



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

NAHAMA VICTOR GOMES FERREIRA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS NO
SEGMENTO DE BELEZA EM PATOS-PB**

PATOS – PB

2022

NAHAMA VICTOR GOMES FERREIRA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS NO
SEGMENTO DE BELEZA EM PATOS-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado a/ao Coordenação/Departamento do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Me. Cinthia Moura Frade

PATOS – PB

2022

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

F383e Ferreira, Nahama Victor Gomes.
Empreendedorismo feminino [manuscrito] : motivações e desafios no segmento de beleza em Patos-PB / Nahama Victor Gomes Ferreira. - 2022.
29 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Profa. Ma. Cinthia Moura Frade ,
Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Empreendedorismo feminino. 2. Perfil empreendedor. 3. Motivação - Empreendedorismo. 4. Desafios - Empreendedorismo. I. Título

21. ed. CDD 650.1

NAHAMA VICTOR GOMES FERREIRA

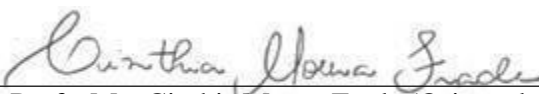
**EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS NO
SEGMENTO DE BELEZA EM PATOS-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado a Coordenação do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de graduada em Administração.

Área de concentração: Empreendedorismo feminino.

Aprovada em: 18/02/2022

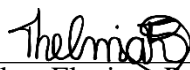
BANCA EXAMINADORA



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



Prof. Dr. Lucas Andrade de Moraes
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Thelma Flaviana Rodrigues dos Santos
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Consagre ao Senhor tudo o que você faz,
e os seus planos serão bem sucedidos.

(Provérbios 16:3)

AGRADECIMENTOS

De início, agradeço a Deus, por sempre permanecer ao meu lado, não soltar minha mão, mim dando forças todos os dias para sempre continuar e buscar meus objetivos independentes dos obstáculos, permitindo que eu concluísse mais esta etapa.

Agradeço a minha mãe Maria José (Nena), por fazer não só papel de mãe, mas também de pai, por todo amor, proteção, cuidado e dedicação que sempre teve comigo, que mesmo com as dificuldades nunca se deixou abalar, prezando pela minha educação e buscando sempre o melhor que tinha a mim oferecer. Obrigada por tamanho amor!

À Willian, meu esposo, amigo e companheiro, pelo incentivo, apoio e companheirismo durante toda a caminhada, buscando comigo os melhores resultados. Obrigada por todo cuidado e suporte com nosso pequeno Antônio Neto, sem este apoio, tudo ficaria mais difícil para a realização deste sonho. Obrigada por acreditar em mim quando nem eu mesmo acreditava, por segurar a minha mão e me fazer alcançar meus sonhos.

À minha professora e orientadora Cinthia Moura Frade, que nunca desistiu de mim, mas sim mim guiou com paciência e zelo, de forma sempre carinhosa e acreditando na minha capacidade. Além de sempre trazer pontuações construtivas para a concretização deste sonho!

As amigas que construí ao longo desta jornada, em especial a Myllena e Jussara, que sempre estiveram a disposição para tirar minhas dúvidas em tudo que estivesse ao alcance delas, que não seja apenas algo passageiro, que possamos sempre nos reencontrar e fortalecer todo o vínculo que criamos ao longo desses 5 anos juntas.

Por fim, as mulheres que se disponibilizaram a participar desta pesquisa, obrigada pela disponibilidade, atenção e paciência ao longo das entrevistas. Meu agradecimento especial, por tudo que vocês representam, por serem mulheres fortes e por sempre continuarem lutando por seus propósitos. Muito obrigada!

RESUMO

Ao longo dos anos a mulher vem ganhando cada vez mais espaço no empreendedorismo, conseguindo através dele autonomia financeira e possibilidade de crescer pessoalmente e profissionalmente. Dentro desta perspectiva, o presente trabalho teve como objetivo compreender as motivações e desafios no empreendedorismo feminino do segmento de beleza da cidade de Patos-PB. A pesquisa realizada foi de caráter descritivo e abordagem qualitativa. Ao todo foram realizadas nove entrevistas de distintas áreas de atuação, mas no mesmo segmento. Os resultados apontaram que a maior motivação para abrir o negócio foi a identificação pessoal com o ramo, enquanto que os maiores desafios foram a falta de recurso e um mercado de beleza saturado, além da dificuldade em conciliar uma alta carga horária de trabalho com a dedicação a vida pessoal. Observou-se que, no intuito de enfrentar tais desafios, as empreendedoras buscam constante aprimoramento profissional e material para a realização dos seus serviços. Ademais, foi possível refletir que as mulheres dessa pesquisa demonstraram estar motivadas para enfrentar não só as dificuldades da sociedade patriarcal, como também as dificuldades do mercado de trabalho.

Palavras-chave: Empreendedorismo feminino. Beleza. Motivação. Desafios.

ABSTRACT

Over the years, women have been gaining more and more professionally in entrepreneurship, through financial autonomy and the capacity for personal growth. Within this perspective, it aimed at female entrepreneurs, presented and challenges in the beauty segment of Patos-PB. The one carried out was of a descriptive nature and qualitative approach. In all, new interviews were carried out in different areas of activity, but in the same segment. The results showed that the greatest lack of work to open the business was personal identification with the branch, the biggest challenges were for the resource and a saturated beauty market, in addition to the difficulty in reconciling a high workload with dedication to a lifetime. folks. It should be noted that, in order to face such challenges, as entrepreneurs, they seek constant professional and material improvement in the performance of their services.

Keywords: Female entrepreneurship. Beauty. Motivation. Challenges.

LISTA DE QUADROS

Tabela 1 - Perfil Socioeconômico	15
Tabela 2 - Caracterização do Empreendimento	16
Tabela 3 - Motivação para abertura do empreendimento	18
Tabela 4 - Desafios	20
Tabela 5 - Concorrência	21

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 EMPREENDEDORISMO	10
2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS	11
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	12
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	14
4.1 Perfil das mulheres empreendedoras	15
4.2 Motivações para empreender	18
4.3 Desafios na trajetória empreendedora	19
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	23
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	27
ANEXO A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	29

INTRODUÇÃO

O empreendedor se destaca por conseguir enxergar os problemas e transformá-los em oportunidades, de uma forma inovadora, para atender uma sociedade cada dia mais exigente. Segundo Baggio A. F. e Baggio D. K. (2014), o empreendedorismo é observado pela capacidade de realizar novos negócios com criatividade e motivação, além disso, agrega valor a um negócio já existente, por meio de ideias inovadoras que possam trazer sucesso para empresa.

No Brasil, a taxa de empreendedorismo cresce gradualmente a cada ano, de acordo com a última pesquisa da GEM (2021), o Brasil manteve sua taxa de Empreendedorismo Inicial em relação ao ano de 2019, com uma pequena variação (TEA = 23,3% para 23,4%). Ainda segundo essa pesquisa, quase 90% dos empreendedores iniciais brasileiros concordam (total ou parcialmente) que a escassez de emprego constituiu uma das razões para desenvolver a iniciativa empreendedora com a qual estão envolvidos. Esses achados permitiram refletir que a pandemia ocasionada pela COVID-19 influenciou no crescimento do empreendedorismo por necessidade, justamente pela falta de empregos, conforme destacou a referida pesquisa.

Dentro dessa perspectiva, existe o cenário que envolve as mulheres no empreendedorismo. A mulher vive em uma luta constante pela igualdade de gênero inserida em uma sociedade patriarcal. Foi a partir da segunda guerra mundial que a mulher pôde iniciar sua trajetória no mercado de trabalho, tendo a oportunidade de finalmente ser provedora do lar, uma vez que muitos homens precisaram servir ao exército de seus países, diminuindo a mão de obra masculina (LIMA, 2005; NASCIMENTO, 2020).

É possível observar, ainda, que as mulheres lutam por igualdade há muitos anos e vem garantindo grandes conquistas, com isto, o empreendedorismo surge fazendo com que as mesmas alcancem autonomia financeira, além de gerar empregos e trazer crescimento para a economia. Martins et al (2010), mostram que as mulheres reconhecem no empreendimento a opção de vida mais promissora, no que diz respeito à busca por crescimento profissional e realização pessoal.

Nesse cenário, é possível perceber que ao longo do tempo as mulheres vêm garantindo seu espaço no empreendedorismo e se destacando em suas respectivas áreas de atuação. Essas informações são comprovadas por meio dos dados compartilhados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em 2020, os quais apontaram que 24 milhões de mulheres abriram seu negócio próprio no país neste ano.

Uma pesquisa realizada pelo SPC BRASIL (2014) mostrou que uma das áreas que as mulheres mais atuam é a de serviço, no ramo da beleza, cerca de 20%, incluindo clínicas de estética e serviços particulares. Conforme dados do SEBRAE (2018), um retrato do mercado de serviços de beleza e estética, considerando-se cabeleireiros, manicures, pedicures e outras atividades estéticas, indicam o crescimento do número de pequenos negócios, a cada ano. Segundo o Mapa de Empresas fornecido pelo Ministério da Economia no ano de 2021, já no primeiro trimestre registrou-se o número de 11.959.354 MEI (Microempreendedor Individual) ativos nesse ramo.

Frente ao exposto, considerando que a atividade empreendedora surge a partir de motivações e possui um caráter desafiador, sendo necessário trabalhar, planejar e estudar estratégias para gerenciar o empreendimento, surge a seguinte pergunta: **Quais as motivações e os desafios no empreendedorismo feminino do segmento de beleza da cidade de Patos-PB?** Desta forma, o objetivo geral desta pesquisa é analisar as motivações e desafios no empreendedorismo feminino do segmento de beleza da cidade de Patos-PB, tendo como objetivos específicos: (1) caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras; (2) identificar os

fatores que motivaram a abertura do negócio e, (3) conhecer os principais desafios enfrentados pelas mulheres ao longo da trajetória empreendedora.

A participação das mulheres no ramo do empreendedorismo é crescente e, com isso, vê-se a utilidade de se estudar mais sobre este fenômeno. Os serviços prestados no ramo da beleza estão em contínuo crescimento e mesmo diante da instabilidade financeira em que o país se encontra, em virtude da pandemia acarretada pela COVID-19, este setor ainda é o menos afetado. Segundo o site da New Trade, um aplicativo chamado GetNinjas que atua na contratação de serviços na América Latina confirma que a procura de atendimento a Moda e Beleza cresceu em 54% se comparado ao ano de 2019, com manicures/pedicures e cabeleireiros representando a maior demanda.

Com isso, o estudo justifica-se por contribuir não apenas para o meio acadêmico, mas para compreender os fatores e estratégias que ajudam no sucesso dessas empreendedoras no ramo da beleza, analisando seu crescimento, sobrevivência no mercado e, assim, colaborar para pesquisas futuras.

O trabalho encontra-se estruturado em cinco capítulos, no primeiro está a presente introdução com a contextualização sobre a temática estudada; no segundo, tem-se o referencial teórico com discussões acerca do empreendedorismo e empreendedorismo feminino no ramo da beleza; no terceiro capítulo foram apresentados os procedimentos metodológicos aplicados no estudo; o capítulo seguinte apresentou as discussões dos resultados e o quinto e último capítulo, as considerações finais deste estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Foi no século XVIII que o termo empreendedor ganhou identidade, entendendo-se como aquele que assume riscos buscando realizar ações progressistas com o objetivo de melhorar as relações humanas (DOLABELA, 2008). No Brasil o empreendedorismo cresceu devido a abertura do seu mercado interno para importações, com a regulamentação do governo foi possível ganhar estabilidade e consagração das demais nações (OLIVEIRA, 2012).

Organizações como o SEBRAE e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) são de extrema importância para o desenvolvimento do empreendedorismo brasileiro. O SEBRAE atua como um dos órgãos que oferece todo suporte necessário aos pequenos empresários brasileiros, os chamados MEI ajudando desde a abertura das empresas até a resolução de pequenos problemas do negócio por meio das consultorias.

Para o SEBRAE (2021) empreender é ter aptidão para fazer de um problema uma oportunidade de se reinventar e criar um novo cenário através dos recursos disponíveis, investindo em um projeto ou movimento que afete a vida das pessoas de forma positiva.

Trazendo confirmação para este pensamento, Dornellas (2008, p.22) fala que: “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”.

Há muitas definições e influências referentes ao empreendedorismo, e a grande maioria nos mostram que para ser empreendedor é necessário criar algo novo para que contribua de alguma forma com a sociedade ou com a própria organização (CHIAVENATO, 2012). Na visão Schumpeteriana (1944), o empreendedor passa a ter um papel importante, tendo em vista que é considerado propulsor de desenvolvimento em decorrência da inovação e

da capacidade de reinventar ou até transformar os recursos disponíveis em obsoletos, denominado por uma questão de destruição criativa. Através desta destruição criativa, é possível criar novos produtos e trazer mudanças para a economia.

David McClelland (1962) precursor das pesquisas de motivações falava que para ele a base do comportamento do empreendedorismo está ligada às necessidades de autorrealização (BARLACH, 2014). No entanto, a lógica mais utilizada nos estudos para explicar a motivação dos empreendedores é a teoria *pull* e *push* (BRUSH, 1999; BUTTNER; MOORE, 1997; HISRISH; BRUSH, 1985). *Push* também conhecido como fatores de necessidade e *pull* os fatores de oportunidade.

Empreendedores por oportunidade são aqueles que identificam um momento propício para criar algo positivo que vise melhorar uma determinada situação de vida como o desejo de independência, já os empreendedores por necessidade são meras vítimas do capitalismo, tendo em vista que empreendem na busca de gerar renda por falta de alternativas que possam inseri-los no mercado de trabalho (DORNELAS, 2018).

Lezana et al (2001) acreditam que os indivíduos são motivados pelas necessidades somadas às oportunidades para satisfazê-las, assim procuram-nas para alcançar seus objetivos, com isto, ter bom motivos faz com que as pessoas consigam atingir seus objetivos, em busca de seus sonhos e realização.

Frente ao panorama apresentado, cabe salientar o Empreendedorismo no segmento de beleza, pois o setor de serviços que mais cresce no Brasil é o de beleza, sendo o Brasil um dos países que mais consomem produtos e serviços relacionados à beleza no mundo. Essa afirmação tem como base dados do IBGE 2020 (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), os quais apontaram que o brasileiro gasta mais com beleza do que com comida, fazendo com que o Brasil seja hoje um dos principais *players* globais em relação ao mercado de salões de beleza, mesmo diante de cenários econômicos de crise nos anos recentes, ele está em 4º lugar no ranking mundial.

Além disso, a Rede Mulher Empreendedora fez um levantamento por todo o Brasil em 2018 e um dos resultados revelou que a maior concentração de empreendedoras está no setor de Serviços (69%), seguido de Comércio (25%) e terceiro setor; 32% dessas mulheres são MEIs, 23% micro empresárias e 19% ainda está na informalidade; 46% fatura até R\$ 5 mil e apenas 4% tem rendimentos acima de R\$ 50 mil; 60% não tem sócios e 37% empregam apenas mulheres.

Portanto, torna-se relevante estudar o universo do empreendedorismo feminino, a fim de entender suas especificidades e identificar estudos que possam contribuir para se conhecer as motivações e desafios que essas mulheres enfrentam na gestão dos seus negócios, conforme apresenta a seção a seguir.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO: MOTIVAÇÕES E DESAFIOS

O empreendedorismo feminino passa a ser estudado a partir da metade de meados do século XX, trazendo mudanças significativas nas relações estratégicas e profissionais no âmbito empresarial. No final da década de 1970, questões relacionadas ao gênero do empreendedor foram amplamente discutidas na academia, constituindo o empreendedorismo feminino, que compreende as atividades de negócios desenvolvidas por mulheres, que na busca por melhores condições de vida buscam no ato de empreender uma nova maneira de se destacar no mercado de trabalho (POGGESI; MARI; VITA, 2016, apud RODRIGUES;

SILVA; SOUSA, 2019, p. 2). Pires (2013) afirma que a cada dez pequenos negócios, três são comandados por mulheres e ainda ressalta que as mulheres estão se destacando no mercado, numa busca constante pelo aprimoramento de produtos e/ou serviços como fator competitivo de crescimento organizacional e pessoal.

O forte crescimento de mulheres no empreendedorismo está associado ao processo histórico de busca pela quebra do paradigma de que mulheres devem ser apenas “donas de casa”. Cresce cada vez mais o empreendedorismo feminino, possibilitando que essas mulheres desenvolvam sua autonomia enquanto indivíduo inserido dentro de uma sociedade capitalista, onde possuir capital é um fator importante para a sobrevivência, tendo um caráter econômico e social (ALMEIDA; GOMES, 2011; PINEL 2018).

Muitas vezes, presume-se que as mulheres iniciam seus empreendimentos por fatores de pressão uma vez que se sentem discriminadas no mercado de trabalho, não se sentem reconhecidas como seus colegas de trabalho do gênero masculino (HISRICH; BRUSH, 1985 apud RODRIGUES; SILVA; COSTA, 2019, p. 4)). Nesse cenário, destaca-se que:

As mulheres reconhecem no empreendimento a opção de vida mais promissora, no que diz respeito à busca por crescimento profissional e realização pessoal. Consideram-no um investimento que compreende, via de regra, além do aspecto financeiro, a (intensa) dedicação, com relação aos aspectos de tempo e empenho pessoal (MARTINS et al., 2010).

De acordo com uma pesquisa do SEBRAE, em 2019 algumas das motivações que levam as mulheres a empreender seriam: 66% para trabalhar com o que gosta, enquanto 34% diz que empreender é realizar um sonho. Ter flexibilidade de horário fica com 52% das respostas e 40% procura uma renda melhor do que trabalhando para outros.

Contudo, Martins et al., (2010) relatam que mulheres possuem maiores empecilhos na abertura de um empreendimento, pois encontram dificuldades em gerenciar trabalho e família, assim como também o acesso a recursos financeiros. Esse cenário se alinha com a falta de conhecimento em relação aos setores de confiança pessoal e planejamento estratégico de gestão, onde 41% das mulheres que possuem um empreendimento misturam o dinheiro da casa com o do negócio, contra 28% dos homens, como também 32% utilizam um caderno para anotar as finanças e apenas 1/3 das mulheres empreendedoras possuem Conta Pessoa Jurídica (IRME, 2019).

Muitas dificuldades são impostas a quem abre seu próprio negócio, além das barreiras impostas a qualquer empreendedor, existem aquelas que impactam mais exclusivamente na gestão feminina. Existem diversas barreiras culturais que impedem o crescimento da autonomia feminina, países como Alemanha, Suíça e Itália que enxergam o ato da mulher sair de casa para trabalhar como fraqueza masculina, dando ao homem a ideia de alguém que não tem a capacidade de ser provedor do lar. Na Itália o principal motivo de abandono de trabalho por parte das mulheres é motivada pelo casamento, também em Portugal a cultura é de esperar que a mulher sempre escolha exercer o papel de mãe (LINEHAN, 2000; MACHADO, 2002).

Algumas dificuldades ainda enfrentadas por mulheres na condição de empreendedoras são encontradas, tais como: (1) dificuldades de autoconceito e aceitação (MACHADO, 2002); (2) dificuldade de financiamento; (3) dificuldade de acesso a redes e falta de mentores; (4) tamanho das empresas (STILL; TIMMS, 1998); (5) falta de tempo (CAIXETA, 1999; STILL; TIMMS, 2000); (6) dificuldade em conciliar trabalho e família (CARTER; ALLEM, 1997); dentre outras. Contudo, estas dificuldades estão associadas a empreendedoras de diversos países e é necessário um estudo para que se conheça a peculiaridade de cada gestora

de acordo com sua região, pois o que pode ser considerado uma barreira em determinada localidade em outra pode não ser.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa é de natureza qualitativa e descritiva e foi realizada por meio de uma pesquisa de campo. De acordo com Fonseca (2002), a pesquisa qualitativa se preocupa com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. E, a pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987), confirmando, assim, a caracterização da pesquisa em qualitativa e descritiva.

Com intuito de compreender as motivações e os desafios de mulheres empreendedoras na cidade de Patos-PB, foi necessário realizar a coleta de dados por meio de uma pesquisa de campo e obter as informações necessárias, com isto, as informações foram levantadas por meio de entrevistas semiestruturadas. Para Triviños (1987) perguntas adequadas a teoria de interesse da pesquisa direcionam as respostas para a elaboração de novas hipóteses de estudos.

Deste modo, foram realizadas 9 (nove) entrevistas e a seleção das mulheres ocorreu por meio de conveniência dos contatos e conhecimento prévio das que atuam no segmento de beleza na cidade de Patos-PB. Ademais, na seleção foram adotados critérios previamente estabelecidos, a saber: (1) mulheres que estejam desenvolvendo no momento em que a pesquisa foi realizada atividades de cunho empreendedor; (2) atuantes no segmento de beleza da cidade de Patos-PB; (3) com pelo menos 1 (um) ano de atuação na atividade empreendedora.

Vale salientar que as entrevistas foram realizadas com base em um roteiro de entrevista, o qual abrangeu perguntas abertas, possibilitando que as entrevistadas respondessem de forma livre questões sobre o tema indagado (MINAYO, 2008). O mesmo foi elaborado a partir da literatura consultada, buscando responder aos objetivos da pesquisa, conforme demonstra o Quadro 01 apresentado a seguir.

Quadro 1 - Relação entre os objetivos e as questões do roteiro de entrevista

	OBJETIVOS ESPECÍFICOS (O.E)	PERGUNTAS
OBJETIVO GERAL:	O. E. 1: Caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras	Dados pessoais Idade: Estado Civil: Tem filhos? Se sim, quantos? Grau de escolaridade quando iniciou as atividades na área da beleza e atualmente: Há quanto tempo atua como empreendedora no segmento de beleza? Trabalhou em outras áreas antes de se firmar na área da beleza? Caso sim, em que área?

		<p>Realizou algum curso na área de Gestão/Administração? Caso sim, qual?</p> <p>Dados profissionais</p> <p>Natureza Jurídica do negócio: Formal ou Informal?</p> <p>Ano de fundação:</p> <p>Tem sócios? Caso sim, quantos?</p> <p>Possui funcionários? Caso sim, quantos?</p> <p>Que tipo de serviços são oferecidos no seu empreendimento?</p> <p>Em média, quantas horas por dia você trabalha?</p> <p>Costuma tirar férias?</p> <p>Qual a renda média do empreendimento em salários mínimos?</p> <p>() 1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () acima de 16</p>
	O.E.2: Identificar os fatores que motivaram a abertura do negócio	<p>1. Quais foram os motivos que te levaram a abrir o empreendimento?</p> <p>2. O que te fez despertar o interesse pela área da beleza?</p> <p>3. Quais são as principais oportunidades encontradas no mercado de Patos-PB?</p> <p>4. Você recebeu incentivos financeiros ou de outra ordem que facilitaram a abertura do negócio?</p> <p>5. Quais foram as principais facilidades que encontrou que a motivou a continuar neste segmento de atuação?</p>
	O. E. 3: Conhecer os desafios enfrentados pelas mulheres ao longo da trajetória empreendedora.	<p>6. Quais os principais desafios/dificuldades que você enfrentou/enfrenta no mercado de beleza?</p> <p>7. Como você lida com estes desafios? E o que você faz para superar estes desafios encontrados?</p> <p>8. Como você enxerga a concorrência no segmento da beleza?</p> <p>9. Em algum momento da sua carreira você pensou em desistir ou mudar de área de atuação?</p> <p>10. Como concilia as atividades do negócio com as atividades pessoais do dia a dia?</p>

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A coleta de dados ocorreu entre os dias 23 de agosto a 03 de setembro de 2021, de forma presencial, seguindo os protocolos de cuidados de acordo com as recomendações da OMS (Organização Mundial da Saúde) na prevenção do coronavírus, como uso de máscaras, distanciamento adequado e utilização de álcool gel para higienização das mãos. As entrevistas foram gravadas, cada uma teve duração média de 15 minutos e, para não causar contratempo com os compromissos e atividades das envolvidas no estudo, ocorreram conforme a disponibilidade das mulheres entrevistadas, sendo agendados datas e horários para a realização das entrevistas.

É importante destacar que no primeiro momento da entrevista, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A), no qual as entrevistadas foram convidadas a assiná-lo, conforme sua livre vontade, como forma de concessão e validação os dados concedidos.

Após a finalização das entrevistas, os áudios foram ouvidos cuidadosamente e transcritos na íntegra, em seguida, para melhor compreensão dos dados obtidos, os mesmos foram organizados em tabelas no Excel separando as respostas por categorias e assimilando as

semelhanças entre as respostas obtidas das entrevistadas para assim enquadrar o perfil das mulheres que empreendem no segmento da beleza na cidade de Patos-PB.

Por fim, os dados também foram tratados com base na análise interpretativa de Severino (2017), onde se buscou a compreensão e atitude crítica, a partir da apresentação dos achados obtidos através das entrevistas realizadas. Ademais, para manter o sigilo e anonimato das entrevistas, as mesmas foram nomeadas por E01 (entrevistada 1) até E09 (entrevistada 9), de acordo com a sequência das entrevistas realizadas.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo foi apresentada a análise dos dados através dos achados obtidos em campo com as empreendedoras do segmento de beleza em Patos-PB, o estudo teve a participação de 9 (nove) empreendedoras que atuam neste segmento e buscou conhecer o perfil de cada uma delas, suas motivações e desafios ao longo de sua trajetória.

As seções a seguir foram divididas de acordo com os objetivos específicos para melhor entendimento: (4.1) Perfil das mulheres empreendedoras; (4.2) Motivações para empreender e; (4.3) Desafios na trajetória empreendedora.

4.1 Perfil das mulheres empreendedoras

Para melhor compreensão acerca do perfil socioeconômico das mulheres empreendedoras no segmento de beleza na cidade de Patos-PB foram mensurados os seguintes dados: Idade, estado civil, escolaridade, se possuem filhos e qual o tempo de atuação no segmento de beleza, além das áreas de atuação que antecederam a abertura do próprio negócio, como é demonstrado na Tabela 1, nesta tabela usamos as siglas E.M (Ensino Médio), E.S (Ensino Superior), TEC (Cursos Técnicos).

Quadro 1 - Perfil Socioeconômico

ID	Idade	Estado Civil	Escolaridade	Filhos	Tempo de Atuação
E01	23	Solteira	E.M	0	2 anos
E02	27	Casada	E.M; E.S INCOMPLETO	2	7 meses
E03	32	Casada	E.M; TEC; GRAU PROW EM UNHAS	1	2 anos
E04	36	Casada	E.M	2	+15 anos
E05	51	Casada	E.M	2	20 anos
E06	23	Casada	E.M; TEC	0	3 anos

E07	36	União Estável	E.M; TEC	3	13 anos
E08	26	Solteira	E.M	0	6 anos
E09	28	Casada	E.M; E.S INCOMPLETO	0	2 anos

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

De acordo com o Quadro 1, a faixa etária das entrevistadas varia entre 23 anos a 51 anos de idade. Foi observado que das 9 entrevistas 5 possuem filhos, representando a maioria. Além disso, das 9 empreendedoras, 6 estão casadas, 1 encontra-se em união estável e 2 com Estado Civil Solteira. Todas possuem ensino médio completo e relatam estar sempre em busca de conhecimento para aprimorar suas técnicas e manejo do seu empreendimento.

Ademais, os dados da entrevista demonstram que antes de entrarem para o empreendedorismo no segmento da beleza passaram por diferentes empregos, como: Vendedora; Atendimento em Caixa de supermercado e lojas de vendas; Agente de Viagens; Autônoma; Doméstica; Fábrica e Indústria, assim como também em escola atuando como professora.

Destaca-se que das 9 empreendedoras, apenas 3 se encontram com o negócio ainda informal. E02 e a E04 possuem parceiros em seu espaço que alugam salas do seu estabelecimento para prestar serviços voltados para beleza, como: fisioterapia Dermo, além de cuidados com cabelo e sobrancelhas.

Vale ressaltar que cada uma delas mostrou ter maneiras diferentes de administrar seu tempo de trabalho com a vida pessoal como relata a E01 que tem carga horária diária de 9hrs:

“Acordo 5hrs da manhã, faço atividades como caminhada, o almoço do dia. Após o horário de trabalho, busco estudar para me aprimorar cada vez mais”. Este relato demonstra como a E01 consegue conciliar a vida pessoal com a profissional”.

Nota-se que a E03 que possui carga horária de trabalho diária de 12hrs não consegue conciliar pessoal/trabalho: “Faço meu próprio horário, mas as vezes misturo bastante o tempo de trabalhar e deixo de lado a vida pessoal, trabalho até no final de semana”, igualmente a E09 que trabalha 8hrs diárias também encontra dificuldade em administrar seu tempo: “É difícil, as pessoas falam que quem tem o próprio negócio tem mais tempo, mas a realidade é que sempre priorizamos o cliente, as coisas pessoais vai tentando encaixar e empurrando com a barriga”.

Esses relatos demonstram que mesmo tentando estabelecer horários bem definidos para que não atrapalhe a vida pessoal, ter o próprio negócio faz com que precisem abrir mão de momentos com a família ou cuidados pessoais. Com isto, surge o ponto de vista de Garcia (2012) e Leal (2013) onde falam que a grande parte das mulheres é multitarefa, o que aumenta ainda mais o desafio entre trabalho e família.

Para muitas mulheres, tendo em virtude do contexto sociocultural em que é cobrada da mesma o papel de desempenhar cuidados com a casa e a terceiros, muitas acreditam que ter seu próprio negócio pode facilitar a flexibilização dos horários de trabalho com outros afazeres (GOMES, 2009).

Segundo Eagly e Carli (2007, apud NASCIMENTO, 2020 p,17):

Exigências da vida familiar: embora os homens participem cada vez mais da vida doméstica, a maior parte desta responsabilidade recai sobre os ombros da mulher.

Tornando assim as mulheres em desvantagens com relação às horas trabalhadas por ano, os anos de experiência e diminuindo assim, o progresso em sua carreira.

Reforçando que para a sociedade a mulher desempenha um papel social, eventualmente isso recai sobre sua vida como uma sobrecarga que dificulta o crescimento pessoal e profissional, entretanto, apesar desse condicionamento possuir o próprio empreendimento aproxima a mulher da sua autonomia.

Além disso, o processo de abertura de um empreendimento requer um investimento financeiro essencial para compra de materiais, principalmente no segmento da beleza em que a manutenção dela requer ferramentas adequadas. E em muitos casos, as “[...] mulheres recorrem ao marido como fonte de recursos, apoiando e financiando suas ideias” (ALPERSTEDT; FERREIRA; SERAFIM, 2014).

Quadro 2 - Caracterização do Empreendimento

ID	Formalidade	Sócios/ Funcionários	Carga horária	Incentivo financeiro	Média salarial
E01	MEI	NÃO/NÃO	9hrs	FAMILIAR	1 a 5
E02	MEI	POSSUI PARCEIROS	11hrs	FAMILIAR	6 a 10
E03	INFORMAL	NÃO/NÃO	12hrs	NÃO	1 a 5
E04	MEI	POSSUI PARCEIROS	6hrs	FAMILIAR; SEBRAE; EMPRÉSTIMO BANCÁRIO	1 a 5
E05	MEI	NÃO/NÃO	7hrs	NÃO	1 a 5
E06	MEI	NÃO/NÃO	8hrs	FAMILIAR;	1 a 5
E07	INFORMAL	NÃO/NÃO	8hrs	NÃO	1 a 5
E08	INFORMAL	NÃO/NÃO	8hrs	NÃO	1 a 5
E09	MEI	NÃO/NÃO	8hrs	NÃO	1 a 5

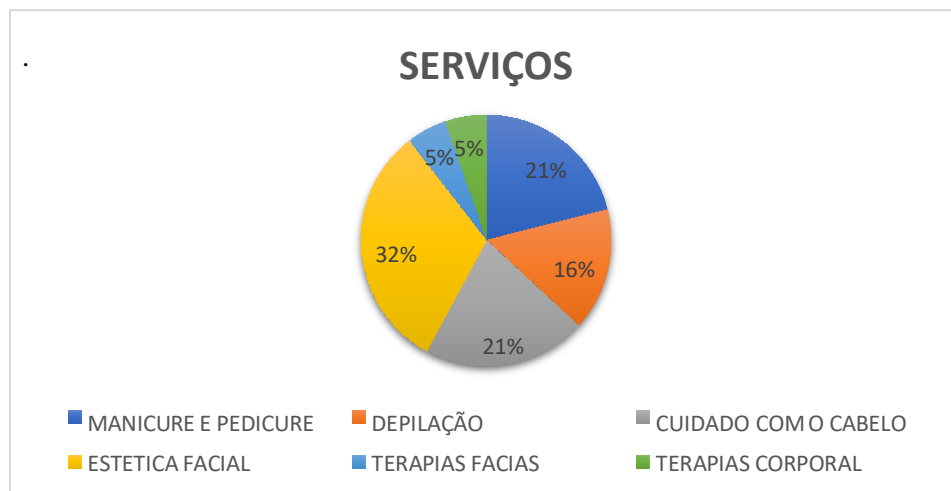
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Conforme os dados da Tabela 02, quanto a formalização, a maioria se caracteriza como Microempreendedor Individual (MEI), que em termos formais fatura anualmente até

R\$81mil reais, instituído pela Lei Complementar 128/2008 que alterou a Lei 123/2006. Ademais, a maioria não possui sócios e/ou funcionários, possuem uma carga horária de trabalho que varia entre 6 e 12 horas, quatro entrevistadas receberam ajuda financeira fornecida por familiares como cônjuge, sogros(as), entre outros; quatro entrevistadas iniciaram sem ajuda alguma, meramente com capital de seus antigos trabalhos, exclusivamente uma delas recebeu ajuda financeira do SEBRAE e realizou empréstimo em banco ao longo da sua trajetória no ramo.

Nota-se ainda a resposta da E06 quando indagada sobre receber incentivo financeiro: “Sim, financeiro, do meu sogro, por ele trabalhar na área ele facilitou pra mim, então é algo que não é todo mundo que tem. Ele já tinha a clínica, equipamentos, ele já tinha tudo, então isso foi fácil pra mim, coisas que as vezes não é fácil para outras pessoas, porque no mercado da estética é muito caro, tem aparelhos de 80 mil reais, então assim, eu recebi essa ajuda de forma financeira e o apoio moral que me ajudaram”.

Gráfico 1 - Serviços oferecidos pelas empreendedoras



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Além disso, os serviços mais oferecidos são cuidados com o cabelo e serviços de manicure e pedicure que se sobressaem entre as entrevistas, a estética facial e terapias corporais chegam apenas a 5% dos serviços. Sobretudo, vale ressaltar que a E06 dispõe em seu negócio uma linha diferente das demais entrevistas se diferenciando na disponibilidade de massagens, microagulhamento e também terapia com ventosas: “ofereço serviços tanto da área da região facial, quanto da área corporal e capilar. Nós oferecemos limpeza de pele, microagulhamento, peeling químico, na área corporal é drenagem, ventosa terapia, massagem relaxante, massagem redutora, gordura localizada, flacidez e capilar são terapias capilares, que é um geral, detox, fatores de crescimento”.

4.2 Motivações para empreender

No presente estudo fatores como a paixão pelo ramo da beleza, influência e exemplo familiar, o desejo de proporcionar cuidado e satisfação pessoal no público que busca atendimento estético, são pontos ressaltados pelas entrevistadas que levaram a abrir seu próprio negócio no segmento da beleza.

Dentro do empreendedorismo é preciso haver motivação para desempenhar a abertura de um negócio. Para David McClelland (1961) o maior agente de motivação para uma pessoa que quer empreender é o desejo de se sentir realizado. Tendo em vista essa afirmação, fica claro com os resultados da entrevista que as empreendedoras no segmento de beleza na cidade de Patos-PB, alavancaram sua motivação pelo desejo de autonomia financeira e de tempo.

A partir dessa perspectiva, temos o relato da E06 que fala que sua motivação surgiu através de uma paixão pelos cuidados pessoais:

“Primeiro porque eu **amava**, depois porque eu sempre gostei de **buscar a ter o meu dinheiro** e depois não foi tanto por necessidade, mas porque eu realmente queria abrir, **gostava da área**, sentia a necessidade de trabalhar pra mim”.

Os relatos se assemelham com os da E08:

“Eu já fazia minhas sobrancelhas desde criança e assim, o que mim impulsionou a criar mais coragem foi a **falta de oportunidade** que não tinha no mercado e a necessidade de você trabalhar e **ganhar seu dinheiro**. A facilidade, porque tem uma certa facilidade, tem mais procura”.

Mudando essa perspectiva, a E07 fala que:

“**Meus próprios clientes mim incentivaram**, quem mim motivou a investir nesta área foram elas, por falar que eu trabalhava bem e com isso eu vi a **necessidade de juntar tudo em apenas um espaço** para trazer mais comodidade para minhas clientes”.

A E06 correspondeu ao estudo de David McClelland (1961) no qual enfatiza que a motivação para empreender vai além da necessidade/opportunidade, ela atuava na área da educação como professora, mas optou por deixar a carreira para investir no próprio negócio pelo simples fato de gostar de trabalhar na área da estética e curiosamente gostar de sentir o cheiro do ambiente dos salões de beleza.

Quadro 3 - Motivação para abertura do empreendimento

ID	MOTIVOS QUE LEVARAM A EMPREENDER
E01	INTERESSE PELA ÁREA, EXEMPLO FAMILIAR, DESEJO DE AUTONOMIA.
E02	INTERESSE PELA ÁREA, EXEMPLO FAMILIAR, DESEJO DE AUTONOMIA.
E03	NECESSIDADE, DESEJO DE AUTONOMIA
E04	INTERESSE PELA ÁREA, DESEJO DE AUTONOMIA,
E05	INTERESSE PELA ÁREA
E06	INTERESSE PELA ÁREA, DESEJO DE AUTONOMIA.

E07	INTERESSE PELA ÁREA, DESEJO DE AUTONOMIA
E08	INTERESSE PELA ÁREA, DESEJO DE AUTONOMIA, FACILIDADE DO RAMO
E09	INTERESSE PELA ÁREA, DESEJO DE AUTONOMIA

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Segundo alguns estudos, nem sempre oportunidade/necessidade são os fatores principais para abertura de um negócio (SEBRAE, 2007; ACHCHUTHAN; BALASUNDARAM, 2014; SMALLBONE; WELTER, 2001; UMMA; GUNAPALAN, 2012; ROCHA, 2018). Desta forma, o estudo mostra que as entrevistadas demonstraram que o fator primordial que as motivaram a empreender no segmento da beleza foi o interesse pela área, com isto, tem-se a percepção que elas gostam da área e que investiram em suas carreiras, visando assim uma oportunidade de negócio e trazendo autoestima para as demais mulheres.

4.3 Desafios na trajetória empreendedora

A fim de compreender as dificuldades enfrentadas pelas entrevistadas, chegamos ao ponto em que as empreendedoras foram perguntadas sobre suas dificuldades, além de como lidam com a concorrência existente na cidade. Os desafios abordados variam desde problemas econômicos à casos de assédio durante a execução do seu trabalho.

As maiores queixas das empreendedoras no segmento de beleza na cidade de Patos estão voltadas para a dificuldade em encontrar materiais a venda na cidade, sendo preciso a busca por fornecedores de outras localidades para que seja possível apresentar um trabalho de qualidade para as clientes.

Eventualmente, existe a questão do preconceito em escolher trabalhar no ramo da beleza, por exemplo como manicure e pedicure, tendo em vista que o contexto social supervaloriza a formação acadêmica e em algumas situações não enxerga tal empreendimento como algo promissor, como é o caso da E01 que tem 23 anos de idade e relata: “sofri preconceito por ser manicure, menosprezavam a minha escolha de vida, mas hoje tenho a convicção que é o que gosto de fazer e não ligo mais para os comentários”.

Além disso, como mencionado anteriormente, infelizmente as mulheres ficam sujeitas a assédio como foi o caso da E06 que expõe ter sofrido assédio durante um atendimento ao público masculino: “por ser nova, por viver na clínica na maioria das vezes sozinha, eu não atendo o público masculino porque eu já sofri não um abuso, mas caracterizado como um assédio”. Complementa seu relato falando: “passei cerca de 2 a 3 semanas sem trabalhar, porque eu fiquei com medo realmente, mas passou, mas não foi fácil, eu fiquei com trauma”.

Relatos como esse demonstram a vulnerabilidade da mulher, enfatizando que além das dificuldades encontradas para administrar um empreendimento, ainda precisam se preocupar em não sofrerem assédio, sendo preciso até mesmo reduzir seu público, atrapalhando seu rendimento para manter a sua segurança. Sobre esse aspecto, Carrijo e Ferreira (2017) reforçam que o assédio moral e sexual sofrido pelas mulheres são impactantes na relação das mesmas com a atividade empreendedora.

Dentro das dificuldades no gerenciamento de um empreendimento temos, enfim, a concorrência e a falta de recursos financeiros. Para Kupfer (1992) “o grau de eficiência de uma firma em um dado momento está determinada pelas estratégias competitivas adotadas pela firma em um tempo anterior.” Ou seja, é preciso pensar de forma estratégica nas

articulações necessárias para usar a concorrência de forma positiva, buscando o aprimoramento do próprio negócio para se destacar no mercado.

As dificuldades financeiras nesse estudo refletem a dinâmica social em que as mulheres sempre encontram problemas em gerir seu próprio capital, tanto por falta de incentivo de aprendizado, como também pelas normas sociais que as impedem a dedicarem-se forma exclusiva ao trabalho, precisando estarem atentas e carregando sozinhas o fardo de cuidar da casa, da sua própria estética e saúde. Refletindo uma cobrança de postura que é difícil manter e seguir à risca. Esse tempo gasto em outras demandas, pode não impossibilitar o seu crescimento financeiro no caso das mulheres dessa pesquisa, mas dificulta-o.

Quadro 4 - Desafios

ID	DESAFIOS
E01	Preconceito com a profissão.
E02	Contexto econômico proporcionado pela pandemia do COVID-19.
E03	Falta de valorização da área em que atua, e custo baixo do serviço prestado.
E04	Competitividade, falta de recursos financeiros.
E05	Problemas com funcionárias, custo baixo do serviço prestado, dificuldades financeiras.
E06	Sofreu assédio ao atender público masculino.
E07	Falta de aceitação do valor do serviço prestado.
E08	Falta de valorização dos clientes, dificuldades financeiras.
E09	Se tornar conhecida, encontrar um diferencial.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

Quadro 5 - Concorrência

ID	DESAFIOS
E01	Enxerga o mercado com grande concorrência, porém faz do seu trabalho um diferencial para manter as clientes.
E02	Enxerga o mercado com grande concorrência.
E03	Não dá importância a concorrência, busca se aprimorar para elevar a qualidade.
E04	Enxerga a concorrência como negativa e positiva. Positivamente é um incentivador para buscar melhorias.
E05	Não acredita que exista concorrência, acredita apenas no diferencial do seu trabalho.
E06	Enxerga o mercado com grande concorrência, lida firmando parcerias e trocando conhecimentos com a sua concorrência.
E08	Enxerga a concorrência pessoas que banalizam os valores do serviço. Busca se aprimorar na área de atuação.
E09	Enxerga a concorrência positivamente, pois é um incentivador para buscar melhorias.
E09	Ver o mercado com grande concorrência e saturado. Busca se aprimorar na área de atuação, trazendo novidades para as clientes.

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

A concorrência é de grande importância para aqueles que possuem um empreendimento, porque traz uma perspectiva de busca pelo crescimento pessoal e profissional, aprimorando seus serviços e aumentando a sua valorização no mercado. Mesmas as entrevistadas como a E03 e E05 que dizem em sua fala não ver a concorrência como um problema ou que “Não acredita que exista concorrência, acredita apenas no diferencial do seu trabalho”, sutilmente são influenciadas por ela, pois de fato preocupam-se com o seu diferencial.

Nesse sentido, a concorrência é para o mercado um fator que existe e faz parte do modelo capitalista em que nossa sociedade está inserida, negar ele é ilusório. Em contrapartida com o parágrafo anterior, a maioria das entrevistadas reconhecem a existência da concorrência e buscam sempre uma boa relação com ela. Essa boa relação baseia-se como no caso da E06 que enxerga o mercado com grande concorrência, contudo, lida firmando parcerias e trocando conhecimentos com a sua concorrência.

No caso da E04, podemos ver um exemplo de empreendedora que vê a concorrência como um fator positivo para seu negócio, que lhe incentiva a crescer, como cita o SEBRAE (2018) “A concorrência é um fator que pode assustar, principalmente, as micro e pequenas empresas. Por outro lado, ela pode despertar a criatividade e fazer o empreendedor buscar alternativas para atrair e reter a clientela”.

Por fim, podemos ressaltar que as entrevistadas possuem uma boa relação nesse âmbito, como é demonstrado na Tabela 4, pois apesar de verem o mercado da beleza como um ramo já muito defasado, ainda buscam “driblar” essa situação com o aprimoramento profissional, oferecendo experiências únicas para seu público-alvo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo geral identificar quais as motivações e os desafios no empreendedorismo feminino do segmento de beleza da cidade de Patos-PB. A pesquisa realizada foi de caráter descritivo e abordagem qualitativa. Ao todo foram realizadas nove entrevistas de distintas áreas de atuação, mas no mesmo segmento. No estudo, foram priorizadas mulheres que estão há pelo menos um ano na atividade empreendedora.

Dessa forma, foi identificado que o perfil socioeconômico das empreendedoras no segmento da beleza na cidade de Patos-PB da presente pesquisa é representado por mulheres de 23 a 51 anos de idade, a maioria com Ensino Médio e curso técnico, faturam em seu empreendimento entre 1 a 5 salários mínimos, não possuem sócios, apenas duas possuem funcionários e/ou parceiros, a maioria possui negócio formal e se enquadram como MEI.

Além disso, o perfil que se sobressaiu foi de mulheres casadas com 1 a 2 filhos, e tentam conciliar a vida profissional e pessoal, porém a demanda de trabalho e cargas horárias diárias altas dificultam essa conciliação. O enfrentamento dessas dificuldades está associado as mazelas sociais que cobram das mulheres posturas que demandam tempo para serem cumpridas, como cuidar do lar, da casa, cuidar dos filhos e está sempre impecável do viés estético. Esse tempo imposto nessas atividades fazem com que tenham menos tempo para investir no gerenciamento da sua autonomia financeira.

Ainda assim, as mulheres dessa pesquisa demonstraram ter bastante motivação para enfrentar não só as dificuldades da sociedade patriarcal, como também as dificuldades do mercado de trabalho, todas escolheram deixar de lado a busca de emprego e a necessidade de

trabalhar para terceiros, para enfrentar um mercado com grandes dificuldades e desafios, no caso do setor de segmento da beleza na cidade de Patos que é um mercado nitidamente defasado que encontra ainda maiores dificuldades devido a pandemia do COVID-19 que trouxe com ela uma crise de saúde pública e econômica.

A motivação se torna nesse sentido um fator primordial, sem ele não é possível enxergar uma perspectiva melhor de futuro, apesar de todas as dificuldades as mulheres envolvidas nessa pesquisa possuem muito desempenho e desejo de crescimento. É possível enxergar que seus empreendimentos funcionam e seguem em processo de desenvolvimento. Com isso, é sugerido novas pesquisas futuras para que seja possível abranger o conhecimento acerca do desempenho dessas mulheres empreendedoras no segmento de beleza e para assimilar se as dificuldades e motivações das demais empreendedoras não só da cidade de Patos-PB, mas de qualquer região, seguem na mesma linha das empreendedoras estudadas nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

ACHCHUTHAN, S.; BALASUNDARAM, N. **Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates perspective.** 2014.

ALMEIDA, I. C; GOMES, A. F. **Comportamento estratégico de mulheres empresárias: estudo baseado na tipologia de Miles e Snow.** In: Encontro da ANPAD, 35, Rio de Janeiro. 2011. Anais...RJ: ANPAD,2011.

BRASIL. **Lei complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008.** Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições.** Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25–38. 2015.

BARLACH, Lisete. **Comportamento empreendedor: Um estudo empírico baseado no referencial de McClelland.** Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe). ISSN 2237-1427, v. 4, n. 3, 2014.

BUTTNER, E. H. ; MOORE, D. P. **Women's organizational exodus to entrepreneurship: self-reported motivations and correlates with success.** Journal of Small Business Management, v. 35, p. 34-46, 1997. CAIXETA, N. Poderosas! *Exame*, ed. 687, ano 32, n. 9, p. 122-133, 5 maio 1999.

BUYCO. **O promissor Mercado se Salões de Beleza do Brasil**. Disponível em: <https://buyco.com.br/mercado-de-saloes-de-beleza/#:~:text=Por%20isso%2C>. Acesso em: 9 ago. 2021.

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

CARTER, N.; ALLEM, K. **Size determinants of women-owned business: choice or barriers to resources?**. In: *Special Entrepreneurship and Regional Development Journal*, v. 9, n. 3, p. 211-220, 1997.

CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. Elsevier, Rio de Janeiro, 2012.

DOLABELLA, F. **O segredo de Luisa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo na Prática: mitos e verdades do Empreendedor de sucesso**. 2. ed. São Paulo: Elsevier, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.

EDIÇÃO DO BRASIL. **24 milhões de mulheres são empreendedoras no Brasil**. 2020, São Paulo. Disponível em: <https://acsp.org.br/publicacao/s/participacao-de-mulheres-empreendedoras-cresce-no-brasil>. Acesso em: 14 mai. 2021.

GARCIA, Luiz Fernando. **As vantagens de um empreendedorismo feminino**. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/noticias/carreira/as-vantagens-de-um-empreendedorismo-feminino/55980/> Acesso em: 16 mar. 2022.

GEM-Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2019: relatório executivo**. Curitiba: IBQP, 2020. E-book.

GOMES, A. F.; SANTANA, W. G. P.; ARAÚJO, U. P. **Empreendedorismo feminino: o estado-da-arte**. ENANPAD-Encontro Nacional da ANPAD, v. 33, 2009.

GOMES, A. F. **O Perfil Empreendedor de Mulheres que Conduzem se Próprio Negócio: Um Estudo na Cidade de Vitória da Conquista - BA**. In: Alcance Univali – Vol. 11 – n.2 p.207 – 226 – Maio/Ago. 2004. Disponível em: <http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/ra/article/viewFile/1805/1433>. Acesso em 10 de set. 2021.

INSTITUTO REDE DA MULHER EMPREENDEDORA. **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <https://institutorme.org.br/pesquisas/>. Acessado: 15/12/2021

KUPFER, D. **Padrões de concorrência e competitividade**. Encontro Nacional da ANPEC, v. 20, p. 355-372, 1992.

LEZANA, A. G. R., PEDRO, A. M.; VENTURA, G. F.; CAMILOTTI, L. **Necessidades dos Empreendedores de Sucesso.** In: ENCONTRO NACIONAL DE EMPREENDEDORISMO, 2001. Florianópolis. Anais [...]. Florianópolis: Enempre, 2001 1 CD-ROM

LEAL, Renata. **Os desafios do empreendedorismo feminino.** Disponível em: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI333624-17180,00-OS+DESAFIOS+DO+EMPREENDEDORISMO+FEMININO.html> Acesso em: 16 mar.

LINEHAN, M. **Senior Female international Managers.** Great Britain: Ashgate, 2000.

MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná.** 2002. 187p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – UFSC, Florianópolis.

MARTINS, C. B. et al. **Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas.** Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, vol. 3, núm. 2, maio-agosto, 2010, pp. 288-302. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/2734/273420396010.pdf>. Acesso em 27 de mai. 2021.

MERCADO DE BELEZA CRESCE NO BRASIL DURANTE A PANDEMIA. **New Trade,** 2021. Disponível em : <https://www.investe.sp.gov.br/noticia/mercado-de-beleza-cresce-no-brasil-durante-a-pandemia/> . Acessado em 15 de dez. 2021

MINAYO, M. C. S. GOMES, Suely Ferreira Deslandes Romeu. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** v. 29, 2008.

NASCIMENTO, R. A. **Liderança Feminina nas Organizações: um estudo nas agências bancárias do Sertão.** 2020. 34f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, Patos, 2020.

OLIVEIRA, F. M. de. **Empreendedorismo: teoria e prática. Artigo empreendedorismo teoria e prática.** Revista Online Especialize Ipeg, maio 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/empreendedorismo-teoria-e-pratica1119143%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/empreendedorismo-teoria-e-pratica1119143%20(2).pdf). Acesso em 17 de mai. 2021.

PINEL, S. H. **Empreendedorismo feminino: perfil das mulheres empreendedoras de manhuaçu-mg.** Repositório de Trabalhos de Conclusão de Curso, 2018.

PIRES. Alessandra. **Empreendedorismo feminino aumenta mais de 20%.** Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/empreendedorismo-feminino-aumenta-mais-de-20%..> Acesso em 21 de set. 2021.

ROCHA, G. T. **Empreendedorismo feminino: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender no DF.** 2018.

RODRIGUES, Emiliane Lourdes; SILVA, C. L. D; SOUSA, C. V. E. **EMPSI – EMPREENDEDORISMO, STARTUPS E INOVAÇÃO: MOTIVAÇÕES PARA**

EMPREENDER: UM ESTUDO COM MULHERES EMPREENDEDORAS. ENANGRAD, GOIANIA, 2019. Acesso em: 20 de mar. 2022.

SCHUMPTER, J. A. **Capitalism, Socialism, and Democracy.** New York: Har-perand Row, 1944. Acesso em 23 jul. 2021.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de MPE (unidades de federação: São Paulo).** Brasília: Autor, 2007.

Sebrae. **Concorrença ameaça ou oportunidade.** Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/concorrenca-ameaca-ou-oportunidade>. Acessado em: 07/02/2022

SEBRAE. **Mas afinal, o que é empreendedorismo?** Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empendedorismo/#:~:text=Empendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,i mpacto%20no%20cotidiano%20das%20pessoas>. Acesso em: 29 jul. 2021.

SMALLBONE, D.; WELTER, F. **Entrepreneurship in transition economies: Necessity or opportunity driven.** Babson College-Kaufmann Foundation, Babson College, USA. Accessed November, v. 9, p. 2010, 2004.

SOSNOWSKI, A. S. **Empoderamento feminino e empreendedorismo.** Rede Mulher Empreendedora, 2019. Disponível em: <https://rme.net.br/2019/02/15/empoderamento-feminino-e-empendedorismo/>. Acessado em 15 de dez. 2021

SPC BRASIL. **Empreendedoras solteiras são mais ambiciosas e casadas mais persistentes.** Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_mulher_empreendedora_estado_civil_2014.pdf. Acesso em 23 jul. 2021.

STILL, L.; TIMMS, W. **Women in small business: towards a new paradigm.** Disponível em: <http://www.icsb.org/pubs/1998/papers/index.html>. Acesso em: 15 dez. 2001.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

UMMAH, S.; GUNAPALAN, S. **Factors influencing on entrepreneurial success: an empirical study on women headed families in Ampara and Batticaloa districts in Sri Lanka.** International Journal of Business, Economics and Law, v. 1, n. 1, p. 141-148, 2012.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

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

ROTEIRO DE ENTREVISTA

O.E. 1: Caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras

Dados pessoais

Idade:

Estado Civil:

Tem filhos? Se sim, quantos?

Grau de escolaridade quando iniciou as atividades na área da beleza e atualmente:

Há quanto tempo atua como empreendedora no segmento de beleza?

Trabalhou em outras áreas antes de se firmar na área da beleza? Caso sim, em que área?

Realizou algum curso na área de Gestão/Administração? Caso sim, qual?

Dados profissionais

Natureza Jurídica do negócio: Formal ou Informal?

Ano de fundação:

Tem sócios? Caso sim, quantos?

Possui funcionários? Caso sim, quantos?

Que tipo de serviços são oferecidos no seu empreendimento?

Em média, quantas horas por dia você trabalha? Costuma tirar férias?

Qual a renda média do empreendimento em salários mínimos?

() 1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () acima de 16

O.E. 2: Identificar os fatores que motivaram a abertura do negócio

1. Quais foram os motivos que te levaram a abrir o empreendimento?
2. O que te fez despertar o interesse pela área da beleza?
3. Quais são as principais oportunidades encontradas no mercado de Patos-PB?
4. Você recebeu incentivos financeiros ou de outra ordem que facilitaram a abertura do negócio?
5. Quais foram as principais facilidades que encontrou que a motivou a continuar neste segmento de atuação?

O.E.3: Conhecer os desafios enfrentados pelas mulheres ao longo da trajetória empreendedora.

6. Quais os principais desafios/dificuldades que você enfrentou/enfrenta no mercado de beleza?
7. Como você lida com estes desafios? E o que você faz para superar estes desafios encontrados?
8. Como você enxerga a concorrência no segmento da beleza?
9. Em algum momento da sua carreira você pensou em desistir ou mudar de área de atuação?
10. Como concilia as atividades do negócio com as atividades pessoais do dia a dia?

ANEXO A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(a),

O(a) senhor(a) está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada: **Empreendedorismo feminino: motivações e desafios no segmento de beleza em patos-pb**, sob a responsabilidade de Nahama Victor Gomes Ferreira e da orientadora Cinthia Moura Frade¹. Sua participação é muito importante para a realização desta pesquisa, contudo é totalmente voluntária, não lhe cabendo qualquer obrigação de fornecer as informações solicitadas pela pesquisadora. Antes de decidir sobre sua permissão para a participação na pesquisa, é importante que entenda a finalidade da mesma e como ela se realizará. Portanto, leia atentamente as informações que seguem.

A pesquisa tem como objetivo principal “analisar as motivações e desafios no empreendedorismo feminino do segmento de beleza da cidade de Patos-PB” e apenas com sua autorização será realizada a coleta dos dados, que ocorrerá por meio de uma entrevista gravada. É importante o esclarecimento de que os riscos da sua participação são considerados mínimos, limitados à possibilidade de eventual desconforto psicológico ao responder os questionamentos que lhe serão apresentados, enquanto que, em contrapartida, os benefícios obtidos com esta pesquisa serão relevantes e traduzidos em esclarecimentos para a população estudada.

O(a) voluntário(a) poderá recusar-se a participar, ou retirar seu consentimento a qualquer fase da realização da pesquisa ora proposta, não havendo qualquer penalização ou prejuízo. Será prestada assistência e acompanhamento durante o desenvolvimento da pesquisa, não havendo a cobrança de ônus de qualquer espécie.

Os dados individuais serão mantidos sob sigilo absoluto e será garantida a privacidade dos participantes, antes, durante e após a finalização do estudo. Os resultados da pesquisa poderão ser apresentados em congressos e publicações científicas, sem qualquer meio de identificação dos participantes, no sentido de contribuir para ampliar o nível de conhecimento a respeito das condições estudadas.

Em caso de dúvidas, você poderá obter maiores informações entrando em contato com Nahama Victor Gomes Ferreira através do telefone (83) 99608-7809 ou através do e-mail: adm.nahamavictor@gmail.com. Após a devida leitura desse documento, compreensão e esclarecimento de dúvidas com a pesquisadora responsável, o presente termo deverá ser assinado, caso concorde em participar.

CONSENTIMENTO

Após ter sido informado sobre a finalidade da pesquisa **Empreendedorismo feminino: motivações e desafios no segmento de beleza em patos-pb** e ter lido os esclarecimentos prestados no presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, eu

_____ autorizo a participação no estudo, como também dou permissão para que os dados obtidos sejam utilizados para os fins estabelecidos, preservando a nossa identidade. Desta forma, assino este termo, juntamente com a pesquisadora, em duas vias de igual teor, ficando uma via sob meu poder e outra em poder da pesquisadora.

Patos-PB, _____ de _____ de 2021.

Assinatura do(a) participante

Assinatura da pesquisadora

¹ E-mail: cinthiafrade@servidor.uepb.edu.br