml>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

MILKOVICH, George T.; BOUDREAU, John W. **Administração de Recursos Humanos**. Tradução de Reynaldo C. Marcondes. São Paulo: Atlas, 2000.

OST, Stelamaris. Trabalho autônomo. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, v. 11, n. 51, mar. 2008. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=4755>. Acesso em: 10 dez. 2017.

PEÑALOZA, Verônica; DIÓGENES, Camila Gomes; SOUSA, Sara Jamile Aragão. Escolha profissional no curso de Administração: tendências empreendedoras e gênero. **Revista de Administração Maackenzie**, v. 9, n. 8, ed. esp., 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/1954/195416658009/>>. Acesso em: 18 nov. 2017.

POSSATI, Izabel Cristina; DIAS, Mardônio Rique. Multiplicidade de papéis da mulher e seus efeitos para o bem-estar psicológico. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 15, n. 2, p. 293-301, 2002.

PROBST, Elisiana Renata. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. 2007. 8 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão estratégica e Recursos Humanos) – Programa de Pós-Graduação em Gestão estratégica e Recursos Humanos, Instituto Catarinense de Pós-Graduação, Santa Catarina, 2007. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2014/05/artigo_jan_gen_a_evolucao_da_mulher_no_mercado_de_trabalho.pdf>. Acesso em: 23 nov. 2017.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernandez; LUCIO, Pilar Batista. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Mc Graw-Hill, 2006.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias. Satisfação no trabalho. In: SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias et al. (Orgs.). **Medidas do comportamento organizacional**. [S.l.:s.n.], 2008. p. 265-274. Disponível em: <http://srvd.grupoa.com.br/uploads/imagensExtra/legado/S/SIQUEIRA_Mirlene_Maria_Matias/Medidas_Do_Comportamento_Organizacional/Liberado/Cap_16_Satisfacao.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2017.

STEPANSKY, Valmorbida; FRANÇA, Lucia. Trabalho e Vida Pessoal: O Equilíbrio Necessário. **Boletim Técnico do Senac**, v. 34, n. 1, p. 65-71, 2008.

WALTON, Richard E. Quality of working life: what is it? **Slow Management Review**, v. 15, n. 1, p. 11-21, 1973.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO APLICADO ÀS TRABALHADORAS

Esta pesquisa tem como objetivo medir a satisfação no trabalho das mulheres que trabalham sob o regime CLT, autônomas ou empreendedoras e mulheres membros da força de vendas Mary Kay a fim de averiguar qual desses regimes de trabalho proporcionam uma maior satisfação de vida para as mulheres entrevistadas. Esta pesquisa é feita de forma anônima e, caso a participante queira o resultado final do estudo, basta deixar seu e-mail e o trabalho será encaminhado assim que finalizado.

Questionário:

1. Idade:
 - a. 20 - 25 b. 26 - 30 c. 31 - 35 d. 35-40 e. 45-50 f. mais de 50
2. Qual o seu regime de trabalho?(Marque todas as que se aplicam)
 - a. Contrato Formal de Trabalho (CLT)
 - b. Autonomo/Pessoa Juridica
 - c. Consultora Independente da Mary Kay
4. Quantas pessoas moram em sua casa?
5. Você tem filhos dependentes (Que ainda sejam sustentados por você)? SIM NÃO
6. Marque o nível satisfação quanto ao tempo que você tem disponível para dedicar e acompanhar a rotina dos seus filhos.

Muito satisfeito Satisfeito Neutro Insatisfeito Muito Insatisfeito
7. Marque o quão confortável você se sente em sair da sua rotina de trabalho para atender a uma emergência com seu(s) filho(s)

Muito confortável Confortável Neutro desconfortável Muito desconfortável
9. Você sente que a responsabilidade pela criação do(s) seu(s) filho(s) é dividida igualmente?(Marque todas as que se aplicam)

Eu cuido sozinha do(s) meu(s) filho(s)

Ambos (você e o pai da criança)dividimos as responsabilidades de criação igualmente.

O pai tem apenas o papel de contribuir financeiramente com a criação.

Recebo ajuda de outras pessoas que não o pai na criação.

O pai tem pouco envolvimento com o desenvolvimento e criação.
10. Quantas horas você trabalha por semana?_____
11. Quantas horas por semana, em média, você gasta com tarefas domésticas (faxinar a casa, cozinhar, etc.)?

Não realizo nenhum tipo de tarefas domesticas

- Até 3 horas por semana
- Até 5 horas por semana
- Até 7 horas por semana
- Mais que 7 horas por semana

12. Você sente que a responsabilidade pela manutenção do lar é dividida igualmente entre todos os habitantes adultos na sua casa?(Marque todas as que se aplicam)

- Eu realizo todos ou a maior parte dos trabalhos domésticos.
- Todos são responsáveis igualmente pela manutenção do lar.
- Eu realizo a menor parte dos trabalhos domésticos.
- Moro sozinha.
- Contrato alguém para realizar a manutenção do lar.
- não realizo tarefas domésticas.

13 - Como você avalia a sua liberdade para criar ferramentas novas no seu trabalho?				
Nenhuma Liberdade				Total Liberdade
1	2	3	4	5

14 - Qual o seu nível de motivação no trabalho que desempenha atualmente?				
Totalmente Desmotivada				Totalmente Motivada
1	2	3	4	5

15 - Como você avalia a igualdade de tratamento dos funcionários da empresa que trabalha?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

15 - Como você avalia a igualdade de reconhecimento dos funcionários da empresa que trabalha?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

16 - Qual o seu nível de satisfação quanto a sua liberdade de expressão no seu trabalho?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

17 - Você se sente realizada com o trabalho que realiza?				
Nada Realizada				Totalmente Realizada
1	2	3	4	5

18 - Qual o seu nível de satisfação quanto ao orgulho que você possui quanto a organização na qual trabalha?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

19 - Em que medida você avalia o orgulho pela sua profissão?				
Sem Orgulho algum				Totalmente orgulhosa
1	2	3	4	5

20 - Como você avalia a qualidade da sua relação com seus superiores e/ou subordinados?				
Totalmente Insatisfeita		Média	Boa	Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

21 - Qual o seu nível de satisfação da sua família quanto ao seu trabalho?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

22 - Qual o seu nível de satisfação quanto a sua participação nas decisões da empresa?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

23 - Qual o seu nível de autonomia no seu ambiente de trabalho?				
Nenhuma Autonomia				Total Autonomia
1	2	3	4	5

24 - Qual o seu nível de satisfação quanto aos treinamentos oferecidos pela organização?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

25 - Qual o seu nível de satisfação quanto ao respeito manifestado pelos seus colegas de trabalho e superiores?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

26 - Qual o seu nível de satisfação quanto às tarefas que realiza em seu trabalho?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

27 - Como você classifica as suas possibilidades de ter um crescimento na sua carreira dentro dos próximos anos?				
Nenhuma Possibilidade				Total Possibilidade
1	2	3	4	5

28 - Como você classifica a suas possibilidades de assumir um cargo de liderança?				
Nenhuma Possibilidade				Total Possibilidade
1	2	3	4	5

29 - Qual o seu nível de satisfação quanto ao coleguismo, espírito de equipe e companheirismo de seus colegas de trabalho?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

30 - Em que medida você se sente confortável no ambiente de trabalho?				
Nada Confortável				Totalmente Confortável
1	2	3	4	5

31 - O quanto você está satisfeito com a sua qualidade de vida no trabalho?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

32 – Qual a sua satisfação com relação a sua remuneração frente às suas atuais atribuições?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

33 – Como você avalia a quantidade de tempo que o seu trabalho permite ficar com a sua família?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

34 – Qual o seu nível de satisfação quanto a sua flexibilidade de horários no trabalho?				
Totalmente Insatisfeita				Totalmente Satisfeita
1	2	3	4	5

35 – Você acredita trabalhar dentro do seu horário mais produtivo?

SIM() NÃO()

36 – Você tem a liberdade para trabalhar em horários alternativos a fim de ter uma produtividade melhor?

SIM() NÃO()