

Da maternidade ao empreendedorismo: a história de vida de uma moça prenodada

Deise Araujo Chagas Costa¹

Rúbia Oliveira Corrêa²

Fabiano dos Santos Aragão³

Gustavo Dambiski Gomes de Carvalho⁴

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 uma mulher que empreende e dedica-se também à maternidade, fenômeno nomeado de *mumpreneurs* (Empreendedorismo Materno). Analisou-se, com base no modelo conceitual de Breen e Leung (2020), como o contexto relacional, as escolhas e os resultados relacionais colaboram para que a empreendedora Grasielly tenha optado 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** estudo de caso, utilizando-se da ferramenta história de vida oral para coleta do conteúdo. Os dados foram coletados com o auxílio de entrevista em profundidade e analisado por meio da técnica de análise de conteúdo. De forma particular, o contexto relacional destacou o quanto a maternidade e familiares puderam influenciar na decisão de Grasielly por empreender após tornar-se mãe. Sobre as escolhas relacionais, a mãe empreendedora obteve o apoio familiar necessário para sustentar a decisão profissional. Os resultados alcançados relacionam sucesso além de ganhos financeiros.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino; Empreendedorismo Materno; História de Vida.

From motherhood to entrepreneurship: the life story of a gifted girl

Abstract: Faced with the need to establish themselves socially, face the wage gap between genders and better manage the triple workday, which requires being great mothers and housewives, in addition to their professional activities, many women have started to undertake. This study focuses on a woman who undertakes and is also dedicated to motherhood, a phenomenon called *mumpreneurs* (Maternal Entrepreneurship). It was analyzed, based on the conceptual model of Breen and Leung (2020), how the relational context, choices and relational results collaborate so that the entrepreneur Grasielly has chosen to undertake after motherhood. As for the methodological procedures, the approach was of a qualitative and exploratory nature. The research was conducted with the aid of the case study method, using the oral life story tool for content collection. Data were collected with the aid of in-depth interviews and analyzed using the content analysis technique. In particular, the relational context highlighted how much motherhood and family could influence Grasielly's decision to undertake after becoming a mother. Regarding relational choices, the entrepreneurial mother obtained the necessary family support to support her professional

1 Mestra em Administração. PROPADM - Programa de Pós-Graduação em Administração. E-mail: <deise_chagas@yahoo.com.br>.

2 Dra. em Administração.

3 PROPADM - Programa de Pós-Graduação em Administração.

4 Centro Internacional de Tecnologia de Software – CITS. Dr. Eng. de Produção

decision. The results achieved relate success beyond financial gains.

Keywords: Female Entrepreneurship; Maternal Entrepreneurship; Life's History.

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.

Estudos revelam que o empreendedorismo contribui significativamente para o desenvolvimento econômico e social a partir da geração de emprego, trabalho e renda (WENNEKERS; THURIK, 1999; AHMED, *et al.* 2010; WIKLUND; WRIGHT; 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 estão em evidência 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; 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 da maternidade

Frente à possibilidade de melhor conhecer a temática, uma pesquisa na *ISI Web of Science* 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.

Este estudo ainda se apresenta como relevante para o ambiente dos negócios, sendo especialmente importante para todos os envolvidos no processo de conciliação das demandas naturais a maternidade e a gestão de negócios, sejam microempreendedoras, colaboradores e estudiosos do assunto, e para as futuras

mães. 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.

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 acima, o presente estudo analisou, com base na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorreram as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade.

Esta pesquisa utilizou-se da narrativa acerca da realidade de uma mulher que além de ser mãe é empreendedora, foi escolhida para este estudo de caso único por sua história singular apresentar relevância para o tema empreendedorismo materno. Sua história, por meio da estratégia de coleta de dados, história oral, permite extrair *insights* sobre a realidade do empreendedorismo materno, a partir do contexto de vida empreendedora, escolhas e resultados alcançados.

2 Empreendedorismo Materno

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 empresárias. 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).

Frente a esse cenário surgiu 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). O empreendedorismo materno, é considerado como desdobramento do empreendedorismo feminino (RICHOMME HUET; VIAL, 2014), também conhecido por *mumpreneurs* (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).

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.

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 suscitando 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. 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.

Joona (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 na escolha da atividade laboral 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 que são mães.

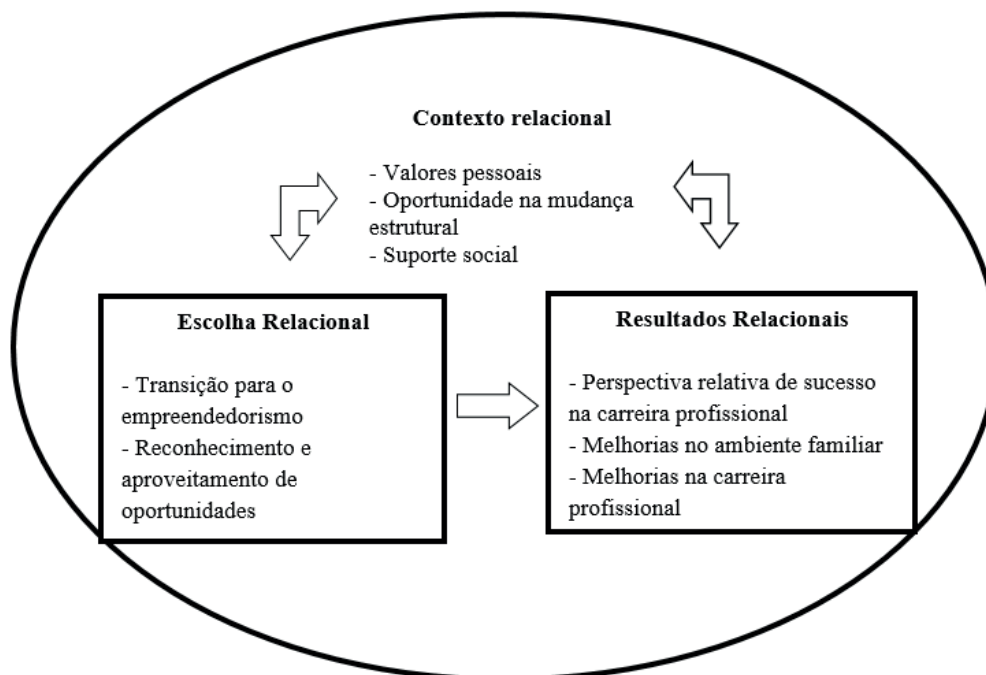
3 Modelo Conceitual de Breen e Leung

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), apresenta-

se a Figura 1, representação gráfica do modelo em questão:

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



Fonte: Breen e Leung (2020).

A seguir 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 uma mãe empreendedora 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.

4 Procedimentos Metodológicos

A presente pesquisa foi realizada com uma empreendedora que iniciou seu negócio após tornar-se mãe. Moça Prendada, razão social do empreendimento, localiza-se na cidade de Aracaju, estado de Sergipe. 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). Sendo classificada como interpretativista, já que a proposta consistiu em compreender os fenômenos por meio da visão de mundo da mãe empreendedora entrevistada. Afinal, é notório a compreensão da complexidade do ser humano e dos fenômenos sociais na busca do entendimento dentro de um determinado contexto (POZZEBON; PETRINI, 2011; ZIKMUND, 2000), dessa maneira tornou-se possível o entendimento do processo das escolhas profissionais realizadas por meio dessa mãe empreendedora.

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

Esta pesquisa também é qualitativa, do tipo de estudo de caso único. Eisenhardt (1988) vê o estudo de caso como uma estratégia com foco no entendimento da dinâmica presente no fenômeno estudado. Optando-se assim por utilizar a estratégia de pesquisa estudo de caso único, ou seja, uma investigação empírica que abrange planejamento, técnicas de coleta de dados e análise dos dados coletados (YIN, 2018), visando a compreensão aprofundada da história de vida empreendedora.

A técnica de coleta de dados adotada foi a História Oral Temática, que busca a partir de um assunto específico e da narrativa de um entrevistado sobre evento preestabelecido, detalhes da vida do narrador e as experiências pessoais, que adquirem interesse à medida que revelam aspectos vinculados à temática central (MEIHY, 2002). Sendo a entrevista a capacidade de resgatar descrições e interpretações dos outros, considerada por Yin (2018) como fonte essencial de informação para o estudo de caso.

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”.

Sendo assim, esta pesquisa se utilizou da narrativa acerca da realidade de uma mulher que além de ser mãe é empreendedora, foi escolhida para este estudo de caso por sua história singular apresentar relevância para o tema empreendedorismo materno. Onde no início não podia ser mãe, porém, com dedicação e persistência conseguiu percorrer uma trajetória de sucesso paralelo às realizações da maternidade, tornando-se mãe de três crianças. Sua história, por meio da estratégia de coleta de dados, história oral, permite extrair *insights* sobre a realidade do empreendedorismo materno, a partir do contexto de vida empreendedora, escolhas e resultados alcançados, conforme detalhamento relatado na próxima seção.

5 Apresentação e Análise da História Oral de Grasielly: a Moça Prendada

Família sempre foi algo de muito valor para a Grasielly, que sonhava ser mãe. Casada e inicialmente concursada na área da saúde. Aos 25 anos ela descobre estar grávida da sua primeira filha, Geovana. Sua gestação foi muito aguardada por todos, sendo que a maternidade já havia sido desacreditada pelos médicos,

após ter investido bastante dinheiro em inúmeros tratamentos para alcançar a tão sonhada gestação.

Com gravidez de risco, foi necessário muito repouso e medicações. 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.

“[...] antigamente todas as mulheres sabiam costurar. Mas ninguém nunca me ensinou a costurar, talvez aprendi observando, não sei! Eu sei que a minha mãe, quando eu fiquei grávida e de repouso, comprou uma máquina no supermercado para mim, pelo menos estava fazendo alguma coisa para o enxoval da minha filha, e eu fiz!” (GRASIELLY, 2021).

Foi o presente perfeito! Grasielly sonhava que tudo fosse vermelho, mas na 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 em 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” encomendava, comprava o tecido e a recém-mamãe produzia de acordo com o modelo desejado.

Nessa época Grasielly ainda era funcionária pública atuante na área da saúde e convivia diariamente com inúmeras pessoas. [...] *fui criada para ser funcionária pública*, afirmou a mãe empreendedora.

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. Inclusive destacou a forte influência das tias para o aproveitamento das oportunidades que surgiam.

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 adultos 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 frente ao número expressivo de clientes. A mãe de Grasielly tinha um papel muto importante nessa conjuntura: *“Então, hoje ela (mãe de Grasielly) me ajuda a criar meus filhos, ela mora com a gente. Tenho a tranquilidade de morar com a minha mãe, esse apoio*

é tudo na minha vida! Sabe o que é você ter sua mãe cuidando dos seus filhos?!” Relatou Grasielly.

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, que gerava considerada satisfação, 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, inicialmente pediu exoneração de apenas um dos empregos que possuía, embora a família não concordava, ou seja, as tias, avós, mãe e até mesmo o marido, em contrapartida destacavam-se por ser uma boa e indispensável rede de apoio. Ela afirma: *“o salário era limitado [...] ali (ateliê) 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”*.

Com a nova rotina, Grasielly passou a trabalhar externamente 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 não queriam pagar o que os produtos valiam, por acreditarem 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 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 diretamente no processo de crescimento da Moça Prendada e tornou-se um costureiro maravilhoso que fazia babado de vestido e 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 Suíça, bairro da região central de Aracaju, e tudo foi dando 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 Suíça 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*. Alguns digitais *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. E logo o público da Moça Prendada só ampliou.

Nesse momento de mudança para o bairro Suíça, 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 íterim 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.

Na oportunidade destacou que os negócios permitiram a ampliação da sua rede de contatos e destacou que todas as conquistas são vistas como sinônimo de sucesso na profissão. *“Não é sobre dinheiro, dinheiro faz toda hora, é sobre fazer sentido. De que adianta você ter aquele que é certinho que lhe paga mil reais, mas você não é feliz!”*

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!

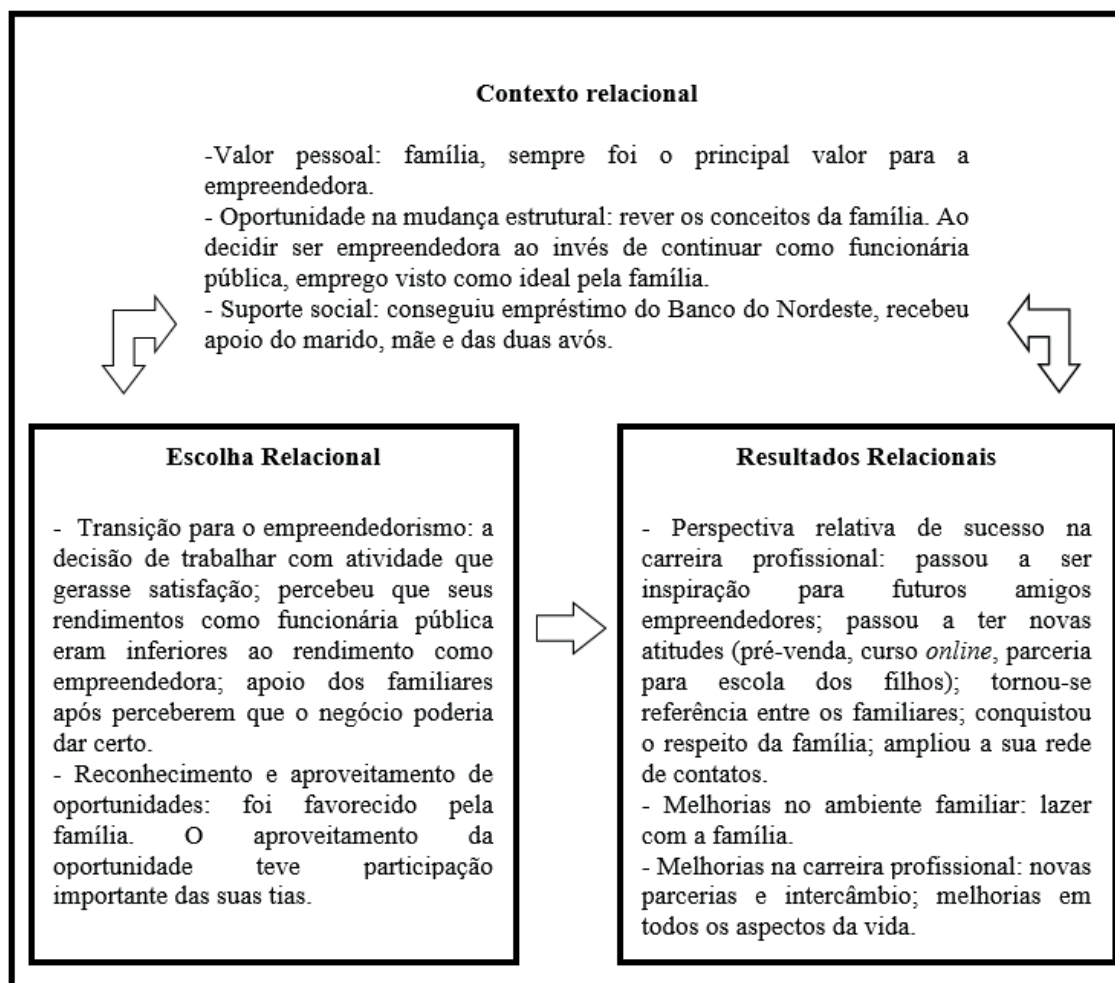
“Tudo melhorou! Ser indicada por cerimonialistas, por decoradora, lojas de tecido, e depois dessa história do curso, as lojas de tecido (indicam), tenho buscado desconto para mim, parcerias, porque, eu tô indicando as minhas alunas para comprar, e não é só a loja daqui não, é loja também de fora, que eu viajo, compro e estou conseguindo fazer um intercâmbio para as meninas também. Inclusive, já pensei, mas estou analisando ‘não sei que horas’ em virar personal Shopper das Costureiras daqui.”

A empreendedora está buscando um novo endereço para melhor atender suas clientes. Afirma 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.

“Lá em casa falam que eu sou a galinha dos ovos de ouro, que o que eu disser tem que acompanhar, porque dá certo. Então assim, eu tenho muito apoio. Esse assunto de se mudar (mudança de endereço), minha mãe odeia mudança. Dessa vez ela disse: ‘minha filha, vamos embora, porque aqui tá pequeno pra você’. Dessa vez os dois estão bem animados (marido e mãe de Grasielly), eles poderiam ficar um pouco frustrados, por já ter feito (mudanças) outras vezes, mas já os conquistei.”

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

Figura 2 – Mãe empreendedora Grasielly



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

6 Análise de Conteúdo da História Oral de Grasielly

Por meio da leitura e análise da história oral contada, foi possível realizar recortes dos assuntos que foram abordados por 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.

6.1 Contexto Relacional

O relato de Grasielly revelou que o empreendedorismo foi uma escolha profissional da mãe entrevistada. Sendo a família, citada como principal **valor pessoal** que influenciou na decisão por empreender após a maternidade. Grasielly afirmou colocar em prática habilidades desenvolvidas em família (Grasielly):

“Eu tenho minhas avós, porque antigamente todas as mulheres sabiam costurar. Mas ninguém nunca me ensinou a costurar, talvez aprendi observando, não sei! Eu sei que a minha mãe, quando eu fiquei grávida e de repouso, comprou uma máquina no supermercado para mim, pelo menos estava fazendo alguma coisa para o enxoval da minha filha, e eu fiz!” (GRASIELLY, 2021).

A decisão por empreender ainda é percebida como uma *oportunidade de realizar mudança na estrutura* da vida dessa mãe, pois é por meio do empreendedorismo que atendem e satisfazem suas aspirações pessoais e profissionais (BREEN; LEUNG, 2020). Assim, Grazielly teve a oportunidade de rever os conceitos da família ao decidir empreender. [...] *fui criada para ser funcionária pública*, afirmou Grazielly.

Quanto aos *suportes sociais* recebidos, esses são essenciais para o alcance dos objetivos da mãe empreendedora entrevistada. Grazielly citou o apoio recebido pelo Governo Federal, a partir do microcrédito. Segundo Breen e Leung (2020) 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). “*Então, hoje ela (mãe de Grazielly) me ajuda a criar meus filhos, ela mora com a gente. Tenho a tranquilidade de morar com a minha mãe, esse apoio é tudo na minha vida! Sabe o que é você ter sua mãe cuidando dos seus filhos?!*” Relatou Grazielly.

6.2 Escolhas Relacionais

A categoria analítica “escolhas relacionais” possui como elementos de análise, a transição para o empreendedorismo e o reconhecimento e aproveitamento de oportunidades.

Durante o processo de *transição para o empreendedorismo*, a mãe empreendedora entrevistada afirmou que a família é vista como grande incentivadora desse processo. Grazielly relatou a questão da confiança que a família passou a depositar no seu empreendimento, assim como trabalhar com atividade que gerasse satisfação e aumento dos rendimentos.

“Lá em casa falam que eu sou a galinha dos ovos de ouro, que o que eu disser tem que acompanhar, porque dá certo. Então assim, eu tenho muito apoio. Esse assunto de se mudar (mudança de endereço), minha mãe odeia mudança. Dessa vez ela disse: ‘minha filha, vamos embora, porque aqui tá pequeno pra você’. Dessa vez os dois estão bem animados (marido e mãe de Grazielly), eles poderiam ficar um pouco frustrado, por já ter feito (mudanças) outras vezes, mas já os conquistei.” (GRASIELLY, 2021).

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.

Quanto ao *reconhecimento e aproveitamento de oportunidades*, Grazielly destacou o apoio recebido de parentes (tias, avós, esposo, filhos etc.). Dessa forma, para a *mumpreneur* entrevistada, a existência da rede de apoio favoreceu o aproveitamento e reconhecimento das oportunidades para se tornar empreendedora.

6.3 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, 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. “*Não é sobre dinheiro, dinheiro faz toda hora, é sobre fazer sentido. De que adianta você ter aquele que é certinho que lhe paga mil reais, mas você não é feliz!*” Declarou Grasielly.

Quanto às *melhorias no ambiente familiar*, Grasielly afirmou que o lazer entre família foi melhorado. Assim os 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.

Sobre as *melhorias na carreira profissional*, Grasielly afirmou que as melhorias foram nos aspectos gerais de suas vidas, relatando assim melhorias na carreira que resultaram em novas parcerias e realização de intercâmbio.

“Tudo melhorou! Ser indicada por cerimonialistas, por decoradora, lojas de tecido, e depois dessa história do curso, as lojas de tecido (indicam), tenho buscado desconto para mim, parcerias, porque, eu tô indicando as minhas alunas para comprar, e não é só a loja daqui não, é loja também de fora, que eu viajo, compro e estou conseguindo fazer um intercâmbio para as meninas também. Inclusive, já pensei, mas estou analisando ‘não sei que horas’ em virar personal Shopper das Costureiras daqui.” (GRASIELLY, 2021).

Afinal, mulheres profissionais com filhos, quando conseguem equilibrar trabalho e a vida pessoal, colhem muitas recompensas, incluindo maior satisfação com a vida (BENNETT'S, 2007; HIRSHMAN, 2006).

7 Considerações Finais

Este estudo relatou a história de vida de Grasielly, uma mulher que empreende e dedica-se também à maternidade, fenômeno nomeado de *mumpreneurs* (Empreendedorismo Materno). Assim, analisou-se, com base no modelo conceitual de Breen e Leung (2020), como o contexto relacional, as escolhas e os resultados relacionais colaboram para que a empreendedora Grasielly tenha optado por empreender após a maternidade.

Sobre o contexto relacional, 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 entrevistada. Sobre o suporte social recebido, a família também obteve destaque. Ficou nítido que a família facilita a trajetória, pois colabora significativamente para os resultados alcançados do 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. Sendo o sucesso traduzido pela entrevistada Grasielly, com relação às 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. Desconstruindo assim a ideia de sucesso relacionado apenas a ganhos financeiros.

Logo, 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 da entrevistada 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. Vale destacar que em sua narrativa, Grasielly enfatizou as dificuldades enfrentadas durante o processo de empreender e ser mãe.

Por fim, é possível apontar direções para futuras pesquisas, sendo possível sugerir a realização de estudos quantitativos para testar o modelo aqui aplicado; 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; verificar o empreendedorismo materno no contexto de médias e grandes empresas; e 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, p. 278-308, 2000.

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**, (p. 75-93). London, England: Academic Press, 2008.

BENNETTS, L. **The feminine mistake: Are we giving up too much?** New York, NY: Hyperion, 2007.

- BREEN, R. H. LEUNG, A. Choosing mothering and entrepreneurship: a relationalcareer-life process. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 2020.
- 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.
- CROMIE, S.; HAYES, J. Towards a typology of female entrepreneurs. **The Sociological Review**, v. 36, n. 1, p. 87-113, 1988.
- 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.
- DUBERLEY J.; CARRIGAN, M. The career identities of mumpreneurs: women's experiences of combining enterprise and motherhood. **International Small Business Journal**, 2012.
- EISENHARDT, K. M. Agency and institutional theory explanations; the case of retail sale compensation. **Academy or Management Journal**, v. 31, p. 488-511, 1988.
- EKINSMYTH, C. Challenging the boundaries of entrepreneurship: The spatialities and practices of UK Mumpreneurs. **Elsevier. Geoforum**. Vol.4, n.2, p.104-114, 2011.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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**, v. 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, M.; BRUSH, C.; HISRICH, R. 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**, v. 44, n. 4, p. 440-468, 2019.
- 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.
- MIRCHANDANI, K. Feminist insight on gendered work: New directions in research on women and entrepreneurship. **Gender, work & organization**, v. 6, n. 4, p. 224-235, 1999.
- NEL, P.; MARITZ, A.; THONGPROVATI, O. Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon. **The International Journal of Organizational Innovation**. v. 3, n. 1, 2010.
- 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**, p. 51-72, 2013.
- 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.
- SABELLA, A. R.; EL-FAR, M. T. 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.
- SHAMBORA, J. **The global mentor matchup**. Fortune, Retrieved from. Disponível em: www.fortune.com/global500, 2008.
- 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, 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.

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

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.

YIN, R. K. **Pesquisa de Estudo de Caso e Aplicações: Design e Métodos**. 6ª ed. Thousand Oaks, CA: Sábio, 2018.

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