



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS ANTÔNIO MARIZ – CAMPUS VII
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

JOSIELLE DAS NEVES GUEDES

**EMPREENDEDORISMO E GESTÃO FEMININA NO RAMO DE BELEZA DO
MUNICÍPIO DE ITAPETIM-PE**

**PATOS - PB
2019**

**EMPREENDEDORISMO E GESTÃO FEMININA NO RAMO DE BELEZA DO
MUNICÍPIO DE ITAPETIM-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso ou
Dissertação ou Tese apresentada ao Programa
de Bacharelado em Administração da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Administração.

Área de concentração: Empreendedorismo.

Orientador: Prof. Cinthia Moura Frade.

**PATOS - PB
2019**

G924e Guedes, Josielle das Neves.
Empreendedorismo e gestão feminina no ramo de beleza do município de Itapetim - PE [manuscrito] / Josielle Das Neves Guedes. - 2019.
31 p.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2019.
"Orientação : Profa. Esp. Cinthia Moura Frade ,
Coordenação do Curso de Administração - CCEA."
1. Empreendedorismo Feminino. 2. Gestão Feminina. 3. Mercado da Beleza. I. Título

21. ed. CDD 650.1

JOSIELLE DAS NEVES GUEDES

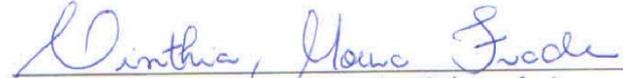
**EMPREENDEDORISMO E GESTÃO FEMININA NO RAMO DE
BELEZA DO MUNICÍPIO DE ITAPETIM-PE**

Artigo apresentada(o) ao Programa de
Graduação em Administração da
Universidade Estadual da Paraíba,
como requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em Administração.

Área de concentração:
Empreendedorismo.

Aprovada em: 30/05/2019.

BANCA EXAMINADORA


Prof. Esp. Cinthia Moura Frade (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Me. Francisca Rozângela Lopes de Sousa
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Esp. Francisco Anderson Mariano da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha família, pela dedicação, companheirismo e amizade, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pois é por Ele e para Ele que são todas as coisas. Foi Deus quem se fez minha rocha e me sustentou em todos os momentos por sua misericórdia e seu imenso amor por mim. A Ele toda minha gratidão e louvor.

À professora Cinthia Frade por ter aceitado me orientar, pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação, pela dedicação e paciência, e por todas as vezes que a mim foi transmitido seu conhecimento e me ajudado nos momentos em que me senti perdida. Minha eterna gratidão, carinho e admiração.

A minha mãe, Rosália, por ter me ensinado os valores da vida, por me apoiar e se fazer presente em todas as minhas conquistas, por ter sido um exemplo da pessoa na qual eu quero me tornar, pela dedicação e amor infinito. O que alcanço hoje é fruto dos teus esforços. Te amo!

Ao meu pai Joaquim, que embora fisicamente ausente, sentia sua presença ao meu lado, dando-me força, me guiando e me protegendo. Foi ele que me ensinou a ter paciência e que me mostrou a beleza das coisas mais simples. Saudades eternas!

A minha irmã, Joelline, afinal, irmãs são melhores amigas para a vida toda. Obrigada por ser um exemplo de dedicação na qual muitas vezes me espelhei. Obrigada pelo companheirismo e pelo carinho imenso.

A todos os meus familiares que direta ou indiretamente contribuíram para minha formação.

A todos os meus amigos que se preocuparam e me deram forças durante essa jornada. Em especial agradeço a Dayane Lopes, Bruna Sousa e Bruna Iara, que se tornaram meu porto e me fizeram mais forte, me deram suporte, me ajudaram e foram luz nos momentos que eu me senti sozinha.

Aos meus colegas e amigos de classe, Emanuela Mariz, Elson Rodrigues, Wallysson Monteiro, Janayna Antunnes, Angelica Costa e Railma Ferreira, por caminhar junto comigo, me entender e ser também minha fortaleza e meu incentivo durante esses anos, compartilhando todas as emoções e angustias de cada semestre.

Aos meus chefes Alan e Paula, e aos meus colegas de trabalho pela contribuição à minha carreira profissional e pelo suporte durante o curso.

A todos os meus professores da UFPB por compartilharem conhecimento e nos mostrar que conseguiríamos.

À coordenação e ao Departamento de Administração da UFPB, pois ao longo desses anos vocês estiveram presentes em minha vida acadêmica.

Sem todos vocês essa conquista não seria possível!

“O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX.” Jeffrey Timmons, 1990.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 Conceitos e definições sobre Empreendedorismo	12
2.2 Empreendedorismo Feminino	15
2.3 Estilo de Gestão Feminina	17
2.4 Mercado da Beleza no Brasil	18
3. ASPECTOS METODOLÓGICOS	19
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	21
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	28
ANEXO A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	31

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO FEMININA NO RAMO DE BELEZA DO MUNICÍPIO DE ITAPETIM-PE

Josielle das Neves Guedes*

RESUMO

O empreendedorismo tem avançado no Brasil e observa-se ainda a significativa presença das mulheres nesse meio. Partindo desse pressuposto, o presente trabalho teve como objetivo conhecer a gestão de negócios gerenciados por mulheres do ramo de beleza que atuam no município de Itapetim-PE, buscando identificar as motivações que levam as mulheres a empreender; compreender as aspirações das empreendedoras e; apontar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres na gestão dos seus negócios. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa, exploratória e caráter descritivo, tendo como método de coleta de dados, a entrevista semiestruturada com sete empreendedoras da cidade de Itapetim-PE. Com base nos resultados obtidos frente à realização do estudo, foi possível perceber, de modo geral, que as empreendedoras apresentaram como principal motivação para se abrir um negócio a busca de renda extra e realização pessoal, por outro lado, as dificuldades encontradas dizem respeito ao quesito financeiro e familiar. Ademais, em se tratando de gestão, buscam um relacionamento próximo com seus funcionários.

Palavras-Chave: empreendedorismo feminino, motivações, estilo e gestão.

ABSTRACT

Entrepreneurship has become prominent in the world, and the presence of women in this environment has been gaining more and more strength, acting as managers of their own businesses. Thus, the present work aims to understand the motivations, aspirations and difficulties, as well as the management style of entrepreneurs active in the Itapetim-PE market, seeking to better understand how women manage their businesses. For that, a research of exploratory nature and descriptive character was carried out. In addition, in order to respond to the proposed goal, a semi-structured interview with seven entrepreneurs from the city of Itapetim-PE was used as the method of data collection. Based on the results obtained in the study, it was possible to perceive that the entrepreneurs presented as main motivation to open a business is the search for extra income and personal fulfillment and the main difficulty was found in the financial and family. When it comes to management, they seek a close relationship with their employees. It becomes apparent that becoming an entrepreneur means being dynamic and flexible and, above all, being unexpected.

Keywords: female entrepreneurship, motivations, style and management.

* Aluna de Graduação em Administração na Universidade Estadual da Paraíba – Campus VII. Email: josielleguedes123@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Com a industrialização crescente do Séc. XIX, que atingiu inclusive o Brasil, houve um aumento da demanda por trabalhadores, o que acabou por levar um grande contingente de mulheres brasileiras, especialmente as solteiras, das famílias mais humildes a ingressar no trabalho assalariado nas fábricas (ROCHA-COUTINHO; COUTINHO, 2011).

Diante das incertezas do mercado e do desenvolvimento organizacional, nota-se a importância dos visionários, aqueles que arriscam de forma inovadora, se aventuram, planejam e executam. Dolabela (2006) mostra que, por meio da inovação, o empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico, pelo desenvolvimento social e dinamização do mercado.

O empreendedorismo tem avançado no Brasil, e a presença do público feminino tem se fortalecido nesse setor, pois as mulheres estão cada vez mais interessadas e envolvidas no universo do empreendedorismo. O que se percebe é que as mesmas não são somente mais uma simples mão de obra no mercado, elas viabilizam também a criação de muitas vagas de emprego.

É o que comprovam as pesquisas realizadas pela GME (*Global Entrepreneurship Monitor*), pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Essas pesquisas também apontam aspectos que podem dificultar a essa tomada de decisão, como fatores relacionados políticas governamentais e a falta de iniciativas para melhoria do ambiente para a abertura de um novo negócio, apoio financeiro etc.

O mercado que mais conta com a atuação da mulher como gestora é o da beleza e somente no Brasil existe mais de 1 milhão de empreendedoras na área (SEBRAE, 2016), e está em constante transformação e inovação. Para atender as necessidades dos consumidores atuais e ganhar a confiança dos mesmos em um mercado tão instável e que engloba tantos segmentos, como o da beleza, é necessário que profissionais que atuam nesse ramo estejam frequentemente se atualizando e se modernizando.

Frente ao exposto, o presente estudo foi realizado com as empreendedoras atuantes no segmento de beleza na cidade de Itapetim- PE, tendo em vista que é no setor de serviços que se encontra uma parcela significativa de atuação feminina e, além disso, o segmento de beleza tem destaque de atuação pelas mulheres empreendedoras do referido município.

Baseado nisso, a presente pesquisa busca responder: *Quais motivações, aspirações e dificuldades das mulheres empreendedoras do ramo de beleza no município de Itapetim-PE na gestão dos seus negócios?*

Sob esta ótica, o objetivo geral desse estudo é conhecer a gestão de negócios gerenciados por mulheres do ramo de beleza que atuam no município de Itapetim-PE. Para isso, foram traçados os seguintes objetivos específicos: Identificar as motivações que levam as mulheres a empreender; compreender as aspirações das empreendedoras e; apontar as dificuldades enfrentadas pelas mulheres na gestão dos seus negócios.

A importância desse tema envolve não somente pelo valor que o empreendedorismo tem para a economia, mas também pela relevância e força que a presença feminina trás para a área. A investigação desses empreendimentos pode ajudar também futuras empreendedoras e encorajá-las a abrir seu negócio, incentivando e fortalecendo o empreendedorismo feminino.

Do mesmo modo, esse trabalho também se justifica pelo fato de proporcionar um maior conhecimento e por um sentimento de identificação com o conteúdo abordado, por entender que é um tema de grande relevância para sociedade.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico é para Santos, Molina e Dias (2007, p. 139) “a parte do planejamento/projeto que apresenta o desenvolvimento de um texto sobre o tema, com base nos principais autores consultados, no qual o aluno não tentará esgotar o assunto, pois é um estudo ainda prévio da pesquisa”. Pelo exposto, o presente referencial teórico tem como finalidade explicar sobre os principais conteúdos acerca do assunto aqui discutido, a partir da visão de diferentes autores da área. Assim, a seguir, são elucidados conceitos e definições sobre empreendedorismo; empreendedorismo feminino e; estilo de gestão feminino.

2.1 Conceitos e definições sobre Empreendedorismo

O Empreendedorismo é definido como um comportamento e não como um traço de personalidade. Segundo esse ponto de vista, as pessoas podem aprender a agir como

empreendedores, usando ferramentas baseadas no interesse em buscar mudanças e novas oportunidades de negócios (MALHEIROS, 2015). Segundo Dornelas (2008) o empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. O empreendedorismo tem influência considerável na economia, é uma área vista como inovadora e agente de mudanças em uma comunidade.

Para Dolabela (2006) o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade. É uma pessoa que tem “um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal” (MCCLELLAND, 1972, p. 110.)

O empreendedorismo trata de criatividade, solução de problemas e visão estratégica (SEBRAE, 2016). O empreendedor deve ter como objetivo sempre buscar a inovação, capacitação e aperfeiçoamento dos produtos e serviços para atender às novas demandas do mercado, seja sua empresa de porte pequeno, médio ou grande.

O porte de uma empresa pode ser definido de acordo com seu faturamento anual, número de funcionários e atividades desempenhadas. O enquadramento das empresas pode ser dividido entre: microempresa (ME) que tem receita bruta anual inferior ou igual a R\$ 360 mil e não há restrições de modalidades de serviços, empresa de pequeno porte (EPP) com limite de faturamento anual de R\$ 4,8 milhões, microempreendedor individual (MEI) com o limite de faturamento anual o valor de R\$81 mil e sem sócios, ou ainda empresa normal que não tem limite de faturamento e receita bruta anual acima de R\$ 4,8 milhões. (SEBRAE)

Segundo estudos do GEM (2017), as taxas que dizem respeito à motivação do empreendedor a iniciar um negócio se dividem em empreendedorismo por oportunidade e por necessidade. Ainda de acordo com essa pesquisa, são considerados empreendedores por oportunidade aqueles que afirmam ter iniciado um negócio pelo fato de terem percebido uma oportunidade no ambiente, ao contrário daqueles por necessidade, que são classificados como aqueles que afirmam ter iniciado um negócio pela ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda. Os dados ainda mostram que 59,4% dos empreendedores iniciais brasileiros empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade.

Todavia, um futuro empresário que deseja entrar em um novo ramo, necessita de alguns requisitos imprescindíveis para quem deseja empreender, são eles: conhecimento do ramo do negócio que pretende assumir, aptidões empresariais e sensibilidade administrativa, capacidade de planejamento, capacidade de identificar e conviver com os

riscos, entre outras características que em conjunto formam o perfil do empreendedor (SANTOS, 2013).

Segundo Dornelas (2008) a decisão de se tornar empreendedor pode acontecer por acaso, devido a fatores externos, ambientais e sociais, a aptidões pessoais ou um somatório de todos esses fatores já citados. O processo empreendedor se inicia quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um novo negócio. Para mais, Dornelas (2008) apresenta as fases do processo empreendedor dividido em quatro etapas:

1. Identificar e avaliar a oportunidade: é a parte mais difícil, pois abrange o conhecimento, a percepção, o feeling do empreendedor para visualizar a oportunidade na hora certa.
2. Desenvolver o plano de negócios: essa é a fase que pode dar mais trabalho aos empreendedores iniciais, pois se trata de conceitos que devem ser entendidos e expressos de forma escrita em um documento que sintetize a essência da empresa, sua estratégia de negócio, mercado, competidores etc.
3. Determinar e captar os recursos necessários: determinar os recursos necessários é consequência do que foi feito e planejado no plano de negócio. A captação de recursos pode ser feita de várias formas.
4. Gerenciar a empresa criada: na hora de colocar as ações planejadas em prática, começam a surgir os problemas. É aí que entra o estilo de gestão do empreendedor na prática, que deve reconhecer suas limitações e saber, antes de qualquer coisa, recrutar uma excelente equipe de profissionais para ajudá-lo a gerenciar a empresa, implementando ações que visem a minimizar os problemas, e identificando o que é prioridade e o que é crítico para o sucesso do empreendimento.

É sabido que nem todo empreendimento obtém sucesso em seu setor, na realidade, para alcançar um possível sucesso, é necessária uma campanha que apresente inovação para assegurar um lugar de destaque. Drucker (2002) descreve a inovação como função específica do empreendedorismo.

Além de ser um fator crucial para o desenvolvimento socioeconômico de um país, e de apresentar novas oportunidades para quem investe na empresa, o ato de empreender gera mais postos de trabalho e novas fontes de renda. São pessoas que assumem riscos e tomam iniciativas. Dolabela (2006) complementa dizendo que empreendedor é um insatisfeito que procura transformar essa insatisfação em novas ideias e oportunidades para si e para os outros.

Empreender, então, é transformar ideias em novas oportunidades, se arriscar e

arriscar o seu capital para colocar essas ideias e sonhos em um plano e torná-los real, a fim de solucionar problemas e gerar lucros. (DORNELAS, 2008)

Em países como os Estados Unidos, o ato de empreender é antigo, e as técnicas empreendedoras são utilizadas há anos. No Brasil, o empreendedorismo começou a ser propagado na década de 1990, antes disso, praticamente não se falava sobre empreendedorismo, é o que destaca Dornelas (2008, p.26):

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas.

Para Dornelas (2008), essas entidades são capazes de fortalecer o empresário e torná-lo capaz de atender o público, lidar com o atual mercado e a tomar decisões cientes dos riscos que elas proporcionam. Portanto, empreender não é somente uma denominação para alguém que vai abrir um novo negócio, é preciso ter visão, competência e disposição.

Um bom empreendedor é capaz de motivar as outras pessoas como a si próprio através de sua visão e valores para alcançar um objetivo. Dolabela (2006, p. 34) complementa dizendo: “É fácil perceber que a perseverança é um atributo de quem gosta muito do que faz. A liderança nasce da capacidade de convencer pessoas a nos apoiar e seguir”.

Os elementos que descrevem um empreendedor são: superação, criatividade, iniciativa, energia, valor, compromissos e risco (HASHIMOTO, 2009). Portanto, o que distingue os empreendedores dos demais é sua vontade de vencer, se antecipar e prever um futuro que muitos outros não conseguem ver, introduzir ideias inovadoras e persistir nos seus objetivos (DORNELAS, 2008).

Um empreendedor consegue se adaptar às mudanças que ocorrem em seu ambiente de atuação. Mesmo que um empreendimento não tenha o sucesso esperado, o empreendedor consegue se motivar o bastante para aprender com o fracasso e fazer dele uma lição para não errar da próxima vez (DOLABELA, 2006).

2.2 Empreendedorismo Feminino

Os conceitos de empreendedorismo não fazem distinção de gênero, visto que as características empreendedoras são encontradas em homens e mulheres. Porém, no Brasil,

o empreendedorismo feminino vem ganhando força no mercado com o passar dos anos (FRANCO, 2014). Desde a Revolução Industrial, a mão de obra feminina passou a ser solicitada fora de casa, tendo em vista que antes disso, as mulheres não eram consideradas capazes de assumir um trabalho fora do lar, entretanto, após a revolução, a produção em massa se fez necessário, e o número de mulheres empregadas aumentou significativamente (PESSOA, 2015).

No Brasil, a ingressão da mulher no mercado de trabalho se deu em meados de 1970, quando surgiram movimentos sindicais e feministas no país, como a Comissão Nacional da Mulher Trabalhadora, que deu mais visibilidade às mulheres dentro dos movimentos sindicais. Mas foi com a Constituição Federal de 1988 que a mulher ganhou igualdade jurídica, sendo reconhecida como tão capacitada quanto o homem (PESSOA, 2015).

Constituição Federal de 1988, no Art. 7º - Direitos Sociais, em seu caput diz: São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social. No mesmo Art. Inciso XX diz: proteção do mercado de trabalho da mulher, mediante incentivos específicos, nos termos da lei. Atualmente, a sociedade vem alcançando novos patamares no campo empresarial, e as mulheres fazem parte dessa conquista como gestoras.

Durante muitos anos, as mulheres não eram tão vistas em cargos altos, como CEO (*Chief Executive Officer*), gerentes, sócias, entre outros. A maioria desses cargos era exercidos por homens. Porém, isso foi mudando através dos anos, e hoje elas mostram que têm a mesma capacidade que o gênero masculino de exercer papéis de liderança na sociedade. (HRYNIEWICZ; VIANNA, 2018)

De acordo com Silveira e Gouvêa (2008), as principais características da mulher que opta por empreender são: motivação, sonho, criatividade, ousadia, foco, competência, coragem, habilidade, persistência, dinamismo, versatilidade, conhecimento, preparo, aperfeiçoamento constante e muita perseverança.

De acordo com a GEM (2017), a taxa total de empreendedorismo (TTE) foi de 36,4%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos, 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora no ano de 2017. Porém, ainda de acordo com a GEM (2017) quando analisadas as taxas de empreendedorismo total por gênero em 2017, verifica-se que os homens são ligeiramente mais empreendedores que as mulheres, uma diferença de quase três pontos percentuais, e entre os empreendedores estabelecidos essa diferença é superior a quatro pontos. Contudo, se observados isoladamente, a

pesquisa mostra que dos empreendedores iniciais, as mulheres superam os homens em quase um percentual.

O que se pode observar, segundo Gimenez (2010), é que possíveis causas atreladas a desistência das mulheres diz respeito às dificuldades de acesso a financiamento e, muitas vezes, são discriminadas em processos sucessórios nas empresas familiares. De acordo com Cramer *et al* (2012, p. 54) “as mulheres elaboram um sentimento de culpa alimentado pela família e por elas próprias, em função da necessidade de abrirem mão do tempo destinado a convivência com a família e de suas tarefas de “mãe” e “esposa” para se dedicarem aos negócios”.

Quando se trata de empreendedorismo feminino, razões econômicas, sociais e psicológicas influenciam as mulheres a tomarem decisões e a se motivarem a seguir em busca de um negócio próprio (FRANCO, 2014). Para Rocha-Coutinho (2011), em grande parte dos casos, a mulher busca no empreendedorismo uma alternativa para gerar renda extra, seja pela necessidade de contribuir para o aumento da renda familiar, seja para seu sustento, além da busca por maior reconhecimento na sociedade, que mesmo nos tempos atuais, ainda apresenta traços de preconceito e discriminação diante da inserção do gênero feminino no mercado de trabalho.

A mulher é espontaneamente líder e seus atributos são o que fazem a diferença no atual conceito de liderança. Villas Boas (2010) afirma que existem diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino, afirmando que as mulheres têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa.

2.3 Estilo de Gestão Feminina

Os números de empreendimentos dirigidos por mulheres têm aumentado significativamente, e vêm se tornando negócios sólidos e de sucesso (SOUZA; MELO; OLIVEIRA, 2010). Pode-se atribuir isso ao fato de que as mulheres tendem a medir mais detalhadamente as consequências de longo prazo, enxergando um mercado mais além. De acordo com Souza, Melo e Oliveira (2010) o estilo empreendedor feminino pode ser caracterizado como claro, cooperativo e com ênfase na qualidade, com estruturas simples, comportamento estratégico inovador.

Ainda de acordo com os autores citados, vários estudos acerca do estilo gerencial

feminino mostram que as mulheres assumem um papel de encorajar seus colaboradores, partilhar o poder e a informação, estimular e motivar trabalhador. “Preferem liderar pela inclusão e recorrem a seu carisma, experiência, contatos e habilidades interpessoais para entusiasmar os outros” (ALENCAR; MOURA, 2016).

Mulheres desenvolvem um estilo singular de gestão, tendo em vista que suas abordagens de liderança são frutos de aprendizagens de infância sobre valores e comportamentos voltados para a interação (PESSOA, 2015). Para exemplificar melhor, Alencar e Moura (2016 p. 91) descrevem que o estilo de gestão feminina “têm como particularidade natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento e vontade de ajudar” e ainda complementam afirmando que essas características auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso.

Pessoa (2015) afirma que as empreendedoras visam atingir um equilíbrio entre a vida profissional e a pessoal, combinando ambas as responsabilidades, e buscam utilizar de diferentes abordagens estratégicas para lidar com as demandas do negócio e da família.

Há uma tendência de que as mulheres apresentem um perfil de liderança mais claro quanto aos seus objetivos. Por esse motivo, a estrutura organizacional dessas empresas assemelha-se a uma roda, na qual a proprietária se encontra no centro, conectada diretamente com seus funcionários e estes, unidos um ao outro ao longo da borda (PESSOA, 2015). Ademais, as mulheres conseguem lidar com várias tarefas ao mesmo tempo (FRANCO, 2014).

Portanto, essas capacidades citadas acima dão às mulheres um ponto positivo rumo ao sucesso. Elas demonstram esse estilo peculiar de administrar, utilizando diferentes formas para conquista da sintonia entre a vida pessoal e a profissional (FRANCO, 2014).

2.4 Mercado da Beleza no Brasil

A área de beleza está em constante desenvolvimento e crescimento e com diversas áreas as serem exploradas, como higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Empreendimentos na área de serviços de beleza ocupam um espaço significativo no setor de serviços. Estudos realizados pelo Sebrae entre os anos de 2015 e 2016 revelam que o mercado da beleza ocupa o 3º lugar no ranking de maior volume de empresas no Brasil. Além disso, os mesmos estudos mostram também que o Brasil ocupa a terceira posição no mercado global em beleza, estando atrás somente da China e dos Estados Unidos.

Segundo levantamento realizado pelo SEBRAE (2016), recolhendo dados do IBGE, um total de 6,6 milhões de empreendedores, mais de 1 milhão é de empreendedores da beleza. Além disso, a GEM (2015) mostra que as mulheres empreendedoras do ramo da beleza na categoria de empreendedores iniciais, representam 13% do total nesta categoria.

Os relatórios ainda mostram que empresas de serviços na Área da Beleza (Cabeleireiros, Manicure e Pedicure) contaram em 2012 com 75.383 empresas iniciadas, e em dois anos, a taxa de sobrevivência chegou a 90%, um índice alto relacionado aos demais segmentos de serviços. Nas atividades de Estética e outros serviços de cuidados com a beleza, o número de empresas iniciadas chegou a 32.273, chegando a 88% sua taxa de sobrevivência em dois anos. Isto significa também maior número de Empresas formalizadas.

Outra pesquisa realizada pelo SEBRAE em um relatório especial “Os Negócios mais Promissores em 2018” aponta que as atividades associadas à estética e beleza têm sistematicamente se mantido entre as que mais criam novos MEI, todos os anos, desde 2009. Além de estarem associadas com as tendências mais amplas da sociedade. São, em geral, serviços pessoais, favorecidos pela tendência das pessoas se preocuparem, cada vez mais, com as necessidades de estética e beleza.

Além disso, a pesquisa da GEM (2014) apontou que o Nordeste é a região mais empreendedora do país, com uma taxa de 36,4%, o que corresponde a 12,6 milhões de empreendedores. Outro dado revelado na pesquisa é quanto ao gênero dos empreendedores. Entre os empreendedores iniciais 55,4% são mulheres, enquanto 44,6 % são homens.

Por consequência, a fim de atender as demandas desse setor, e ainda por ser uma área de alta demanda feminina, os profissionais de beleza devem ser criativos, inovadores e bem capacitados para poder proporcionar a seus clientes experiências únicas.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é classificada como descritiva, pois busca descrever as motivações e desafios enfrentados pelas empresárias no mercado de trabalho. Segundo Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno de forma clara e objetiva.

Devido à falta de dados sobre a quantidade de empresárias femininas no ramo da

beleza na cidade, o universo não pôde ser identificado. Neste caso, a amostra utilizada para esta pesquisa pode ser classificada como não probabilística por acessibilidade. Na amostragem não probabilística não são utilizadas leis estatísticas, dependendo dos critérios do pesquisador. Segundo Pradanov e Freitas (2013), a amostragem não probabilística consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população.

Nesta pesquisa, a amostra que participou dessa pesquisa foi escolhida por acessibilidade devendo obedecer aos seguintes critérios:

- a) Ser mulher e empresária;
- b) Estar trabalhando no ramo da beleza;
- c) Ter seu estabelecimento em Itapetim-PE.

Obedecendo a estes critérios, a amostra desta pesquisa foi composta por sete mulheres, as quais forneceram os dados coletados.

O tipo de pesquisa adotada foi a exploratória, pelo fato de ser bastante específica e permitir ao pesquisador aprimorar as ideias com os dados obtidos e construir hipóteses que justifiquem o fenômeno. Na pesquisa exploratória o objetivo é examinar um tema ou problema de pesquisa pouco estudado, do qual se tem muitas dúvidas e não foi abordado antes (SAMPIERI; COLLANO; LUCIO, 2006). Ou seja, proporcionar maior afinidade com o problema. O objetivo aqui é torná-lo o mais claro possível, proporcionando uma visão geral acerca de como as empreendedoras estudadas conseguem gerir seus negócios e quais foram suas motivações e seus maiores desafios.

A fundamentação teórica foi feita através de pesquisa bibliográfica. Os estudos apresentados foram encontrados em meios eletrônicos como livros e pesquisas relacionadas ao tema de empreendedorismo, empreendedorismo feminino, gestão e o ramo da beleza no Brasil. Prodanov e Freitas (2013), na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos e as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar.

Para a análise dos dados, essa pesquisa fez uso da abordagem qualitativa fundamentado nas experiências das participantes. Para Prodanov e Freitas (2013) a pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. Acevedo e Nahara (2010, p. 31) dizem que o enfoque qualitativo almeja “[...] descrever comportamentos de variáveis e situações”.

Além disso, o presente estudo utiliza o método de levantamento de dados por meio de um roteiro de entrevista semiestruturada, construído tomando como base o referencial teórico da pesquisa, com o intuito de coletar o maior número de informações possíveis. De acordo com Barros e Lehfeld (2000) entrevista estabelece uma conversa amigável com o entrevistado e busca levantar dados que possam ser utilizados para análise. A entrevista semiestruturada permite que as empreendedoras fiquem à vontade para expressar suas opiniões, conhecimentos e experiências. Desse modo, foi possível entender melhor suas motivações e a maneira como gerenciam seus empreendimentos. Vale salientar que o roteiro de entrevista foi construído, tomando como base o referencial teórico discutido na presente pesquisa, buscando alcançar os objetivos traçados e responder ao problema de pesquisa delineado.

As entrevistas foram realizadas no período de 27/04/2019 a 03/05/2019, nas respectivas casas ou estabelecimentos das entrevistadas, de acordo com a disponibilidade de horário de cada uma.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste estudo, foram selecionadas 7 (sete) empreendedoras, conforme os critérios apresentados anteriormente. Abaixo, apresenta-se o perfil das entrevistadas, como também os das empresas pesquisadas. Para preservar o anonimato, não será revelado o nome das empresas, e as empresárias serão apresentadas com a seguinte denominação: E1, E2, E3, E4, E5, E6 e E7.

Quadro 1 – Perfil das Entrevistadas

PERFIL DAS ENTREVISTADAS									
	Idade	Formação	Estado civil	Filhos	Primeiro negócio	Outro empreendedor na família	Possui outra fonte de renda	Sócios	Fonte do recurso
E1	42	Pós graduação em pedagogia	Solteira	3	Sim	Sim	Sim	Não	Própria

E2	41	Fundamenta l Completo e cursos de especializaç ão	Solteira	2	Sim	Sim	Não	Não	Própria
E3	25	Graduação Incompleta	Solteira	0	Sim	Não	Não	Não	Própria
E4	37	Técnico em análises clínicas e cursos de especializaç ão	Casada	2	Não	Não	Não	Não	Própria
E5	21	Graduação Incompleta	Solteira	0	Sim	Sim	Não	Não	Própria
E6	25	Graduada em Biologia	Solteira	0	Sim	Não	Sim	Não	Própria
E7	56	2 Grau completo	Casada	1	Sim	Não	Não	Não	Própria

Fonte: Dados da Pesquisa

Quadro 2 – Perfil das Empresas

PERFIL DAS EMPRESAS			
	Porte da empresa	Ano/fundação	Número de funcionários
E1	Microempresa	2003	1
E2	MEI	2013	0
E3	MEI	2016	0
E4	Microempresa	2013	1 (3 em épocas de pique)
E5	MEI	2012	0
E6	MEI	2016	0
E7	Microempresa	2003	1

Fonte: Dados da Pesquisa

Depois de observado o quadro, percebe-se que a maioria das

empreendedoras é solteira, tem em média de 1 a 3 filhos, possui uma média de atuação de 3 a 6 anos, com exceção das empreendedoras E1 e E7, que estão no mercado há mais de 15 anos, não possuem sócios e iniciaram seus trabalhos com recurso próprio. Após exposição do perfil das empreendedoras e das empresas, passa-se para a análise dos dados coletados através das entrevistas realizadas.

Iniciou-se a entrevista perguntando quais os motivos/razões que levaram as empreendedoras a iniciar seus negócios, compreendendo que a razão para empreender pode ser dividida em um ponto de vista econômico entre: necessidade e oportunidade. As entrevistadas E1, E2, E6 e E7 afirmam que suas motivações iniciais foram a necessidade de uma renda extra, contudo, E2 e E6, juntamente com E4 revelaram também a motivação proveniente de ter seu próprio negócio. A E3 declara que suas motivações foram a independência financeira e crescimento pessoal. Já a E5 diz que começou seu empreendimento por gostar da área.

Essa perspectiva é discutida e corroborada por Franco (2014) e Rocha-Coutinho (2011), ao evidenciarem em seus estudos que as maiores motivações para que as mulheres comecem a empreender estão ligados a razões econômicas, seja por necessidade de ajudar em casa, seja por uma renda extra, seja por razões sociais e psicológicas.

Em seguida, foi indagado se as empreendedoras sofreram influência de alguém para iniciar seu negócio. De acordo com as entrevistas, somente A3 e A7 afirmam ter recebido influência. A E3 revela que sua amiga a ensinou técnicas e influenciou no início de seu empreendimento; e a E7 conta que sua irmã foi sua influência, já que a empreendedora iniciou seu negócio para ajudar a irmã que também estava desempregada.

Sobre os objetivos pretendidos no início do negócio e os objetivos atuais, as entrevistadas afirmaram que os iniciais fizeram relação com as suas motivações, ou seja, não ficar desempregada, necessidade, precisar de renda extra, conforme discutidos anteriormente. Neste momento do negócio, E2 destaca que o objetivo é crescer, assim como, E4 e E6, que acrescentam, além desse, a vontade de obter mais conhecimentos, corroborando com a visão de E3 e E5, que também apontam sobre o interesse em buscar aprimorar os conhecimentos. Ademais, E2, E3, E4, E5 e E6 pontuam que expandir seus negócios é um de seus objetivos pessoais, diferente de A1 e A7, que relataram não ter interesse pela expansão dos empreendimentos.

Frente ao cenário exposto, Amorim e Batista (2012) acreditam que a necessidade financeira é um grande fomentador. Outra motivação presente é a possibilidade de complementar a renda familiar.

No que se refere às forças e fraquezas e características pessoais das empreendedoras pesquisadas, assim como a influência dessas características na gestão do empreendimento, todas pontuaram como características pessoais à persistência e a força de vontade, além de outros atributos como: “organização” E1, E3, E4 e E5; “responsabilidade” E1, E2, E7; “humildade” E3; “paciência” E6; “fácil comunicação” E7. Além disso, uma característica descrita por todas foi a colaboração.

Com relação às forças, as participantes E1, E4 e E7 consideram persistência como um ponto forte. E1 e E4 também citaram a organização como força, o que também foi pontuado por E3 e E5. Já E7, E2 e E6 apontam o bom atendimento ao cliente. No que diz respeito às fraquezas, os pontos citados por E5 e E1 foi a “falta de paciência” para lidar com os clientes mais difíceis. Por outro lado, a “falta de tempo para buscar mais conhecimento na área” foi ressaltada pelas entrevistadas E3, E4 e E6. Outro ponto citado pela E4 foi ao que diz respeito a cumprir horários com os clientes, a empreendedora explica que trabalha com horário marcado, mas que às vezes o cliente tem que ficar esperando muito tempo, pois ela ainda não tem terminado de atender outro cliente. A E7 admite que sua maior fraqueza/defeito é o seu “cartão pessoal”, sua aparência, modo de vestir etc, afirmando que trabalha com roupas simples. Já a empreendedora E2 acredita que sua fraqueza é a falta de organização do espaço de trabalho.

Sobre a gestão feminina, Alencar e Moura (2016); Pessoa (2015); Franco (2014) mostram que a mulher consegue lidar com várias tarefas ao mesmo tempo e trazem para sua vida profissional um estilo de gestão diferenciado tendo em vista que sua liderança são frutos do que aprenderam na infância. Com base nisso, foi perguntado sobre aspectos relacionados a liderança e relação com os colaboradores nos empreendimentos.

Vale a pena salientar que a maioria das empreendedoras trabalha sozinha e não têm colaboradores, apenas as empreendedoras E1, E4 e E7 possuem empregados. Ressaltando que a E4 ainda contrata mais pessoas em épocas de maior movimento. Os exemplos dados pela entrevistada fora: festas juninas e época de final de ano.

E1 apresenta sua gestão como organizada e de igualdade; E2 avalia sua gestão e liderança como “amigável (...) de igual para igual”; E3 afirma que seu estilo de gestão e liderança é pautado na responsabilidade e humildade, afirmando ainda que vê seus colaboradores como iguais. E4 revela que reconhece sua liderança e sabe que existe uma relação “patrão e empregado”, porém, que procura enxergar e tratar seus colaboradores como iguais. E5 também frisa que através de sua liderança almeja “passar confiança para clientes e parceiros”. Para a E6, sua gestão é colaborativa e prestativa com seus

colaboradores e clientes. E7 considera sua gestão e liderança como participativa, aberta a sugestões de clientes e empregados e prestativa para com aqueles que trabalham com ela.

Percebe-se que a maioria das entrevistadas frisa sobre uma gestão cooperativa e pontuam em suas falas sobre a igualdade na relação com os colaboradores. Esses traços de liderança e gestão são discutidos por Souza, Melo e Oliveira (2010) ao apontarem a gestão feminina como clara, cooperativa e encorajadora de seus colaboradores.

No que se refere às dificuldades nos negócios geridos por mulheres, Gimenez (2010) apontam que podem estar ligadas a discriminação, assim como a questões financeiras. Desse modo, buscando compreender a respeito de tal apontamento, foi indagado a respeito das dificuldades e desafios, ou momentos mais críticos enfrentados pelas gestoras entrevistadas.

Somente E1 afirmou não ter encontrado nenhuma dificuldade ou desafio em sua gestão, às demais entrevistadas citaram como dificuldades: questão financeira (E3, E4, E6), receio quanto a conquista de capital para crescer (E5), economia da cidade (E6) e obtenção de clientes (E2). Além dessas afirmações, a E4 também mostra que um de suas maiores dificuldades foi se separar de seu filho pequeno, visto que a mesma é casada e tem dois filhos. A gestora afirma que “eu tinha que viajar para fazer cursos e eles eram muito pequenos (...) eu tinha muita dificuldade em achar alguém que cuidasse deles e saia de casa com o coração apertado”. Além disso, as empreendedoras E6 e E7 acentuam também a falta de apoio familiar. A ideia da família como uma dificuldade é confirmada por Cremer (2010) ao dizer que as mulheres elaboram um sentimento de culpa alimentado pela família e por elas próprias, em função da necessidade de abrirem mão do tempo com a família e de suas tarefas domésticas para se dedicarem aos negócios.

E6 complementa também que tem dificuldade em conseguir conciliar sua vida profissional com a pessoal, devido ao grande envolvimento no negócio, à medida que investe bastante no mesmo, em detrimento da vida pessoal, que fica em segundo plano. Ademais, cabe salientar que nenhuma delas relatou ter sofrido discriminação.

Por fim, quanto à prospecção do primeiro cliente, as empreendedoras demonstraram que foi um sentimento gratificante. E1, E4 e E5 contaram suas histórias de como conseguiram a primeira cliente e afirmam que as mesmas ainda estão com elas até hoje. Nas palavras de A3 “é sempre gratificante, é um reconhecimento do nosso trabalho, é quando percebemos que estamos no caminho certo”. E7 fala sobre gratidão e complementa dizendo “acredito que tudo o que você tentar e fizer com amor, você consegue desenvolver”. O restante das entrevistadas relatou além da gratidão, o

sentimento felicidade e dever cumprido.

O quadro abaixo especifica, de acordo com os objetivos propostos pela pesquisa e as informações obtidas nas entrevistas, quais foram as motivações, dificuldades e como é o estilo de gestão e liderança de cada empreendedora, a fim de sintetizar os resultados obtidos.

Quadro 3. Síntese dos resultados obtidos nas entrevistas realizadas

	Motivações	Desafios	Liderança e gestão
E1	Renda extra	Não acredita ter enfrentado desafios	Organização e igualdade
E2	Necessidade e vontade de ter o próprio negócio	Prospecção de clientes	Gestão considerada amigável de igual para igual
E3	Crescimento pessoal e independência financeira	Questões financeiras	Responsabilidade, humildade e ver seus colaboradores como iguais.
E4	Vontade de trabalhar para si, ser seu próprio patrão.	Questões financeiras e ter que se separar de seus filhos para buscar conhecimento.	Reconhece sua liderança e enxerga seus colaboradores como iguais
E5	Identificação com a área	Medo de não conseguir ter capital para crescer.	Organizada, que passe confiança para os clientes e parceiros.
E6	Renda extra, seguida do desejo de ter um negócio próprio.	Economia da cidade, conciliar sua vida profissional com a pessoal, além da falta de apoio familiar.	Persistente e colaborativa
E7	Renda extra	Apoio familiar.	Participativa, aberta e prestativa.

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é um tema que ganhou e ainda está ganhando espaço no a cada ano, referente à sua importância para a economia e contribuição para a sociedade. Dentro disso, o empreendedorismo feminino vem se tornando um tema cada vez mais abrangente no Brasil, pois como já apresentado pelos estudos da GEM e SEBRAE, quase metade dos empreendedores iniciais são mulheres. Sendo assim, este estudo se torna importante na medida em que conhecer melhor as motivações, aspirações e dificuldades enfrentadas pelas mulheres podem ajudar na formação de políticas mais eficientes para

auxiliar empreendedores iniciais em seus negócios.

Respeitando os objetivos propostos inicialmente, procurou-se no decorrer deste trabalho obter informações e dados necessários para respondê-los. Ao caracterizar o perfil das empreendedoras, foi possível observar que a maioria é solteira, tem de 1 a 3 filhos, sua idade vai de 21 a 56 anos e possuem uma média de 3 a 15 anos de atuação no mercado. São mulheres que em sua maioria apresentam educação formal, mas também existe uma parcela que apresenta ensino médio completo.

As empreendedoras apresentam semelhanças entre suas motivações, como: renda extra e vontade de ter negócio próprio. Com base nisso, nota-se que, mesmo semelhantes, as motivações podem variar de acordo com o tempo (ano) que foi iniciado o negócio, situação familiar e objetivos pessoais.

Com relação às dificuldades, as empreendedoras também apresentam semelhanças em seus relatos. A maioria demonstra que sofreu dificuldades financeiras no início de gestão, além de dificuldades familiares, como falta de apoio. Por outro ângulo, a dificuldade familiar pode se dar também no quesito conciliação entre ser mãe e empresária. Cabe ressaltar outras dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras, como a economia da cidade, separação entre vida profissional e pessoal e captação de clientes.

Para a gestão e liderança, os traços mais evidentes das empreendedoras são a colaboração e o sentimento de igualdade com seus colaboradores. Aqui nota-se que as empreendedoras femininas apresentam em sua liderança algumas características que também foram apresentadas pelos autores citados. Com isso, pode-se considerar que as mulheres desenvolvem em sua infância e adolescência, características parecidas que podem explicar tais semelhanças no seu estilo de gestão.

Por fim, como sugestões para novas pesquisas, apontam-se: analisar as motivações, dificuldades e gestão de empreendedoras em outras cidades ou estados do Brasil; realizar uma análise utilizando como critério a faixa etária, a classe social ou pode-se considerar buscar somente empreendedoras iniciantes.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, C. R., NOHARA, J. J. **Monografia no curso de administração: Guia completo de conteúdo e forma: Inclui normas da ABNT, TCC, TGO, trabalhos de estágio, MBA, dissertações, teses.** – 3. ed. – 3. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010.

ALENCAR, C. M. MOURA, A. A. **Empreendedorismo.** 1ª ed. Sobral, 2016.

AMORIM, R. O.; BATISTA, L. E. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. Núcleo de Pesquisa da Finan, v. 3, n. 3, 2012.

BARROS, A. J. S e LEFIELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia: um guia para a iniciação científica.** 2 Ed. São Paulo: Makron Books, 2000.
Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p. BRASIL.
Constituição(1988). Constituição da República Federativa do Brasil.

CRAMER, L. *et al.* **Representações Femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no dos negócios.** Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – REGEPE, v. 1, n. 1. Jan/abril, 2012.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa.** -- 30. ed. rev. e atual. -- São Paulo : Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 3o ed. Rio de Janeiro. Ed Elsevier, 2008.

DRUCKER, P. **The discipline of innovation.** Harvard Business Review, Boston, Mass, Aug. 2002.

FRANCO, M. M. S. (2014). **Empreendedorismo Feminino: Características Empreendedoras das mulheres na Gestão das Micro e Pequenas Empresas.** Disponível em: <http://www.egepe.org.br/anais/tema07/333.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil.** Sumário Executivo. Paraná: IBPQ, SEBRAE, 2014. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_relato%20C3%B3rio%20executivo.pdf>. Acessado em 28 fev. 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil.** Sumário Executivo. Paraná: IBPQ, SEBRAE, 2015. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)>. Acessado em 28 fev. 2019.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil.** Sumário Executivo. Paraná: IBPQ, SEBRAE, 2016.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil.** Sumário

Executivo. Paraná: IBPQ, SEBRAE, 2017.

Gimenez, F. A. P. (2010). **Trajetórias empresariais femininas: estudo comparativo entre empreendedoras e sucessoras de empresas familiares** (Projeto de Pesquisa CNPQ).

Curitiba, PR, Brasil.

HASHIMOTO, M. **Lições de empreendedorismo**. Barueri, SP: Manole, 2009. 131 p. ISBN 978-85-204-2700-2.

HRYNIEWICZ, L. G. C. VIANNA, M. A. Mulheres em posição de liderança: obstáculos e expectativas de gênero em cargos gerenciais. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 331-344, set. 2018.

Malheiros. R. C. C. (2015). Ferla. Luiz Alberto. De Almeida. Cristiano J. C. Cunha. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. Florianópolis: IEA. Instituto de Estudos Avançados. 2ª edição

McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

PESSOA, F. M. **Empreendedorismo Feminino: o perfil empreendedor de gestores no bairro de Alecrim/Natal/RN** – Natal, RN, 2015.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª. ed. Novo Hamburgo: Universiade Freevale, 2013.

ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia; COUTINHO, Rodrigo R. Mulheres brasileiras em posições de liderança: Novas perspectivas para antigos desafios. **Economia Global e Gestão**, Lisboa, v. 16, n. 1, p. 61-79, abr. 2011. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S087374442011000100005&lng=pt&nrm=iso>. Acessado em 22 mar. 2019.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia da pesquisa**. São Paulo: MC Graw – Hill, 2006.

SANTOS, C. A. **Pequenos Negócios : Desafios e Perspectivas: Educação Empreendedora**

/ Carlos Alberto dos Santos, coordenação. -- Brasília: SEBRAE, 2013.

SANTOS, G. R. C. M.; MOLINA, N. L.; DIAS, V. F. **Orientações e dicas práticas para trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Ibpex, 2007.

SEBRAE. **Abertura de empresa: Como abrir um salão de beleza**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/artigos/como-abrir-um-salao-de-beleza-em-minas-gerais,b7bc401746af8410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acessado em: 01 mar. 2019.

SEBRAE. Estudo de Mercado. **Comércio e Serviços: Salões de Beleza e**

Estética. Disponível em:

<<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Sal%C3%B5es%20de%20beleza%20na%20Bahia.pdf>>. Acessado em 22 abr. 2019.

SEBRAE. Microempresa, Empresa de Pequeno Porte e Microempreendedor Individual:

diferenças e características. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/epp-microempresa-mei/>. Acessado em: 22 mai. 2019.

SEBRAE. Os Negócios Promissores em 2018. Relatório Especial. Disponível em:

<[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/\\$File/9950.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/39136f37d740c6fedee7e845e1ab7270/$File/9950.pdf)>. Acessado em 02 mar. 2019.

SILVEIRA, A. GOUVÊA, A. B. C. T. de. **Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas.** Revista de Administração Faces Journal. Belo Horizonte, v. 7, n. 3, p.124-138, jul./set. 2008.

SOUZA, R. M. B. C. de; MELO, M. C. de O. L. OLIVEIRA, M. C. de S. M. de. **Empreendedorismo na perspectiva das relações de gênero: perfil, características, desafios e satisfação de empreendedores de empresas de base tecnológica de Belo Horizonte,** 2010.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você** – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

ANEXO A – ROTEIRO DE ENTREVISTA**UEPB****UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA****CAMPUS VII - GOVERNADOR ANTÔNIO****MARIZ****CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS****APLICADAS CURSO DE BACHARELADO EM****ADMINISTRAÇÃO ALUNA: JOSIELLE DAS NEVES****GUEDES ORIENTADORA: CINTHIA MOURA FRADE****ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA REALIZAÇÃO DO TRABALHO DE
CONCLUSÃO DE CURSO****TÍTULO: EMPREENDEDORISMO E GESTÃO FEMININA NO SETOR
DE BELEZA DO MUNICÍPIO DE ITAPETIM-PE****PERFIL DA ENTREVISTADA**

Idade:

Escolaridade e formação:

Estado civil:

Filhos:

Primeiro negócio:

Empreendedor na família:

Possui outra fonte de renda:

Sócio no negócio:

Fonte do recurso:

PERFIL DA EMPRESA

Porte da empresa:

Ano/Fundação:

Número de funcionários:

1. Quais motivos/razões te levaram a empreender?
2. Teve a influência de alguém para abrir seu empreendimento?
3. Suas experiências anteriores foram importantes para abrir e manter seu negócio?
4. Qual o principal objetivo quando resolveu empreender? E hoje, permanecem os mesmos objetivos?
5. Como você se vê nos próximos anos? Pretende expandir os negócios?
6. Fale um pouco sobre você (características pessoais, forças e fraquezas). Qual a influência de tais características na gestão do seu empreendimento?
7. Na sua visão, qual o papel da liderança na gestão do negócio? Como se dá a relação com os seus colaboradores?
8. Como você administra a vida profissional e a pessoal? Consegue ter equilíbrio entre ambas?
9. Quais você considera as principais dificuldades/desafios que enfrentou e que ainda enfrenta na gestão da empresa?
10. Teve dificuldade na captação de recursos?
11. Como foi conquistar o primeiro cliente ou parceiro?
12. Qual foi o momento mais crítico enfrentado até hoje?

Permito que esse roteiro de entrevista seja utilizado para a realização do Trabalho de Conclusão de curso da aluna Josielle das Neves Guedes, concluinte do curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Estadual da Paraíba, Campus VII.

Assinatura do entrevistado

Itapetim-PE, ___/___/_____