



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO**

DEISE ARAUJO CHAGAS COSTA

**EMPREENDEDORISMO MATERNO COMO ESCOLHA PROFISSIONAL:
HISTÓRIAS DE VIDA**

**SÃO CRISTÓVÃO, SE
2022**

DEISE ARAUJO CHAGAS COSTA

**EMPREENDEDORISMO MATERNO COMO ESCOLHA PROFISSIONAL:
HISTÓRIAS DE VIDA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Sergipe como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rúbia Oliveira Corrêa.

Linha de Pesquisa: Pequenas Empresas e Empreendedorismo.

**SÃO CRISTÓVÃO, SE
2022**

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Costa, Deise Araujo Chagas
C837e Empreendedorismo materno como escolha profissional :
histórias de vida / Deise Araujo Chagas Costa ; orientador
Rubia Oliveira Corrêa. – São Cristóvão, SE, 2022.
114 f. : il.

Dissertação (mestrado em Administração) –
Universidade Federal de Sergipe, 2022.

1. Mães – Orientação profissional. 2. Empreendedores -
Mulheres. 3. Executivas – Aracaju SE. 4. Administração. I.
Corrêa, Rubia Oliveira, orient. II. Título.



ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ao vigésimo sexto dia do mês de agosto de 2022, em uma apresentação online, foi instalada e presidida pela Professora Dra. Rúbia Oliveira Corrêa, a banca examinadora para a DEFESA da dissertação intitulada de “EMPREENDEDORISMO MATERNO COMO ESCOLHA PROFISSIONAL: HISTÓRIAS DE VIDA”, de autoria da mestrandade DEISE ARAÚJO DAS CHAGAS. Estiveram presentes na apresentação, além da orientadora, os membros da banca e discentes. A banca examinadora atendendo a determinação do Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPADM) foi constituída pelas Professoras Doutoras: Rúbia Oliveira Corrêa – PROPADM/UFS (orientadora), Maria Conceição Melo Silva Luft – PROPADM/UFS (Examinadora Interna) e Rivanda Meira Teixeira – PPGADM/UFPR (Examinadora externa). Às 15h00min, a banca iniciou os trabalhos, convidando a candidata DEISE ARAÚJO DAS CHAGAS a fazer a apresentação do estudo supracitado. Encerrada a apresentação iniciou-se a fase de contribuições e arguição pelos membros participantes. Em sequência a banca reuniu-se e decidiu pela APROVAÇÃO do trabalho realizado pela mestrandade.

Aracaju, 26 de agosto de 2022.

Rúbia Oliveira Corrêa

Rúbia Oliveira Corrêa - PROPADM UFS
Participação à distância por videoconferência
(orientadora)

Maria Conceição Melo Silva Luft – PROPADM
Participação à distância por videoconferência
(Examinadora Interna)

Rivanda Meira Teixeira

Rivanda Meira Teixeira – PPGADM/UFPR
Participação à distância por videoconferência
(Examinadora externa)

Deise Araújo das Chagas

Deise Araújo Das Chagas
Participação à distância por videoconferência
(Discente)

“E viveram felizes para sempre...” As histórias infantis terminam assim porque princesas não se tornam mães antes da última página dos livros [...] e olha que nada pode ser mais mágico do que a maternidade”.

Patrícia Travassos
Ana Claudia Konichi

AGRADECIMENTOS

Gratidão é um dos sentimentos mais generosos e nobres que existe. Ainda mais quando tem relação direta com a realização de um grande sonho. Assim está o meu coração, cheio de gratidão por poder viver mais uma conquista.

Gratidão a **Deus**, por permitir que eu chegasse até aqui, sempre realizando. Ao todo poderoso, criador de tudo que há! Seguirei com muita fé.

Gratidão à minha maravilhosa **mãe**, o meu maior exemplo de garra, busca, persistência e fé. Te amo muito, minha princesa. Incluindo a minha linda **família**, com vocês fica mais fácil, obrigada por existirem, cada um sabe a importância que tem na minha vida.

Minha **família Costa**, povo maravilhoso, o apoio, cuidado e carinho de vocês, foram indispensáveis. Recebam minha gratidão. Em especial meu amável esposo Márcio, quanta compreensão, incentivo e apoio recebido. Muito obrigada! Graças a Deus por você existir e por fazer toda a diferença. E Ayshinha, minha “caopaneira” que merece um diploma, 100% de frequência às aulas remotas (rsrs), sempre retribuirei com muito amor e cuidado.

Agradeço a todos do **PROPADM**, programa que escolhi e tenho orgulho em dizer que faço parte. Agradeço em especial a minha **orientadora**, Dr^a Rúbia, pois Deus foi muito generoso te colocando em meu caminho. Minha eterna gratidão por todos os ensinamentos, orientações e incentivos. És exemplo de garra, força, determinação e produção. Agradecimento especial à minha **banca examinadora**, Dr^a Rivanda e Dr^a Maria Conceição, suas contribuições foram valorosas e essenciais.

Vou chamar **amigos** de anjos. Eles existem e o representante é o grande Fabiano. Obrigada por cada passo dado juntos, cada dia e fim de semana de estudos, chás, cafés, conselhos, risadas. Aprendi muito contigo e com os demais colegas da turma 2020.

A todos da instituição em que estou e que me proporciona conhecer cada turma, realizando diariamente meu sonho, tornando-me realizada profissionalmente: obrigada **SENAI**, ex-alunos, atuais e futuros. Alunos, esse processo evolutivo foi por vocês!

Avante!

RESUMO

Diante da necessidade de se estabelecerem socialmente, enfrentarem as disparidades salariais entre gêneros e melhor gerenciar a tripla jornada de trabalho, que cobra serem ótimas mães e donas de casa, para além da sua atuação profissional, muitas mulheres passaram a empreender. Este estudo concentra-se em mulheres que empreendem e dedicam-se também à maternidade, fenômeno nomeado de *mumpreneurs* (Empreendedorismo Materno). As mães empreendedoras estão desbravando novos caminhos em suas práticas de negócios, redefinindo suas identidades empreendedoras em busca de congruência entre seus papéis de boas mães e mulheres de negócios, tornando necessários os estudos acerca desse fenômeno. Frente a esse desafio, Breen e Leung (2020) propuseram um modelo conceitual que oferece uma perspectiva inicial para a compreensão da carreira empreendedora, localizando as mães empreendedoras dentro de seus contextos relacionais. A lente relacional oferece uma explicação de como os contextos relacionais influenciam a escolha pelo empreendedorismo, moldam as percepções de oportunidades, influenciam as escolhas, a forma e o processo de expansão dos negócios ao longo do tempo. No entanto, esse modelo carece ser mais bem apreciado, frente a essa possibilidade, este estudo tem por objetivo analisar, com base no modelo conceitual de Breen e Leung (2020), como o contexto relacional, as escolhas e os resultados relacionais colaboram para que mulheres, em Aracaju, optem por empreender após a maternidade. Quanto aos procedimentos metodológicos, a abordagem foi de natureza qualitativa e exploratória. A pesquisa foi conduzida com o auxílio do método biográfico de história de vida oral. Os dados foram coletados com o auxílio de entrevistas em profundidade e analisados por meio da técnica de análise de conteúdo. Após averiguação dos achados, foi possível constatar na prática a existência das relações propostas pelo modelo conceitual de Breen e Leung (2020). De forma particular, o contexto relacional destacou o quanto a maternidade e familiares podem influenciar na decisão de mulheres por empreender após tornarem-se mães, escolha que esteve alinhada com os valores pessoais dessas *mumpreneurs*. Sobre as escolhas relacionais, as mães empreendedoras obtiveram o apoio familiar necessário para sustentar a decisão profissional. Os resultados alcançados com a mudança profissional desconstruíram a ideia de sucesso relacionado apenas a ganhos financeiros, de modo que esses resultados foram extensivos aos filhos e familiares das entrevistadas.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Empreendedorismo Materno. Escolha Profissional.

ABSTRACT

Faced the need of establishing socially themselves, confronting the salary disparities between genders and better managing the triple working schedule, which requires being great mothers and housewives, besides their professional performance, many women started to undertake. This study focuses on women who undertake and are also dedicated to motherhood, a phenomenon called mumpreneurs (Maternal Entrepreneurship). Entrepreneurial mothers are breaking new ground in their business practices, redefining their entrepreneurial identities in search of congruence between their roles as good mothers and businesswomen, making studies about this phenomenon. Faced with this challenge, Breen and Leung (2020) proposed a conceptual model that offers an initial perspective for understanding the entrepreneurial career, locating entrepreneurial mothers within their relational contexts. The relational lens offers an explanation of how relational contexts influence the choice for entrepreneurship, shape perceptions of opportunities, influence choices, the shape and process of business expansion over time. However, this model needs to be better appreciated, given this possibility, and this study aims to analyze, based on the conceptual model of Breen and Leung (2020), how the relational context, choices and relational results collaborate to women in Aracaju to choose to undertake after motherhood. As for the methodological procedures, the approach was qualitative and exploratory. The research was conducted with the help of the oral life history biographical method. Data were collected using in-depth interviews and analyzed using the content analysis technique. After investigating the findings, it was possible to verify in practice the existence of the relationships proposed by the conceptual model of Breen and Leung (2020). In particular, the relational context highlighted how much motherhood and family members can influence women's decision to undertake post-maternity, a choice that was aligned with the personal values of these mumpreneurs. Regarding relational choices, the entrepreneurial mothers obtained the necessary family aid to support the professional decision. The results achieved with the professional change deconstructed the idea of success related only to financial gains, so that these results were extended to the children and family members of the interviewees.

Keywords: Female Entrepreneurship. Maternal Entrepreneurship. Professional Choice.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tipos de História Oral.....	41
Quadro 2 – Categorias e Elementos de Análise.....	48
Quadro 3 – Caracterização das <i>mumpreneurs</i> entrevistadas	82
Quadro 4 - Valores Pessoais.....	84
Quadro 5 - Oportunidade na mudança estrutural	85
Quadro 6 - Suporte social	86
Quadro 7 - Transição para o empreendedorismo.....	88
Quadro 8 - Reconhecimento e aproveitamento de oportunidades	89
Quadro 9 - Sucesso na carreira profissional	91
Quadro 10 - Melhorias no ambiente familiar	93
Quadro 11 - Melhorias na carreira profissional.....	94

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo Conceitual de Breen e Leung (2020)	36
Figura 2 – Mãe empreendedora Camila	54
Figura 3 – Mãe empreendedora Cláudia	58
Figura 4 – Mãe empreendedora Cláudia Vanessa	62
Figura 5 – Mãe empreendedora Grasielly	70
Figura 6 – Mãe empreendedora Isadora	73
Figura 7 – Mãe empreendedora Itaianara	76
Figura 8 – Mãe empreendedora Rosenilde	80

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CF	Constituição Federal
CLT	Consolidação das Leis Trabalhistas
Covid-19	Coronavírus Disease de 2019
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
ISI.....	Institute for Scientific Information
MEC	Ministério da Educação
OMS	Organização Mundial da Saúde
PROPADM	Programa de Pós-Graduação em Administração
SE	Sergipe
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UFS	Universidade Federal de Sergipe
WEP	Global Womens's Enterprise Policy

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 OBJETIVOS DA PESQUISA	17
1.1.1 Objetivo Geral	17
1.1.2 Objetivos Específicos.....	17
1.2 JUSTIFICATIVA.....	17
1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	21
2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	21
2.2 EMPREENDEDORISMO MATERNO	27
2.3 EMPREENDEDORISMO COMO UMA ESCOLHA PROFISSIONAL FEMININA	
31	
2.4 MODELO CONCEITUAL	35
3 METODOLOGIA	39
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	39
3.2 ESTRATÉGIA DE PESQUISA.....	40
3.3 TÉCNICAS E CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DAS HISTÓRIAS ORAIS.....	41
3.4 PROCEDIMENTOS PARA A COLETA DAS HISTÓRIAS ORAIS	42
3.5 ANÁLISE DOS DADOS	43
3.6 CONFIABILIDADE E CRITÉRIOS DE VALIDADE DA PESQUISA	44
3.7 DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS	46
3.8 CATEGORIAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE	47
3.9 LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	48
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	50
4.1 APRESENTAÇÃO DAS HISTÓRIAS ORAIS.....	50
4.1.1 Camila: agente de mudanças	50
4.1.2 Cláudia: a empreendedora que se realiza diariamente.....	55
4.1.3 Cláudia Vanessa: a determinada.....	58
4.1.4 Grasielly: a realizadora de sonhos	62
4.1.5 Isadora: uma trajetória empreendedora	70
4.1.6 Itaianara/Lala: entre desafios e conquistas.....	73
4.1.7 Rosenilde: uma mãe realizada também nos negócios.....	77
4.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS HISTÓRIAS ORAIS.....	81

4.2.1 Caracterização das <i>mumpreneurs</i> entrevistadas.....	81
4.2.2 Contexto Relacional.....	83
4.2.3 Escolhas Relacionais.....	87
4.2.4 Resultados Relacionais	90
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96
5.1 Sugestões Gerenciais para Futuras Pesquisas	99
REFERÊNCIAS.....	101
APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista	111
APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	113

1 INTRODUÇÃO

As mudanças socioculturais que ocorreram nas últimas décadas no Brasil e no mundo afetaram a maneira de pensar e agir das pessoas e, nas questões de gênero especificamente, foram verificadas grandes transformações nacionais. Nas primeiras décadas do século XX, mulheres e homens não possuíam direitos civis de forma igualitária. O Código Civil Brasileiro, criado em 1916, foi considerado patriarcal e paternalista, uma vez que nele constava, por exemplo, que a mulher casada só poderia trabalhar se o marido autorizasse, o que só foi revisto em 1962.

Em 1934, a Constituição Federal (CF) brasileira passou a assegurar o direito de voto para as mulheres. Em 1943, o trabalho feminino foi regulamentado pela Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). No entanto, em 1945, pós-Segunda Guerra Mundial, o pleno emprego ainda era masculino e às mulheres cabiam, principalmente, os cuidados com o lar, sendo elas coadjuvantes no sustento da família. Além disso, os salários femininos, em muitas ocasiões, eram inferiores aos salários gerais (NARVAZ; KOLLER, 2006).

A Constituição Federal de 1988 e o Novo Código Civil Brasileiro de 2002 tentaram reduzir disparidades de direitos entre homens e mulheres, inclusive trabalhistas. Segundo Narvaz e Koller (2006, p. 3), “a posição da mulher na família e na sociedade em geral, desde a colonização até hoje, demonstra que a família patriarcal foi uma das matrizes de nossa organização social”. Para eles, a despeito das conquistas sociais e legais das mulheres, papéis e relações assentados em discriminações e desigualdade de gênero permanecem no século XXI, invadindo as ciências, artes e política; afetando negativamente o cotidiano de muitas mulheres em várias esferas.

Diante do cenário desfavorável aqui descrito, da necessidade de conquistar maior espaço nos arranjos sociais e obrigação de romperem com paradigmas ao construir dois projetos de vida: carreira profissional e família estruturada, embasadas na interação entre o trabalho e seu papel social, muitas mulheres passaram a vislumbrar a possibilidade de empreender (BOAS, 2012), o que a academia intitulou de empreendedorismo feminino (STROBINO; TEIXEIRA, 2014; TEIXEIRA; BONFIM, 2016).

Estudos revelam que o empreendedorismo contribui significativamente para o desenvolvimento econômico e social a partir da geração de emprego, trabalho e renda (Wennekers e Thurik, 1999; Ahmed, *et al.* 2010; Wiklund, Wright e Zahra, 2019). O empreendedorismo feminino, foco nesta pesquisa, tem sido estudado, discutido e analisado por pesquisadores (Jennings; Brush, 2013; Cromie; Hayes, 1988; Buttner; Rosen, 1989; Stevenson, 1990; Buttner; Moore, 1997; Lerner; Brush; Hisrich, 1997; Mirchandani, 1999; Buttner, 2001; Danes; Olson, 2003; Gatewood *et al.*, 2009; Sabella; El-Far, 2019) localizados em diferentes nações desde 1976, quando houve o registro da primeira publicação sobre o tema. Desde então, as mulheres vêm se destacando na atividade empreendedora, sendo possível destacar o peso feminino crescente na população economicamente ativa (PEA) e na atividade econômica, tanto no Brasil quanto em diversos países do mundo (STROBINO; TEIXEIRA, 2014).

Mais recentemente, considerando o fato de que o projeto de vida pessoal feminino, muitas vezes passa pela decisão e a aprovação da maternidade (ELVIN-NOWAK; THOMSSON, 2001), uma nova subtemática do empreendedorismo também vem, de forma exploratória, sendo observada por acadêmicos em todo mundo (Salgado; Jorge, 2019; Richomme Huet; Vial, 2014; Duberley e Carrigan, 2012; Ekinsmyth, 2011; Greene; Han; Marlow, 2013; Lieshout *et al.*, 2019; Foley *et al.*, 2018), e foi denominada de *mumpreneurs*, ou seja, Empreendedorismo Materno.

O empreendedorismo materno caracteriza-se como um desdobramento do empreendedorismo feminino, desenvolvido por mulheres que empreendem e dedicam-se também à maternidade (RICHOMME HUET; VIAL, 2014). Assim, faz parte da rotina dessas mulheres conciliar as demandas dos seus negócios e das suas vidas pessoais.

Frente à possibilidade de melhor conhecer a temática, uma pesquisa na *Web of Science* do *Institute for Scientific Information (ISI)* e em periódicos nacionais revelaram que ainda são incipientes os estudos sobre empreendedorismo materno. É importante salientar que na literatura internacional esse tema é melhor explorado. No Brasil ele é considerado novo e carece de melhor investigação. Logo, este estudo vem preencher uma lacuna ao contribuir teoricamente para a subtemática empreendedorismo materno no Brasil.

Dentre os estudos acerca do tema, faz-se necessário destacar aqui o trabalho de Breen e Leung (2020), por meio de uma análise construcionista e relacional, os quais propuseram um modelo conceitual a fim de responder ao apelo acadêmico por uma compreensão mais aprofundada acerca da escolha profissional empreendedora pós-maternidade. Segundo eles, o modelo conceitual desenvolvido oferece uma perspectiva única na compreensão das carreiras empreendedoras, localizando as mães empreendedoras dentro de seus contextos relacionais, nos quais as escolhas são influenciadas por valores pessoais relativos à maternidade e ao trabalho baseados no mercado. Os resultados dessa escolha são vivenciados e exercem influência mútua sobre o contexto relacional no processo evolutivo de desenvolvimento da vida profissional.

Entretanto, o modelo conceitual em questão carece ser mais bem apreciado e por isso seus autores sugeriram testá-lo e expandi-lo em outros cenários para então consolidá-lo. Consideradas as recomendações de Breen e Leung (2020), o estudo visa expandir este modelo conceitual, tendo assim o seguinte problema de pesquisa: **Com base na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorrem as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade?**

Para responder ao questionamento acima, desenvolveu-se aqui um estudo qualitativo e interpretativista. Fez-se uso da estratégia de pesquisa História Oral, na qual por meio de entrevistas é possível ter acesso a relatos de diferentes acontecimentos e visões de mundo, sendo que a coleta de dados nesse estudo se deu a partir de entrevistas em profundidade junto a mães microempreendedoras que decidiram abrir seus negócios após a maternidade.

A decisão por focar nessas empreendedoras deve-se à crescente representatividade das microempreendedoras individuais. Segundo o SEBRAE (2020), a quantidade de Microempreendedores Individuais (MEIs) cresce consideravelmente, ultrapassando o número de 11,3 milhões de MEIs ativos no Brasil. Dados de 14 de outubro de 2021 asseguram que em Sergipe têm-se registrados mais de 83 mil microempreendedores individuais, desses, cerca de 47% são do sexo feminino (SEBRAE, 2021). Em Aracaju são 37.058 microempreendedores individuais, sendo que dentre esses 49,86% são mulheres.

As questões geográficas também foram fatores que facilitaram o acesso da pesquisadora aos sujeitos da pesquisa e justificaram o recorte regional.

1.1 OBJETIVOS DA PESQUISA

Para a realização desta pesquisa, foram descritos os objetivos específicos com as diretrizes necessárias para o alcance do objetivo geral, visando o atingimento dos resultados esperados.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar, com base na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorrem as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar as mães empreendedoras entrevistadas;
- Verificar como o contexto relacional das mulheres entrevistadas influenciou na opção pelo empreendedorismo como escolha profissional pós-maternidade;
- Entender as escolhas relacionais das mulheres investigadas nos processos de reconhecimento e exploração da oportunidade empreendedora pós-maternidade;
- Averiguar os resultados relacionais conquistados pelas *mumpreneurs*.

1.2 JUSTIFICATIVA

Como já exposto, o presente estudo analisou, com base na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorrem as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade. Logo, o estudo visa aprofundar o modelo diante de um contexto diferente, afinal ele foi criado a partir de perspectivas de um país desenvolvido (Canadá) e será aplicado no contexto de um país subdesenvolvido. Sabe-se que a atividade empreendedora das mulheres varia em diferentes contextos institucionais, sociais e culturais (CHELL; BAINES, 1998;

WELTER; SMALLBONE; ISAKOVA, 2006; JENNINGS; BRUSH, 2013). Dessa forma contribui-se significativamente para o desenvolvimento e aperfeiçoamento do modelo em questão.

Sabe-se que há várias categorias de empreendedores, bem como, localidades que poderiam ser apreciadas neste estudo. No entanto, ele se limitou a investigar as microempreendedoras individuais localizadas em Aracaju que optaram por empreender após a maternidade.

Nos últimos anos verificou-se que o Brasil vive um momento econômico favorável ao surgimento de novos microempreendedores individuais. Como subclasse dos pequenos negócios, os MEIs encontram-se em franca expansão e o número de pessoas registradas no Brasil já ultrapassa 11,3 milhões (SEBRAE, 2020). Considera-se que a atividade empreendedora em Sergipe tem a predominância de Microempreendedores Individuais (MEIs), e este trabalho torna-se fundamental para contribuir para o fortalecimento do estudo desse campo.

No mais, a relevância deste estudo também está diante da sua originalidade no Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Sergipe (PROPADM/UFS), quando optou por explorar a temática mães empreendedoras. Campo ainda carente de estudos, essas mulheres merecem uma atenção especial, pois estão desbravando novos caminhos em suas práticas de negócios, redefinindo suas identidades empreendedoras como aquelas que tentam encontrar congruência entre seus papéis de boas mães e mulheres de negócios (EKINSMYTH, 2011). Assim como afirmado por Gomes *et al.* (2014), “por ser oportuno trazer a necessidade de se adotar novas lentes para se estudar o fenômeno do ‘empreendedorismo feminino’ para o debate – senão, pelo menos, de estabelecer novos rumos para sua pesquisa”.

Gomes *et al.* (2014) afirmou que na maioria das vezes, os estudos sobre empreendedorismo feminino são de natureza quantitativa, diferente da proposta que foi aqui realizada. Uma pesquisa qualitativa como a em questão, pode entender o empreendedorismo como “um fenômeno social complexo em um contexto espacial e temporal particular” caracterizado pela interação entre atores, processos e contextos (KARATAS-OZKAN *et al.*, 2014, p. 590). E quanto a história oral aqui adotada, é ideal para os casos que envolvem a subjetividade e a perspectiva dos indivíduos que

deles participam (CAPPELLE; BORGES; MIRANDA, 2010), permitindo promover uma realidade aproximada dos fatos, construída socialmente.

Acredita-se que esta pesquisa se configura como relevante para a academia e para o ambiente dos negócios e é especialmente importante para aqueles que atuam diretamente com o empreendedorismo feminino e materno, sejam microempreendedoras, colaboradores e estudiosos do assunto, e para as futuras mães. Para as microempreendedoras e colaboradores que estão inseridos no ramo, serão disponibilizadas informações que poderão, inclusive, gerar oportunidades de adaptações necessárias frente às exigências atuais que envolvem suas atividades. Para os estudiosos do tema, esta é uma oportunidade de adquirir mais informações úteis sobre *mumpreneurs*. Para as futuras mães abre-se uma possibilidade de atuação profissional. Podendo servir de base teórica e empírica para futuros estudos, assim como, contribuir para que essa temática seja abordada em programas de desenvolvimento e apoio de mulheres, a partir da demonstração da realidade enfrentada pelas mães empreendedoras.

No mais, Gomes *et al.* (2014) afirmam que é oportuno trazer a necessidade de se adotar novas lentes para se estudar o fenômeno do “empreendedorismo feminino” ou até mesmo estabelecer novos rumos para a pesquisa, pois apesar dos avanços, ainda se tem uma longa trajetória a ser construída. Logo, a presente pesquisa, apresenta a partir do empreendedorismo materno, alinhado ao modelo relacional de Breen e Leung, uma nova lente do empreendedorismo feminino, somando-se aos estudos já iniciados no Brasil em relação ao tema.

1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Diante do exposto, a pesquisa foi subdividida em capítulos: (1) Introdução, (2) Fundamentação Teórica, (3) Metodologia, (4) Apresentação e Análise dos Resultados e (5) Considerações Finais. Na introdução, apresentou-se a contextualização do estudo, seguida dos objetivos geral, específicos e a justificativa.

O segundo capítulo evidenciou-se a fundamentação teórica, assim como os assuntos relacionados ao tema: a) Empreendedorismo Feminino, b)

Empreendedorismo Materno, c) Empreendedorismo como uma Escolha Profissional Feminina e d) Modelo Conceitual.

No terceiro capítulo é possível evidenciar os procedimentos metodológicos que circundam o estudo, objetivando facilitar o entendimento e esclarecimento dos objetivos apresentados. No quarto capítulo são apresentadas as histórias de vida das *mumpreneurs* entrevistadas e a análise dos resultados. No quinto capítulo são apresentadas as considerações finais do estudo, assim como as propostas e recomendações para pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Visando o desenvolvimento deste estudo e o alcance dos objetivos propostos, foi realizado um levantamento teórico sobre os temas: empreendedorismo feminino, empreendedorismo materno, empreendedorismo como uma escolha profissional feminina e o modelo conceitual de Breen e Leung.

2.1 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Empreendedorismo feminino pode ser classificado como uma subárea dentro do campo geral da pesquisa em empreendedorismo (JENNINGS; BRUSH, 2013). Este capítulo objetiva apresentar alguns dos principais registros, dentre outros acontecimentos sobre esse tema.

Os estudos sobre mulheres empreendedoras originaram-se nos Estados Unidos e Reino Unido e, desde então, são conduzidos por acadêmicos em todo o mundo. O primeiro artigo acadêmico foi publicado em 1976 por Schwartz, um estudo realizado nos Estados Unidos com vinte empreendedoras (JENNINGS; BRUSH, 2013). Depois dele, outras pesquisas surgiram e abordaram uma variedade de questões (AHL, 2006). Já no Brasil, os estudos no campo do empreendedorismo feminino começaram a partir dos anos 2000, segundo Krakauer *et al.* (2018).

As pesquisas sobre empreendedorismo feminino, de acordo com De Bruin *et al.* (2006), surgiram por causa do aumento no número de mulheres que abrem seus próprios negócios. Na academia a temática empreendedorismo feminino demonstra ser acompanhada de grande potencial de desenvolvimento, tanto em termos de quantidade de publicações, quanto de variedades de subtemas pesquisados (LANDSTROM; HARIRCHI, 2018).

Dentre os estudos clássicos sobre o empreendedorismo feminino, Greve e Salaff (2003) se destacam. Os autores em questão objetivaram estudar as atividades de rede de empreendedores por meio de fases de estabelecimento de uma empresa em quatro países. Utilizando a abordagem quantitativa e transversal, comparou empreendedores em diferentes fases.

Para Greve e Salaff (2003) os empreendedores constroem redes que variam sistematicamente, de acordo com a fase do empreendedorismo. Por exemplo, os empreendedores conversam com mais pessoas durante o planejamento do que nas outras fases. No mais, foi constatado que os familiares estão presentes nas redes desses empreendedores em todas as fases do empreendimento, principalmente entre aqueles que adquiriram uma empresa já existente. No entanto, as mulheres usam seus parentes em maior grau que os homens, e ainda mais que os homens, quando assumem uma empresa já existente. Empreendedores experientes têm os mesmos padrões de rede quando comparados aos novatos. Além disso, esses padrões de rede são os mesmos em todos os países. No entanto, existem diferenças entre os países com relação ao tamanho das redes de discussão e ao tempo gasto em redes.

O estudo de Ahl (2006), bastante citado entre os pesquisadores da área, utilizou-se da abordagem qualitativa e da análise do discurso com o propósito de analisar 81 artigos sobre empreendedorismo feminino, publicados em quatro dos principais periódicos internacionais que abordam o tema, entre os anos de 1982 e 2000. Segundo Ahl (2006) o empreendedor é desenhado como um conceito masculino, ou seja, não é neutro em termos de gênero. A implicação é que qualquer investigação sobre mulheres empreendedoras que se baseie no trabalho acadêmico anterior corre o risco de compará-las a um arquétipo do gênero masculino. O estudo sugere novas direções de pesquisa que não reproduzem a subordinação das mulheres, mas captam aspectos mais ricos das mulheres.

Ahl (2006) afirmou que as revistas de pesquisa em empreendedorismo precisavam ampliar seus focos e convidar contribuições de outros campos e não considerar apenas as contribuições que são aquelas baseadas em perspectivas econômicas. Ou levar em conta fatores "externos" ao empresário ou ao seu negócio, como: legislação, normas sociais, política familiar, política econômica, estrutura do mercado de trabalho em relação ao grau e tipo de participação feminina. Ou até mesmo utilizar uma abordagem de pesquisa construcionista, com o propósito de expor as relações de poder entre homem e mulher. Ahl (2006) considera gênero como um conceito relacional, como algo que se realiza repetidamente, sendo

diferente em diversos contextos, e enfatiza a existência de muitos projetos de pesquisa interessantes a serem realizados.

Dentre os estudos recentes, Machado (2021), pesquisadora do tema empreendedorismo feminino no Brasil, destacou algumas pesquisas, as quais são apresentadas aqui (informação verbal)¹. A pesquisa realizada por Pritchard, Davey e Cooper (2019), destaque de Machado (2021), objetivou entender as construções de mulheres empreendedoras, desvendando sua representação visual e explorando o papel do trabalho estético. Dado o impacto da mídia contemporânea, a concentração foi feita nas principais imagens integrantes do marketing da Barbie empreendedora da Mattel como um 'ícone cultural' pós-feminista e possíveis investigações de como as representações do empreendedorismo feminino são consumidas e como as imagens moldam as expectativas sobre as mulheres que empreendem. Para isso, utilizaram-se da perspectiva construcionista social e da abordagem interpretativa.

A partir da relação entre trabalho estético e o empreendedor, Pritchard, Davey e Cooper (2019) permitiram desvendar os vínculos instrumentais do pós-feminismo entre trabalho e sucesso, incluindo as demandas físicas e psicológicas que o trabalho estético impõe às mulheres que decidem por empreender. Assim como, demonstraram que os critérios usados para avaliar o sucesso empresarial feminino permanecem obscuros e mutáveis e que o pós-feminismo, ao invés de tornar a mulher empreendedora invisível, corre o risco de deixá-la exposta.

Já Wu, Li e Zhang (2019), a partir do estudo qualitativo realizado em 28 países sobre barreiras para empoderamento, identificaram a complexidade causal entre as quatro barreiras enfrentadas pelas mulheres que empreendem e suas atividades de negócio de baixo nível, a saber: maternidade, cognições empresariais, normas e finanças. Dentre essas combinações, os baixos requisitos de financiamento inicial, por exemplo, foram identificados como um incentivo significativo para um alto nível de empreendedorismo feminino em um país. Assim, o estudo fornece orientações específicas para a concepção de iniciativas eficazes para promover o empreendedorismo feminino.

¹Palestra realizada por Hilca Machado, no Hora LAPEI - Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da Universidade Federal de Goiás (UFG), sobre o tema Pesquisas com Mulheres Empreendedoras: Percursos e Perspectivas, em 18 de agosto de 2021.

Dentre os achados, Wu, Li e Zhang (2019) afirmam que os requisitos de financiamento inicial são identificados como um incentivo significativo para um alto nível de empreendedorismo feminino em um país, sugerindo assim implicações políticas. O estudo forneceu novos *insights* para a compreensão das barreiras empreendedoras, incluindo, para os formuladores de políticas um pensamento distinto, assimétrico e holístico sobre os esforços empreendedores das mulheres e possíveis orientações específicas para a concepção de iniciativas eficazes para promover o empreendedorismo feminino.

Digan, *et al.* (2019), por sua vez, estudaram sobre percepção de empoderamento – papel da bricolagem e capital psicológico. Ali examinaram empiricamente como o empoderamento empreendedor percebido por 369 mulheres proprietárias de pequenas e médias empresas se relaciona positivamente com as receitas da empresa, juntamente com os efeitos de reforço da bricolagem e do capital psicológico das mulheres empreendedoras localizadas em Ahmedabad, uma cidade altamente industrializada no estado de Gujarat, no oeste da Índia. Logo, percebeu-se que os ganhos com o empoderamento podem ser ainda mais aprimorados por mulheres que gerenciam as restrições de recursos, por meio da bricolagem, e enfrentam os desafios do trabalho autônomo, por meio de capital psicológico.

Em outro estudo mais recente, destacado por Machado (2021), Coleman *et al.* (2019) exploraram políticas e práticas destinadas a aumentar o acesso das empreendedoras ao capital financeiro, a partir da metodologia *Global Womens's Enterprise Policy* (WEP), que envolveu um modelo de leitura comum para analisar e comparar documentos de política do Canadá, EUA, Alemanha, Irlanda e Noruega, onde os governos federais introduziram políticas, programas ou legislação financeira para apoiá-las. As descobertas revelaram diferenças marcantes nas políticas financeiras do empreendedorismo, nos ambientes regulatórios, nos fatores culturais e econômicos, de modo que quatro das cinco políticas de países examinados foram baseadas em uma perspectiva neoliberal que posiciona mulheres empreendedoras como ativos econômicos. Os resultados revelaram que as perspectivas feministas neoliberais predominam nas políticas atuais voltadas para o aumento do acesso das mulheres que empreendem ao capital financeiro. A visão pós-estruturalista, no

entanto, apela aos formuladores de políticas, estudiosos, defensores e outras partes interessadas para desafiar os pressupostos e estruturas implícitas no empreendedorismo.

Thébaud, Kornrich e Ruppner (2019) avaliou como as normas de gênero internalizadas e as normas externas ou performativas fundamentam o comportamento de gênero em empreendedorismo, em 24 países, utilizando-se de uma metodologia bem estabelecida - experimentos - à investigação sociológica de gênero e trabalho doméstico.

Thébaud, Kornrich e Ruppner (2019) em seu estudo, analisou, por meio de um projeto experimental no qual os entrevistados viam e avaliavam fotos, um quarto relativamente limpo ou bagunçado, que está aparentemente ocupado por um homem ou uma mulher. Descobriu-se que os homens e as mulheres entrevistadas não diferem em suas percepções de quão bagunçado é um quarto ou quão urgente é limpá-lo. Em contraste, o gênero do ocupante do quarto tem efeitos fortes e significativos sobre as percepções do trabalho doméstico, julgamentos morais, consequências sociais percebidas e alocação de responsabilidades. As descobertas ressaltam e refinam a teoria de que crenças de gênero e práticas de responsabilidade são a causa raiz do comportamento de gênero na família.

Henry *et al.* (2021) examinaram o apoio às políticas de empresas pertencentes a mulheres em 13 países, em cinco continentes, utilizando-se da abordagem qualitativa e discursiva. Os autores concluíram que mulheres empreendedoras, apesar de seus números e contribuições crescentes, ainda não são valorizadas e reconhecidas como parte integrante do ecossistema e do ambiente empresarial. Destacam isso como fraqueza no pilar normativo, necessitando assim, de um ecossistema empreendedor que englobe e consiga abranger as mulheres empreendedoras, bem como políticas públicas que abordem questões normativas e fatores reguladores e culturais/cognitivos.

Já Sabella e El-Far (2019) objetivaram problematizar a conceituação dominante de empreendedorismo, reconhecendo a resistência cotidiana inerente às práticas empreendedoras mundanas. A pesquisa de natureza qualitativa, desenvolveu uma etnografia focada baseada em observação participante e

entrevistas informais. Nesse estudo, com base na teoria institucional e de gênero, foi relatada a análise de documentos reunidos em 13 economias, em cinco continentes.

No estudo desenvolvido por Sabella e El-Far (2019), por meio da aplicação do arcabouço de Scott (2014), foi possível revelar que a maioria das políticas da amostra abordava o pilar regulativo e/ou cultural/cognitivo. Em outro caso, as políticas e ações políticas visavam as competências e atitudes das empreendedoras (culturais/cognitivas). Em contraste, as políticas que abordaram o pilar normativo (valores, expectativas, padrões e convenções) foram apresentadas com menos destaque.

Vale ressaltar que o pilar normativo abrange o ecossistema e ambiente mais amplo em que operam as mulheres que decidem por empreender. As barreiras de gênero sugerem que essas mulheres, apesar de seus números e contribuições crescentes, ainda não são valorizadas e reconhecidas como parte integrante do ecossistema e do meio ambiente empresarial. Esta fraqueza no pilar normativo, em particular, destaca a necessidade de um ecossistema empreendedor que englobe e abrange mulheres empreendedoras, bem como políticas públicas que abordam fatores normativos, bem como reguladores e culturais/cognitivos, assim como em Henry *et al.* (2021).

Sabella e El-Far (2019) asseveram que as mulheres palestinas marginalizadas, dotadas de uma visão crítica genuína de sua realidade e de uma atitude biofílica, usam o empreendedorismo para criar possibilidades para si mesmas e para suas famílias. Por meio de seu ato empreendedor de vendedor ambulante, essas mulheres exemplificam uma luta contra os constrangimentos econômicos e sociopolíticos, transformando o ato de empreender de uma mera prática econômica em um projeto humano abrangente e com um rosto mais humano.

Logo, segue o capítulo que se refere ao empreendedorismo materno, que é considerado como desdobramento do empreendedorismo feminino (RICHOMME HUET; VIAL, 2014). Sendo um tópico ainda pouco explorado na literatura nacional, os conteúdos a serem apresentados visam contribuir para uma melhor profundidade do assunto, oferecendo contribuições importantes.

2.2 EMPREENDEDORISMO MATERNO

Devido ao parto e à criação dos filhos, a experiência de trabalho das mulheres tende a ser descontinuada, logo, a identificação de oportunidades também haverá mudanças (DETIENNE; CHANDLER, 2007). Ou seja, algumas mulheres escolhem deixar seus empregos para ficar em casa cuidando de seus filhos ou para cuidar de pais idosos ou simplesmente para atender a uma necessidade particular (HEWLETT, 2007; MAINIERO; SULLIVAN, 2005, 2006). Frente a esse cenário surge o Empreendedorismo Materno, uma nova categoria profissional concebida para as mulheres que necessitam performar a tarefa de conciliar maternidade e afazeres domésticos com uma atividade profissional (SALGADO; JORGE, 2019). Também conhecido por *mumpreneurs* (Empreendedorismo Materno), caracteriza-se como um desdobramento do Empreendedorismo Feminino, desenvolvido por mulheres que empreendem e dedicam-se também à maternidade (RICHOMME HUET; VIAL, 2014).

Pesquisas acadêmicas e a imprensa popular sugerem que mulheres profissionais com filhos, quando conseguem equilibrar o trabalho e a vida pessoal, colhem muitas recompensas, incluindo maior estabilidade financeira e sucesso profissional, casamentos mais felizes e, em geral, maior satisfação com a vida (BENNETTS, 2007; HIRSHMAN, 2006). Por sua vez, Barnett (2008) constatou que a participação em vários papéis está relacionada a níveis mais baixos de estresse e níveis mais altos de bem-estar mental. Além disso, as mulheres trabalhadoras são frequentemente apontadas como inspiração, servindo como modelos para seus filhos e mentoras para a próxima geração no trabalho (SHAMBORA, 2008).

Em contrapartida, outros autores apontam para as consequências negativas de tentar combinar trabalho e família em termos de estresse, saúde e repercussões negativas para os membros da família. Trabalhar muitas horas, gastar muito tempo com deslocamento, realizar longas viagens, trabalhar à noite e nos finais de semana contribuem para o estresse e a sobrecarga. Mulheres profissionais com filhos que vivenciam altos níveis de conflitos podem estar perenemente exaustas e não desempenhar a capacidade máxima em qualquer de seus papéis (ALLEN *et al.*, 2000).

Duberley e Carrigan (2012) também afirmam existir um discurso contraditório relacionado às mães empreendedoras, no qual é percebido que existe uma imagem de mulheres realizadas e felizes, mas na realidade suas atividades recebem longas jornadas, sem limite de horários, em alguns casos, com mais de dez horas de jornada, incluindo falta de reconhecimento por parte da família e sociedade, ou até mesmo tensões que exigem estratégias das mães empreendedoras.

De fato, empreendedorismo materno passou a ser um campo de pesquisa que almeja acompanhar o amadurecimento das mães que fazem a diferença na sociedade e no mercado de trabalho, e acredita-se que há um longo caminho a ser percorrido e estudado nesse campo (GOMES *et al.*, 2014). Diante desse desafio, estudiosos passaram a investigar o fenômeno e conclusões interessantes já foram publicadas.

Os dados dos oito estudos que seguem, são resultados da pesquisa realizada por meio da base *Web of Science* do *Institute for Scientific Information* (ISI). Segundo Franceschet (2010) o ISI foi adquirido pela Thomson em 1992, hoje Thomson - Reuter, e consiste em uma das maiores companhias do mundo da informação. Foi utilizado o termo ((*entrepreneur**) and (*mumpreneurs* or mother* or motherhood**)), nas categorias, periódicos e artigos. Como resultado foi obtido um total de 17 estudos, após leitura dos respectivos resumos, apenas 08 abordavam o conteúdo a que se refere a presente pesquisa.

Schindehutte, Morris e Brennan (2003), por exemplo, ao examinarem mulheres que empreendem nos Estados Unidos e na África do Sul, consideraram importante saber se crianças que têm mães empreendedoras possuem mais ou menos probabilidade de se tornarem empreendedoras. Se a mãe que empreende está lançando uma base para o empreendedorismo nos anos de formação da criança ou se uma geração de empreendedoras ocupadas está gerando uma geração que evitará o empreendedorismo. Schindehutte, Morris e Brennan (2003) chegaram à conclusão de que mães que são empreendedoras têm um impacto claro nas experiências de infância de seus filhos e que a experiência geral é positiva. A maioria das crianças sob investigação não tem interesse de empreender no futuro, menos ainda se for para assumir o negócio da mãe. A exceção encontra-se junto a um subgrupo considerável, talvez de até um quarto das crianças que gostariam de

um dia ter seus próprios negócios. Essas crianças, em especial, são aquelas cujas infâncias foram afetadas de forma mais favorável pelas atividades de suas mães.

Por sua vez, Nel, Maritz e Trongprovati (2010) estudaram o novo fenômeno de integração da maternidade e do empreendedorismo, e o desejo subjacente de criar um ambiente melhor para a família e a comunidade em geral. Segundo Nel, Maritz e Trongprovati (2010), a singularidade de ser uma *Mumpreneur* encontra-se em: a) equilibrar trabalho e vida pessoal; b) senso de realização e satisfação consigo mesma; c) aumento da renda; d) ganho de respeito para equalizar o desequilíbrio de gênero e e) tornar-se independente. No entanto, existem desafios para iniciar empreendimentos como falta de conhecimento apropriado, restrições de recursos, estereótipos, equilíbrio entre trabalho e vida e oportunidades limitadas de *networking*.

Usando entrevistas em profundidade com 23 mulheres profissionais, Grant-Vallone e Ensher (2010) enfocaram as escolhas de carreira que as mulheres fizeram depois de terem filhos, sendo descoberto que muitas mães relataram ser bem-sucedidas quando optaram por trabalhar em horários flexíveis e/ou estar envolvidas em empreendimentos empresariais domiciliares. O estudo sugeriu que optar pelo meio termo também pode se referir a um conjunto de atitudes em torno de compromisso, equilíbrio e ser bom o suficiente, em vez de ser perfeito. Assim, foi possível examinar os efeitos positivos do equilíbrio trabalho-família e as maneiras como as mulheres com filhos percebem a integração de suas vidas profissionais e pessoais como um aprimoramento, em vez de uma fonte de estresse, e quais as principais estratégias que elas utilizam.

Já Ekinsmyth (2011), com a pesquisa realizada no Reino Unido, concluiu que *mumpreneur* consolida-se como uma subcultura do empreendedorismo. A supracitada autora acredita que o empreendedorismo materno é uma forma de empreendedorismo impulsionada em grande parte pelo desejo de realizar trabalho e vida harmônica, através de uma orientação de identidade que confunde a fronteira entre os papéis de mãe e mulher de negócios. O autor argumentou que as *mumpreneurs* são um grupo que merece atenção especial, pois estão desbravando novos caminhos em suas práticas de negócios, redefinindo suas identidades

empreendedoras como aqueles que tentam encontrar congruência entre seus papéis de boas mães e mulheres de negócios.

Já Greene, Han e Marlow (2013) examinaram os estereótipos de gênero transmitidos pela maternidade estudando dois grupos de mulheres - mães e filhas - e, especificamente, como o posicionamento socioeconômico das progenitoras (dona de casa, funcionária e autônoma) influencia as escolhas de vida das herdeiras (dona de casa, empregada e autônoma). Nesse estudo, foi descoberto que as visões estereotipadas das filhas e eventos significativos em suas vidas tiveram efeitos complexos sobre as propensões ao trabalho autônomo. Segundo Filardi, Barros e Fischmann (2014) o perfil do empreendedor contemporâneo exige uma infinidade de características, em maior ou menor nível, de acordo com o tipo de negócio.

No entanto, para Greene, Han e Marlow (2013), os modelos maternos são influências positivas nas propensões ao trabalho autônomo de suas filhas. Potencialmente, essa tendência deve desafiar gradativamente a persona empreendedora masculinizada normativa, mas, claramente, essa mudança demoraria muito. Este estudo afirmou que não existe um abrangente paradigma que reflita o empreendedorismo feminino, sugerindo que o contrário poderá ser enganoso, pois não reflete como os estereótipos e outras experiências, como educação e trabalho, impactam a propensão empreendedora.

Joonas (2014) afirma que entre as mulheres suecas, a presença de crianças pequenas aumenta a probabilidade de escolher o trabalho autônomo, principalmente com filhos de 0 a 3 anos de idade. A autora também analisou o uso do tempo e descobriu que, ao contrário do que foi encontrado em muitos outros países, as mulheres autônomas dedicam igual quantidade de tempo ou até mais ao trabalho quando comparadas a mulheres assalariadas. Tal achado passou a gerar dúvidas se as mulheres na Suécia escolheram o trabalho autônomo como uma forma de equilibrar o trabalho e os compromissos familiares.

Segundo Foley *et al.* (2018), o desejo de independência é o principal motivador para as pessoas começarem novos negócios. Partindo desse pressuposto, Foley *et al.* (2018) tentaram examinar a validade dessa suposição junto a 60 mulheres residentes na Austrália que iniciaram negócios depois de terem filhos. Nesse estudo, questionava-se como as mães empreendedoras vivenciavam a

independência como um fator motivador para iniciarem seus negócios. Foi descoberto que as mães empreendedoras não percebem a busca pela independência como uma oportunidade a ser explorada, mas como uma necessidade funcional na gestão das obrigações temporais e morais percebidas na maternidade, existindo uma diferença fundamental entre querer controlar o próprio tempo para buscar um estilo de vida mais autônomo e precisar de controle sobre o tempo para acomodar as responsabilidades familiares.

Utilizando-se dos registros do censo individual completo para fornecer uma visão geral da população de empreendedoras na Inglaterra e no País de Gales entre 1851 e 1911, Lieshout *et al.* (2019) examinaram os números e setores em que as mulheres são mais proeminentes, bem como, o impacto da idade, do casamento e da maternidade na atividade empresarial delas. Mais do que no caso dos homens, os eventos do ciclo de vida de uma mulher, como casamento, maternidade e viuvez, desempenharam um papel importante em sua escolha de trabalhar no trabalho disponível para ela e nas escolhas empresariais que ela poderia fazer. Embora fosse frequentemente argumentado que muitas mulheres que empreendem eram solteiras ou viúvas, foi importante observar que, embora o casamento e a maternidade muitas vezes tivessem um impacto negativo sobre a participação das mulheres no mercado de trabalho assalariado, eles estavam positivamente associados à propriedade de negócios.

É válido lembrar que, para serem inseridas ao contexto do empreendedorismo materno, primeiramente fez-se necessário tornarem-se mães, e em seguida foi crucial a escolha por empreender, assim, essas mulheres passaram pelo processo de decisão que resultou em ser empreendedora, ou seja, o empreendedorismo foi uma escolha profissional dessas mulheres. Diante desse fato, na próxima seção será discutido o tema empreendedorismo como uma escolha profissional feminina.

2.3 EMPREENDEDORISMO COMO UMA ESCOLHA PROFISSIONAL FEMININA

A escolha profissional de um indivíduo é influenciada por diversos fatores (OLIVEIRA; DIAS, 2013; VALE, CORRÊA, REIS; 2014). Segundo Parasuraman e Simmers (2001), dentre os fatores que justificam a escolha por empreender

profissionalmente estão a necessidade de realização, autonomia e autossatisfação. Assim sendo, para a grande maioria da população, empreender representa a condição de desfrutar de uma imagem social positiva e o alcance de um alto nível de status e respeito, e não apenas uma alternativa válida de carreira profissional (GEM, 2019).

A atividade de empreender é experimental e fundamentalmente social, realinha as experiências em relação ao contexto, podendo transformar e ser transformada por ele. A ação empreendedora constitui trajetória de participação, ou seja, compõe histórias pessoais na relação com a história das comunidades, conectando o passado ao futuro, num processo individual e coletivo (BULGACOV *et al.*, 2010).

Nesse cenário empreendedor merecem destaque as mulheres que não são apenas meras espectadoras, mas agentes ativos que movimentam e transformam a economia do país. O empreendedorismo feminino é, portanto, um caminho promissor (ZOTTO *et al.*, 2017).

Na interpretação de Candaten, Zanatta e Trevisan (2016), o que ocorre no cenário mundial é uma mudança social, ao se reportar à grande participação feminina no mercado. Nos países em desenvolvimento, as empreendedoras são muitas vezes as primeiras em suas famílias a receberem educação para iniciar e conduzir um negócio (BULLOUGH *et al.*, 2015), isso acarreta mudanças no histórico social de gênero, sendo indispensável o apoio de toda a sociedade (TEIXEIRA *et al.*, 2021).

Vale ressaltar que no Brasil, o envolvimento das mulheres no empreendedorismo aponta para um maior poder econômico e crescimento do país, ou seja, a contribuição do empreendedorismo feminino é significativa (JONATHAN, 2011), e ainda possibilita às mulheres terem controle do seu tempo, seu futuro e destino profissional (BULGACOV *et al.*, 2010). Há que se acrescentar, contudo, que mesmo com taxas de empreendedorismo total menores que as dos homens, a estimativa do número de mulheres empreendedoras no Brasil em 2019 foi de 26 milhões, muito próxima dos 29 milhões de homens, e na América Latina, quase metade das mulheres (48,9%) trabalham por conta própria (GEM, 2019). Segundo Carrijo e Ferreira (2017), a mulher brasileira é uma das mais empreendedoras do

mundo, sendo considerada responsável pela maioria dos novos empreendimentos que surgiram no país.

Às mulheres, em geral, cabem responsabilidades domésticas, sendo assim, é por meio do autoemprego que elas conseguem organizar os seus horários. Dessa forma, não ficam presas a cargas horárias rígidas, amenizando os conflitos entre a vida familiar e a vida profissional. Conduzindo assim, com essa estratégia, o próprio papel social inerente à mulher, de responsabilidade com a família (LINDO *et al.*, 2004).

Existem os fatores específicos que estimulam essas mulheres a empreenderem, como também existem inúmeros desafios. Candaten, Zanatta e Trevisan (2016) destacam que dentre os fatores que estimulam mulheres a empreender estão questões relacionadas à valorização, à complementação de renda e à família. Jonathan (2011) afirma que a escolha do empreendedorismo como forma de inserção no mercado de trabalho vem ao encontro de uma busca proativa de independência financeira e de realização da mulher, além de responder às mudanças que ocorrem no mercado de trabalho.

Em meio aos desafios profissionais enfrentados pelas mulheres, verifica-se que o maior deles é conciliar o trabalho com a família e filhos. As mulheres continuam sendo as responsáveis pelas atividades domésticas, pelo cuidado com os filhos e outros familiares que as sobrecarregam (BRUSCHINI; PUPPIN, 2004).

Autores como Candaten, Zanatta e Trevisan (2016) ainda destacam que as mulheres lidam com uma carga de preconceitos machistas ainda existentes na sociedade moderna, enfrentando uma forte cobrança sobre o desempenho de seus dois grandes papéis: de empreendedora e de mulher.

Apesar da flexibilidade de horários e da sensação de maior liberdade quando diante do empreendedorismo como escolha profissional, esses aspectos positivos podem ser menos sentidos pelas mulheres empreendedoras, que por muitas vezes, são incapazes ou não estão dispostas a diminuir seu envolvimento no domínio da família. Nessas situações, a tendência é acentuar o conflito entre a relação trabalho e família (PARASURAMAN; SIMMERS, 2001).

Jonathan (2005) afirma que o exercício da multiplicidade de papéis das mulheres mostra ser uma questão cercada de ambivalência: ora está associada a

um sentimento de realização, ora de frustração e angústia. Alinhados assim com os valores que definem atitudes e comportamentos, e que são considerados padrões ou diretrizes para orientar a ação e o julgamento moral diante de situações relevantes (ROKEACH, 1981).

Bulgacov *et al.* (2010) acreditam que as responsabilidades domésticas e o papel reprodutivo formam um obstáculo significativo para o acesso, a permanência e o sucesso do negócio. Nos últimos anos, foi notado um número maior de mães que atuam no mercado de trabalho como empregadas e empreendedoras (LINDO, *et al.*, 2004). Essas últimas, por vezes, decidiram empreender em função da necessidade de se dedicarem a seus filhos e, para melhor conciliar essas demandas, empreendem, por vezes, em suas próprias casas na modalidade de *home office* (NATIVIDADE, 2009).

Frente a esse cenário, a rede de apoio dessas empreendedoras é de fundamental importância para o sucesso do negócio e da escolha profissional (HISRICH, PETERS; 2004; VALE, CORRÊA, REIS; 2014). No que tange a essas redes, Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007) destacam especialmente a importância do suporte prestado por familiares.

No passado não era comum falar sobre carreira feminina e nem sobre realização, portanto, no presente é possível encontrar pesquisas que evidenciam que as mulheres sentem mais satisfação do que culpa ao viverem o empreendedorismo (SILVA, 2006; JONATHAN; SILVA, 2007). Mesmo diante das dificuldades próprias ao desafio de ser mãe e empreendedora, a pesquisa de Candaten, Zanatta e Trevisan (2016) mostrou que as mulheres empreendedoras investigadas alcançaram o topo da carreira e estavam felizes tanto na vida pessoal quanto profissional.

Diante dos estudos acima, infere-se que mulheres podem assumir novos papéis sem deixar a herança cultural de se preocupar com os filhos, o marido e a casa, embora isso, muitas vezes, se torne desgastante e a deixe muito atarefada e ocupada. Mesmo diante desse cenário pouco atrativo, ainda existem aquelas que se sentem felizes e realizadas. Para uma possível compreensão e análise do processo que envolve mulheres que se tornaram mães e que decidiram empreender, segue explicação do modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

2.4 MODELO CONCEITUAL

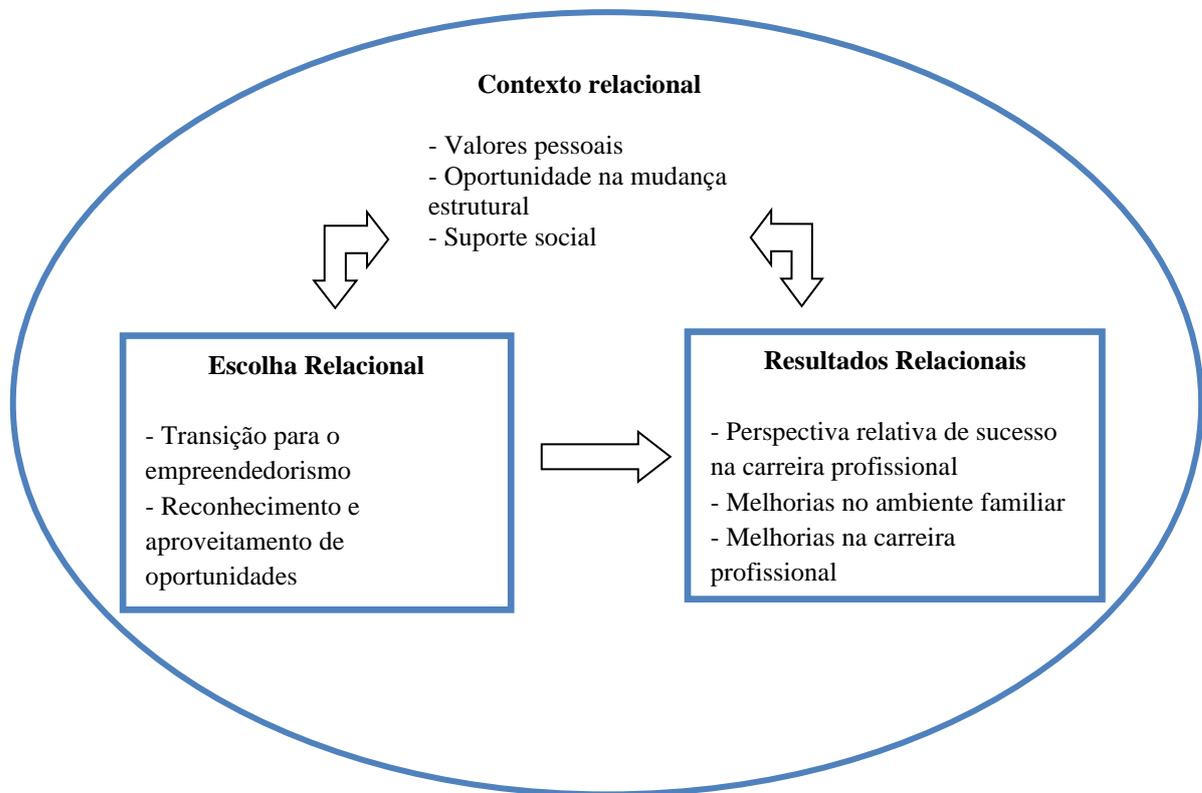
O estudo de Breen e Leung (2020) apresentou uma análise construcionista e relacional das experiências de 13 mulheres canadenses que começaram seus negócios após a maternidade.

No modelo conceitual proposto por esses autores, as mães empreendedoras foram analisadas dentro de seu contexto relacional cuja lente oferece uma explicação de: como o trabalho remunerado de mães empreendedoras pode estar intrinsecamente ligado ao trabalho materno; como os contextos relacionais influenciam a escolha de se tornarem autônomas; como essas relações ainda moldam as percepções de oportunidades e influenciam as escolhas; qual a forma que o negócio assume; e como o negócio cresce ao longo do tempo (BREEN; LEUNG, 2020).

Antes da explicação detalhada do modelo conceitual proposto por Breen e Leung (2020)², o qual ilustra o papel da mãe, seu contexto, suas escolhas e resultados relacionais, apresenta-se a Figura 1 (representação gráfica do modelo em questão):

² Modelo transcrito para o português, com validação da tradução realizada por professor de inglês, bilíngue.

Figura 1 – Modelo Conceitual de Breen e Leung (2020)



Fonte: Breen e Leung (2020).

A seguir maiores detalhes acerca de cada categoria analítica (contexto relacional, escolha relacional e resultados relacionais) do modelo em questão, bem como dos seus elementos de análise e suas relações gerais.

a) **Contexto Relacional** – Para Breen e Leung (2020), o contexto relacional estrutura-se em torno de três elementos de análise, são eles: valores pessoais, oportunidade na mudança estrutural e suporte social. Esse conjunto de elementos pode influenciar a escolha profissional de mulheres que se tornaram mães. Para esses estudiosos, a maternidade tem o poder de alterar as trajetórias de carreiras de mulheres, isso porque, esse evento em especial, proporciona a oportunidade de reconsiderar o desenvolvimento da vida profissional de mulheres que acabaram de se tornar mães. O empreendedorismo então surge como uma opção profissional, visto que permitiria maior autonomia para que essas mães passassem a viver em alinhamento com seus valores essenciais. Essa decisão ainda é percebida como uma oportunidade de realizar mudança na estrutura das vidas dessas mulheres, isso porque elas visualizam no empreendedorismo uma forma de atender e satisfazer suas aspirações pessoais e profissionais,

especialmente quando vislumbram a possibilidade de terem autonomia para ajustarem seus horários às demandas da vida pessoal e profissionais. Nesse ínterim, as mulheres costumam estar cientes dos riscos e desafios envolvidos diante da nova escolha profissional. A transição para a nova profissão não é uma decisão difícil, ocorrendo mais facilmente quando há suporte social, seja de familiares, amigos ou colegas de trabalho. No mais, a identificação de valores e habilidades pessoais vinculados ao papel materno é fundamental para aproveitar a maternidade como um recurso e expandir as percepções a respeito das oportunidades.

b) Escolha Relacional – Segundo Breen e Leung (2020), a Escolha Relacional estrutura-se em torno de dois elementos de análise: transição para o empreendedorismo e reconhecimento/aproveitamento de oportunidades empreendedoras. São escolhas centradas nas relações sociais desenvolvidas, particularmente, por mulheres que se tornaram mães. Essas relações contribuem para o reconhecimento de oportunidades empreendedoras e, posteriormente, em termos de escolhas para aumentar ou reduzir o tamanho dos negócios. Nesse processo, essas mulheres levam em consideração o estágio de desenvolvimento dos seus sistemas familiares, além de sofrerem influências das relações que nutrem com outras pessoas, e de estarem inextricavelmente ligadas aos valores pessoais indicados dentro do contexto relacional, os quais por sua vez, influenciam o desenvolvimento contínuo e os resultados da carreira profissional e dos negócios, o que explica as relações e o duplo direcionamento da seta que vincula “Contexto Relacional” a “Escolha Relacional”. É importante notar que a natureza dessas escolhas relacionais se configura como uma rejeição de mensagens culturais sobre maternidade intensiva - uma ideologia de educação infantil que é "centrada na criança, guiada por especialistas, emocionalmente absorvente, trabalho intensivo e financeiramente cara" (HAYS, 1996, p. 8). Ao mesmo tempo que abraçavam o papel de mães, essas mães empreendedoras também esperavam e planejavam continuar a seguir uma vida profissional ao lado da maternidade.

c) Resultados Relacionais – Conforme afirmam Breen e Leung (2020), os resultados relacionais estruturam-se em torno de três elementos de análise: perspectiva relativa de sucesso na carreira profissional, melhorias no ambiente familiar e melhorias na carreira profissional. Os resultados relacionais alcançados

surgem à medida que a empresa e a família se desenvolvem e se moldam recíproca e continuamente, incluindo as percepções de sucesso na carreira, tanto em termos de desenvolvimento e melhorias na carreira, quanto no aprimoramento do sistema familiar, assim como o próprio contexto relacional. Breen e Leung (2020) frisam que a ideia de sucesso profissional de mães empreendedoras é bastante diferente da visão tradicional que prioriza os ganhos financeiros, uma vez que os relacionamentos costumam ser centrais na vida dessas mulheres. Como é possível verificar na Figura 1, os resultados relacionais dependem prioritariamente das escolhas relacionais. No mais, os citados resultados são vivenciados, exercem influência e são influenciados pelo contexto relacional no processo evolutivo de desenvolvimento da vida profissional dessas mulheres que passaram a empreender após a maternidade.

Frente a tudo que foi exposto, Breen e Leung (2020) afirmam que o modelo conceitual acima descrito ainda carece de testes, expansão e consolidação; lacuna que este estudo se propôs preencher quando empiricamente aplicou o modelo junto a mães empreendedoras na cidade de Aracaju, capital de Sergipe. Para tanto, na próxima seção os procedimentos metodológicos deste estudo são apresentados e assim evidencia-se como seu objetivo foi alcançado.

3 METODOLOGIA

Este capítulo aborda os procedimentos metodológicos necessários para o alcance dos objetivos propostos pela pesquisa em estudo. Aqui são apresentados: a classificação da pesquisa, a estratégia, os critérios para seleção das participantes, procedimentos adotados na coleta, categorias e elementos de análise, definições constitutivas, o tratamento e análise dos dados, a confiabilidade e critérios de validade da pesquisa, bem como as limitações do estudo.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Quanto aos pressupostos ontológicos, a presente pesquisa se caracteriza como subjetiva, pois o foco é o significado que o observador procura entender nos acontecimentos, mediante o contexto que envolve a situação (REMENYI *et al.*, 1998). No que se refere à epistemologia, este estudo é classificado como interpretativista, já que a proposta consistiu em compreender os fenômenos por meio das visões de mundo das mães empreendedoras entrevistadas. Afirmação esta, sustentada pela complexidade do ser humano e dos fenômenos sociais na busca do entendimento dentro de um determinado contexto (POZZEBON; PETRINI, 201; ZIKMUND, 2000), dessa maneira tornou-se possível o entendimento do processo das escolhas profissionais realizadas por meio das mães empreendedoras.

Quanto aos fins, a pesquisa foi do tipo exploratória, pois visou proporcionar maior conhecimento sobre o tema, explora alternativas e descobrir novas ideias (ZIKMUND, 2000; VERGARA, 2005), visto que existe a necessidade de melhor compreender o fenômeno empreendedorismo materno (SAMPIERE; COLLADO; LUCIO, 2013).

Essa pesquisa tem uma abordagem qualitativa, segundo Sampiere, Collado e Lucio (2013) o enfoque qualitativo utiliza a coleta de dados sem medição numérica para descobrir ou aprimorar perguntas de pesquisa no processo de interpretação. Numa pesquisa de cunho qualitativo, a coleta de dados visa obter perspectivas e pontos de vista dos seus participantes a partir de emoções, prioridades, experiências e outros aspectos subjetivos. Conforme Creswell (2010) o pesquisador qualitativo vê

os fenômenos sociais holisticamente, explicando assim por que estudos de pesquisa qualitativa aparecem como visões amplas, e quanto mais complexa, interativa e abrangente for a narrativa, melhor será o estudo qualitativo.

Para Sacramento (2017), destaca-se que o uso do método qualitativo apresenta contribuições valiosas para o campo da administração, especialmente quando o problema estudado não é determinista e envolve dimensões subjetivas que precisam ser observadas. Gomes e Santana (2010) também defendem que para a administração, a pesquisa qualitativa na área poderia ser ainda mais rica com a adoção da História Oral.

Sendo assim, esta pesquisa se utilizou das narrativas acerca da realidade de mulheres que são mães e empreendedoras, junto a sua estratégia de coleta de dados (História Oral), a qual será detalhada na próxima seção.

3.2 ESTRATÉGIA DE PESQUISA

A estratégia de pesquisa adotada foi a História Oral Temática, que busca a partir de um assunto específico e da narrativa de um entrevistado sobre evento definido, preestabelecido, detalhes da vida do narrador e as experiências pessoais, que adquirem interesse à medida que revelam aspectos vinculados à temática central (MEIHY, 2002).

História Oral é um método de pesquisa que produz uma fonte especial, revelando-se como um instrumento importante no sentido de possibilitar uma melhor compreensão da construção das estratégias de ação e das representações de grupos ou indivíduos nas diferentes sociedades, e pode detectar neste método um potencial de pesquisa extremamente rico (FERREIRA, 2002).

Alberti (2013, p. 24) define a história oral como método de pesquisa (história, antropológica, sociológica etc.) que “privilegia a realização de entrevistas com pessoas que participaram ou testemunharam acontecimentos, conjunturas e visões de mundo, como forma de se aproximar do objeto de estudo”.

Segundo Meihy (2002), existem três tipos de História Oral: (a) História Oral de Vida; (b) História Oral Temática; (c) Tradição Oral. Para melhor compreensão, segue o Quadro 1 com algumas das características que as diferenciam.

Quadro 1 – Tipos de História Oral

História Oral de Vida	História Oral Temática	Tradição Oral
<ul style="list-style-type: none"> - Sujeito primordial: depoente (narrador). - Valorização do relato ou da versão apresentada pelo narrador. - A entrevista é realizada com base em tópicos ou perguntas amplas, de forma a permitir a abordagem de experiências pessoais do entrevistado, segundo a sua vontade. - O pesquisador/entrevistador não contesta a narrativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - A atuação do pesquisador/entrevistador é mais explícita e fica evidenciada na pesquisa. - O pesquisador tem um papel ativo, inclusive sendo a ele possibilitada a contestação. - A entrevista é utilizada pelo pesquisador mais como um documento para a busca de esclarecimentos acerca de uma temática central, previamente selecionada. - Centra-se em um assunto específico e preestabelecido, objetivando-se narrativa do entrevistado vinculada a esse acontecimento. - Detalhes da vida pessoal do narrador adquirem interesse apenas se vinculados à temática central. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tem como ênfase a visão de mundo de comunidades que têm valores filtrados por estruturas mentais asseguradas em referências do passado remoto. - Perpassa questões que se manifestam pelo folclore e pela transmissão geracional. - A narrativa do entrevistado adquire caráter mais coletivo que individual. - A entrevista deve ser realizada com pessoas que sejam depositárias das tradições de tribos, comunidades, clãs ou outros grupos.

Fonte: Meihy (2002).

No contexto desta pesquisa, dentre as modalidades de história oral (história oral de vida, história oral temática e tradição oral), optou-se pela história oral temática. Isso por que, segundo Meihy (2002), a história oral temática é a que mais permite articular diálogo com outros documentos e outras fontes de coleta, além de partir de um tema específico e previamente estabelecido, objetivando captar uma versão do tema elaborada pelo entrevistado. Logo, detalhes da história pessoal do narrador apenas interessarão se revelarem aspectos úteis à informação temática central (CAPELLE, BORGES, MIRANDA, 2010). É dessa maneira que tentou-se compreender, com base na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorrem as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade.

3.3 TÉCNICAS E CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DAS HISTÓRIAS ORAIS

Quanto ao número de participantes na pesquisa qualitativa, Sampieri *et al.*, (2013) afirmam que depende da capacidade operacional de coleta, do entendimento

e da natureza do fenômeno em análise. Assim sendo, o número de participantes não é fixado a priori, mas quando o pesquisador for realizando a coleta e análise de dados (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008; SAMPIERI *et al.*, 2013). Logo, sete entrevistadas foram escolhidas de forma intencional, sendo este um número considerado pela pesquisadora como possível de operacionalizar, levando em consideração as dificuldades para mapear os sujeitos do estudo e um prazo de 12 meses para defesa dessa dissertação.

Escolhidas de forma intencional, as participantes da pesquisa se enquadram em uma descrição específica, necessária para conduzir o estudo. Sendo o objetivo da intencionalidade da escolha conhecer com mais profundidade um tópico (FRASER; GONDIM, 2004). Assim todas as entrevistadas atenderam aos seguintes critérios:

- a) São microempreendedoras individuais com mais de 42 meses de existência, sendo consideradas pelo GEM (2019) como empreendedoras estabelecidas;
- b) Empreendem na cidade de Aracaju/SE;
- c) A opção pela carreira empreendedora foi feita após a maternidade;
- d) Possuem a necessidade de conciliar maternidade e afazeres domésticos com uma atividade profissional.

3.4 PROCEDIMENTOS PARA A COLETA DAS HISTÓRIAS ORAIS

No tocante a coleta de dados, a entrevista é considerada como a ferramenta básica para a construção dos dados da história oral (MEIHY, 2002; SILVA *et al.*, 2007). A entrevista em profundidade foi aqui definida como técnica a ser utilizada para realizar a coleta das histórias orais das mães empreendedoras que foram entrevistadas. Por meio dela é possível obter dados referentes aos mais diversos aspectos da vida social, haja vista ser uma técnica muito eficiente para obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano (SILVA, *et al.* 2006). Uma vez que a entrevista em profundidade é especialmente recomendada para explorar temas delicados (MACK, 2005), podendo ser associada a estratégia de pesquisa de histórias orais temáticas.

Antes de iniciar a coleta das histórias, dois testes piloto para verificação e correções/ajustes de possíveis erros ocorridos durante a fase de elaboração dos instrumentos foram realizados. Gerando na pesquisadora uma atenção especial às questões 04 e 05 que são bastante parecidas, ambas tratam de suporte social, mas o foco é diferente. A primeira aborda de forma ampla o suporte recebido para empreender, a segunda trata do suporte recebido especialmente para o reconhecimento e exploração da oportunidade empreendedora. A diferença em questão precisou ser frisada na coleta de dados.

Para que as histórias fossem capturadas, realizou-se do primeiro contato, via telefone, junto à relação de mães extraída da rede de contatos da pesquisadora, momento esse em que foi verificado o atendimento aos pré-requisitos. Após serem informadas sobre o teor da pesquisa foi possível obter sete mães empreendedoras que demonstraram interesse em participar da pesquisa. Logo, as entrevistas foram realizadas entre os meses de novembro e dezembro de 2021.

Durante as entrevistas foi possível solicitar e obter títulos sugestivos para as histórias de vida de cada empreendedora. Posteriormente esses títulos foram analisados pela pesquisadora, a qual interferiu minimamente na redação deles. Após transcrição dos relatos das histórias, cada mãe empreendedora realizou leitura e avaliação, aprovando sua respectiva história.

Vale destacar, que mediante ao contexto pandêmico provocado pela COVID-19, as entrevistas foram realizadas presencialmente, utilizando-se da comprovação da vacinação da pesquisadora, bem como das prévias orientações referente ao cumprimento dos protocolos de higiene e segurança exigidos pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Essas entrevistas foram gravadas após o consentimento das participantes e transcritas em sequência.

3.5 ANÁLISE DOS DADOS

Para o tratamento dos dados foi utilizado o método de análise de conteúdo. Para Bardin (1988, p. 42), a análise de conteúdo é:

“um conjunto de técnicas de análise de comunicações, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores, quantitativos ou não, que permitam a inferência de

conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das variáveis inferidas, destas mensagens”.

Segundo Minayo *et al.* (2015), a análise de conteúdo pode abranger as seguintes fases: pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados obtidos e interpretação. Na primeira fase, é o momento da organização do material a ser analisado, descobrindo orientações para a análise e registros de impressões sobre a mensagem. Na segunda, o momento é de aplicar o que foi definido na fase anterior, o que torna esta a fase mais longa pela possível necessidade de fazer várias leituras de um mesmo material. Na terceira fase, ao serem apresentados os procedimentos de análise qualitativa, deve-se tentar desvendar o conteúdo subjacente ao que está sendo manifesto, buscando-se ideologias, tendências e outras determinações características do fenômeno em análise.

Há que se acrescentar, contudo, que se trata de uma técnica de grande potencial para o tratamento de dados constituídos, apresentados na forma de textos, imagens e expressões que precisam ser vistos, lidos e compreendidos (COLBARI, 2014).

3.6 CONFIABILIDADE E CRITÉRIOS DE VALIDADE DA PESQUISA

A confiabilidade e a validade de uma pesquisa são defendidas como relevantes para a estudos qualitativos, sendo consideradas processuais, visto que devem acompanhar todo o desenvolvimento da pesquisa e não serem verificadas somente ao término do estudo (MORSE *et al.*, 2002).

A validade se refere à capacidade que os métodos utilizados numa pesquisa propiciam à consecução fidedigna de seus objetivos (PAIVA JÚNIOR; LEÃO; MELLO, 2011). Existem diversos critérios possíveis para avaliar a validade de uma pesquisa, como cita Johnson (1997):

- a) Validade descritiva: associada à exatidão das informações descritas. Pesquisadores costumam triangular dados para validar as informações coletadas;
- b) Validade interpretativa: capacidade de trazer para a pesquisa as interpretações de pontos de vista, pensamentos, sentimentos, intenções e experiências dos participantes de forma fidedigna. É possível apresentar

aos participantes da pesquisa os casos descritos, solicitando-lhes leitura e confirmação das interpretações;

- c) Validade teórica: em geral ocorre quando verifica-se uma relação de causa e efeito no campo e passa a estudá-la. A melhor estratégia para alcançar essa espécie de validade é aumentar o campo investigado a ponto de saturar seus achados.

Diante disso, esta pesquisa teve validade interpretativa, uma vez que os relatos coletados foram apreciados e validados pelas entrevistadas. A partir da estratégia de pesquisa adotada (História Oral Temática) e do instrumento de coleta (entrevista em profundidade) surgiram relatos extensos, ricos em detalhes, como uma construção típica da História Oral Temática, o que tornaria a leitura deste estudo cansativa, caso optássemos pelas validades descritiva e teórica, as quais poderiam gerar um grande volume de informações e relatos.

Segundo Paiva Júnior, Leão e Mello (2007), a confiabilidade, por sua vez, refere-se à garantia de que outro pesquisador poderá realizar uma pesquisa semelhante e chegará a resultados aproximados. Alguns critérios podem garantir a confiabilidade da pesquisa, sendo possível destacar:

- a) Triangulação: utilização de diferentes fontes e tipos de técnicas de coleta de dados que podem enriquecer a compreensão sobre o fenômeno estudado (MERRIAN, 1998);
- b) Reflexividade: diz respeito ao antes e ao depois do acontecimento, de modo que o sujeito contribui para significar o universo pesquisado;
- c) Clareza nos procedimentos e transferência: diz respeito à clareza nos procedimentos, na boa documentação, transparência e análise dos resultados;
- d) Descrição rica e detalhada: vivências, experiências e usos de tecnologias são considerados como base sugestiva de investigação.

Dessa maneira, é possível destacar que esta pesquisa visa o alcance da reflexividade, externada nos discursos das Histórias Oraís Temáticas das mães empreendedoras, a partir de sentimentos e pensamentos revelados, cabendo a esses, ser acrescentada a descrição rica e detalhada. Além disso, a clareza nos

procedimentos também foi um dos critérios adotados para possível geração da transferibilidade dos resultados almejados da pesquisa.

3.7 DEFINIÇÕES CONSTITUTIVAS

As definições constitutivas ou conceituais são as definições de termos em dicionários, as quais são comumente utilizadas, inclusive pelos cientistas (KERLINGER, 1980). Dessa forma, as principais definições constitutivas desta pesquisa são:

- a) **Empreendedorismo** – é o ato ou processo de iniciar um novo negócio, sendo uma das principais alternativas para o desenvolvimento econômico e social. É a capacidade potencial para a geração de ocupação ou de postos de trabalho para a população, uma vez que a sociedade brasileira enxerga na alternativa do empreendedorismo a melhor e mais compensadora forma de atuação profissional (GEM, 2019, 2022);
- b) **Empreendedorismo Feminino** – mulheres que exercem um papel essencial para o crescimento de um país, fortalecendo a diversidade dos agentes econômicos a partir da motivação e reconhecimento de oportunidades (MICOZZI; LUCARELLI, 2016).
- c) **Empreendedorismo materno (*Mumpreneurs*)** – caracteriza-se como um desdobramento do Empreendedorismo Feminino (RICHOMME HUET; VIAL, 2014), sendo considerado uma nova categoria profissional concebida para as mulheres que necessitam performar a tarefa de conciliar maternidade e afazeres domésticos com uma atividade profissional (SALGADO; JORGE, 2019);
- d) **Microempreendedor Individual (MEI)** – é um profissional autônomo que passa a ter CNPJ, ou seja, tem facilidades com a abertura de conta bancária, no pedido de empréstimos e na emissão de notas fiscais, além de ter obrigações e direitos de uma pessoa jurídica (SEBRAE, 2021);
- e) **Empreendedorismo como Escolha Profissional Feminina** – é a busca proativa de independência financeira e de realização da mulher, em

resposta às mudanças que ocorrem no mercado de trabalho (JONATHAN, 2011);

- f) **Contexto Relacional** – Para Breen e Leung (2020), o contexto relacional estrutura-se em torno de três elementos de análise, são eles: valores pessoais, oportunidade na mudança estrutural e suporte social. Esse conjunto de elementos pode influenciar a escolha profissional de mulheres que se tornaram mães;
- g) **Escolha Relacional** – Segundo Breen e Leung (2020), a Escolha Relacional estrutura-se em torno de dois elementos de análise: transição para o empreendedorismo e reconhecimento/aproveitamento de oportunidades empreendedoras. São escolhas centradas nas relações sociais desenvolvidas, particularmente, por mulheres que se tornaram mães. Essas relações contribuem para o reconhecimento de oportunidades empreendedoras e, posteriormente, em termos de escolhas para aumentar ou reduzir o tamanho dos negócios;
- h) **Resultados Relacionais** – Conforme afirmam Breen e Leung (2020), os resultados relacionais estruturam-se em torno de três elementos de análise: perspectiva relativa de sucesso na carreira profissional, melhorias no ambiente familiar e melhorias na carreira profissional. Os resultados relacionais incluem percepções de sucesso na carreira, no sistema familiar e no contexto relacional.

3.8 CATEGORIAS E ELEMENTOS DE ANÁLISE

As categorias analíticas e os elementos de análise descritos abaixo foram baseados no modelo conceitual de Breen e Leung (2020). Para melhor esclarecimento do Quadro 2, foram apresentados os objetivos específicos deste estudo, como se vê a seguir:

Quadro 2 – Categorias e Elementos de Análise

Objetivos Específicos	Categorias Analíticas	Elementos de Análise
Caracterizar as mães empreendedoras entrevistadas	Caracterização	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Idade ▪ estado civil ▪ idade dos filhos ▪ cônjuge ▪ formação escolar
Verificar como o contexto relacional das mulheres entrevistadas influenciou na opção pelo empreendedorismo como escolha profissional pós-maternidade;	Contexto Relacional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valores pessoais ▪ Oportunidade na mudança estrutural ▪ Suporte social
Entender as escolhas relacionais das mulheres investigadas nos processos de reconhecimento e exploração da oportunidade empreendedora pós-maternidade	Escolhas Relacionais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transição para o empreendedorismo ▪ Reconhecimento e aproveitamento de oportunidades
Averiguar os resultados relacionais conquistados pelas <i>mumpreneurs</i> .	Resultados Relacionais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perspectiva relativa de sucesso na carreira profissional ▪ Melhorias no ambiente familiar ▪ Melhorias na carreira profissional

Fonte: Com base no modelo relacional de Breen e Leung (2020).

3.9 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Dentre às limitações para realização desta pesquisa, vale ressaltar o viés do pesquisador (FRASER; GONDIM, 2004), que se apresentou como outra limitação neste estudo. No campo científico, a imparcialidade contribui para a confiabilidade no que tange aos resultados. Levando em consideração que todo pesquisador possui valores e crenças advindos do contexto histórico e cultural que esse está inserido, existiu a possibilidade de comprometer a objetividade deste estudo na fase de interpretação dos seus dados (LIMA, KUBO, OLIVA, 2020).

Outra limitação é que os resultados não são generalizáveis, não foi aqui desenvolvido um estudo quantitativo e probabilístico. Segundo Duberley e Carrigan (2012), não se pode presumir que os resultados relatados se apliquem a todas as empreendedoras que são mães, fazendo-se necessária a continuidade de outras pesquisas para melhoria e complementariedade dos estudos no ramo de empreendedorismo materno.

De acordo com Creswell (2010), todos os métodos possuem limitações e estão sujeitos a críticas, o que também inclui, a utilização do método da história oral. O instrumento de coleta utilizado neste estudo (entrevista), pode resultar em vieses e dificuldades para padronizar perguntas diante do método citado. Outros problemas apontados pela autora, que tornam a história oral vulnerável a críticas são: a questão do alcance da memória e da veracidade dos fatos, já que a história oral utiliza a memória dos depoentes; a questão da subjetividade do pesquisador, pois, na maioria dos trabalhos científicos, busca-se a objetividade; e, a questão da representatividade dos informantes, pois ao se utilizar, por exemplo, de técnicas de amostragem aleatórias, pode-se excluir informantes melhores do que os que foram selecionados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentadas as histórias orais coletadas nesta pesquisa. Inicialmente apresentam-se os relatos das mães empreendedoras participantes do estudo. Após isso, realiza-se a análise do conteúdo das histórias orais temáticas, de forma comparativa, respeitando as categorias analíticas apresentadas na seção metodologia.

4.1 APRESENTAÇÃO DAS HISTÓRIAS ORAIS

Cada história de vida desvenda uma realidade vivida por pessoas distintas em situações específicas. Assim, a partir das narrativas das mães microempreendedoras, foi possível identificar os elementos contidos nas diferentes etapas de suas vidas. Baseados no modelo de Breen e Leung (2020), os elementos relacionais são descritos envolvidos no contexto, nas escolhas e nos resultados apresentados por cada história contada. Ao final de cada história é possível encontrar a linha do tempo onde são abordados os principais acontecimentos, conforme os relatos das respectivas mães.

4.1.1 Camila: agente de mudanças

Camila sempre gostou de estar perto da família. Esse foi um dos ensinamentos do seu querido avô. Sempre amou trabalhar, saía de casa e só voltava na hora de dormir. Não tinha o sonho de construir uma família, mas sempre soube que quando isso acontecesse, estaria disposta a participar desse processo com excelência.

Tudo começou de maneira inesperada. Conheceu seu esposo Davi quando atuava como psicóloga escolar e morava no interior de Sergipe. Eles dividiam a casa, e embora ninguém acreditasse, eram apenas amigos – revela Camila. Porém, logo o amor nasceu e eles se casaram.

A ideia do negócio começou nesse momento, mesmo sem saber, pois o casal queria para a cerimônia de casamento uma proposta afetiva que fugia da proposta tradicional. Priorizaram a questão do afeto, em cada detalhe da cerimônia. Camila conta que a ideia de empreender teve início quando se casou com Davi, porque ele

sempre teve esse tino empreendedor e sempre a dizia que ela não poderia ficar na dependência financeira de uma organização. E, diante disso, ela começou a treinar seu olhar para as oportunidades.

Quando Camila engravidou, eles ainda moravam no interior e ela trabalhava, porém, quando o primeiro filho (Francisco) completou 6 meses, Camila pediu demissão. Após isso, voltou para Aracaju e assim iniciou-se a descoberta que precisava empreender. Em Aracaju começou a trabalhar em outra instituição, mas aumentava a necessidade de ampliar a renda, porque a sua renda tinha diminuído $\frac{1}{4}$ (um quarto) do que recebia antes. Camila começou a empreender com abertura da clínica para atendimentos psicológicos e fez investimento na sua marca e na identidade visual.

Quando Francisco estava próximo de completar seu primeiro ano de vida, mais uma vez planejaram uma festa com as escolhas movidas pelo afeto. Na primeira festa do Francisco, a família estava envolvida em vários detalhes, o que mais uma vez fugia da proposta tradicional. Foi assim que os pais descobriram que este modelo de evento se denominava de festa afetiva; assim como tinha ocorrido no casamento, visto que priorizaram a questão do afeto.

Para Camila, empreender já começa desde o início do autoconhecimento, por exemplo, quando o indivíduo decide fazer parte do mercado, ou quando a pessoa vai de porta em porta distribuir currículos. Inclusive, Camila sempre visualizou a necessidade de investir em si mesma, pois para ela, empreender é também investimento em si. Refletindo sobre o processo, revela: *“Nunca imaginei que empreender fosse algo que já começasse antes mesmo de empreender”*.

Quando pensa em empreender com relação a lucro, que envolve o mercado, enfatizou que tudo surgiu e deu forma após o nascimento do primogênito Francisco. Paralelo à clínica, e depois da festa de 1 ano de Francisco, foi aberta a Bem Querem Oficinas Afetivas, tornando-se depois da pandemia a Bem Querem Educação Afetiva.

Assim que começou a empreender, Camila percebeu que não se identificava apenas em estar trabalhando para terceiros e que seria possível ser patroa de si mesma, o que ela sempre reafirmava ser ainda melhor. Mas, como não existia renda ou capital suficiente para investir nos sonhos, ainda precisava ficar vinculada ao

mercado de trabalho, existindo a necessidade de uma solidificação para investir no empreender, ou seja, ela precisava de capital de giro.

Camila consegue conciliar as três atividades: psicóloga em uma escola, atendimento da parte clínica, e com a Bem Querere. Confessou ser difícil essa conciliação, mas ela contava com uma rede de apoio que a permitia deixar Francisco na casa dos avós maternos nos dias úteis e na casa dos avós paternos aos finais de semana. Ela destaca principalmente o apoio recebido pelo esposo, avô e comadre, e reconhece que o simples fato de se dispor a cuidar de uma criança já pode ser considerado um grande apoio.

Entretanto, Camila revela que alguns membros da família não acreditavam no negócio, questionando-a que por não ter dinheiro para investimento, a ideia poderia não dar certo. Ela supera a falta de apoio advindo de alguns membros da família que são arraigados às formas tradicionais de ter vínculo empregatício e prefere acreditar que essa postura se deve ao medo da falta de recursos que garantam a sobrevivência do casal e filhos, e por questões de segurança.

Parte do apoio recebido derivou de uma rede de apoio externa, uma rede de mulheres que pediram exoneração de cargos públicos do Estado e optaram por empreender. Camila considera ser uma motivação, pois existem trocas de informações e experiências que estimulam a continuar no processo de empreender.

Em 2016, quando a Bem Querere iniciou, Camila relembra a importância dos colegas, casais com filhos, que se juntavam para divulgar os serviços. Ela trabalhava de domingo a domingo e não conseguia ter momento para ficar com as crianças. O serviço oferecido era de recreação, diversão e muito afeto em atividades praticadas com muita criatividade, por meio de brincadeiras antigas ou que tenham alta relevância afetiva, e isso acontecia inicialmente nos aniversários de crianças, geralmente aos finais de semana, e depois se estendeu para outros eventos, encontros e reuniões.

A mãe empreendedora reconhece que cada história e empreendimento é único, e ímpar e ninguém herda. Por mais que o concorrente ofereça o mesmo serviço, não será igual, pois empreender dá essa oportunidade de ofertar algo a mais. Ela ressaltar que empreender existem muitas vantagens, pois ela consegue determinar o horário de chegada e saída, a forma que vai realizar as atividades, ou

seja, tem a autonomia que dentro de outra instituição não seria possível. Em contrapartida, afirma também que exige muita inteligência emocional, pois tem que acreditar que vai dar certo, não pode ter medo o tempo inteiro, pois embora o medo seja uma segurança e proteção, precisa ter equilíbrio. “*Empreender não é fácil, é muito difícil, mas tem variados pontos positivos*”, relata Camila.

Na sua segunda gestação, de Marina, em 2019, começaram algumas mudanças. Foi o começo de algumas restrições e uma das decisões foi não ir para todas as festas, ou seja, era necessário dividir o pessoal, organizar, e assim, com o tempo e a experiência, a logística foi melhorando. Nesse período, existiu a reflexão sobre o real motivo da abertura da empresa, pois o objetivo não era apenas levar afeto para outras famílias, era também priorizar a própria família e o processo familiar que envolvia a saúde emocional e física.

A empresa tem 5 anos e a equipe aprendeu muito. De domingo a domingo pode ter festa, mas quando tem mais de duas festas por dia, Davi já comunica ao cliente que não vai conseguir estar em dois lugares e a sua equipe fará o atendimento. Foi necessário amadurecer para saber que tem que ter hora de parar, precisa ter horário de trabalho definido. Agora a mãe Camila fica com os meninos, consegue planejar com o sócio-esposo, traçar metas, pensar e elaborar as estratégias com relação ao bem querer.

Camila consegue investir tempo no empreender da parte clínica e escolar, trabalha pela manhã na escola, escreve contos para os alunos que são de Davi, e continua realizando atendimentos na parte clínica, como psicóloga. Tem prazer em voltar para casa, desde que teve seus filhos. E reconhece que a melhor decisão foi ficar como apoio do esposo na empresa Bem Querer e ficar mais tempo com as crianças, porque para ela, família é muito importante.

Camila confessa viver intensamente o exercício dos diferentes papéis assumidos: esposa, mãe, profissional e empreendedora. E diz ter o maior prazer em trabalhar, empreender e voltar para o aconchego do lar.

Segundo ela, nas relações é importante priorizar qualidade à quantidade, e assim a empreendedora enaltece a importância da contribuição de cada indivíduo para as relações, sendo possível cada um contribuir para a melhoria do outro. A

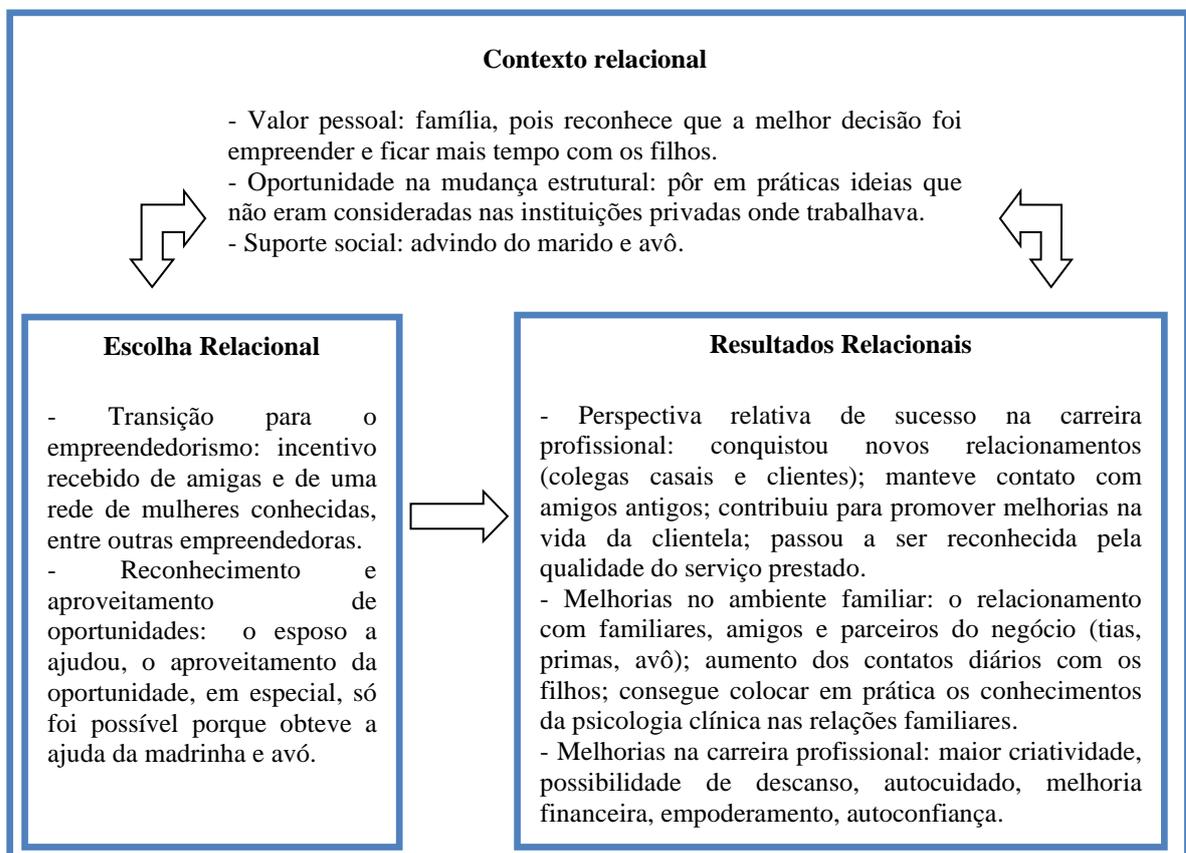
família, principalmente o avô, sempre valorizou a criação fundamentada na família, e afirma que os amigos precisam ser os próprios membros, sejam tias ou primas.

Para ela, mesmo com as dificuldades e problemas que surjam, a prioridade deve ser estar em família. O conhecimento adquirido na família se estende para o negócio, a exemplo da inspiração vinda das tias que amam escrever e contar histórias.

Camila conclui seu discurso com as vantagens de ser mãe empreendedora: ter mais tempo em casa, consegue acompanhar os negócios e o crescimento dos filhos, consegue usar a psicologia clínica em suas relações, tornou-se mais criativa, descansa mais, aumentou o autocuidado, as finanças melhoraram também, sente-se empoderada, autoconfiante, e considera-se uma agente de mudanças.

Seguem os principais acontecimentos da história temática da empreendedora Camila, conforme a Figura 2, integrando-os ao modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

Figura 2 – Mãe empreendedora Camila



Fonte: Com base na história oral de Camila (2021).

4.1.2 Cláudia: a empreendedora que se realiza diariamente

Cláudia começou a trabalhar aos 22 anos de idade, em 1973, trabalhando como recepcionista em um salão de beleza na cidade de Aracaju/Sergipe. Ela conversou com a empresária do estabelecimento, que era depiladora e treinava as funcionárias que iniciavam na empresa, questionou sobre a possibilidade de migrar para a área de depilação, já que outras atividades, a exemplo de cabelos e unhas, não despertavam o seu interesse. Sem sucesso, a dona do estabelecimento respondeu que não tinha outra pessoa para colocar na recepção.

Foi uma fase difícil, de chateação e tristeza. Cláudia chegava a pensar que a empresária não queria que a recepcionista tivesse uma profissão. A proprietária fez algumas promessas, dentre elas: se Cláudia fizesse o curso de massagem teria um espaço para exercer a atividade dentro da empresa, já que na época, segundo ela, o quadro de depiladoras estava formado. A insatisfação dominava Cláudia, pois o seu desejo era trabalhar com depilação e a quantidade de clientes possibilitava que o salão incluísse mais uma depiladora.

Nesse ínterim, a empresária não honrou alguns acordos que tinha feito com Cláudia e quis praticar algo diferente do prometido. Cláudia, assim, foi convencida que não daria certo continuar no salão e saiu de lá, mas seguiu os conselhos da antiga chefe e foi fazer o curso de massagem.

Cláudia iniciou o curso de massagem e foi trabalhar no centro de estética juntamente com a professora do curso, que a convidou, e lá permaneceu por seis meses até que a professora fechou o espaço, viajou, e foi morar em Portugal. Cláudia viveu mais uma mudança, mas ficou pouco tempo sem trabalho, pois logo em seguida foi trabalhar em uma loja de consórcio de carro. Lá ela trabalhou apenas por três meses, não se adaptou e saiu.

Em 1998, no auge dos 26 anos de idade, já estava casada com Marcelo, tornou-se mãe do primeiro filho, Max. Cláudia afirmou que ser mãe e trabalhar fora era muito complicado. Ela se preocupava com a questão de passar muito tempo fora de casa e não ter tempo para o filho. Em 2003, nasceu Michele, a caçula. Cláudia considera ter sido uma fase difícil, na qual se estressou, chorou muito e sofreu também, principalmente quando os filhos eram menores. A entrevistada relata: *“Chegar em casa e não encontrar as coisas do jeito que queria, era muito*

estressante". Existia uma autocobrança excessiva. Quem cuidava das crianças na época era uma amiga e depois que foi morar na casa que reside atualmente, a cunhada passou a cuidar das crianças, em seguida passou a ser uma prima de Marcelo, seu esposo. Cláudia destaca que algumas pessoas boas cuidaram das crianças, "*mas não era fácil*". Ela sentia que deixava muito a desejar tanto com a prática de ser mãe, quanto com o cuidado das crianças e casa.

Segundo Cláudia, a mulher tem que trabalhar e ter sua independência. Inclusive, em sua opinião, quando a mulher trabalha, o homem (esposo, companheiro) dá mais valor. Cláudia desabafa: "*O homem é muito machista, então na cabeça dele, pelo fato deles trabalharem e assumirem a casa e a questão financeira, eles se acham no direito de falar certas coisas e a mulher tem que acatar, porque ela não trabalha. É muita correria. Minha irmã, muitas vezes, me pergunta como é que eu consigo dar conta. Eu não sou única, são milhares de mulheres que dão conta. Trabalho é muito importante, sempre friso*".

Em 2008, uma amiga que era massoterapeuta no Hotel, na época era o *Starfish*, um *resort* em Aracaju, pediu o currículo de Cláudia e após a realização da entrevista, ela trabalhou por três anos, até 2011. Este foi o último emprego com carteira assinada de Cláudia que trabalhou como massoterapeuta, no SPA do hotel. Ela desabafa que suas férias nunca conciliavam com as dos filhos, assim, eles nunca desfrutavam das férias juntos. Foi quando saiu do hotel, começou a atender algumas amigas, mas confessou que para sobreviver naquela localidade somente com massagem, não era fácil, não vislumbrava essa possibilidade.

O maior desejo de Cláudia continuava sendo trabalhar com depilação. Esse era o seu foco desde a época do primeiro emprego. Assim, quando foi demitida enfim foi fazer o curso de depilação no SENAC, ainda em 2011. Com a persistência de Cláudia, chegou a vez de realizar o sonho, começando a trabalhar com depilação, colocando em prática os conhecimentos adquiridos. Na verdade, o sonho dela era agregar depilação à massagem, porque assim poderia ter uma carteira de clientes mais ampla.

Cláudia também revelou que existia uma facilidade para conseguir trabalho na área de depilação, por ser uma área mais ampla. Na época, considerava-se uma mulher de sorte, com relação a ter tido uma ótima professora, nomeando como uma

fase de realização. Trabalhou no salão Camarim, em 2012. Em seguida ficou um tempo na Academia Olímpica e logo migrou para o salão Sintonia, depois para o salão de beleza Maria Lu, todos são localizados na capital de Aracaju/Sergipe, atuando nas áreas de massagem e depilação.

Enquanto isso, o casamento estava na fase final e decidiram se separar em 2013. Max tinha 14 anos e Michele tinha 9. Cláudia confessa ter sido uma época muito difícil e revela que o consolo era saber que aquela fase iria passar e possuir sua independência financeira a ajudou bastante na separação, pois sempre conquistou seus pertences e nunca parou de lutar, sempre trabalhando e conquistando o que desejava.

Em 2015, iniciou no salão de beleza que se encontra atualmente, Malú, que foi onde iniciou o registro de MEI, reconhecendo ser uma segurança maior tanto para o salão quanto para a profissional, já que salão de beleza não trabalha com o sistema de assinar carteira. Quanto à profissão, considera-se ser a depiladora que agrega o serviço de massagem.

A principal ajuda recebida reconhece ter sido de si mesma e dos filhos que deram muito apoio, por meio da boa comunicação que era praticada em casa. Assim, recebia o apoio da família, filhos, ex-marido, irmã e cunhada. Revelou que na vida as pessoas se espelham umas nas outras e ela conseguia se espelhar na empresária do salão onde trabalhou na recepção, em 2005, onde surgiu o sonho de ser depiladora.

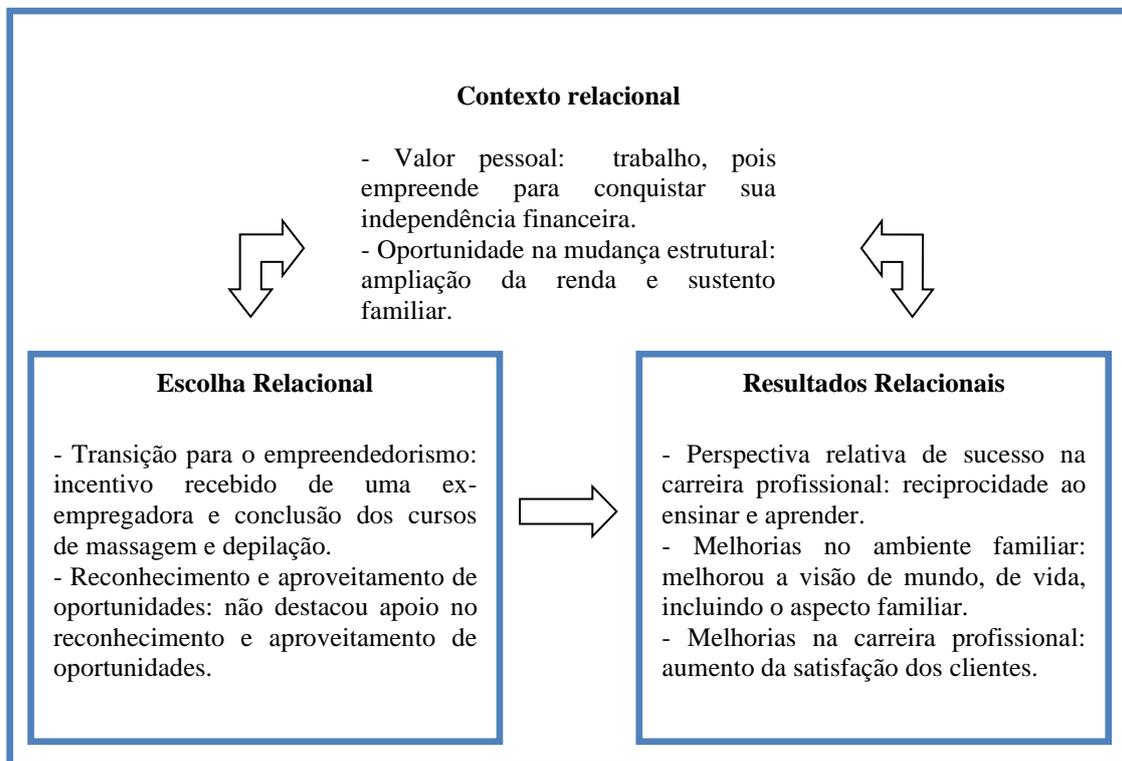
Em 2021 passou a viver essa realização, trabalhando com depilação e massagem, mas afirma que sua paixão é a depilação. Sobre a massagem, elogiou e diz reconhecer os benefícios da massagem e o efeito gratificante ocasionado nas clientes. Simboliza existir uma excelente troca de energia, ao praticar a massagem. Enfatiza que existem pessoas que ainda não tiveram a oportunidade de conhecer os efeitos da massagem relaxante e que ao conhecerem ficam perplexas. *“Acompanhar essa descoberta é enriquecedor!”* diz Cláudia, sentindo-se feliz com as duas atividades. Ela ainda brincou dizendo que ainda é “psicóloga”, por ouvir e aconselhar as clientes.

Para Cláudia, sucesso na profissão é resultante de uma troca (dar e receber), sendo professores uns dos outros, conseguindo visualizar a vida como sendo de

mão dupla. Ser mãe e microempreendedora ajudou-a a melhorar sua visão de mundo. Ela ressalta ter gratidão por seus clientes e afirma que aprende muito com o sucesso das outras pessoas e fica feliz por conhecer cada história de vida e poder ajudar, seja ouvindo ou dando conselhos, sentindo a satisfação de cada um. Finaliza seu relato de vida com a reflexão: *“Tudo nos espelha e tudo é aprendido!”*

Seguem os principais acontecimentos da história temática da empreendedora Cláudia, conforme a Figura 3, integrando-os ao modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

Figura 3 – Mãe empreendedora Cláudia



Fonte: Com base na história oral de Cláudia (2021).

4.1.3 Cláudia Vanessa: a determinada

Cláudia Vanessa, ou Vanessa, como prefere ser chamada, casou nova, em 1997, aos 15 anos de idade. Logo engravidou e tornou-se dona de casa em tempo integral. Em 2010, quando os filhos já estavam maiores, voltou a estudar e concluiu o ensino médio. Inclusive para que pudesse fazer isso, levava a filha para sala de

aula, onde a menina ficava sentada, desenhando, fazendo tarefas e assistindo a mãe estudar.

Em seguida surgiu a oportunidade do curso técnico de massoterapia, e mais uma vez decidiu dar sequência aos estudos, iniciando o curso em fevereiro de 2014. No princípio, o seu marido naquela época, falou que ajudaria nas despesas do curso, porém logo em seguida ficou desempregado e não tinha como ajudá-la no pagamento das parcelas.

Diante disso, uma grande ideia surgiu por meio das colegas de curso, que sugeriram que Cláudia Vanessa conversasse com a coordenadora, na época da fundação São Lucas, em Aracaju/Sergipe. Ela criou coragem e foi expor a situação à coordenadora que, após ouvi-la, solicitou que Cláudia Vanessa escrevesse uma carta a próprio punho, explicando tudo o que tinha anteriormente relatado oralmente: que tinha dois filhos, que estava desempregada e outros detalhes.

Quando Cláudia Vanessa entregou a mencionada carta à coordenadora, essa senhora entregou-lhe um envelope fechado e recomendou que ele fosse aberto apenas em sua casa. Quando chegou em casa e abriu o referido envelope, Cláudia Vanessa surpreendeu-se ao ver que o documento do envelope se tratava de uma bolsa que custeava 100% (cem por cento) do curso. O choro tomou conta da cena, era muita gratidão a Deus! A moça foi então até a Fundação São Lucas e agradeceu pelo ato da coordenadora, e constatou que todas as parcelas estavam pagas, inclusive as atrasadas. A coordenadora instruiu-a que a cada seis meses seria necessário fazer a matrícula, sem custo para a aluna.

Todavia, existiam outras despesas como as passagens de ônibus, material, fotocópias... e foi aí que Cláudia Vanessa conseguiu colocar em prática outra ideia: fazer os brioques (pãezinhos) que aprendeu com uma colega do curso, a qual forneceu além da receita, algumas dicas de venda. Assim, Cláudia Vanessa começou então a vendê-los no próprio curso onde estudava.

O dinheiro que arrecadava com as vendas pagava as passagens de ônibus, o material escolar e ainda precisava que sobrasse para o lanche dos filhos. Foi quando outra colega disse: - "*Cláudia Vanessa, falta um doce!*" lembra a empreendedora. Apesar de ter lanchonete na escola, o horário de atendimento era reduzido e por várias vezes os alunos chegavam do trabalho com fome e

encontravam a lanchonete fechada. Diante desse cenário, Cláudia Vanessa decidiu acrescentar às vendas de brioques também os brigadeiros que eram vendidos a R\$0,50 (cinquenta centavos). Alguns “clientes” pagavam na hora, outros por quinzena, e assim o negócio da Cláudia Vanessa foi crescendo e fazendo com que Cláudia Vanessa, mais uma vez, atingisse suas metas e objetivos.

Após seis meses de curso, Cláudia Vanessa recebeu uma proposta de trabalho e começou a trabalhar em uma loja com venda e aluguel de ternos. Porém, esse novo trabalho deixou-a extremamente cansada. Ela saía pela manhã para ir trabalhar, em seguida, do trabalho seguia caminhando para o curso e do curso seguia para casa. A saída de casa ocorria às 7 (sete) da manhã e ela só retornava por volta das 23 (vinte e três) horas, todos os dias. Quando chegava a casa, ainda fazia almoço, cuidava dos meninos e às vezes já os encontrava adormecidos; outras vezes só conseguia ter contato com as crianças no final de semana.

Embora os filhos estivessem crescidos, Yuri estava com 17 anos e Raíssa com 12 anos de idade, ambos sentiam falta dos carinhos maternos. A filha sempre foi muito carinhosa e externava isso escrevendo cartinhas relatando a falta que sentia da mãe e como esperava ansiosa pelos finais de semana para tê-la consigo.

Cláudia Vanessa também não tinha vida social, como explica:

“A gente que estuda, final de semana é para estudar! Como eu ganhei a bolsa, eu queria fazer valer meu curso, eu não queria fazer de qualquer jeito. Eu queria provar que eu era boa o suficiente para valer aquela bolsa, então eu passava o final de semana estudando para ter boas notas. Porque não é porque a gente ganha que a gente tem que fazer de qualquer jeito, tem que dar o melhor”.

Passaram-se dois anos de estudo e aprendizado, Cláudia Vanessa perdeu 12 quilos. Seus dias eram do trabalho para casa, cuidados com filhos, estudo, marido... na época o casamento já estava meio balanceado e essa rotina acabou aumentando as dificuldades em seu relacionamento. A fase foi difícil, mas o sonho foi realizado: a formatura chegou! Certa de que devidamente graduada iria ter mais condições e oportunidades, Cláudia Vanessa entrou em acordo com a empresa em que trabalhava, recebeu sua rescisão e, com esse dinheiro, construiu sua primeira sala de massoterapia, em 2017. Importante salientar que a formatura de Cláudia Vanessa deveria ter ocorrido em 2016, porém por não ter conseguido liberação para estagiar durante o dia, posto que trabalhava neste turno, ela concluiu o estágio apenas em 2017.

Tudo foi acontecendo, mesmo sem planejamento: começou a atender em meados de agosto/setembro de 2017 e ao término da construção, com muito trabalho, foi conquistando a clientela. No início de 2018, começou a ter seu trabalho reconhecido pelos clientes, porém o casamento continuava em crise e Cláudia Vanessa decidiu pela separação, após 22 anos casada. Assim, ela saiu de casa e perdeu o acesso à sala onde atendia.

Cláudia Vanessa alugou então outro local, foi para a galeria do Centro Esportivo de Treinamentos (CET), localizado no Bairro Aeroporto em Aracaju/SE, permanecendo lá até 2019, ano que se formalizou como MEI. Quando chegou a pandemia³ provocada pela COVID-19, que a fez ficar uns quinze dias parada, porém, os clientes começaram a ligar, e como ela não tinha um local para atendimento, sugeriu que o atendimento fosse em domicílio. O que parecia um problema, tornou-se a solução: ciente do seu potencial de trabalho e aumento da clientela, Cláudia Vanessa decidiu construir outra sala, sua segunda construção, reinvestindo o dinheiro adquirido com os atendimentos feitos durante a pandemia.

Nessa nova casa, apenas com os filhos, conseguiram viver bons momentos em família: sentar, conversar, almoçar juntos, almoço especial aos domingos, aquele almoço alegre que todo mundo conversa. A relação de mãe e filhos, melhorou bastante. Fizeram viagens, almoços em restaurantes, foram à praia, enfim, os filhos ajudaram e apoiavam a separação dos pais, visto que, *“quando o filho é pequeno consegue esconder algumas realidades, mas quando eles crescem não é possível esconder!”* revela Cláudia Vanessa.

Com o passar do tempo, o filho começou a trabalhar e a ajudar com algumas despesas no lar. Raíssa, sua filha, ingressou no mesmo ramo que a mãe e estão trabalhando juntas. Cláudia Vanessa revela ser a família seu maior valor, sempre lutou e continuará lutando por ela.

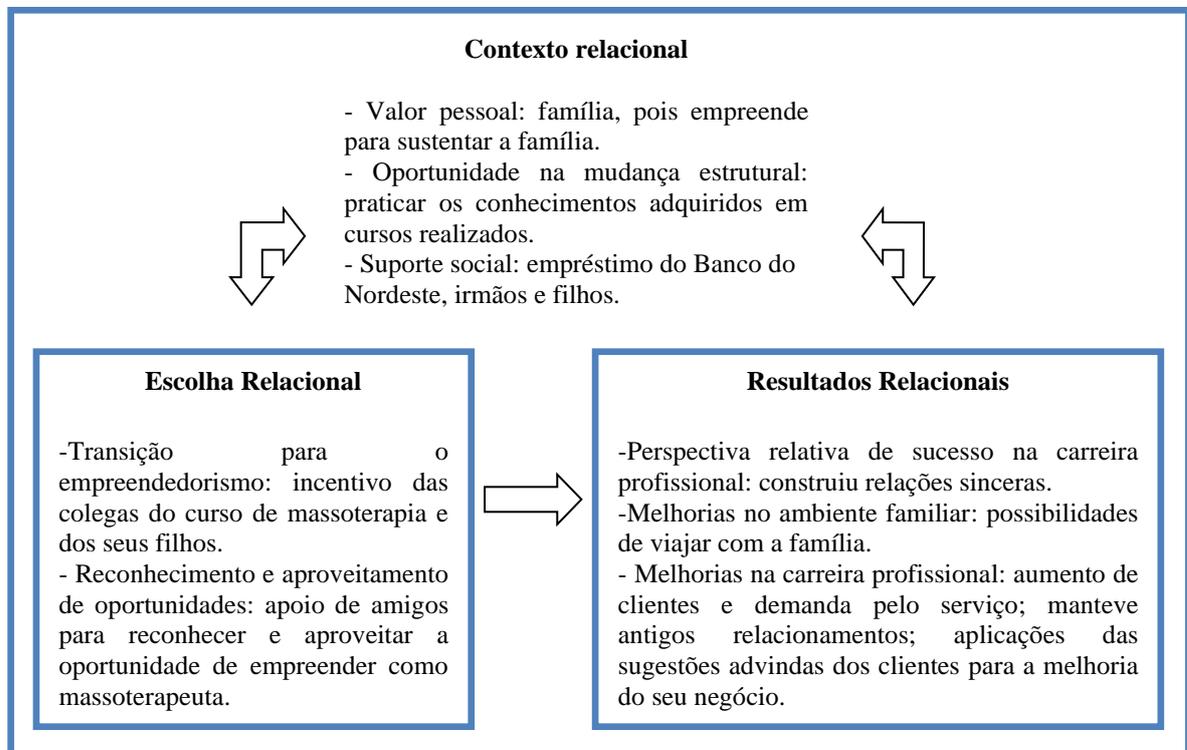
Cláudia Vanessa diz que ama cuidar das pessoas, quando a cliente chega e que relata as dores, descrevendo-as, e durante a massagem os pontos são

³ A pandemia ocorreu também no Brasil, iniciada em 2020, marcada pela incidência da pandemia do novo Corona Vírus e por consequência, houve adoção de medidas de isolamento social (NICOLAU; FONSECA; RIBEIRO, 2022).

localizados e tratados, isso inclui o repasse do diagnóstico das possíveis causas: ansiedade, depressão, estresse entre outros. E quando a cliente agradece no final e sinaliza as melhorias, a satisfação domina e a massoterapeuta se sente feliz e realizada.

Seguem os principais acontecimentos da história temática da empreendedora Cláudia Vanessa, conforme a Figura 4, integrando-os ao modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

Figura 4 – Mãe empreendedora Cláudia Vanessa



Fonte: Com base na história oral de Cláudia Vanessa (2021).

4.1.4 Grasielly: a realizadora de sonhos

Desde criança, Grasielly, filha única, já sabia costurar. Embora suas avós soubessem costurar, Grasielly aprendeu a arte sem muitas ajudas. Talvez tivesse aprendido observando, não se sabe!

A história dela ganha destaque quando ela descobre estar grávida, aos 25 anos, da sua primeira filha, Geovana. Família sempre foi algo de muito valor para a empreendedora, que sonhava ser mãe. Sua gestação foi muito aguardada por todos

da família pois a maternidade já havia sido desacreditada pelos médicos, após ter investido bastante dinheiro em inúmeros tratamentos para alcançar a sonhada gestação.

Quando a realização do sonho começou, foram necessários muito repouso e medicações, visto que a sua gravidez era de risco. Grasielly precisou ficar muito tempo em casa e para não a deixar triste ou entediada, sua mãe, Sônia, comprou uma máquina de costura no supermercado, daqueles modelos básicos, para que ela pudesse se distrair fazendo o enxoval da menina.

Foi o presente perfeito! Grasielly sonhava que tudo fosse vermelho, mas há época apenas encontrava itens na cor rosa, o que a motivou ainda mais a produzir, por si mesma, o enxoval de Geovana de acordo com o seu gosto.

Geovana nasceu e de forma também natural nasceu o ateliê Moça Prendada, o qual, naquele momento, resumia-se a uma máquina, no fundo da cozinha da casa que Grasielly morava com sua família. Todas as vezes que Geovanna fazia meses de vida, uma comemoração era realizada. A mamãe fazia um bolinho, fazia as roupinhas e postava na rede social (*Facebook*).

Toda comemoração que frequentavam, Geovana e Grasielly vestiam-se iguais. As amigas da mais nova mamãe começaram a ficar curiosas sobre onde ela comprava as roupas personalizadas, visto que todos os meses ambas estavam lindas e impecavelmente combinantes. Ao ficarem sabendo que tudo era feito pela própria Grasielly, surgiram as primeiras encomendas. Entre suas amigas, Grasielly às vezes costurava até sem cobrar. A “cliente” que encomendava comprava o tecido e a recém-mamãe produzia de acordo com o modelo.

Nessa época Grasielly ainda era funcionária pública atuante na área da saúde e convivia diariamente com inúmeras pessoas. Com o passar dos meses, o aniversário de 1 ano de Geovana se aproximava e, como rotineiro, a mamãe fez as roupas, as prendas de aniversário e organizou tudo nos mínimos detalhes.

Mamãe Grasielly começou a ficar famosa nos círculos de mães e puérperas, assim como também entre decoradoras de festas. Uma mãe que indicava para outra, que recomendava para mais outra e assim sucessivamente o quantitativo de encomendas à Moça Prendada cresceu.

Grasielly e David (esposo), não queriam que Geovana fosse filha única assim como eles eram. Planejaram construir uma família grande e logo Grasielly engravidou novamente. “Minha família é meu maior sonho realizado”, afirma Grasielly com emoção. Dessa vez a gravidez foi mais tranquila, Grasielly não precisou tanto de repouso e já existia uma clientela formada para atender durante a sua licença-maternidade.

Alguns meses depois nasceu Isabelle! Nesse período todos os membros da casa - Grasielly, o marido e sua mãe - ainda tinham seus respectivos empregos fora de casa, mas eles praticamente já tinham o ateliê organizado e o movimento na casa/ateliê não parava com muitos clientes em busca da roupa perfeita.

Além disso, eles agora cuidavam de duas meninas que demandavam atenção. Pouco tempo depois, outro concurso que Grasielly tinha prestado a convocou e ela foi trabalhar em mais um novo emprego. Nesse momento, além de mãe, era funcionária pública e empreendedora; Grasielly passou a trabalhar manhã e tarde fora de casa, e no ateliê à noite.

Com o crescimento da demanda do ateliê, a vovó foi convencida a sair do trabalho externo para cuidar das meninas em casa, enquanto Grasielly continuava com a jornada tripla. Esse foi mais um passo natural para o crescimento do ateliê Moça Prendada, que aos poucos foi ficando cada vez mais direcionado ao ramo de festas infantis.

As roupas confeccionadas eram voltadas para aniversário, festas de escola, de casamento, algo diferente e/ou exclusivo. Fazia-se também muitos vestidos idênticos para mãe e filha, porque era algo que estava na moda na época.

Após somados 7 meses de licença maternidade e férias, Grasielly percebeu que o negócio estava rendendo mais que o próprio cargo público e decidiu abdicar da estabilidade. Ela afirma: “*o salário era limitado [...] ali eu fazia o meu dinheiro e estava cuidando das minhas filhas, eu estava dentro de casa*”.

Grasielly estava cada vez mais confiante que o caminho era ficar em casa e as certezas vinham com as comparações: “[...] *minha família toda é da saúde, é necessário ter três empregos para você poder ter alguma coisa. E aí eu tirava, às vezes, o meu salário, tirava em dois, três vestidos*”.

Quando chegou o momento de voltar da licença maternidade da segunda gestação, ela então pediu exoneração de um dos empregos públicos que possuía. Todos da família não concordavam, ou seja, as tias, avós, mãe e até mesmo o marido, pois Grasielly havia sido criada para ser funcionária pública e ter “segurança”.

Com a nova rotina, Grasielly passou a trabalhar fora somente às tardes. Para tanto, deixava as meninas na escola, e sua mãe ficava em casa, ajudando-a com as encomendas. Foi nesse período que Grasielly começou a ir para eventos do ramo de festas e a Moça Prendada destacou-se dentre as empresas do ramo.

Na época, a clientela de classe média alta não tinha um negócio diferente em Aracaju, apenas algumas lojas de fantasia no bairro Centro que comercializavam as fantasias simples. Ou seja, a cidade não tinha um ateliê somente para crianças. Porém, como a família ainda morava no bairro Santos Dumont, de classe média-baixa, na zona norte de Aracaju, a empreendedora sentia que sofria preconceito, devido à localização do seu empreendimento.

Muitas pessoas que chegavam ao ateliê e não queriam pagar o que os produtos valiam, por acreditar que a zona nobre de Aracaju era a Zona Sul. Os clientes diziam nos eventos: *“Venha para o lado de cá, para a Zona Sul”* [...]. Às vezes, *as pessoas preferiam pagar em uma peça, que nem tinha qualidade, mas que fosse da Zona Sul* – Comenta Grasielly. Isso incomodava bastante a mãe empreendedora que se dedicava a oferecer qualidade superior em suas peças, independentemente da localização do seu negócio.

Em 2016, Grasielly engravidou novamente (3ª gestação), dessa vez sem planejamento. A descoberta foi bastante curiosa pois, um certo dia, a filha mais velha disse: - Mãe, tem um bebê na sua barriga e é um menino – conta a empreendedora. Grasielly se desesperou porque ela tinha reduzido sua jornada de trabalho externo, estando apenas com um vínculo empregatício e sua mãe já não tinha mais emprego.

Após confirmação da gestação, inicialmente todos ficaram arrasados. O silêncio tomou conta da casa, as meninas eram bebês ainda, mas quando tiveram a certeza de que era um menino, acalmaram os corações e ela teve uma gravidez saudável - a que ela mais trabalhou.

Dez dias após Heitor (3º filho) nascer, o marido de Grasielly perdeu o emprego. Na época ele tinha um cargo de gestão em uma indústria de bebidas, porém, houve redução do quadro de funcionários na empresa e ele foi demitido juntamente com quase aproximadamente quarenta pessoas. A certeza que a família tinha naquele momento era de que não teriam mais o dinheiro fixo, uma vez que a renda do ateliê era variável e nunca havia existido um investimento real para “abrir” a Moça Prendada. O que acontecia era que, praticamente todos os dias Grasielly estava no centro e comprava meio metro de cada coisa que necessitava para produzir. Tudo era muito incerto, afinal ela também tinha que obedecer ao limite do corpo, pois eram duas crianças em casa e mais uma na barriga. Foi luta!

Após o nascimento de Heitor, quando eles imaginavam que seria o pior momento da família, o contrário ocorreu. O marido que não era envolvido com o negócio, também aprendeu a costurar. Ele que até reclamava que a esposa vivia para a empresa, que trabalhava demais, até nos finais de semana devido ao grande número de encomendas, passou a ser mais um envolvido direto no processo de crescimento da Moça Prendada e tornou-se um costureiro maravilhoso que fazia babado de vestido e muitas outras coisas.

Quando a clientela aumentou e a família não estava dando conta das encomendas, surgiu a necessidade de ter coleções prontas. Ao Heitor completar um mês de vida, foi lançada a coleção exclusiva de São João, a família decidiu mudar de endereço para o Bairro Suissa e tudo foi dando muito certo ao ponto de precisarem contratar funcionárias.

O forte da marca também era o contato que as clientes tinham com a dona do negócio, acredita Grasielly. As clientes iam na casa dela - visto que ao mudarem para o Suissa a empresa ficava no andar de baixo da casa - sabiam dos filhos, da história do marido, os textões nas redes sociais eram de autoria própria, e acompanhavam quando Grasielly engravidava e contava toda a história nas legendas. O pessoal amava.

Em 2017, a empresária decidiu migrar toda sua publicidade para o *Instagram*. Muitas digital *influencers*, naturalmente, se aproximaram da empreendedora e estabeleceram relação de parceria, o que Grasielly nem entendia muito, mas aceitou e foi super válido para divulgar sua marca e seu trabalho. Ela mandava roupas para

as *influencers* Nay Dantas, Maísa Reis e Priscila Bitencourt, esta última segue como amiga e cliente até hoje, e logo o público da Moça Prendada só ampliou.

Nesse momento de mudança para o bairro Suíssa, houve o maior crescimento da empresa. Ela já tinha quatro costureiras e uma atendente e ainda existiam as demandas do *WhatsApp*, postagens, atendimento *in loco* e os três meninos. Era Loucura! – exclama a empreendedora. Na época, como não se tinha um planejamento, após o pagamento das funcionárias passou a não sobrar dinheiro. O movimento maior era apenas no primeiro semestre, com o carnaval, páscoa e São João, e assim a empreendedora necessitou parar, organizar e legalizar tudo.

Em 2018, a empresária participou de uma feira no Shopping Riomar que só tinha a empresa “Moça Prendada” vendendo roupas infantis, o que foi uma maravilha! Através disso chegou o convite, por meio de um rapaz que se apresentou como responsável pelo *marketing* do *shopping*, o qual perguntou sobre o interesse em abrir uma loja naquele *shopping* (sem pagar aluguel). A loja foi aberta e assim mais um sonho realizado!

Infelizmente, logo em seguida chegou a pandemia provocada pela COVID-19, em março de 2020. Por decreto, a loja precisou ficar fechada por seis meses, sem que Grasielly conseguisse nem pegar as peças para venda *online*. Só depois liberaram e tudo foi levado para casa e as vendas seguiram ocorrendo pela rede social.

O *shopping* voltou a abrir em agosto de 2020. As funcionárias ficaram em suspensão do contrato. O marido ficou atendendo sozinho na loja durante 1(um) mês, das 10h às 22h, enquanto em casa, Grasielly costurava e cuidava das crianças sem aulas, devido a pandemia.

As clientes não paravam de fazer pedidos. Novos produtos foram criados e existiram pedidos de milhares de máscaras para empresas. Foi luta, mas a família conseguia ter o sustento.

Em setembro de 2020 as funcionárias voltaram, no entanto, as pessoas não estavam indo em massa ao *shopping* por causa da pandemia. Quando a loja era aberta, vendia-se apenas uma ou duas máscaras. Em conversa com o contador, foi decidido fazer um bazar para vender o que tinha em estoque, e infelizmente o contrato com o *shopping*, que seria até 2050, foi cancelado. Diante disso, a

sensação de derrota pairava, comentou a mãe empreendedora, ao passo em que a loja foi fechada, deixando dívidas trabalhistas, rescisões, e multas por suspensão de contrato.

Até então, a “Moça Prendada” era registrada como pequena empresa. Em outubro de 2020, Grasielly passou a ser MEI, voltando a trabalhar sozinha e cuidando dos meninos. Os meninos com aula *online*, viveram assim a pior fase. Em seguida, Grasielly recebeu uma proposta de parceria para dividir o espaço com uma boutique de loja feminina, pagando apenas uma porcentagem para a funcionária atendente. A proposta foi aceita. Logo após isso, as escolas reabriram e as festinhas voltaram a acontecer.

Nesse ínterim também foi sugerido por uma das clientes para que Grasielly trabalhasse com pré-venda, já que não tinha dinheiro para investir no São João de 2021. A moça prendada seguiu as orientações, relatou a história que tinha uma passagem comprada para ir à São Paulo, desde o início da pandemia em 2020, e que estava sem renda para essa viagem, e deu certo, os clientes pagaram R\$7000 (sete mil reais) como pré-venda, “*foi mais um voto de confiança recebido pelos clientes*”, afirma Grasielly. Enquanto a mãe e o seu marido, de forma otimista, acreditavam que após a pandemia, quando seria possível retomar os eventos, o faturamento iria aumentar.

No decorrer da pandemia, dois novos negócios surgiram. O primeiro começou a ser estruturado antes de começar a pandemia, em 2018, quando o casal decidiu investir em uma máquina de estampar tecido. Antes esse serviço era terceirizado em uma gráfica, sendo muito caro.

Através de outra cliente, gerente do Banco do Nordeste, a empresa conseguiu o financiamento para a aquisição de uma máquina impressora. O financiamento foi no total de R\$ 50.000,00, sendo a máquina R\$ 30.000,00 e o restante foi crédito para comprar insumos da impressora. A máquina chegou em 2019, porém ninguém sabia operá-la. O casal fez amizade com o pessoal da gráfica, que dava muitas dicas, mas a máquina continuava parada, sendo ligada apenas para fazer manutenção.

No auge da pandemia, uma amiga que trabalhava com lembrancinhas de festa (bolsinhas, xícaras e canecas), sugeriu que David vendesse o papel

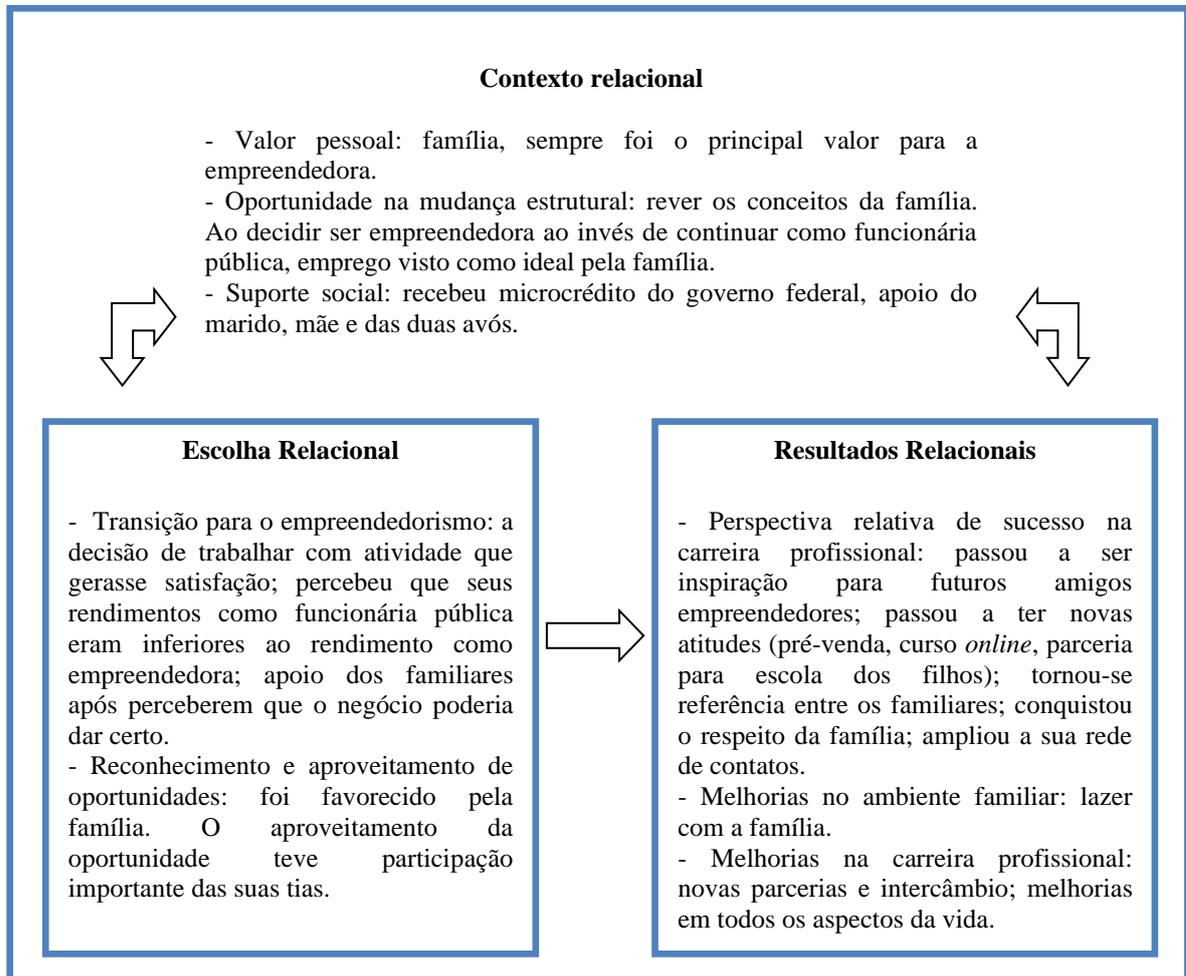
estampado para impressão, já que não estava tendo vendas de vestido. Foi outra maravilha! – acredita a empreendedora. Foi aberta a empresa CunhaPrint que começou vendendo papéis e em seguida passou a fornecer camisas e fardamentos.

Outro negócio nasceu em sequência, no entanto, no formato virtual. Muito se ouvia falar sobre cursos *online*, mas Grasielly não sabia como lidar, nem como fazer. Pesquisou e descobriu a existência de lançadores de cursos *online*, ou seja, pessoas que dominam a parte da internet e precisam do outro lado, pessoas que têm domínio sobre o conteúdo do curso. Fizeram a parceria e lançaram o curso *online*, no qual Grasielly mostra todas as técnicas da Moça Prendada.

Nasceu assim outra clientela no seu novo negócio: “Moça Prendada Ensina”. Grasielly vende o curso e ainda vende para as alunas os tecidos personalizados que seu marido estampa. Logo, as suas clientes também são clientes do marido na CunhaPrint. Por fim, em 2021, o ateliê “Moça Prendada” é como se fosse uma pequena indústria que só produz por lotes. E agora, se ela quiser, todos os dias pode fechar às 18 horas. Para o futuro? Grasielly está otimista! A empreendedora está buscando um novo endereço para melhor atender suas clientes. Afirmo ainda que está buscando uma escola para seus filhos, próxima a sua moradia, onde seja possível realizar parcerias com a mesma. No mais, afirma já ter iniciado os planos para o carnaval de 2022.

Seguem os principais acontecimentos da história temática da empreendedora Grasielly, conforme a Figura 5, integrando-os ao modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

Figura 5 – Mãe empreendedora Grasielly



Fonte: Com base na história oral de Grasielly (2021).

4.1.5 Isadora: uma trajetória empreendedora

Isadora sempre sonhou em ter o seu negócio, sempre admirou as mulheres que empreendiam. Na escola gostava das matérias de exatas, e na faculdade optou por fazer Administração. Gostou de tudo da área, e no final se identificou bastante com as disciplinas de empreendedorismo, logística e estratégia. Devido às suas afinidades, na monografia escreveu sobre empreendedorismo. Pesquisou sobre empreendedorismo feminino em Itabaiana e entrevistou, para tanto, mulheres empreendedoras da cidade.

Em 2013, Isadora engravidou da sua primogênita (Letícia) e em 2014 sua filha nasceu. Logo após, houve o planejamento para fazer o primeiro aniversário da criança. Houve uma festa simples, mas foram feitas as caixinhas, as lembrancinhas,

tudo com o toque da mamãe. Isadora sempre gostou de artesanato, puxou esse lado artesanal da avó, e sempre gostou de confeccionar objetos manuais.

As caixinhas e lembrancinhas fizeram sucesso. Isadora destacou alguns comentários que ouvia na época: “*faça para vender... por que você não faz?*” Então pensava a quase empreendedora: já que estava em casa e não estava empregada em nenhuma empresa, decidiu fazer e começar. E assim foi fazendo caixinhas personalizadas para festas infantis. Participou de feiras no *Shopping Riomar*, em Aracaju, que se destaca por exposições de feiras onde as empresas têm a oportunidade de divulgar os seus produtos e serviços. A empresa criada chamou-se Papelê, que tinha um pouco da ligação do “papel” com “Le” de Letícia (filha).

Segundo Isadora, as feiras ajudam muitos empreendedores, assim como os fornecedores e amigos, visto que cada um indica o outro quando pode. E isso ajuda o negócio a ser conhecido e procurado pelos clientes potenciais. Enfatiza que acredita em parcerias, na relação ganha x ganha, considerando parte do seu sucesso, incluindo empatia, a ajuda mútua nas relações familiares, assim como o respeito e a cumplicidade.

Com a Papelê em funcionamento, a Isadora notou o fortalecimento da união entre os entes da sua família (ela, esposo e a filha). Isadora deixa transparecer ter orgulho do esposo Mário, a recíproca parece verdadeira. O esposo de Isadora também é empreendedor em outro ramo de atividade. Sua filha encontra-se na fase escolar de aprender sobre as profissões dos pais, assim, chega em casa falando e querendo ajudar nas produções.

Ao participar de cada festa, a empreendedora fica com sintomas de ansiedade, pois reconhece o que é uma mãe querendo realizar o sonho da festa de um filho, e assim tudo é feito com cuidado e zelo, caprichando nos detalhes e sempre dando o seu melhor.

Isadora confessou que seu trabalho estava muito cansativo, porque madrugava, passava noites acordada fazendo caixinhas, e já não estava compensando. Mas, como sempre gostou de festas pensou: “- *Vou partir para decoração infantil*”. E assim tem sido, a empresa faz decoração de festa infantil e adulto.

Reconhece que possui o dom de fazer artes manuais e outras pessoas falavam o mesmo. Além disso ela é criativa, gosta dos detalhes e admira a perfeição, considerando-se ser perfeccionista. *“Eu acho que uni o útil ao agradável”*, afirma Isadora ao relacionar o negócio com sua personalidade.

O esposo sempre trabalhou e possuía condições suficientes para Isadora não precisar trabalhar, mesmo assim, ela decide continuar empreendendo.

Em 2016, engravidou de seu segundo filho, Mario Gabriel. Como empreendedora, tem uma jornada de trabalho composta por 8 horas, aproximadamente. A mãe de Isadora trabalha formalmente em uma outra organização, logo não tem tempo para ajudar diariamente com as crianças, mas consegue ficar com os netos nos finais de semana. Especialmente durante os dias úteis da semana Isadora acumula os papéis de empreendedora e mãe, sem grandes auxílios. A dona da Papelê relata que sempre foi estimulada a continuar empreendendo: *“Meu esposo, sempre esteve ao meu lado, minha família sempre me estimulou”*. E ainda destacou que por causa do isolamento social, que foi uma das consequências da pandemia da COVID-19, houve uma desaceleração da demanda, e isso também contribuiu positivamente para a continuidade do seu negócio.

Isadora acredita que o mundo hoje é muito difícil e considera-se uma “mãe leoa”. Acha muito difícil conseguir colocar uma pessoa para cuidar dos filhos, então, poder trabalhar em casa e cuidar deles, é uma grande vantagem, embora seja difícil. Repete que tem dias que fica se cobrando: se está fazendo o correto para eles, se está sendo suficiente, por causa da rotina com muitas atividades. Às vezes o desgaste é grande, e outras vezes, o tempo que tem para as crianças é pouco, sendo a grande vantagem de ser empreendedora em casa: estar com a família. Valor para Isadora é família!

Isadora revela que não é fácil ser empreendedora e nesse processo muitas dúvidas surgem:

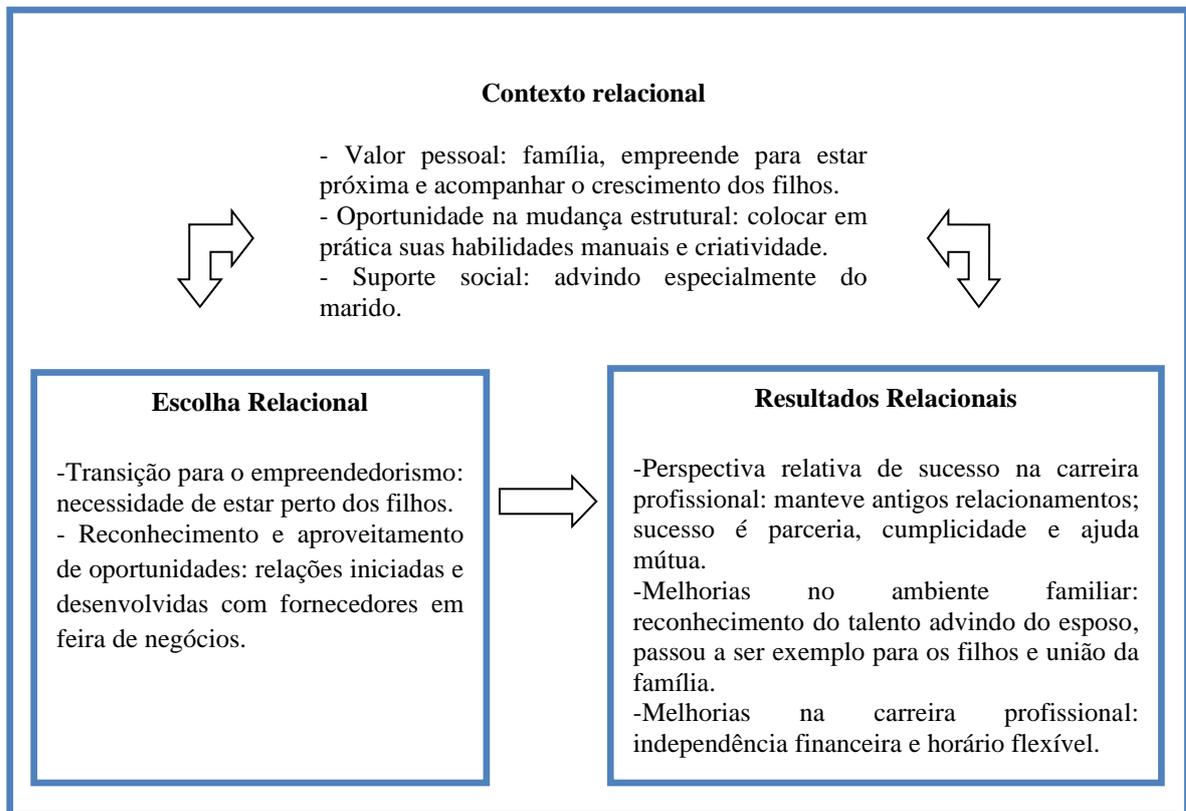
Às vezes surgem dúvidas sobre o dia a dia, outras vezes algumas pessoas acabam desacreditando. A maioria dos integrantes da família apoiava, mas alguns diziam: mas será que decoração dá dinheiro? Daí então, não tem como não ficar naquele impasse, questionando a Deus, se está fazendo o certo, ou não!, diz Isadora.

Isadora afirma que a independência financeira é uma das principais vantagens de ser empreendedora. Somando-se ao poder fazer o próprio horário,

lutar por algo próprio, acompanhar cada dia o crescimento do negócio, as pessoas elogiando, isso a realiza, tanto pessoalmente, quanto profissionalmente. A empreendedora faz questão de atender aos clientes muito bem, sem esforço, porque é o seu jeito, afirma, identificando-se com a prática da excelência no atendimento.

Seguem os principais acontecimentos da história temática da empreendedora Isadora, conforme a Figura 6, integrando-os ao modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

Figura 6 – Mãe empreendedora Isadora



Fonte: Com base na história oral de Isadora (2021).

4.1.6 Itaianara/Lala: entre desafios e conquistas

Ninguém a chama de Itaianara, todos a conhecem por Lala, a menina que trabalhava com a mãe no restaurante, mesmo ela já tendo trabalhado nas empresas: Infraero, Estar Bela e Bela Imagem. Em 2012, tornou-se mãe de Davi, seu primogênito. E no início de 2014, surgiu uma oportunidade para trabalhar como fotógrafa, pois tinha habilidade e interesse pelo ramo. Sendo assim, logo aceitou o

convite e deu mais um passo importante e difícil na sua vida. Essa atividade era exercida viajando, nos interiores de Sergipe, e as principais atribuições eram tirar fotos, que eram reveladas para compor grandes quadros e estamparem canecas, o que conseqüentemente levou-a a obter experiência com fotografias e vendas.

Como o trabalho era viajando, Davi - filho do primeiro relacionamento amoroso de Itaianara - ficava no hotelzinho e com os avós. Ela relembra momentos difíceis durante os percursos das viagens, ainda piores pela distância existente entre ela e seu filho Davi, que ela ainda o amamentava. *“Ele mamou por muito tempo”* - relembra a empreendedora. Em 2016, a empresa que contratava seus serviços solicitou o registro do MEI, e assim Itaianara registrou-se como microempreendedora individual, perdurando nessa organização até meados de 2019, e assim continuou com o registro do MEI.

Em 2017, nasceu Valentina – fruto do seu segundo relacionamento (Vinícius). Nessa época, Itaianara tinha como fonte de renda o seu trabalho com unhas, nos momentos possíveis, atuava como manicure e pedicure, e foi quando surgiu a ideia advinda do esposo Vinícius para tornar-se podóloga. No início, Itaianara resistiu, afirmando já estar com as costas cansadas por causa das atividades exercidas com os cuidados das unhas, mas o esposo insistia tornando-se o maior incentivador pela escolha da profissão. A justificativa utilizada era: se já estava no ramo de unha, então deveria fazer uma coisa que continuasse no ramo, já que se identificava. E de fato ela gostava muito do cuidado com as unhas.

Vinícius venceu! Em 2020, Itaianara decidiu fazer o curso de podologia e a microempreendedora migrou para o ramo, e não precisou deixar de ser manicure/pedicure pois, continuava tendo clientes, inclusive no condomínio que morava. Acontecia da seguinte forma: as novas clientes que chegavam eram clientes da podologia, e as clientes antigas permaneciam com os serviços de manicure e pedicure, enquanto outras clientes acrescentavam o serviço de podologia. - *“O serviço de podologia não é igual ao de unhas, dependendo do procedimento, dura mais tempo que o normal, não é nada rápido. Inclusive, trabalha com bisturi!”* - afirma a podóloga Itaianara.

Depois disso, a empreendedora percebeu que fez a melhor escolha sobre a profissão, concordando que já estava no ramo, que tinha a grande vantagem de ter

tempo para ficar com os filhos e que é uma área muito procurada na estética. A microempreendedora revela: “*É um dinheiro bom que você ganha! É cansativo, mas você tira um dinheiro bom!*”.

Com aspecto de felicidade, ela demonstra estar realizada. Reconhece que existe ainda um longo caminho a ser trilhado, ainda não é possível abrir um espaço, pelo fato da não existência do diploma de podologia, advindo da faculdade. Existe a possibilidade de poder abrir um espaço se fizer parceria, ou seja, se conseguir juntar com outra pessoa formada em podologia. Esse curso tem a duração de 02 anos e Itaianara planeja iniciar em 2022. Ela só não pretende fazer o que é junto com estética pois prefere focar soamente no que já está, para não misturar e para não perder o foco.

Itaianara ainda continua enfrentando algumas dificuldades, por exemplo: Valentina ainda fica o dia todo no hotelzinho. Davi já consegue ficar um turno no apartamento sozinho, quando a mãe sai para trabalhar, porque existem clientes idosos e diabéticos que precisam ser atendidos em domicílio. A entrevistada ressalva: “*Todo sacrifício é pelos meus filhos [...] faço tudo por meus filhos e mãe!*” A sua mãe, que está com problemas de saúde advindos do tempo que empreendeu no restaurante, recebe assistência da filha e mesmo assim é ela quem fica com Davi e Valentina nos finais de semana, já que o esposo trabalha embarcado.

Quanto à família, Itaianara não recebe muito apoio porque as irmãs trabalham e moram distante. A empreendedora destacou uma das suas irmãs, essa sempre que pode fornece ajuda. A podóloga reconhece todo apoio recebido do esposo, mãe, irmã, da escola dos meninos e das vizinhas do condomínio; estas últimas, pegam Valentina na escola quando necessário. Ela ressalta que o maior público da sua clientela é a sua família e lembra que aproveita e leva as crianças para visitar e brincar com os familiares enquanto realiza suas atividades, estreitando assim os laços com os familiares.

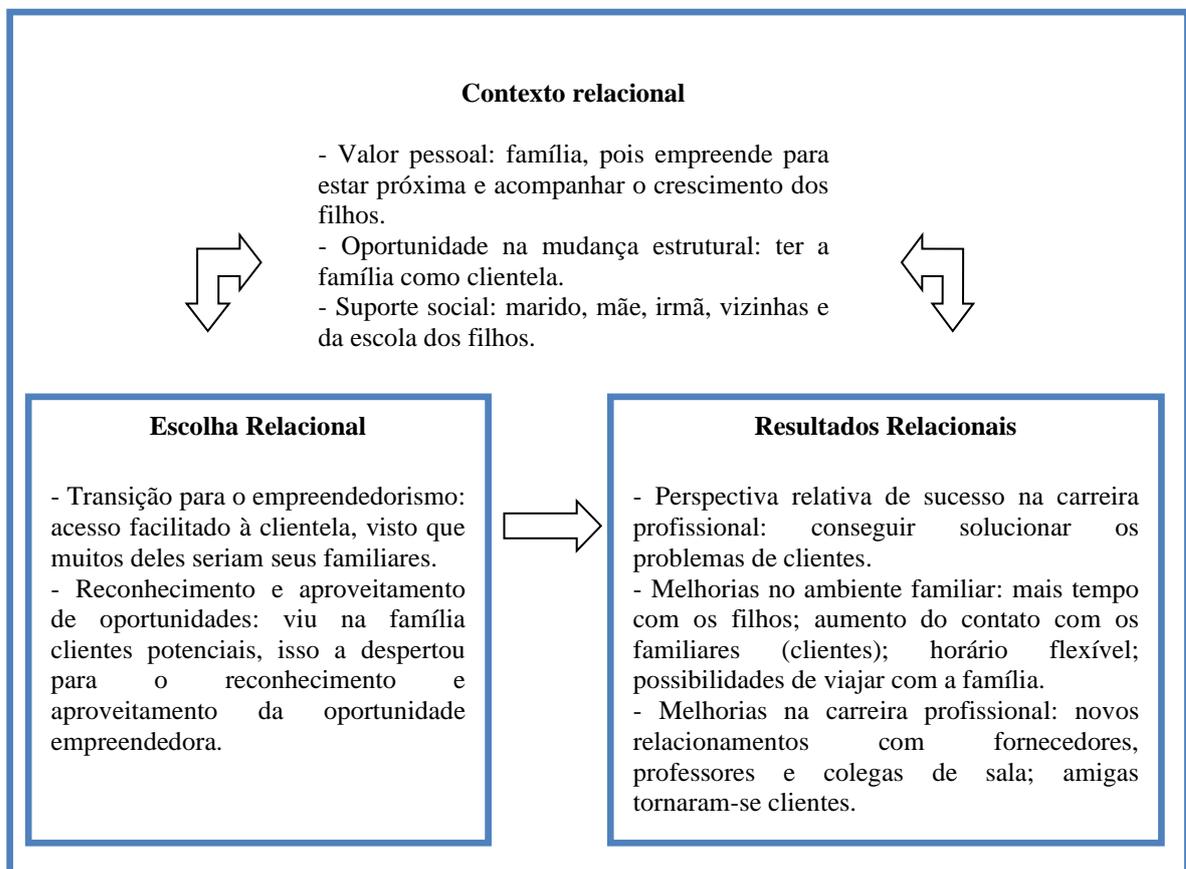
Além disso, ela acrescenta sobre os novos relacionamentos adquiridos por intermédio da profissão, tanto com fornecedores, quanto com professores dos cursos e colegas de sala. Ela conta que existe um grupo de *WattsApp* através do qual ela mantém contato com alguns dos antigos amigos que se tornaram clientes após visualizarem postagens nas redes sociais.

Itaianara revela muitos benefícios em ser uma mãe empreendedora: poder comprar e fazer o que quiser, uma vez que tem seu próprio dinheiro e não precisa pedir a ninguém; fazer viagens com os filhos e esposo; ter horário livre e pode decidir atender ou não atender; poder levar os filhos ao médico - o que reconhece ser uma conquista muito boa. Ela repete ser cansativo, mas mesmo assim afirma gostar da profissão, pois tem sido por meio dela que tem conquistado e realizado sonhos. Finaliza sua narrativa revelando o quanto é prazeroso ter tempo para os filhos, sinalizando que foi assertiva a escolha por empreender:

“É muito bom! Se todas as mães parassem para ver o quanto é bom ter mais tempo com seu filho, acompanhar o crescimento e acompanhar a educação, ser uma mãe empreendedora é muito bom!”

Seguem os principais acontecimentos da história temática da empreendedora Itaianara, conforme a Figura 7, integrando-os ao modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

Figura 7 – Mãe empreendedora Itaianara



Fonte: Com base na história oral de Itaianara (2021).

4.1.7 Rosenilde: uma mãe realizada também nos negócios

Rose, como é conhecida por todos, começou a trabalhar em um salão de beleza como manicure aos 13 anos de idade, contudo sem registro trabalhista. Quando alcançou a maior idade, o estabelecimento procedeu com o registro trabalhista. Em 2010 ainda trabalhando no mencionado estabelecimento, decidiu fazer o curso de podologia no SEBRAE, fazendo parte da primeira turma de podologia em Sergipe, com a instrutora Maria José.

Na época que fazia o curso havia comprado um apartamento na planta, pagava aluguel e não estava casada com o marido atual (Gilvan). Rosenilde afirma de forma irônica que naquela época estava casada com uma "bênção" que não ajudava em nada. Lembra que pagava aluguel sozinha, pagava o apartamento e o curso. Ela também conseguia ir a São Paulo, fazer o curso que tinha na *Hair Brasil - Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética* - que acontecia todos os anos. Conseguia viajar com a renda adquirida das unhas, por meio do serviço de manicure. Trabalhava de domingo a domingo, até às 23h. Quando saía do salão atendia outros clientes. Segundo Rosenilde, ela dava o "sangue" trabalhando! Nunca foi sorte, sempre foi muito trabalho, contrariando o que muitos conhecidos comentavam.

Rosenilde demorou a decidir ser mãe. Desde jovem trabalhava muito, não sabia como ficaria a nova rotina e tinha medo. Ficava imaginando como seria trabalhar e cuidar de filho, da casa, levá-lo à escola. Imaginava que não daria conta, mas as colaboradoras do salão diziam: *"Rose, todo mundo tem filho e todo mundo vive de boa. E Rosenilde confessa: "Foi a melhor coisa que aconteceu na minha vida! Não me arrependo de jeito nenhum. Deveria ter tido mais cedo".*

Rose engravidou em 2014. Após o nascimento do seu filho Miguel, passou a sair com menos frequência. Miguel tinha refluxo e ela não tinha com quem deixá-lo. Foi quando parou de ir a São Paulo para o evento anual realizado pela *Hair Brasil*, e logo em seguida retornou ao trabalho no salão. Decidiu montar a própria sala no salão, dividindo seus ganhos com a dona do estabelecimento, metade seria de Rosenilde e a outra metade da dona do salão. A dona do salão cedeu o espaço e solicitou que Rose se formalizasse como Microempreendedora Individual, o que ocorreu em 2016.

Em 12 de julho de 2020 criou seu atual espaço “Podologia e Cia”, ou seja, durante a pandemia. Roseneide passou a ser empreendedora, oferecendo serviços de saúde e beleza: podologia, depilação, manicure e pedicure. “*Liberta de tudol!*” - afirmou Rosenilde com muita satisfação e felicidade. A irmã de Rosenilde trabalha juntamente com ela no espaço como manicure, mas não é registrada. Tem dias que ela abre às 09h e fecha às 19h, completando uma jornada de 10 horas de trabalho e lembra com gratidão que várias vezes “*engolia a comida e continuava trabalhando, graças a Deus*”.

Reconhece que ter filho tem muito gasto, incluindo as despesas da escola, e que precisa ter alguém para tomar conta, no seu caso, apenas aos sábados. Afirma que já se sentiu comovida, algumas vezes, por ficar no espaço o dia todo e que já aconteceu durante a sua saída de casa de o filho dizer: “*mãe, você tem quantos clientes para atender hoje?*”

Rosenilde reconhece não ter muito tempo para o filho, pois trabalha de terça a sábado, e às vezes na segunda-feira atende clientes em domicílio, aqueles que não podem se deslocar até o espaço, como por exemplo os idosos.

Ela lembra que na pandemia foi quando começou a atender os clientes em casa. Rosenilde, ficou sem renda por causa do fechamento temporário do salão, provocado pelas medidas restritivas que o governo decretou no início da pandemia da COVID-19. A mãe empreendedora revelou que que a sua renda era somada a do seu esposo. Logo, os clientes começaram a procurar pelo serviço. Mas, estando em casa não tinha a demanda de clientes como tem no Podologia e Cia, pois em casa não fazia propaganda e era muito escondido. Além disso, ela elogia o atual espaço, afirmando que o local é muito bom. Enquanto no salão anterior atendia 5 pessoas por semana, no espaço atual atende 60.

No antigo salão que Rosenilde trabalhava, o serviço não era divulgado. Enfatizou que as razões para o seu negócio, “Espaço e Cia”, ter dado certo devem-se à instalação de uma placa informativa sobre o valor da podologia por apenas R\$ 49,90, juntamente com o poder da propaganda boca a boca, já que ela preza pela qualidade no atendimento. “*Quando você faz o trabalho por amor, então você ganha mais!*” Destaca Rosenilde.

Rosenilde revelou que tem alguns clientes que saem do concorrente, o qual é considerado famoso, e dizem que não gostaram do atendimento de lá, mesmo sendo empresa maior e tendo inclusive até mais conforto do que o seu espaço, o qual ela descreve ser uma sala pequena, que sabe que vai crescer porque quer e reconhece que precisa reformar: *“Foi apenas para começar a trabalhar”*, afirma. Além disso, ela afirma que, tirando o nascimento do filho, foi a melhor coisa que já aconteceu na vida, seu espaço: *“É aquela história: o que não lhe mata, te fortalece”*, lembra Rosenilde, sentindo-se fortalecida e realizada.

A mãe empreendedora afirma que: *“Família é tudo! Sou o que sou por causa da minha família”*. Ela demonstrou ter muita gratidão pelo esposo, mãe, irmão e cunhada. A mãe tem 76 anos, logo, ajuda pouco por causa da idade avançada. O filho fica na escola das 07h30 às 18h00, na saída o esposo deixa-o na casa da vó e em seguida Rosenilde o busca. Destacou o apoio recebido pelo irmão, que disponibilizou o cartão para a compra do principal equipamento para a abertura do negócio, a autoclave, sendo o maior investimento, indispensável para a prática da podologia.

Todo pagamento foi feito por Rosenilde, que direcionava as receitas do espaço, conseguindo honrar com as obrigações. A cunhada Vânia foi uma pessoa muito importante, relata a empreendedora ao recordar que ganhou dela os aluguéis dos quatro primeiros meses. Também obteve ajuda do Governo, com o auxílio emergencial, que reverteu para o negócio.

Toda clientela do salão anterior, formada durante os 13 anos de exercício da profissão, acompanhou Rosenilde para o seu novo espaço, pois ela sempre prezou por um tratamento diferenciado e com qualidade. Ela ainda consegue manter boas relações com os colegas do antigo trabalho e quando algum cliente procura por seus serviços, os colegas repassam o contato telefônico e endereço. Além disso, ela cita que a época da pandemia provocada pela COVID-19 foi uma grande oportunidade, percebida e aproveitada, classificando como a segunda realização mais importante da sua vida. Muitos clientes tornaram-se amigos que carrega no coração com muita satisfação.

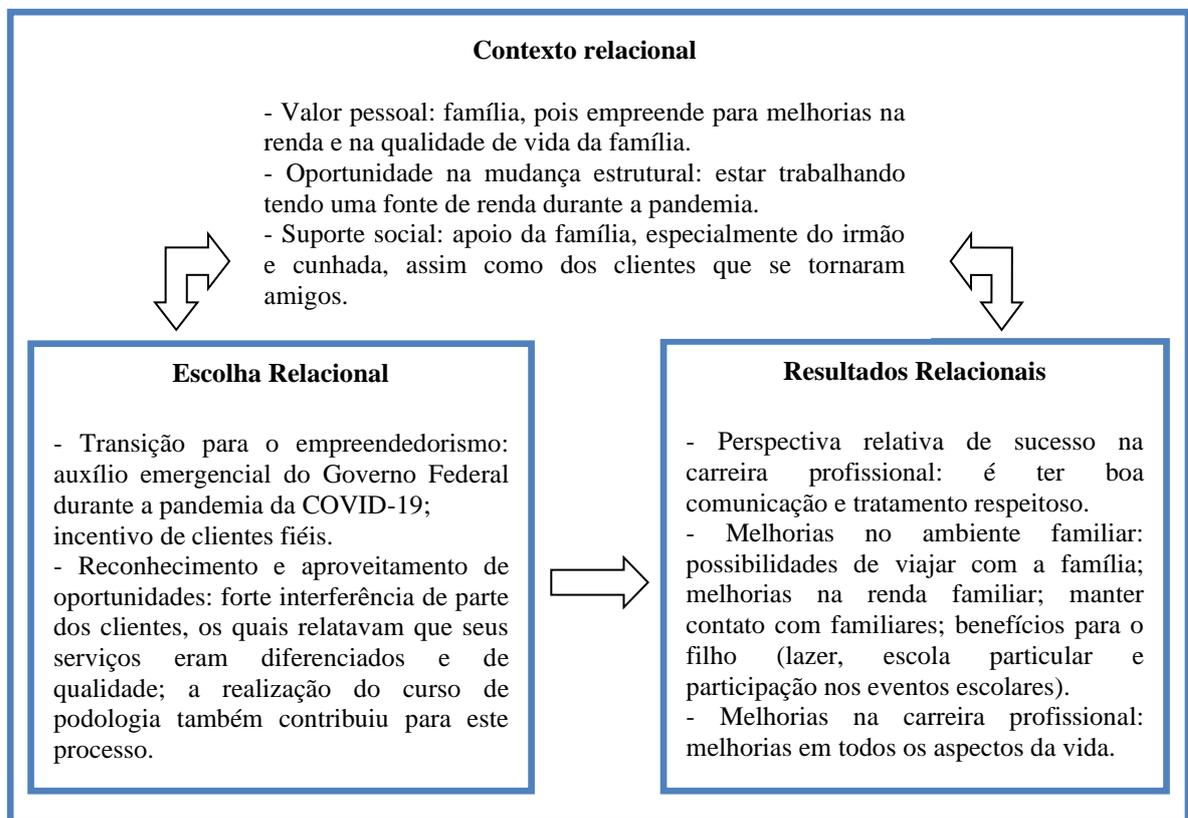
Os benefícios por ser empreendedora têm sido usufruídos em família por meio do lazer, passeios, viagens, consegue honrar as despesas com folga, possui

reserva financeira, consegue administrar saídas para levar o filho ao médico, e está muito satisfeita por proporcionar bem-estar do filho em uma escola particular, participando de todos os eventos, levando ao *shopping*, com bons lanches e brincadeiras. *“Eu trabalho muito, mais do que antes; mas sou feliz!” [...] Eu faço de tudo para participar das reuniões na escola, sempre vou. Mesmo nas festinhas online eu assistia daqui da sala. É importante para ele sentir que a gente está participando. Sou feliz no meu negócio e com a minha família”* - afirma Rosenilde.

Ao refletir sobre o sucesso na carreira como empreendedora, Rose considera que ser bem-sucedida significa se dar bem, ter boa comunicação, tratar bem as pessoas e respeitar o espaço de cada um. No mais, Rosenilde espera ansiosa pelo final da pandemia para voltar a fazer cursos e garantir um futuro promissor.

Seguem os principais acontecimentos da história temática da empreendedora Rosenilde, conforme a Figura 8, integrando-os ao modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

Figura 8 – Mãe empreendedora Rosenilde



Fonte: Com base na história oral de Rosenilde (2021).

4.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS HISTÓRIAS ORAIS

A análise do conteúdo das entrevistas representa o conjunto de técnicas variadas, que faz uso de procedimentos sistemáticos, que permite a descrição do conteúdo da mensagem, sendo possível extrair indicadores que permitem a inferência de informações das mensagens analisadas (BARDIN, 1977). Logo, por meio da leitura e análise das histórias orais contadas, foi possível realizar recortes dos assuntos que foram abordados respeitando as categorias analíticas previamente definidas, a saber: caracterização do contexto relacional, escolhas relacionais e resultados relacionais.

4.2.1 Caracterização das *mumpreneurs* entrevistadas

Conforme é possível constatar no Quadro 3, todas as mães empreendedoras entrevistadas estavam entre a faixa etária de 32 a 43 anos de idade. Dessas, cinco (Grasielly, Camila, Isadora, Itaianara e Rosenilde) são casadas e duas (Cláudia e Cláudia Vanessa) divorciadas. Quanto às formações, são variadas: uma mãe empreendedora (Rosenilde) tem o primeiro grau completo, duas (Grasielly e Cláudia Vanessa) possuem curso técnico, duas outras (Itaianara e Cláudia) têm segundo grau completo, uma (Isadora) é graduada e uma (Camila) tem pós-graduação. Cinco mães (Camila, Isadora, Itaianara, Cláudia Vanessa e Cláudia) têm dois filhos, uma mãe empreendedora (Grasielly) tem três filhos e outra (Rosenilde) um. Duas empreendedoras (Cláudia Vanessa e Cláudia) possuem filhos maiores de 18 anos, e os filhos das demais entrevistadas são menores de idade. No Quadro 3, maiores detalhes acerca da caracterização das entrevistadas.

Quadro 3 – Caracterização das *mumpreneurs* entrevistadas

Mãe Empreendedora	Caracterização
Camila Barreto Cavalcante	32 anos, casada com Davi, mãe de Francisco de 4 anos, e Marina de 1 ano. Formada em Psicologia e pós-graduada em psicologia escolar e clínica. Microempreendedora da Bem Querer festas afetivas, desde 2016.
Cláudia Rejane Souza	48 anos, divorciada, mãe de Max de 22 anos e Michele de 17 anos. Possui segundo grau completo.
Cláudia Vanessa Souza Morais	39 anos, divorciada, mãe de Yuri de 24 anos e Raíssa de 18 anos. Técnica em massoterapia e superior incompleto em fisioterapia.
Grasielly dos Santos Cunha	33 anos, casada com David, mãe de 3 filhos: Geovana de 8 anos, Isabelle de 6 anos e Heitor de 4 anos. Possui curso técnico em Enfermagem. Microempreendedora da Moça Prendada, desde 2014.
Isadora Nascimento de Carvalho	32 anos, casada com Mário mãe de Letícia de 7 anos e Mário Gabriel de 4 anos. Formada em Administração. MEI desde 2015, o negócio de decoração de festas infantis e adultos iniciou em 2016.
Itaianara Silva de Albuquerque Maia	32 anos, casada com Vinícius, mãe de Davi de 9 anos e Valentina de 4 anos. Possui 2º grau completo. Atua como MEI da área de estética/saúde em podologia.
Rosenilde Maria de Jesus Gonçalves	43 anos, casada com Gilvan, mãe de Miguel de 6 anos. Possui 1º grau completo. Podóloga e microempreendedora desde 2016.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

Como visto no Quadro 3, todas as entrevistadas são empreendedoras estabelecidas, ou seja, com mais de 42 meses de atuação no mercado; no entanto, o *Global Entrepreneurship Monitor - GEM* (2018) já sinalizava que é possível encontrar mais facilmente mulheres na faixa etária das participantes desse estudo (de 32 a 43 anos) no estrato da população que se destaca pela atividade empreendedora em estágio inicial. Nesse estágio ainda é comum encontrar pessoas com ensino fundamental e médio completos, sendo também a realidade de algumas das entrevistadas. Saliencia-se aqui que o ensino técnico não é uma opção da classificação GEM. Já Gomes (2006) verificou que as mulheres que empreendem nos pequenos negócios geralmente possuem idades entre 35 e 50 anos, são casadas e possuem filhos, cenário semelhante ao encontrado neste estudo.

4.2.2 Contexto Relacional

A categoria analítica “contexto relacional” tem como elementos de análise neste estudo: os valores pessoais, a oportunidade na mudança estrutural e o suporte social recebido, todos apresentados nas histórias orais das *mumpreneurs* investigadas.

Os relatos revelaram que o empreendedorismo foi uma escolha profissional das mães entrevistadas. É válido salientar que o empreendedorismo pode possibilitar maior autonomia para que mães passem a viver alinhadas com seus valores essenciais, podendo atender e satisfazer as aspirações pessoais e profissionais, mesmo cientes dos riscos e dos desafios que são enfrentados diante dessa escolha (BREEN; LEUNG, 2020).

Durante as entrevistas, na maioria dos casos, a família foi citada como principal **valor pessoal** que influenciou na decisão por empreender após a maternidade. Essas entrevistadas passaram a empreender a fim de promover valores familiares (Camila), colocar em prática habilidades desenvolvidas em família (Grasielly), prover o sustento familiar (Cláudia Vanessa), auxiliar na melhoria da renda e da qualidade de vida (Rosenilde), e ter mais proximidade dos filhos (Isadora e Itaianara). A exceção deu-se frente a uma entrevistada (Cláudia) para a qual o trabalho, que promove a independência financeira, estava no topo da sua hierarquia de valores pessoais, justificando a sua escolha profissional. O Quadro 4 sintetiza as considerações acima:

Quadro 4 - Valores Pessoais

Mãe Empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	Família - o conhecimento sobre afetividade adquirido em família se estendeu para o negócio.
Cláudia	O Trabalho - empreende para conquistar sua independência financeira.
Cláudia Vanessa	Família - empreende para sustentar a família.
Grasielly	Família - após o nascimento da sua primogênita, Grasielly foi estimulada a empreender, colocando em prática sua habilidade para costurar.
Isadora	Família - empreende para estar próxima e acompanhar o crescimento dos filhos.
Itaianara	Família - empreende para estar próxima e acompanhar o crescimento dos filhos.
Rosenilde	Família - empreende para melhorias na renda e na qualidade de vida da família.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

É válido ressaltar que os **valores** que definem as atitudes e comportamentos podem ser considerados um padrão ou critério para guiar ações e julgamentos morais frente a situações relevantes (ROKEACH, 1981). Assim, especialmente os valores família e trabalho, justificam o comportamento empreendedor das entrevistadas.

A decisão por empreender ainda é percebida como uma **oportunidade de realizar mudança na estrutura** das vidas dessas mães, pois é por meio do empreendedorismo que elas atendem e satisfazem suas aspirações pessoais e profissionais (BREEN; LEUNG, 2020). As entrevistadas discursaram sobre as oportunidades de mudanças percebidas que contribuíram para a decisão de empreender.

Foram verificadas oportunidades diversas, que poderiam transformar as estruturas de vida das entrevistadas por meio do empreendedorismo. Grasielly teve a oportunidade de rever os conceitos da família ao decidir empreender. Camila vislumbrou a oportunidade de pôr em prática suas ideias empreendedoras. Já Rosenilde viu a possibilidade de conquistar um trabalho e conseqüente fonte de

renda. Para Isadora foi possível colocar em prática suas habilidades manuais e sua criatividade. Enquanto Itaianara viu a oportunidade de ter seus familiares como clientes. Cláudia Vanessa conseguiu colocar em prática os conhecimentos adquiridos em qualificações realizadas. E Cláudia vislumbrou no empreendedorismo um meio para ampliar renda e sustentar a família. Sendo possível encontrar maiores detalhes no Quadro 5.

Quadro 5 - Oportunidade na mudança estrutural

Mãe Empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	Oportunidade de colocar em práticas ideias que não eram consideradas nas instituições privadas onde trabalhava.
Cláudia	Oportunidade de ampliação da renda e sustento familiar.
Cláudia Vanessa	Oportunidade de praticar os conhecimentos adquiridos em cursos realizados.
Grasielly	Oportunidade de rever os conceitos da família. Ao decidir ser empreendedora ao invés de continuar como funcionária pública, emprego visto como ideal pela família.
Isadora	Oportunidade de pôr em prática suas habilidades manuais e sua criatividade.
Itaianara	Oportunidade de ter a família como clientela.
Rosenilde	Oportunidade de estar trabalhando tendo uma fonte de renda durante a pandemia.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

As oportunidades que geraram mudanças foram múltiplas, conforme relatos das mães empreendedoras. Vale, Corrêa e Reis (2014) afirmam que os indivíduos podem empreender motivados por diferentes estímulos em prol de mudanças na esfera pessoal e profissional.

Quanto aos **suportes sociais** recebidos, esses são essenciais para o alcance dos objetivos das mães empreendedoras entrevistadas. Dentre eles foi possível destacar a família como sendo o principal suporte recebido por todas as entrevistadas, seja o apoio recebido por meio dos cônjuges, das mães, avós, irmãos, cunhadas, ou até mesmo dos filhos. Aqui é necessário destacar que nos relatos foi perceptível a importância do apoio do cônjuge, tanto no auxílio dos cuidados

domésticos, que inclui o apoio e cuidado dispensado aos filhos, quanto para disponibilidade de tempo para investir no negócio.

Outros apoios foram indispensáveis: Grasielly citou o apoio recebido pelo Governo Federal, a partir do microcrédito; Cláudia Vanessa recebeu o apoio financeiro por meio de empréstimo bancário junto ao Banco do Nordeste; Rosenilde relatou ter recebido apoio dos próprios clientes que se tornaram amigos; Itaianara revelou ter recebido o suporte de vizinhas e da escola da filha. Segue o Quadro 6 que sintetiza esta análise:

Quadro 6 - Suporte social

Mãe Empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	Suporte advindo do marido e avô.
Cláudia	Apoio recebido da família, principalmente dos filhos, marido, irmã e cunhada.
Cláudia Vanessa	Empréstimo do Banco do Nordeste, irmãos e filhos.
Grasielly	Recebeu microcrédito do governo federal, apoio do marido, mãe e das duas avós.
Isadora	Suporte advindo especialmente do marido.
Itaianara	Recebeu suporte do marido, mãe, irmã, vizinhas e da escola dos filhos.
Rosenilde	Apoio da família, especialmente do irmão e cunhada, assim como dos clientes que se tornaram amigos.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

Breen e Leung (2020) enfatizaram que a identificação de valores e habilidades pessoais vinculados ao papel materno é fundamental para aproveitar a maternidade como um recurso e expandir as percepções a respeito das oportunidades. Segundo os mesmos autores, o suporte social recebido, ajuda na superação das dificuldades enfrentadas. Afinal, a transição por empreender é uma fase difícil, de escolhas, adaptações e dificuldades advindas do novo. Tais dificuldades passam a ser amenizadas quando há o suporte social, seja de

familiares, amigos, vizinhos ou colegas de trabalho, enfim de toda a sociedade (TEIXEIRA *et al.*, 2021).

4.2.3 Escolhas Relacionais

A categoria analítica “escolhas relacionais” das mulheres entrevistadas possui como elementos de análise, no estudo em questão, a transição para o empreendedorismo e o reconhecimento e aproveitamento de oportunidades.

As escolhas relacionais têm forte influência do contexto relacional onde as mães empreendedoras estão inseridas, os quais conseqüentemente impactarão nos resultados relacionais. As escolhas das mães que fizeram a opção pelo empreendedorismo foram baseadas nas relações sociais por elas desenvolvidas, essas que contribuíram para o reconhecimento das oportunidades empreendedoras, perdurando para o desenvolvimento e crescimento do negócio (BREEN; LEUNG, 2020).

Durante o processo de **transição para o empreendedorismo**, as mães empreendedoras entrevistadas relataram os motivos que a fizeram transitar das suas antigas carreiras para o empreendedorismo. Verificou-se que as questões familiares estiveram presentes na maioria das justificativas (Grasielly, Isadora, Itaianara e Cláudia Vanessa), uma vez que a família é vista como grande incentivadora desse processo. Grasielly relatou a questão da confiança que a família passou a depositar no seu empreendimento; Isadora relatou a necessidade de estar perto dos filhos; Itaianara percebeu que os seus familiares poderiam ser clientes do seu negócio e Cláudia Vanessa recebeu grande incentivo dos seus filhos para empreender.

Outros motivos para que essas mulheres transitassem para o empreendedorismo ainda foram relatados: trabalhar com atividade que gerasse satisfação e aumento dos rendimentos (Grasielly); incentivos de amigas, conhecidas, e outras empreendedoras (Camila); auxílio recebido do Governo Federal durante a pandemia e incentivo de clientes (Rosenilde); incentivo das colegas do curso de massoterapia (Cláudia Vanessa); e o incentivo recebido da ex-

empregadora, seguido da conclusão dos cursos de massagem e depilação (Cláudia). No Quadro 7 são relatados os casos em detalhes.

Quadro 7 - Transição para o empreendedorismo

Mãe empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	Recebeu incentivo de amigas, de uma rede de mulheres conhecidas entre outras empreendedoras.
Cláudia	Incentivo recebido de uma ex empregadora e conclusão dos cursos de massagem e depilação.
Cláudia Vanessa	Incentivo das colegas do curso de massoterapia e dos seus filhos.
Grasielly	A decisão de trabalhar com atividade que gerasse satisfação; Percebeu que seus rendimentos como funcionária pública eram inferiores ao rendimento como empreendedora; Apoio dos familiares após perceberem que o negócio poderia dar certo.
Isadora	Necessidade de estar perto dos filhos.
Itaianara	Acesso facilitado à clientela, visto que muitos deles seriam seus familiares.
Rosenilde	Auxílio emergencial do Governo Federal ⁴ durante a pandemia da COVID-19; Incentivo de clientes fiéis.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

Bulgacov *et al.* (2010) afirmaram que a ação empreendedora constitui uma trajetória de engajamento, ou seja, escreve histórias pessoais relacionadas à história da comunidade em processos individuais e coletivos. Essa comunidade, para as mães entrevistadas, envolve a família, rede de mulheres, amigos, governo, clientes, colegas de curso e até mesmo os filhos. Diante disso, frente aos relatos acima, fica claro que os atores supracitados contribuíram para as entrevistadas optarem pelo empreendedorismo.

⁴ O Auxílio Emergencial (AE) é um benefício financeiro destinado a trabalhadores (as) informais, Microempreendedores Individuais (MEI), autônomos (as) e desempregados (as), e tem por objetivo fornecer proteção emergencial no período de enfrentamento à crise causada pela pandemia do Coronavírus. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/acompanhar-auxilio-emergencial>

Quanto ao **reconhecimento e aproveitamento de oportunidades**, três mães (Grasielly, Camila e Itaianara) destacaram o apoio recebido de parentes (tias, avós, esposo, filhos etc.). Já Cláudia Vanessa destacou a importância do apoio recebido dos amigos. Rosenilde ressaltou o reconhecimento, por parte dos seus clientes, do diferencial e da qualidade do serviço prestado por ela somando-se à realização da qualificação profissional. Isadora enfatizou a sua mobilização para participar de eventos e se envolver com os conteúdos do ramo. A mãe empreendedora Cláudia destacou-se como exceção entre os relatos quando afirmou não ter recebido qualquer tipo de apoio no processo de reconhecimento e aproveitamento de oportunidades empreendedoras. No Quadro 8 são detalhados os elementos relacionais envolvidos nesta questão.

Quadro 8 - Reconhecimento e aproveitamento de oportunidades

Mãe empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	O esposo ajudou a reconhecer a oportunidade, enquanto o aproveitamento dela foi possível porque teve a ajuda da madrinha e avó.
Cláudia	Não destacou apoio.
Cláudia Vanessa	Apoio de amigos para reconhecer e aproveitar a oportunidade de empreender como massoterapeuta.
Grasielly	O Reconhecimento da oportunidade foi favorecido pela família. O aproveitamento da oportunidade teve participação importante das suas tias.
Isadora	Participação em feira em um shopping de Aracaju onde conheceu fornecedores favoreceram o reconhecimento e aproveitamento da oportunidade.
Itaianara	Viu na família clientes potenciais, isso a despertou para o reconhecimento e aproveitamento da oportunidade empreendedora.
Rosenilde	Reconhecimento da oportunidade e seus aproveitamentos teve forte interferência de parte dos clientes, os quais relatavam que seus serviços eram diferenciados e de qualidade. A realização do curso de podologia também contribuiu para este processo.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

Dessa forma, para as *mumpreneurs* entrevistadas, a existência da rede de apoio favoreceu o aproveitamento e reconhecimento das oportunidades para se tornarem empreendedoras. Conforme afirmação de Vale, Corrêa e Reis (2014), empreendedor é alguém que sabe como construir uma rede valiosa que permite, por meio de pessoas-chave, atingir seus objetivos, sendo o relacionamento de apoio o mais importante para as mulheres empreendedoras (HISRICH; PETERS, 2004).

Frente aos achados, é possível inferir que a escolha relacional, que se traduz na transição para o empreendedorismo e no reconhecimento e aproveitamento de oportunidades, sofre grande interferência do contexto relacional, ou seja, dos valores pessoais das entrevistadas, das oportunidades de mudanças estruturais e dos suportes sociais recebidos (BREEN; LEUNG, 2020).

4.2.4 Resultados Relacionais

A categoria “resultados relacionais” corresponde aos resultados alcançados à medida que o negócio e a família se desenvolvem simultaneamente. Os resultados relacionais incluem percepções de sucesso na carreira, as melhorias no ambiente familiar e na carreira profissional.

Sobre os resultados vivenciados pelas mães empreendedoras, quanto ao **sucesso na carreira profissional** advindo da perspectiva relacional, a *mumpreneur* Grasielly revelou que passou a ter novas atitudes: praticou pré-venda, oferta de cursos *online*, busca por parceria com a escola dos filhos, passou a ser referência entre os familiares e conquistou o respeito deles, e visualizou a possibilidade de servir de inspiração para futuros amigos empreendedores, ampliando sua rede de contatos. Grasielly destacou a ampliação da sua rede de contatos e todas essas conquistas são vistas por ela como sinônimo de sucesso na profissão.

Ainda sobre o sucesso na carreira, assim como Grasielly, Camila destacou a conquista de novos relacionamentos como algo que sinaliza seu sucesso profissional. Camila também acredita que sua contribuição para a promoção de melhorias na vida da clientela está relacionada ao sucesso conquistado, proporcionado pelo reconhecimento da qualidade do serviço prestado, assim como a manutenção dos antigos amigos, o que é sinônimo do seu sucesso como

empreendedora. Essa última conquista também foi percebida por Isadora, a qual acredita que manter os amigos revela o êxito na escolha da carreira. Para Isadora, sucesso também é obter parceria, praticando a relação ganha-ganha.

Rosenilde destacou o sucesso na perspectiva relacional como resultante da boa comunicação e tratamento respeitoso com aqueles que a cercam. Itaianara afirmou que consegue perceber o quanto foi exitosa na carreira quando percebe que soluciona problemas junto a seus clientes. Cláudia Vanessa destacou que, para ela, o sucesso vem representado pela conquista de relações sinceras. E por fim, Cláudia enxerga o quanto foi bem-sucedida quando percebe reciprocidade, no sentido de contribuir positivamente para a aprendizagem de outros, ao mesmo tempo em que aprende. A seguir Quadro 9, com o resumo comparativo descrito acima:

Quadro 9 - Sucesso na carreira profissional

Mãe Empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	Conquistou novos relacionamentos: colegas casais, clientes; Manteve contato com amigos antigos; Contribuiu para promover melhorias na vida da clientela; Passou a ser reconhecida pela qualidade do serviço prestado.
Cláudia	Reciprocidade ao ensinar e aprender.
Cláudia Vanessa	Construiu relações sinceras.
Grasielly	Passou a ser inspiração para futuros amigos empreendedores; Passou a ter novas atitudes: pré-venda, curso online, parceria para escola dos filhos; Tornou-se referência entre os familiares; Conquistou o respeito da família; Ampliou a sua rede de contatos.
Isadora	Manteve antigos relacionamentos; Sucesso é parceria, cumplicidade, ajuda mútua.
Itaianara	Solucionou os problemas de clientes.
Rosenilde	Sucesso é boa comunicação, tratamento respeitoso.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

Ficou evidente que a ideia de sucesso na carreira e na vida evidencia a centralidade dos relacionamentos, nos quais a visão relacional de carreira oferece uma definição diferente de sucesso, que geralmente parte de medidas como ganhos

financeiros tipicamente encontrados na literatura de empreendedorismo. Tal como foram encontrados nos relatos das mães empreendedoras, os resultados correspondem especialmente aos diversos ganhos não-financeiros que estão diretamente alinhados à visão relacional (BREEN; LEUNG, 2020).

Quanto às **melhorias no ambiente familiar**, dentre as entrevistadas, quatro (Grasielly, Rosenilde, Itaianara e Vanesa) afirmaram que o lazer entre família foi melhorado, três empreendedoras (Rosenilde, Itaianara e Cláudia Vanessa) citaram melhorias na renda familiar, o que impactou na melhoria da união entre os membros da família e serviu de agente motivador para que as mães continuem trilhando o percurso empreendedor.

Ainda sobre as melhorias no ambiente familiar, todas as mães entrevistadas citaram benefícios proporcionados aos filhos, seja com o aumento do tempo disponível junto a eles, o que proporcionou acompanhá-los em atividades rotineiras, bem como um maior tempo disponível para o lazer com eles. A melhoria na qualidade de vida foi outro fator ressaltado.

Outras conquistas foram citadas, no entanto, de forma pontual torna-se possível destacar: poder utilizar a prática do negócio no ambiente familiar (Camila); o aumento do reconhecimento do talento entre os membros da família (Isadora) e o aumento da frequência da vivência entre familiares (Itaianara). As demais conquistas foram relatadas no Quadro 10.

Quadro 10 - Melhorias no ambiente familiar

Mãe Empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	Familiares amigos e parceiros do negócio (tias, primas, avô); Aumento dos contatos diários com os filhos; Consegui colocar em prática os conhecimentos da psicologia clínica nas relações familiares.
Cláudia	Melhorou a visão de mundo, de vida, incluindo o aspecto familiar.
Cláudia Vanessa	Possibilidades de viajar com a família.
Grasielly	Lazer com a família.
Isadora	Reconhecimento do talento advindo do esposo; Passou a ser exemplo para os filhos; União na família.
Itaianara	Mais tempo com os filhos; Aumento do contato com os familiares (clientes); Horário flexível; Possibilidades de viajar com a família.
Rosenilde	Possibilidades de viajar com a família; Melhorias na renda familiar; Manter contato com familiares; Benefícios para o filho (lazer, escola particular e participação nos eventos escolares).

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

As melhorias no ambiente familiar foram demonstradas nos relatos como alvo para as mães que decidem empreender, o que vai ao encontro das afirmações de Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007), os quais asseveram que a família é apresentada como fator fundamental e motivador para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Sobre as **melhorias na carreira profissional**, as cinco entrevistadas destacaram os progressos nas suas carreiras de forma diversificada. Duas empreendedoras (Grasielly e Rosenilde) afirmaram que as melhorias foram nos aspectos gerais de suas vidas, sem tecer detalhes. Grasielly ainda relatou melhorias na carreira que resultaram em novas parcerias e realização de intercâmbio.

Camila se viu mais criativa, com maior possibilidade de descanso, mais tempo para o autocuidado, melhoria financeira, empoderamento e autoconfiança. Isadora relatou que conquistou sua independência financeira e um horário mais flexível de trabalho. Itaianara foi agraciada com novos relacionamentos (fornecedores, professores e colegas de sala), além disso, suas amigas tornaram-se clientes. Enquanto Cláudia Vanessa associou as melhorias ao aumento da demanda pelos seus serviços, a manutenção dos antigos relacionamentos e ao acesso/aplicação das sugestões advindas dos clientes para a melhoria do seu negócio. Já Claudia afirmou o aumento da satisfação dos seus clientes. Segue no Quadro 11, a descrição das melhoras nas carreiras das mães empreendedoras entrevistadas.

Quadro 11 - Melhorias na carreira profissional

Mãe Empreendedora	Conteúdo da História Oral
Camila	Maior criatividade, possibilidade de descanso, autocuidado, melhoria financeira, empoderamento, autoconfiança.
Cláudia	Aumento da satisfação dos clientes.
Cláudia Vanessa	Aumento de clientes e demanda pelo serviço; Mantem antigos relacionamentos; Aplicações das sugestões advindas dos clientes para a melhoria do seu negócio.
Grasielly	Novas parcerias e intercâmbio; Melhorias em todos os aspectos da vida.
Isadora	Independência financeira; Horário flexível.
Itaianara	Novos relacionamentos: fornecedores, professores e colegas de sala; Amigas tornaram-se clientes.
Rosenilde	Melhoria em todos os aspectos da vida.

Fonte: Dados da pesquisa de campo, 2022.

Mulheres profissionais com filhos, quando conseguem equilibrar trabalho e a vida pessoal, colhem muitas recompensas, incluindo maior satisfação com a vida (BENNETTS, 2007; HIRSHMAN, 2006). Desse modo, infere-se que os resultados relatados, os quais incluem percepções de sucesso na carreira, as melhorias no

ambiente familiar e na carreira profissional, são consequências advindas do contexto e das escolhas relacionais que permeiam o processo empreendedor das mulheres que passaram a empreender após a maternidade, assim como argumentado na literatura por Breen e Leung (2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise dos resultados, este capítulo apresenta as considerações finais geradas por meio desta pesquisa. Serão abordados os principais resultados e as sugestões gerenciais para futuras pesquisas.

O objetivo desta pesquisa foi analisar, com base na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorreram as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade. Para tanto, sete mães e microempreendedoras que residem na cidade de Aracaju/SE foram entrevistadas e uma análise de conteúdo das histórias orais dessas senhoras foi realizada.

Visando o alcance do objetivo acima descrito, foram inicialmente caracterizadas as mães empreendedoras entrevistadas. Em seguida, verificou-se como o contexto relacional dessas mulheres influenciou na opção pelo empreendedorismo como escolha profissional pós-maternidade. O estudo ainda se propôs a entender as escolhas relacionais das mulheres investigadas nos processos de reconhecimento e exploração da oportunidade empreendedora pós-maternidade. Por fim, averiguou os resultados relacionais conquistados pelas *mumpreneurs*.

Observou-se que todas as mães empreendedoras entrevistadas estavam entre a faixa etária de 32 a 43 anos de idade e a maioria eram casadas. O grau de instrução das respondentes apresentou-se bastante variado, reafirmando segundo Filardi, Barros e Fischmann (2014), que o perfil do empreendedor contemporâneo exige uma infinidade de características, em maior ou menor nível, de acordo com o tipo de negócio.

Sobre o contexto relacional das mulheres entrevistadas, verificou-se que os valores pessoais, as oportunidades na mudança estrutural e os suportes sociais recebidos, influenciaram na opção pelo empreendedorismo como escolha profissional pós-maternidade. Foi constatado que a oportunidade de realizar mudança na estrutura, afetou fortemente a esfera familiar da maioria das entrevistadas.

Sobre o suporte social recebido, a família também obteve destaque, embora outros apoios foram relatados: do governo, de clientes, amigos, escola dos filhos e até mesmo da vizinhança. Os suportes sociais justificaram em parte o

comportamento e atuação empreendedora das entrevistadas. Ficou nítido que a família facilita a trajetória, pois colabora significativamente para os resultados alcançados de cada mãe empreendedora e conseqüentemente de cada negócio.

Em seguida observaram-se as escolhas relacionais, mais precisamente os aspectos da transição para o empreendedorismo e do reconhecimento e aproveitamento de oportunidades. Referente ao processo de transição para o empreendedorismo aqui também se destacaram os familiares, os quais foram citados como os principais incentivadores desse processo. Ressalva-se aqui que os achados revelaram que essa transição de carreira se deu por motivos diversos. Quanto ao reconhecimento e aproveitamento de oportunidades, ainda merece destaque o apoio recebido de parentes.

O estudo verificou que existe uma íntima relação entre as categorias contexto e escolhas relacionais, uma vez que, existe uma extensão dos relacionamentos sociais discutidos no contexto relacional que contribuem para a percepção da existência de oportunidades que faz despertar atitudes frente à família e o negócio.

Por fim, os resultados relacionais, os quais incluem percepções de sucesso na carreira, as melhorias no ambiente familiar e na carreira profissional, desconstruem a ideia de sucesso relacionado apenas a ganhos financeiros, permitindo diferentes abordagens para o significado do termo sucesso (BREEN; LEUNG, 2020). Gunz e Heslin (2005) ressaltam que, desde o século XVI, o sucesso significa algo explicitamente positivo vinculado à realização de algo próspero, no entanto, os autores ressaltam que, apesar desse aparente consenso na definição de sucesso na carreira, é preciso considerar a grande amplitude do significado desse conceito, visto que a percepção de sucesso varia entre as pessoas, imprimindo ao termo um caráter subjetivo.

O sucesso foi traduzido pelas entrevistadas em conquistas que revelaram melhorias no ambiente familiar; merecendo destaque o lazer com a família, as melhorias na renda, o aumento da unidade em família e benefícios proporcionados aos filhos. Sucesso ainda foi sinônimo de melhorias na carreira, visto que as mães entrevistadas obtiveram mais tempo para descanso e autocuidado, seus horários passaram a ser mais flexíveis, sentiram-se mais empoderadas, autoconfiantes e mais independentes financeiramente.

O problema de pesquisa baseado na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorrem as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade, possibilitou constatar a forte interação entre o contexto, as escolhas e resultados relacionais na escolha das entrevistadas pelo empreendedorismo após a maternidade. Assim, verificou-se na prática a existência das relações propostas pelo modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

No contexto relacional foi possível notar como a maternidade e familiares influenciaram diretamente na decisão das entrevistadas por empreender, escolha que esteve alinhada com os seus valores pessoais. No estudo foi possível notar que o contexto influencia fortemente as escolhas relacionadas e os resultados. Sobre as escolhas relacionais, as mães empreendedoras obtiveram o apoio familiar necessário para sustentar a decisão de empreender. A escolha profissional contribuiu para resultados satisfatórios que foram extensivos aos filhos e familiares.

Como mencionado anteriormente, o modelo conceitual Breen e Leung (2020) ainda carece de testes, expansão e consolidação. Concordando com essa afirmativa e prezando por um estudo mais rico em detalhes e mais bem contextualizado ao cenário escolhido, o estudo propôs adaptações na categoria “Resultados Relacionais”. Para além das “Melhorias no Ambiente Familiar” e “Melhorias na Carreira”, o modelo poderia contemplar as consequências relacionais danosas em ambas as esferas. Assim, ajustes na nomenclatura desses elementos de análise se fazem necessários visando, principalmente, contemplar achados de forma mais ampla nesse processo de empreender após a maternidade. Diante disso, tem-se no modelo adaptado: “Mudanças no ambiente familiar” e “Mudanças na esfera profissional”.

Segundo Duberley e Carrigan (2012), enquanto as mulheres se esforçam para apresentar uma história coerente de suas carreiras e identidade, claramente há momentos em que elas lutam para negociar as demandas conflitantes que elas mesmas e outras pessoas impõem, seja por meio de longas jornadas de trabalho, momentos de tensão, estresse e conflitos, falta de reconhecimento por parte da família e sociedade, o que gera até desconforto com alguns possíveis rótulos.

Allen *et al.* (2000), ao abordarem as consequências danosas do empreendedorismo feminino, enfatizaram os impactos na saúde e as repercussões

negativas para os membros da família como: trabalhar por longas horas, longos períodos de tempo gastos no deslocamento, trabalhar à noite e nos finais de semana e viagens extensas que contribuem tanto para o estresse quanto para a sobrecarga, o que pode, muitas vezes, deixá-las exaustas e não aptas a desempenhar a capacidade máxima em qualquer de seus papéis, sejam eles relacionados ao trabalho ou pessoais.

Em suas narrativas, as mães empreendedoras relataram dificuldades enfrentadas durante o processo de empreender e ser mãe. Dentre elas, algumas destacaram que foi uma fase de decisões difíceis, devido à sobrecarga da tripla jornada, o desgaste físico, o cansaço, os descréditos advindos de alguns familiares. Além disso, a busca pelo alcance da inteligência emocional e equilíbrio foram alguns dos exemplos que explicaram as consequências danosas do empreendedorismo materno.

5.1 Sugestões Gerenciais para Futuras Pesquisas

Fundamentadas nas contribuições do estudo e considerando o contexto das mães Aracajuanas, seguem algumas sugestões para geração e ampliação de conhecimento, visando reduzir o *gap* existente entre a academia e a prática proporcionada à comunidade:

- a) Para as mães empreendedoras existe a possibilidade que visa melhorar o desempenho do negócio, por meio do investimento das mesmas em redes de cooperação/parcerias, podendo assim ampliar a relação ganha x ganha;
- b) As mães empreendedoras podem agregar aos negócios a busca por integração em redes de mulheres, objetivando o aumento da motivação, por meio de estímulos de outras vivências e histórias, visando fortalecer a autoestima e superação;
- c) As *mumpreneurs* podem buscar também por meio de redes de mulheres, a interação entre mães empreendedoras de diferentes localidades (estados, regiões e países);

- d) As *mumpreneurs* podem investir anualmente no aprendizado, por meio de cursos de qualificação, visando o aprimoramento ou até mesmo a adaptação à inovação nos seus produtos e serviços prestados;
- e) Mães empreendedoras podem detectar e fortalecer, por meio de estratégias de *marketing* os respectivos diferenciais competitivos dos seus negócios.

Com relação às futuras pesquisas, é possível sugerir:

- a) A realização de estudos quantitativos para testar o modelo aqui aplicado;
- b) Realizar o aprimoramento do modelo Breen e Leung (2020), a fim de contemplar as consequências relacionais danosas quando mães passam a optar pelo empreendedorismo como escolha profissional;
- c) Verificar o empreendedorismo materno no contexto de médias e grandes empresas;
- d) Realizar estudos sobre impactos das mães empreendedoras na vida dos filhos.

REFERÊNCIAS

- AHL, H. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 30, n. 5, p. 595-621, 2006.
- AHMED, I.; NAWAZ, M. M.; AHMAD, Z.; SHAUAT, M. Z.; USMAN, A.; REHMAN, W. AHMED, N. Determinants of Students Entrepreneurial Career Intentions: Evidence from Business Graduates. **European Journal of Social Sciences**, v. 15, n. 2, 2010.
- ALLEN, T. D.; HERST, D.E.L.; BRUCK, C.S.; SUTTON, M. Consequences associated with work-to-family conflict: A review and agenda for future research. **Journal of Occupational Health Psychology**, 5, 278-308, 2000.
- ALPERSTEDT, G. D; FERREIRA, J. B.; SERAFIM, M. C. Empreendedorismo Feminino: Dificuldades relatadas em uma história de vida. **Revista de Ciências da Administração**. V. 16. N. 40, P. 27-39, nov. de 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2735/273532832015.pdf>. 02 de fev. de 2019.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1988.
- BARNETT, R. C. **On multiple roles: Past, present, and future**. In K. Korabik, DS Lero, & DL Whitehead (Eds.), *Handbook of work-family integration* (pp. 75-93). London, England: Academic Press, 2008.
- BENNETTS, L. **The feminine mistake: Are we giving up too much?** New York, NY: Hyperion, 2007.
- BOAS, Andréa Vilas. **Elas – Empreendedoras**. São Paulo: Editora Queen Books, 2012.
- BOHNENBERGER, M. C.; SCHMIDT, S.; FREITAS, E. C. **A Influência da Família na Formação Empreendedora**. In: EnAnpad, XXXI., 2007. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: Anpad, 2007.
- BREEN, R. H. LEUNG, A. Choosing mothering and entrepreneurship: a relationalcareer-life process. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 2020.
- BRUSCHINI, C.; PUPPIN, A. B. Trabalho de Mulheres Executivas no Brasil no Final do Século XX. **Cadernos de Pesquisa**, v. 34, n. 121, jan-abr, 2004.
- BULGACOV, Y. L. M.; CAMARGO, D.; CUNHA, S. K.; MEZA, M. L.; SOUZA, R. M. B.; TOLFO, S. R. Atividade empreendedora da mulher brasileira: trabalho precário ou trabalho decente? **Psicologia Argumento**, v. 28, n. 63, p. 337-349, 2010.

BULLOUGH, A.; DE LUQUE, M. S.; ABDELZAHER, D.; HEIM, W. Developing Women leaders through entrepreneurship education and training. **Academy of Management Perspectives**, v. 29, n. 2, p. 250-270, 2015.

BUTTNER, E. H. Examining female entrepreneurs' management style: An application of a relational frame. **Journal of business ethics**, v. 29, n. 3, p. 253-269, 2001.

BUTTNER, E. H.; MOORE, D. P. Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success. **Journal of small business management**, v. 35, p. 34-46, 1997.

BUTTNER, E. H.; ROSEN, B. Funding new business ventures: Are decision makers biased against women entrepreneurs? **Journal of Business Venturing**, v. 4, n. 4, p. 249-261, 1989.

CANDATEN, D. M.; ZANATTA J. M.; TREVISAN, J. K. D. V. Mulheres empreendedoras: os desafios para equilibrar a vida pessoal e profissional. IX EGEPE **Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. Passo Fundo/RS, 2016.

CAPPELLE, M. C. A.; BORGES, C. L. P.; MIRANDA, A. R. A. Um exemplo do uso da história oral como técnica complementar de pesquisa em Administração. VI **Encontro de Estudos Organizacionais da Anpad-EnEO, Florianópolis**, 2010.

CARRIJO, M. C.; FERREIRA, S. R. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: uma análise a partir de dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Empreendedorismo, Gestão e Negócios**, v. 6, n. 6, p. 200-225, Mar. 2017

CHELL, E.; BAINES, S. Does gender affect business "performance"? A study of microbusinesses in business services in the UK. **Entrepreneurship & Regional Development**, 10(2), 117-135, 1998.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CROMIE, S.; HAYES, J. Towards a typology of female entrepreneurs. **The Sociological Review**, v. 36, n. 1, p. 87-113, 1988.

COLBARI, A. A análise de conteúdo e a pesquisa empírica qualitativa. In Metodologias e analíticas qualitativas em pesquisa organizacional: uma abordagem teórico-conceitual. Eloisio Moulin de Souza. **Vitória: EDUFES**. 296 p., 2014.

COLEMAN, S.; HENRY, C.; ORSER, B.; FOSS, L.; WELTER, F. Policy support for women entrepreneurs' access to financial capital: Evidence from Canada, Germany, Ireland, Norway, and the United States. **Journal of Small Business Management**, v. 57, p. 296-322, 2019.

DANES, S. M.; OLSON, P. D. Women's role involvement in family businesses, business tensions, and business success. **Family business review**, v. 16, n. 1, p. 53-68, 2003.

DE BRUIN, A.; BRUSH, C. G.; WELTER, F. Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and practice**, v. 30, n. 5, p. 585-593, 2006.

DETIENNE, D. R.; CHANDLER, G. N. The role of gender in opportunity identification. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 31, n. 3, p. 365-386, 2007.

DIGAN, S. P.; SAHI, G. K.; MANTOK, S.; PATEL, P. C. Women's perceived empowerment in entrepreneurial efforts: the role of bricolage and psychological capital. **Journal of Small Business Management**, v. 57, n. 1, p. 206-229, 2019.

DUBERLEY J.; CARRIGAN, M. The career identities of mumpreneurs: women's experiences of combining enterprise and motherhood. **International Small Business Journal**, 2012.

EKINSMYTH, C. Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK Mumpreneurs. **Elsevier. Geoforum**. Vol.4, n.2, p.104-114, 2011.

ELVIN-NOWAK, Y.; THOMSSON, H. Motherhood as idea and practice: A discursive understanding of employed mothers in Sweden. **Gender and Society**, Vol. 15, n.4, 407-428, 2001.

FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 123-140, 2014.

FOLEY, M.; BAIRD, M; COOPER, R.; WILLIAMSON, S. Is independence really an opportunity? The experience of entrepreneur-mothers. **Journal of Small Business and Enterprise Development**. Vol. 25, N.2, pp. 313-329, 2018.

FRANCESCHET, M. A comparison of bibliometric indicators for computer science scholars and journals on Web of Science and Google Scholar. **Scientometrics**, v. 83, n. 1, p. 243-258, 2010.

FRASER, M. T. D.; GONDIM, S. M. G. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, v. 14, p. 139-152, 2004.

GATEWOOD, E. J.; BRUSH, C. G.; CARTER N. M.; GREENE, P. G.; HART, M. M. Diana: a symbol of women entrepreneurs' hunt for knowledge, money, and the rewards of entrepreneurship. **Small Business Economics**, v. 32, n. 2, p. 129-144, 2009.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil** - Relatório Global 2019. Disponível em:

http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Download/GEM_2014_Relatorio_Executivo_Brasil.pdf. Acesso em: 09 jun 2021.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil** - Relatório Global 2022. Disponível em: <https://gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption>. Acesso em: 30 ago 2022.

GOMES, A. F. Mulheres Empreendedoras. São Paulo: UESB, 2006.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAUJO, U. P.; MARTINS, C. M. F. Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 16, p. 319-342, 2014.

GUNZ, H. P.; HESLIN, P. A. Reconceptualizing career success. **Journal of Organizational Behavior**, 25, 105-111, 2005.

GREVE, A.; SALAFF, J. W. Social networks and entrepreneurship. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 28, n. 1, p. 1-22, 2003.

GRANT-VALLONE, E. J.; ENSHER, E. A. Opting in Between: Strategies Used by Professional Women With Children to Balance Work and Family. **Journal of Career Development**, 2010.

GREENE F. J.; HAN, L.; MARLOW, S. Like Mother, Like Daughter? Analyzing Maternal Influences Upon Women's Entrepreneurial Propensity. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2013.

HAYS, S. The Cultural Contradictions of Motherhood, Yale University Press, **New Haven**, CT, 1996.

HENRY, C.; COLEMAN, S.; FOSS L.; ORSER, B.; WELTER, F.; BRUSH C. Richness in Diversity: Towards more contemporary research conceptualisations of women's entrepreneurship. **International Small Business Journal**, v. 39, n. 7, p. 609-618, 2021.

HESLIN, P. A. Self and other-referent criteria of career success. **Journal of Career Assessment**, 262-286, 2003.

HEWLETT, S. A. Off-ramps and on-ramps: Keeping talented women on the road to success. Boston, MA: **Harvard Business School Publishing**, 2007.

HIRSHMAN, L. R. **Get to work: And get a life before it's too late**. New York, NY: Pen guin Books, 2006.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

JENNINGS, J. E. BRUSH, C. G. Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? **The Academy of Management Annals**, v.7, n.1, p.663-715, 2013.

JOONA, P. A. Female Self-Employment and Children: The Case of Sweden. SOFI, **Stockholm University and IZA**, 2014.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, v.10, n.3, p.373-382, set-dez, 2005.

JONATHAN, E. G. Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder. **Psicologia Clínica**, Rio de Janeiro, vol.23, n.1, p.65-85, 2011.

JONATHAN, E. G.; SILVA, T. M. R. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia e Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 77-84, jan-abr, 2007.

JOHNSON, B. Examining the validity structure of qualitative research. **Education Winter**, 1997.

KARATAS-OZKAN, M.; ANDERSON, A. R., FAYOLLE A.; HOWELLS, J., CONDOR, R. Understanding entrepreneurship: Challenging dominant perspectives and theorizing entrepreneurship through new postpositivist epistemologies. **Journal of Small Business Management**, v. 52, n. 4, p. 589-593, 2014.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em ciências sociais**: um tratamento conceitual. São Paulo: EDUSP/EPU, 1980.

KRAKAUER, P. V. C., MORAES, G. H. S. M., CODA, R., e BERNE, D. F. Brazilian women's entrepreneurial profile and intention. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, Vol. 10 Issue: 4, p.361- 380, 2018.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G. The social structure of entrepreneurship as a scientific field. **Research Policy**, v. 47, n. 3, p. 650-662, 2018.

LERNER, Miri; BRUSH, Candida; HISRICH, Robert. Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. **Journal of business venturing**, v. 12, n. 4, p. 315-339, 1997.

LIESHOUT, C. V.; SMITH, H.; MONTEBRUNO, P.; BENNETT, R. J. Female entrepreneurship: business, marriage and motherhood in England and Wales, 1851–1911. **Social History**, Vol. 44, n. 4, 440-468, 2019.

LIMA, D.; KUBO, E; OLIVA, E. Os Valores Pessoais dos Pequenos Empreendedores: Evidências do Brasil. **BBR. Brazilian Business Review**, v. 18, p. 468-489, 2021.

LINDO, M. R.; CARDOSO. P. M.; RODRIGUES. M. E.; SANTOS. U. W. B. Conflito vida pessoal vs. vida profissional: os desafios de equilíbrio para mulheres empreendedoras do Rio de Janeiro. In: Encontro da **ANPAD**, 2004, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Anpad, 2004.

MACHADO, H. Pesquisas com Mulheres Empreendedoras: Percursos e Perspectivas. LAPEI - Laboratório de Pesquisa em Empreendedorismo e Inovação da Universidade Federal de Goiás (UFG), 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bPh86DbXVBQ&t=320s>. Palestra de 18 de agosto.

MACK, N. Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide. **Family Health International**, 2005.

MAINIERO, L. A.; SULLIVAN, S. E. Kaleidoscope careers: An alternative explanation for the opt-out revolution. **Academy of Management Executive**, 19, 106-123, 2005.

MAINIERO, L. A.; SULLIVAN, S. E. The opt-out revolt: Why people are leaving companies to create kaleidoscope careers. **Mountain View**, CA: Davies-Black, 2006.

MEIHY, J. C. S. B. Entre Franco y Perón. **História Oral**, v. 5, 2002.

MERRIAM, S. B. **Qualitative research and case study applications in education: revised and expanded from case study research in education**. 2.ed. San Francisco: Jossey-Bass Education Series and The Josey-Bass Higher Education Series, 1998.

MIRCHANDANI, Kiran. Feminist insight on gendered work: New directions in research on women and entrepreneurship. **Gender, work & organization**, v. 6, n. 4, p. 224-235, 1999.

MICOZZI, A.; LUCARELLI, C. Heterogeneity in entrepreneurial intent: the role of gender across countries. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.8, n.2, p.173-194, 2016.

MINAYO, M. C. S.; DESLANDES, S. F.; NETO, O. C.; GOMES, R. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 21ª edição. Editora vozes, 2015.

MORSE, J. M., BARRETT M., MAYAN M., OLSON K., SPIERS, J. **Verification strategies for establishing reliability and validity in qualitative research**, vol. 1, n. 2, 2002.

NARVAZ, M.G.; KOLLER, S.H. Famílias e Patriarcado: da Prescrição Normativa à Subversão Criativ. **Psicologia & Sociedade**; 18 (1): 49-55; jan/abr. 2006.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, v. 43, n. 1, p. 231-56, Jan./Fev, 2009.

NEL, P.; MARITZ, A.; THONGPROVATI, O. Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon. **The International Journal of Organizational Innovation**. Vol 3 N. 1, 2010.

NICOLAU, C. L.; FONSECA, T. S.; RIBEIRO, L. P. Uma análise da violência doméstica e familiar contra a mulher sob a ótica do isolamento social em tempos da pandemia do covid-19 no brasil. **JNT- Facit Business and Technology Journal**. Ed. 37, v. 1. 2022.

OMS, **World Health Organization**, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/>. Acesso em: 25 de mai. de 2020.

PAIVA JÚNIOR, F. G.; LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e Confiabilidade na pesquisa qualitativa em Administração. **Revista de Ciências da Administração**, vol. 13, n. 31, Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

PARASURAMAN, S.; SIMMERS, C.A. Type of Employment, work-family conflict and well-being: a comparative study. **Journal of Organizational Behavior**, v.22, p. 551-568, 2001.

POZZEBON, M.; PETRINI, M. Critérios para condução e avaliação de pesquisas qualitativas de natureza crítico-interpretativa. **Pesquisa Qualitativa em Administração: fundamentos, métodos e usos no Brasil**, 2013, 51-72.

PRITCHARD, K.; DAVEY, K. M.; COOPER, H. Aesthetic labouring and the female entrepreneur: 'Entrepreneurship that wouldn't chip your nails'. **International Small Business Journal**, v. 37, n. 4, p. 343-364, 2019.

REMENYI, D.; WILLIAMS, B.; MONEY, A.; SWARTZ, E. Doing research in business and management: an introduction to process and method. London: **Sage Publications**, 1998.

RICHOMME-HUET, K.; VIAL, V. Business lessons from a "mompreneurs" network. **Global Business and Organizational Excellence**, v. 33, n. 4, p. 18-27, 2014.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2009.

ROKEACH, M. **Crenças, atitudes e valores**. Rio de Janeiro: Editora Interciência, 1981.

SABELLA, Anton Robert; EL-FAR, Mira Taysir. Entrepreneurship as an everyday form of resistance: An exploration of the experiences of Palestinian women street vendors

in the occupied Old City of Jerusalem. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2019.

SALGADO, J.; JORGE, M. F. “Mãe empreendedora”: entre a promessa de uma subjetividade emergente e a frustração performática. E-compós. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, ISSN 1808-2599, v. 22, jan–dez, publicação contínua, p. 1–19, 2019.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SCHINDEHUTTE, M.; MORRIS, M.; BRENNAN, C. Entrepreneurs and motherhood: Impacts on their children in South Africa and the United States. **Journal of small business management**, v. 41, n. 1, p. 94-107, 2003.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Relatório especial - Empreendedorismo Feminino no Brasil**. 2019. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf. Acesso em 25 de set. 2020.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Relatório especial - Empreendedorismo Feminino no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/perfil-donosnegocios-se/>. Acesso em 08 de jan. 2021.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pequenos negócios em números**. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 27 de mar. 2021.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. **Tudo o que você precisa saber sobre o MEI**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em 24 de jul. 2021.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. **Relatório especial MEI 10 anos**. Disponível em: Relatório especial MEI 10 anos. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/09/MEI-10-anos-p-impressao-v3_compressed.pdf. 2019. Acesso em 24 de jul. 2021.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresa. **MEI**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/mei-no-estado-de-sergipe/>. Acesso em 11 de mar. 2021.

SHAMBORA, J. **The global mentor matchup**. Fortune, Retrieved from. Disponível em: www.fortune.com/global500, 2008.

SILVA, A. P. *et al.* " Conte-me sua história": reflexões sobre o método de História de Vida. **Mosaico: estudos em psicologia**, v. 1, n. 1, 2007.

SILVA, J. V. A. A relação trabalho e família de mulheres empreendedoras. **Revista Perspectivas Contemporâneas**, Campo Mourão, v. 1, n. 1, jan-jul, 2006.

STEVENSON, L. Some methodological problems associated with researching women entrepreneurs. **Journal of business ethics**, v. 9, n. 4, p. 439-446, 1990.

STROBINO, M. R. de C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista Administração**, v. 49, n. 1, 2014.

TEIXEIRA, R. M.; BONFIM, L. C. S.; Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 1, p. 44-64, jan-abr, 2016.

TEIXEIRA, C. M.; SILVA, A. F.; SOUSA, F. N. T. S.; LAVOR, N. B. Empreendedorismo Feminino. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 6, n. 3, p. 151-171, 2021.

THÉBAUD, S.; KORNRICH, S.; RUPPANNER, L. Good housekeeping, great expectations: Gender and housework norms. **Sociological Methods & Research**, v. 50, n. 3, p. 1186-1214, 2019.

TRAVASSOS, P.; KONICHI, A. C. *Minha mãe é um negócio*. Editora Saraiva, 2013.

VALE, G. M. V.; CORRÊA, V. S.; REIS, R. F. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 311-327, 2014.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

WELTER, F.; SMALLBONE, D.; ISAKOVA, N. B. (Ed.). **Enterprising women in transition economies**. Ashgate Publishing Limited, 2006.

WENNEKERS, S.; THURIK, R. Linking entrepreneurship and economic growth. **Small Business Economics**, v. 13, n. 1, p. 27 – 55, 1999.

WIKLUND, J.; WRIGHT, M.; ZAHRA, S. A. Conquering Relevance: Entrepreneurship Research's Grand Challenge. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 43, n. 3, p. 419-436, 2019.

WU, J.; LI, Y.; ZHANG, D. Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA

approach. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 15, n. 3, p. 905-928, 2019.

ZIKMUND, W. G. **Business Research Methods**. 6 ed. Dryden Press, 2000.

ZOTTO, A. J.; GIUSTINA, A. P. D.; ROCHA, S.; ZILIO, K. C. S. **Negócio fechado: produção científica em administração** [recurso eletrônico] / Universidade do Contestado – Curitibaanos, SC: Universidade do Contestado, 162 f., 2017.

APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista

Questões para a condução das entrevistas individuais em profundidade

a) Perfil da Entrevistada: Caracterização (C1)

1. Nome:
2. Idade:
3. Estado civil:
4. Idade dos filhos:
5. Cônjuge: ()sim ()não
6. Formação escolar:

b) Características do Negócio

7. Área de atividade:
8. Data da formalização:
9. Tem empregados: ()sim ()não
10. Horas de trabalho:

Questão Aberta (1º contato):

1. Conte sua história de vida empreendedora.

Questões Abertas (2º e 3º contato):

C2: Contexto relacional na escolha profissional

1. Fale sobre os seus valores (família, **maternidade**, trabalho, dinheiro...). Fale sobre os valores que mais influenciaram na escolha por empreender.
2. Fale-me sobre sua atitude (julgamento/avaliação/ação) para com o Empreendedorismo antes e após tornar-se empreendedora.
3. Explane sobre as oportunidades vistas e percebidas que contribuíram para a decisão de escolher ser empreendedora.
4. Fale sobre os suportes recebidos, rede de apoio (amigos, família, cônjuge, governo...), quem a estimularam para a sua escolha empreendedora? Explique sobre quem você mais confia para obter ajuda?

C3: Suporte social no reconhecimento e exploração da oportunidade empreendedora

5. Fale sobre como ocorreu o processo de transição para o empreendedorismo:
 - a) Fale como suas relações te auxiliaram no processo de reconhecimento das oportunidades aceitas.

- b) Explane como suas relações te assistiram no aproveitamento e na exploração da oportunidade.

C4: Conquistas relacionais e alterações no sistema familiar e na esfera profissional

6. Explane sobre os novos relacionamentos após tornar-se empreendedora.
7. Comente sobre a manutenção dos antigos relacionamentos.
8. Fale sobre as conquistas e dissabores no seu sistema familiar.
9. Fale sobre as conquistas e dissabores na sua vida profissional.

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada “EMPREENDEDORISMO MATERNO COMO ESCOLHA PROFISSIONAL: HISTÓRIAS DE MÃES EMPREENDEDORAS”. Esse estudo tem o objetivo de analisar com base na perspectiva de Breen e Leung (2020) como ocorrem as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade, na cidade de Aracaju-SE. O documento abaixo contém todas as informações necessárias sobre a pesquisa que estamos fazendo. Sua colaboração neste estudo será de muita importância para nós, mas se desistir a qualquer momento, isso não causará nenhum prejuízo a você.

A participante da pesquisa fica ciente que ela será desenvolvida junto às mães microempreendedoras na cidade de Aracaju-SE.

A participante da pesquisa não é obrigada a responder as perguntas contidas no instrumento de coleta dos dados da pesquisa. A mesma tem a liberdade de desistir ou de interromper a colaboração neste estudo quando desejar, sem necessidade de qualquer explicação e sem penalizações. Ressalta-se que as participantes deste estudo são voluntárias, assim não receberão remuneração e nenhum tipo de recompensa.

Como benefícios provenientes desta pesquisa espera-se: caracterizar as mães empreendedoras entrevistadas; verificar como o contexto relacional das mulheres entrevistadas influenciou na opção pelo empreendedorismo como escolha profissional pós-maternidade; entender as escolhas relacionais das mulheres investigadas nos processos de reconhecimento e exploração da oportunidade empreendedora pós-maternidade; averiguar os resultados relacionais conquistados pelas mumpreneurs; construir conhecimentos teóricos sobre o empreendedorismo materno; apresentar os resultados do estudo em

congressos nacionais; elaborar artigos para revistas científicas nacionais; promover orientações de monografias e artigos científicos de alunos da Universidade Federal de Sergipe em temáticas relacionadas ao empreendedorismo materno; fornecer base teórica e empírica para futuros estudos sobre empreendedorismo materno em Aracaju. É válido esclarecer que as participantes da pesquisa, neste momento, não serão beneficiadas com o estudo em questão.

Os riscos da pesquisa são das espécies: social, intelectual e emocional. Pode ocorrer a devolução ou comunicação inapropriada de resultados dos estudos. Dúvidas ou interpretações equivocadas das questões, por parte das respondentes, podem surgir. Ainda existe o risco de constrangimento da participante. Os riscos são mínimos e transitórios, para minimizá-los a pesquisadora do estudo adotará uma postura altamente profissional. Os resultados da pesquisa serão expostos de forma ampla, após aprovação em congresso ou revista científica. Tal postura garante que o estudo foi apreciado por revisores, possui qualidade e está apto para ser divulgado para a comunidade. No mais, a aplicadora do instrumento de pesquisa (roteiro de entrevista) ficará de prontidão e à disposição para dar soluções aos questionamentos que porventura surjam.

Os dados obtidos durante a pesquisa poderão ser divulgados, tanto os dados pessoais quanto as histórias de vida relatadas, assim como os resultados também poderão ser divulgados em publicações científicas. Durante a realização da pesquisa, serão obtidas as assinaturas das participantes da pesquisa e da pesquisadora, também, constarão em todas as páginas do TCLE as rubricas da pesquisadora e da participante da pesquisa.

Caso a participante da pesquisa desejar, poderá pessoalmente, ou por meio de telefone, entrar em contato com a pesquisadora responsável para tomar conhecimento dos resultados parciais e finais desta pesquisa.

A qualquer momento, a participante voluntária poderá fazer perguntas à pesquisadora, que tem a obrigação de prestar os devidos esclarecimentos. Caso não se sinta esclarecido, a voluntária pode procurar o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) em pesquisa com humanos da Universidade Federal de Sergipe (UFS). O CEP em questão é responsável pela avaliação e acompanhamento dos aspectos éticos de todas as pesquisas envolvendo seres humanos na UFS (Resolução CNS 466/2012), garante, assim, os direitos e a dignidade dos sujeitos participantes desses estudos. O CEP pode ser contatado via telefone (79) 3194-7208, através do e-mail: cephu@ufs.br ou no endereço: Campus da Saúde Prof. João Cardoso Nascimento JR - Prédio do Centro de Pesquisas Biomédicas – Rua Cláudio Batista, s/n - Bairro Sanatório - Aracaju/SE.

TERMO DE COMPROMISSO DOS PESQUISADORES

Garantimos que este Termo de Consentimento será seguido e que responderemos a quaisquer questões colocadas pelo participante.

Profa. Rúbia Oliveira Corrêa

Doutora em Administração - Responsável pela pesquisa

(79) 99954-8059

rubia.ufs@gmail.com

Deise Araujo das Chagas

Mestranda em Administração - Responsável pela pesquisa

(79) 99906-1429

deiseachagas@gmail.com

CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO COMO VOLUNTÁRIO(A) DA PESQUISA

Eu, _____, abaixo assinado, concordo em participar do estudo intitulado “EMPREENDEDORISMO MATERNO COMO ESCOLHA PROFISSIONAL: HISTÓRIAS DE MÃES EMPREENDEDORAS”, como participante da pesquisa. Fui devidamente orientado(a) pela pesquisadora Deise Araujo das Chagas sobre a pesquisa, os objetivos, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Eu concordo que os dados coletados para o estudo sejam usados para os propósitos acima descritos. Além de ter sido informado(a) e assim permitido a divulgação dos meus dados e histórias de vida relatadas, fui informado(a) que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isso leve a qualquer penalidade.

_____, _____ de _____ de _____