

***MUMPRENEUR* COMO ESCOLHA PROFISSIONAL: HISTÓRIAS DE VIDA**  
**AREA TEMÁTICA: 2. EMPREENDEDORISMO, STARTUPS E INOVAÇÃO**

## RESUMO

Este estudo concentra-se em mulheres que empreendem e dedicam-se também à maternidade, fenômeno nomeado de *Mumpreneur* (Empreendedorismo Materno). Neste trabalho analisa-se, com base no modelo conceitual de Breen e Leung (2020), como ocorreram as escolhas profissionais de mulheres que optaram por empreender após a maternidade. Quanto aos procedimentos metodológicos, a abordagem da presente pesquisa foi de natureza qualitativa e exploratória. Este estudo foi conduzido 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 das entrevistadas. 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

This study focuses on women who are entrepreneurs and dedicate themselves to motherhood, specifically named *Mumpreneur*. In this work, based on the conceptual model of Breen and Leung (2020), how to choose the professional choices of women who chose to undertake after motherhood. Regarding methodological procedures, the approach of this research was qualitative and exploratory in nature. This study was conducted with the aid of the biographical oral life history method. Data were collected with the help of 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 can influence women's decision to undertake after becoming mothers, a choice that was aligned with the interviewees' personal values. Regarding relational choices, entrepreneurial mothers obtained the necessary family support to support their 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 families of the interviewees.

**Keywords:** Female Entrepreneurship. Maternal Entrepreneurship. Choose Professional.

## 1. INTRODUÇÃO

Desejosas por flexibilidade, autonomia, autorrealização e por conquistar maior espaço nos arranjos sociais; na tentativa de romperem com paradigmas ao construir dois projetos de vida: carreira profissional e família estruturada, muitas mulheres passaram a vislumbrar a possibilidade de empreender (BOAS, 2012; FERREIRA; BASTOS; D'ANGELO, 2018; BANDEIRA; AMORIM; OLIVEIRA, 2020; BARBOSA *et al.*, 2021), o que a academia intitulou de empreendedorismo feminino (CINEGLAGLIA *et al.*, 2021)

Como desdobramento do empreendedorismo feminino, nos últimos anos, o empreendedorismo materno vem chamando atenção da academia (LIESHOUT *et al.*, 2019; BREEN; LEUNG, 2020), tal fenômeno é desenvolvido por mulheres que empreendem e dedicam-se também à maternidade (RICHOMME HUET; VIAL, 2014). Assim, faz parte da rotina dessas empreendedoras conciliar as demandas dos seus negócios e das suas vidas pessoais.

Frente à possibilidade de melhor conhecer a temática, pesquisas na *Web of Science do Institute for Scientific Information (ISI)* e em periódicos nacionais revelaram que ainda são incipientes os estudos sobre empreendedorismo materno. Logo, este estudo vem preencher uma lacuna ao contribuir teoricamente para promover conhecimento acerca da subtemática empreendedorismo materno no Brasil

Dentre os estudos acerca do tema, faz-se necessário destacar aqui o trabalho de Breen e Leung (2020), desenvolvido no Canadá, por meio de uma análise construcionista e relacional. As autoras propuseram um modelo conceitual a fim de responder ao apelo acadêmico por uma compreensão mais aprofundada acerca da escolha profissional empreendedora pós-maternidade. Segundo elas, o modelo conceitual desenvolvido oferece uma perspectiva única na compreensão das carreiras empreendedoras, localizando as mães empreendedoras dentro de seus contextos relacionais. Esses contextos justificam, em parte, a opção pelo empreendedorismo.

Entretanto, o modelo conceitual em questão carece ser mais bem apreciado e, por isso, Breen e Leung (2020) sugeriram testá-lo e expandi-lo em outros cenários, para então, consolidá-lo. Consideradas essas recomendações, o presente estudo aprofunda o modelo de Breen e Leung (2020), visto que o replica em um país subdesenvolvido (Brasil); ambiente econômico e cultural distinto daquele investigado no estudo original. Assim, na presente pesquisa analisa-se, com base na perspectiva relacional de Breen e Leung (2020), como ocorrem as escolhas profissionais de mulheres que foram motivadas a empreender após a maternidade.

Nesta pesquisa a coleta de dados se deu a partir de entrevistas em profundidade junto a mães microempreendedoras residentes em Sergipe, 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 (2022), a quantidade de Microempreendedores Individuais (MEIs) cresce consideravelmente, se aproximando de 15 milhões de MEIs ativos no Brasil. Dados asseguram que em Sergipe têm-se registrados aproximadamente 100 mil microempreendedores individuais, desses, cerca de 45,5% são do sexo feminino (SEBRAE, 2023; INFONET, 2023). Além disso, Sergipe destaca-se nacionalmente ao possuir a maior proporção de mulheres entre os donos de negócio do Nordeste e a segunda maior do Brasil. O Atlas dos Pequenos Negócios do Sebrae, em 2022, constatou que 37% dos pequenos negócios em Sergipe são comandados por pessoas do sexo feminino.

No mais, esse estudo justifica-se quando adotou uma nova lente para estudar o fenômeno “empreendedorismo feminino”, estabelecendo novos rumos para a

pesquisa. Isso porque, apesar dos avanços, tem-se ainda uma longa trajetória a ser construída diante do fenômeno em questão (Gomes *et al.*, 2014). Neste estudo são alinhados o empreendedorismo materno e o modelo relacional de Breen e Leung (2020), dando origem a uma nova lente do empreendedorismo feminino, a qual soma-se aos estudos já iniciados no Brasil em relação ao tema.

Acredita-se também que esta pesquisa se configura como relevante para o ambiente dos negócios e é especialmente importante para aqueles que atuam diretamente com o empreendedorismo feminino e materno, sejam microempreendedoras, colaboradores, 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 *mumpreneur*. 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.

## **2. EMPREENDEDORISMO MATERNO**

A escolha profissional de um indivíduo pode ser influenciada por diversos fatores, inclusive por valores pessoais (VALE CORRÊA; REIS, 2014; SCHAEFER *et al.* 2017; SOUZA; SILVEIRA; NASCIMENTO, 2018; MARCON; SILVEIRA; FRIZON, 2021). Mulheres, por exemplo, empreendem diante da necessidade de adentrar ao mercado de trabalho, para promoverem o próprio sustento, devido a dificuldade de ascensão aos cargos mais altos dentro das corporações, bem como, para desfrutarem de horários de trabalho mais flexíveis (FLORÊNCIO; PAULA, 2022; SILVA; KRAKAUER, 2023). O Empreendedorismo Materno (*Mumpreneur*), *desponta diante dessas condições*.

O *mumpreneur* consiste numa nova categoria profissional concebida por mulheres que necessitam conciliar a maternidade e os afazeres domésticos com a atividade empreendedora (SALGADO; JORGE, 2019; RICHOMME HUET; VIAL, 2014). Mulheres que, em sua maioria, dependem de suporte (redes de apoio) para optarem pelo empreendedorismo e para serem bem-sucedidas nessa profissão (HISRICH; PETERS, 2004; VALE; CORRÊA; REIS, 2014; BORGES; ANDRADE, 2023). No que tange a redes, Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007) destacam especialmente a importância do suporte prestado por familiares. No entanto, Teixeira *et al.* (2021) são mais extensivos quando afirmam que essas mulheres necessitam do apoio de toda a sociedade.

O empreendedorismo materno consiste num campo de pesquisa que almeja acompanhar o amadurecimento das mães que fazem a diferença na sociedade e no mercado de trabalho. Diante desse desafio, estudiosos passaram a investigar o fenômeno e conclusões interessantes já foram publicadas.

Os dados dos 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 de busca ((*entrepreneur\**) and (*mumpreneur\* or mother\* or motherhood\**)) e 17 artigos foram disponibilizados na íntegra. Após leitura dos respectivos resumos, apenas 08 abordavam o tema empreendedorismo materno.

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. 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. 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 encontrou-se junto a um subgrupo, talvez de até um quarto das crianças, essas 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 entre a maternidade, o 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 *empreendedora materna* encontra-se em: equilibrar demandas do trabalho e da vida pessoal, no senso de realização e satisfação consigo mesma, no aumento da renda, no ganho de respeito para equalizar o desequilíbrio de gênero e na independência de forma ampla. No entanto, existem alguns desafios para iniciar um empreendimento, a exemplo da falta de conhecimento, restrições de recursos, oportunidades limitadas de *networking*, estereótipos, dificuldades para conciliar as demandas do negócio e da vida pessoal.

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 atividades empresariais que podem ser desenvolvidas no próprio lar. 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 o *mumpreneur* consolida-se como uma subcultura do empreendedorismo. A supracitada autora acredita que o empreendedorismo materno é uma forma de empreendedorismo impulsionado, 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 *mães empreendedoras* 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. 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 pelo 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 no 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 estudo de Breen e Leung (2020), basilar nesta pesquisa, o qual apresentou uma análise construcionista e relacional das experiências de 13 mulheres canadenses que começaram seus negócios após a maternidade.

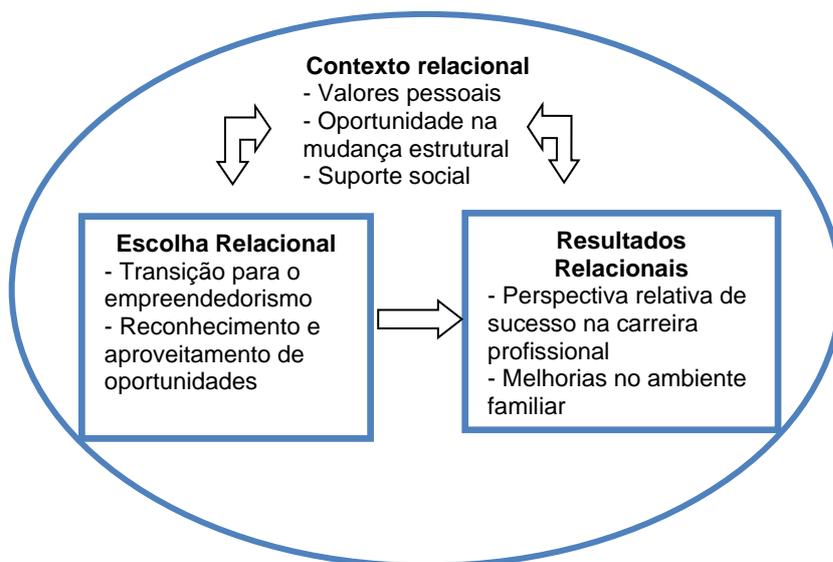
### **3. O MODELO CONCEITUAL**

No modelo conceitual proposto por Breen e Leung (2020), 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), 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):

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



Fonte: Breen e Leung (2020).

É importante frisar que o modelo em questão foi transcrito para o português, com validação da tradução realizada por professor de inglês, bilíngue. A seguir maiores detalhes acerca de cada categoria analítica (contexto relacional, escolha relacional e resultados relacionais) do modelo apresentado, 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: valores pessoais, oportunidade na mudança estrutural e suporte social. Esses elementos podem influenciar a escolha profissional de mulheres que se tornaram mães. Para as autoras, a maternidade tem o poder de alterar as trajetórias de carreiras de mulheres, visto que a fase em que mulheres se tornam mães pode proporcionar a oportunidade de reconsiderar o desenvolvimento da vida profissional. Surge assim o empreendedorismo como uma opção profissional, pois permite maior autonomia para que essas mães passem a viver alinhadas 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. Embora, a transição para a nova profissão seja uma decisão difícil, pode ocorrer com mais tranquilidade quando há suporte social, seja de familiares, amigos ou colegas de trabalho.

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. Podendo essas relações contribuir diretamente no reconhecimento de oportunidades empreendedoras, ou até mesmo na expansão do negócio. Segundo as autoras, as mulheres levam em consideração o estágio de desenvolvimento dos seus sistemas familiares, além de sofrerem influências das relações com outras pessoas, e de estarem 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. É o que explica as relações e o duplo direcionamento da seta que vincula “Contexto Relacional” a “Escolha Relacional”. Assim, em paralelo ao papel de mães, as mulheres também esperam e planejam continuar a seguir uma vida profissional ao lado da maternidade, ou seja, tornando-se mães empreendedoras.

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 simultaneamente, 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, exercendo influência e sendo influenciados pelo contexto relacional no processo evolutivo de desenvolvimento da vida profissional dessas mulheres que passaram a empreender após a maternidade.

Por fim, 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 parcialmente quando empiricamente aplicou o modelo junto a mães empreendedoras residentes em Sergipe. Para tanto, na próxima seção os procedimentos metodológicos deste estudo são apresentados e assim evidencia-se como seu objetivo foi alcançado.

#### **4. METODOLOGIA**

A pesquisa foi do tipo qualitativa e exploratória, visando a necessidade de melhor compreender o fenômeno empreendedorismo materno (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013). Gomes e Santana (2010) defendem que as pesquisas qualitativas da área de Administração poderiam ser ainda mais ricas com a adoção da História Oral. Dessa forma, neste estudo, as narrativas foram coletadas com o auxílio da técnica da História Oral Temática. Optou-se então por buscar, a partir de um assunto específico e da narrativa de um entrevistado sobre um evento preestabelecido, detalhes da vida do narrador e as experiências pessoais que adquirem interesse à medida que revelam aspectos úteis à informação temática central (MEIHY, 2002; CAPPELLE, BORGES, MIRANDA, 2010). Aqui, as escolhas profissionais de mulheres que foram motivadas a empreender após a maternidade foi o evento focal das histórias orais temáticas.

Esta pesquisa apresenta três narrativas de mães microempreendedoras que foram escolhidas por representarem mulheres que empreenderam após a maternidade. Para a coleta dos dados, entrevistas em profundidade foram realizadas presencialmente. As entrevistas foram gravadas após o consentimento das participantes e transcritas na sequência. Após transcrição dos relatos das histórias, cada mãe empreendedora realizou leitura e avaliação, aprovando suas respectivas narrativas.

O estudo em questão teve como base as categorias analíticas e os elementos de análise descritos no quadro 1. Esses foram baseados no modelo conceitual de Breen e Leung (2020); como se vê a seguir:

**Quadro 1 – Categorias e Elementos de Análise**

<b>Categorias Analíticas</b>	<b>Elementos de Análise</b>
Contexto Relacional	Valores pessoais; oportunidade na mudança estrutural e suporte social
Escolhas Relacionais	Transição para o empreendedorismo; reconhecimento e aproveitamento de oportunidades
Resultados Relacionais	Perspectiva relativa de sucesso na carreira profissional; melhorias no ambiente familiar e melhorias na carreira profissional.

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

## **5. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Nesta seção apresenta-se a análise do conteúdo das histórias orais temáticas de três mulheres que passaram a empreender após a maternidade. Todas as empreendedoras entrevistadas são jovens senhoras: Camila e Isadora possuem 32 anos, Grasielly declarou ter 33. Todas declararam-se casadas. O grau de escolaridade é variado: Grasielly possui curso técnico, Isadora graduação completa e Camila é pós-graduada. Camila e Isadora têm dois filhos cada, Grasielly possui três; todos os filhos citados são menores de idade.

A análise que segue foi orientada pelas categorias analíticas apresentadas no quadro 1 da seção metodologia, ou seja: Contexto Relacional, Escolhas Relacionais e Resultados Relacionais.

### **5.1. Contexto Relacional**

Os relatos revelaram que o empreendedorismo foi uma escolha profissional das mães entrevistadas. Mulheres empreendem por diversos motivos, no entanto, a literatura chama atenção para alguns deles; a saber: necessidade de adentrar ao mercado de trabalho, promoção do próprio sustento, dificuldade de ascensão aos cargos mais altos nas empresa possibilidade de desfrutar de horários de trabalho mais flexíveis (FLORÊNCIO; PAULA, 2022; SILVA; KRAKAUER, 2023 ) É válido salientar ainda 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, 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), ter mais proximidade dos filhos (Isadora), ou ainda colocar em prática habilidades desenvolvidas em família (Grasielly). Tal afirmação fica evidente nos relatos das entrevistadas:

*“O meu principal valor sempre foi família. [...] Percebi que a gente precisa colocar os nossos princípios, os nossos valores, o clima, a cultura*

*organizacional, vão depender das nossas crenças e não das crenças alheias”* (Camila, 2021).

*“Tem dias que eu fico pensando: meu Deus será que estou fazendo o correto para eles (filhos), será que eu estou sendo suficiente, porque é muita correria. Às vezes a gente se desgasta tanto e às vezes o tempo que a gente tem para eles é pouco, para eu ser empreendedora em casa a vantagem é essa: de estar com minha família”* (Isadora, 2021).

*“Eu tenho minhas avós, porque antigamente todas as mulheres sabiam costurar. Mas ninguém nunca me ensinou a costurar, talvez tenha aprendido 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).

É válido ressaltar que os valores pessoais influenciam atitudes e comportamentos, isso já vem sendo sinalizado em estudos que abordam a intenção empreendedora empreendedor (SCHAEFER *et al.* 2017; SOUZA; SILVEIRA; NASCIMENTO, 2018; MARCON; SILVEIRA; FRIZON, 2022). Assim, especialmente o valor família, justifica o comportamento empreendedor das entrevistadas neste estudo.

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. Camila vislumbrou a oportunidade de pôr em prática suas ideias empreendedoras.

*“Percebi que a gente precisa colocar os nossos princípios, os nossos valores, o clima, a cultura organizacional vão depender das nossas crenças e não das crenças alheias. Se hoje a ‘Bem Querer’ parar de existir, outra pessoa pode construir algo na proposta da ‘Bem Querer’, mas nunca vai ser igual, porque a nossa história é ímpar, e ninguém herda”* (Camila, 2021).

Para Isadora foi possível colocar em prática suas habilidades manuais e sua criatividade. Já Grazielly teve a oportunidade de rever os conceitos da família ao decidir empreender.

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. A fala de Grasielly destaca o quão é importante o apoio da família para a mulher que empreende e tem demandas maternas: *“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?!”* Questionou Grasielly.

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. Segundo os relatos seguintes:

*“Quando meu marido chegava do trabalho eu estava sempre cochilando. Era luta! Aí Heitor (3º filho) nasceu. Quando eu pensei que seria o pior momento, foi o melhor. Meu marido fazia o quê na moça prendada? Para ele era um hobby, se quebrasse uma coisa, ele consertava, ele não era envolvido, pelo contrário, ele até reclamava que eu vivia só para aquilo, que já não tava mais aquela pessoa, no final de semana já não saíamos mais, era só trabalhando, sempre me dedidando, porque eu tinha sepre encomenda. Eu disse: isso aqui está sustentando a casa faz tempo, a gente que não estava percebendo, então o que a gente tem para botar para a frente é isso aqui. Foi quando meu marido aprendeu a costurar!” (Grasielly, 2021)*

*“Minha rede de apoio é Davi (esposo). Em relação à identidade, minha página, datas comemorativas, criatividade, marketing, sempre quem me orienta é Davi. Em contrapartida, na família não temos esse olhar de apoio, eles são presos às formas tradicionais. Mas a gente entende por que eles têm medo da sobrevivência, da segurança” (Camila, 2021).*

*“Meu esposo sempre esteve ao meu lado. Apesar da correria dele, toda festa que ele pode, está comigo, me ajudando, nas feiras que eu vou para o shopping eu participo e ele está comigo. Quando eu não tenho outra pessoa para me ajudar, ele consegue, ele faz o que ele pode” (Isadora, 2021).*

Outros apoios foram indispensáveis, Grasielly citou o apoio recebido pelo Governo Federal, a partir do microcrédito. Breen e Leung (2020) enfatizaram que 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).

## **5.2. Escolhas 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 as fizeram transitar das suas antigas carreiras para o empreendedorismo. Verificou-se que as questões familiares estiveram presentes na justificativa de Isadora, uma vez que a família é vista como grande incentivadora desse processo. Isadora relatou a necessidade de estar perto dos filhos. Camila conta que a ideia de empreender teve início após casar-se, seu esposo sempre teve tino empreendedor e asseverava constantemente que ela não poderia ficar na dependência financeira de uma organização privada. E, diante disso, ela começou a treinar seu olhar para as oportunidades.

Já Camila destacou também os incentivos de outras empreendedoras que empreendem:

*“Minhas amigas são minha rede de apoio externa, é minha motivação. São seis mulheres que são referências, elas sobrevivem de empreender. Cinco tiveram muitas dificuldades, apenas uma que veio de raízes empreendedoras. Trocamos muitas figurinhas, elas sobrevivem de empreender” (Camila, 2021).*

Grasielly, por sua vez, optou por empreender após a maternidade a fim de trabalhar com uma atividade que gerasse satisfação e aumentasse seus rendimentos.

Dentre as possibilidades, estudos acerca do tema empreendedorismo feminino sinalizam frequentemente que muitas mulheres empreendem em busca de renda, carga horária flexível, de autonomia, possibilidade de autorrealização e ainda na tentativa de melhor conciliar demandas inerentes à carreira profissional e familiar (BOAS, 2012; FERREIRA; BASTOS; D'ANGELO, 2018; BANDEIRA; AMORIM; OLIVEIRA, 2020; BARBOSA *et al.*, 2021),

Quanto ao reconhecimento e aproveitamento de oportunidades, Camila e Grasielly destacaram o apoio recebido de parentes (tias, avós, esposo etc.). Já Isadora enfatizou a sua mobilização para participar de eventos e se envolver com os conteúdos do ramo. Detalhes podem ser vistos nos relatos abaixo:

*“Minha rede de apoio é Davi (esposo), uma outra pessoa é meu avô que sempre falou: vocês têm potencial para seguir com as ideias de vocês. Minhas tias também me ajudaram muito como inspiração, eu amo escrever, contar história, eu gosto muito”* (Camila, 2021).

*“Eu tenho umas tias que me ajudam, a minha família me ajuda mesmo. Finais de semana as minhas tias iam à minha casa para me ajudar a costurar. Minha avó chega ao ponto de dizer assim: quem está certa é Grazi, trabalha por conta própria, está criando os filhos dela, se não quiser trabalhar, fecha tudo e sai. Mas assim, foi uma construção, hoje eles me respeitam”* (Grasielly, 2021).

*“A feira foi uma porta aberta para mim, apesar das redes sociais, as feiras ajudam muita gente, claro que surgem amigos e pessoas que nos ajudam a crescer, por exemplo, fornecedores, sempre estão ali, graças a Deus, estão comigo, são amigos e me ajuda, um indica o outro, quando pode”* (Isadora, 2021).

Dessa forma, para as 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).

### **5.3. Resultados Relacionais**

Sobre os resultados vivenciados pelas mães empreendedoras, quanto ao sucesso na carreira profissional advindo da perspectiva relacional, Camila acredita que sua contribuição para a promoção de melhorias na vida da clientela está relacionada ao sucesso conquistado, o reconhecimento da qualidade do serviço que presta, assim como a manutenção dos antigos amigos, também é sinônimo do seu sucesso como empreendedora.

Isadora, assim como Camila, também acredita que manter os amigos revela o êxito na escolha da carreira. Para Isadora, sucesso também é obter parceria, praticando a relação ganha-ganha. *“Sucesso não é pensar somente em si próprio, mas sempre pensar no outro, sempre ajudando nas relações familiares, isso inclui respeito e cumplicidade”* - Relatou Isadora.

Já 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, conquistou o respeito da família e visualizou a possibilidade de servir de inspiração para futuros amigos empreendedores, ampliando sua rede de contatos. *“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.

Grasielly também 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 Camila, Grasielly destacou a conquista de novos relacionamentos como algo que sinaliza seu sucesso profissional. E ainda associou sucesso a ser referência, *“é o cliente parar e pensar: roupa de criança é na moça prendada!”*

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, Camila citou poder utilizar a prática do negócio no ambiente familiar; Isadora relatou o aumento do reconhecimento do seu talento entre os membros da família; e Grasielly afirmou que o lazer entre família foi melhorado. Quanto às 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.

As melhorias no ambiente familiar foram demonstradas nos relatos como importantes 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 entrevistadas destacaram os progressos nas suas carreiras de forma diversificada. Camila se viu mais criativa, com maior possibilidade de descanso, mais tempo para o autocuidado, melhoria financeira, empoderamento e autoconfiança: *“o colégio quis me convidar para trabalhar o dia todo, mas eu não quero, não quero abandonar o que para mim foi um resgate. Me sinto mais empoderada e autoconfiante”* - afirmou Camila.

Isadora relatou que conquistou sua independência financeira e um horário mais flexível de trabalho: *“A independência financeira, fazer o meu próprio horário, estou lutando por uma coisa que é minha, eu vendo cada dia aquilo crescer, as pessoas elogiando, isso para a gente é maravilhoso, tanto pessoalmente quanto profissionalmente”* - relatou Isadora.

Grasielly, por sua vez, afirmou que as melhorias foram nos aspectos gerais de suas vidas, sem tecer detalhes. Ainda relatou 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).*

Os resultados relatados acima vão ao encontro da argumentação de Moreira e Andreassi (2023), quando asseveram que o sucesso nos negócios para mulheres empreendedoras é traduzido por elementos subjetivos, como autonomia e capacidade de equilibrar família e trabalho. Tal achado difere do que é visto habitualmente quando se investiga a concepção de sucesso para empreendedores. Além disso, é interessante ressaltar que o sucesso relatado pelas entrevistadas, justifica-se em parte, pelo contexto e pelas escolhas relacionais que permearam o processo empreendedor dessas mães empreendedoras; conforme asseguram Breen e Leung (2020).

## **6. CONCLUSÃO**

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, três mães e microempreendedoras que residem Sergipe foram entrevistadas.

Visando o alcance do objetivo acima descrito, 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 entrevistadas.

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 das entrevistadas.

Sobre o suporte social recebido, a família obteve destaque; embora outros apoios foram relatados: do governo, de clientes e amigos. 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 por cada mãe empreendedora e, conseqüentemente, por cada negócio.

As escolhas relacionais, mais precisamente os aspectos da transição para o empreendedorismo e do reconhecimento e aproveitamento de oportunidades foram averiguados. Referente ao processo de transição para o empreendedorismo, aqui também se destacaram os familiares, citados como os principais incentivadores desse processo. Ressalva-se 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). 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.

A forma como ocorrem as escolhas profissionais das entrevistadas, as quais optaram por empreender após a maternidade, possibilitou constatar a forte interação entre o contexto, as escolhas e resultados relacionais presentes no modelo conceitual de Breen e Leung (2020).

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, ter-se-ia no modelo adaptado: “Mudanças no ambiente familiar” e “Mudanças na esfera profissional”.

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.

Por fim, é possível apontar direções para futuras pesquisas, tornando-se 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 BIBLIOGRÁFICAS**

BANDEIRA, P. B.; AMORIM, M.; DE OLIVEIRA, M. Z. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender.

**Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, 2020.

BARBOSA, H. M. A.; NETO, M. P. R.; CÂMARA JÚNIOR, S. L.; SILVA, P. M. M. Gerenciando o conflito trabalho-família no empreendedorismo feminino: evidências de um estudo com microempreendedoras individuais. *Revista de Gestão e Secretariado. Management and Administrative Professional Review*, v. 12, n. 2, p. 94-121, 2021.

BOAS, A. V. **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.

BORGES, J. Z.; ANDRADE, V. L. P. Mulheres empreendedoras e as estratégias de enfrentamento do estresse. **Cadernos de psicologia**, v. 5, n. 9, 2023.

BREEN, R. H.; LEUNG, A. Choosing mothering and entrepreneurship: a relational career-life process. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 2020.

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.

CINEGLAGLIA, M. N.; MIRANDA, M. G.; FRIEDE, R.; CAVALCANTI, M.T. Desafios do empreendedorismo feminino. **LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades**, v. 5, n. 3, p. 59-76, 2021.

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

FERREIRA, G. F.; BASTOS, S. A.P; D'ANGELO, M. J. A look at women's transition from formal labor to self-employment based on endogenous stimuli. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 19, 2018.

FLORÊNCIO, B. C.; PAULA, R. C. M. S. Motivações e desafios para o empreendedorismo feminino na cidade de Macaé. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 10, n. 2, 2022.

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.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P. A história oral na análise organizacional: a possível e promissora conversa entre a história e a administração. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 1-18, 2010.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P.; MARTINS, C. M. F. Empreendedorismo feminino como sujeito de pesquisa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 16, n. 51, 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.

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

INFONET. **SERGIPE ATINGE A MARCA DE 100MIL MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS**. 2023. Disponível em: <https://infonet.com.br/noticias/economia/sergipe-atinge-a-marca-de-100-mil-microempreendedores-individuais/>. Acesso em: 15.set.2023.

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

LIESHOUT, C. V.; SMITH, H.; MONTEBRUNO, P.; BENNETT, R. J. Female entrepreneurship: business, marriage and motherhood in England and Wales, 1851–1911. **Social History**. Volume 44, No. 4, 440-468. Doi:10.1080/03071022.2019.1656929, 2019.

MARCON, D. L.; SILVEIRA, A.; FRIZON, J. A. Intenção empreendedora e a influência das teorias do comportamento planejado e dos valores humanos. *Revista*

de Gestão e Secretariado. **Management and Administrative Professional Review**, v. 12, n. 1, p. 178–204, 2021.

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

MOREIRA, M. A.; ANDREASSI, T. Ensaio Sobre a Relação de Confiança e Mentoria entre Contadoras e Empreendedoras. **Contabilidade Gestão e Governança**, Brasília-DF, v. 25, n. 3, p. 455–470, 2023.

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

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

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, 2013.

SCHAEFER, R.; NISHI, J. M.; GROHMANN, M. Z.; LOBLER, M. L.; MINELLO, I.F. Valores pessoais, atitudes e intenção empreendedora: um estudo com estudantes de graduação em administração. **Revista Economia & Gestão**, v.17, n.47,p.123-143, 2017.

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 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](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. “Empreendedorismo informal no Brasil”. Page 43. capítulo 2. **Atlas dos pequenos negócios**. 38. 2022.

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

SILVA, P. A.; KRAKAUER, P. V. C. Motivos e oportunidades que levam as mulheres negras a empreenderem no brasil. **South American Development Society Journal**, v. 9, n. 25, p. 179, 2023.

SOUZA, R. dos S.; SILVEIRA, A.; NASCIMENTO, S. do. Ampliando a mensuração da intenção empreendedora. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 17, n. 2, p. 74-93, abr./jun. 2018.

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.

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.