

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO DE CASO  
DE UMA EMPREENDEDORA NO SEGMENTO DE BELEZA

RIO DE JANEIRO  
2019

**Vanessa Ajavi Zaccaro Abdala**

**VANESSA AJAVI ZACCARO ABDALA**

**OS DESAFIOS DO EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO DE CASO  
DE UMA EMPREENDEDORA NO SEGMENTO DE BELEZA**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ).

Orientadora: Maria Teresa Coutinho

**Rio de Janeiro – RJ  
2019**

## **RESUMO**

A emancipação feminina é um fenômeno social que iniciou no século passado e que até hoje sofre mudanças. Por muito tempo a mulher foi obrigada a se submeter aos anseios de uma sociedade patriarcal, no qual os homens possuíam autoridade sobre a vida da mulher porém esse processo mudou e hoje elas conquistaram espaços antes ocupado pelos homens. Atualmente a mulher possui mais autonomia sobre sua vida, no entanto, muitos são os desafios que elas ainda precisam superar. Por isso, o presente trabalho busca abordar sobre o tema empreendedorismo feminino. O cenário do empreendedorismo feminino no Brasil revela quais são os desafios a serem superados pelas empreendedoras. Para auxiliar a reflexão foi feito um estudo de caso de um salão de beleza iniciado por uma mulher que decidiu empreender com o intuito de suprir suas necessidades: financeiras e satisfação pessoal. Ao longo do trabalho é possível compreender melhor sobre as dificuldades de iniciar um empreendimento. Por ser um processo complexo muitos fatores acabam influenciado o sucesso do empreendimento ou culminar no fracasso dele. Outro ponto abordado durante o trabalho fala sobre as diferenças entre os empreendimentos liderados por homens e mulheres e para ajudar a entender melhor sobre isso foram destacados dados levantados pelo GEM e SEBRAE, uma das principais instituições responsáveis por acompanhar o desenvolvimento do empreendedorismo.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino, empoderamento, empreendedor, resiliência.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### GRÁFICOS:

Gráfico 1 - Tipo de Empreendedorismo em empresas com menos de 3,5 anos .....	11
Gráfico 2 - Nível de relevância do sonho do brasileiro por percentual .....	16
Gráfico 3 - Investimento feminino de acordo com o segmento.....	19
Gráfico 4 - Proporção de negócios "por necessidade" de acordo com o gênero .....	23
Gráfico 5 - Taxas de juros a.a. cobradas de acordo com o gênero do proprietário .....	24
Gráfico 6 - Sonho dos brasileiros de acordo com o gênero .....	26
Gráfico 7 - Empreendedoras de acordo com a faixa etária .....	31

### TABELAS:

Tabela 1 Taxas de empreendedorismo de acordo com o estágio do empreendimento - 2017 e 2018. ....	14
Tabela 2 - Dados de empresas de serviços em 2017 .....	18
Tabela 3 - Mulheres que são MEI em relação aos setores de investimentos ..	20
Tabela 4 - Total de MEI de acordo com o gênero no segmento de beleza - 2018 .....	27
Tabela 5 - Grau de escolaridade dos empreendedores de acordo com o gênero .....	30
Tabela 6 - Taxa de empreendedores de acordo com o gênero e grau de escolaridade .....	30

### QUADROS:

Quadro 1 - Proporção de empreendedores de acordo com o grau de escolaridade .....	29
Quadro 2 - Fatores que motivaram a abertura do empreendimento .....	39
Quadro 3 - Características empreendedoras da entrevistada .....	40
Quadro 4 - Características do empreendimento .....	41

### FIGURAS:

Figura 1 - Mapeamento do atendimento do cliente no salão Dele e dela.....	42
---	----

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	6
1.1.	Formulação do Problema de Pesquisa .....	7
1.2.	1.2. Objetivos .....	8
1.2.1	– Objetivos gerais.....	8
1.2.3	– Objetivos específicos. ....	8
1.3.	Justificativa.....	9
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA..... <b>Erro! Indicador não definido.</b>	
2.1.	O conceito de empreendedorismo .....	9
2.2.	Empreendedorismo no Brasil .....	12
2.3.	Motivações para empreender.....	15
2.4.	O setor de serviços e a atividade empreendedora feminina. ....	17
2.5.	Segmento da beleza no Brasil .....	20
2.6.	Os desafios para empreender.....	22
2.7.	Motivações para empreender e o segmento da beleza.....	25
2.8.	Perfil da mulher empreendedora .....	28
2.9.	Empoderamento e a resiliência feminina .....	32
3.	Metodologia..... <b>Erro! Indicador não definido.</b>	
3.1.	Estudo de caso: Salão dele e dela.....	36
4.	Discussão dos resultados .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
5.	Considerações finais .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	44

## 1. INTRODUÇÃO

Durante muitos anos a mulher teve que se submeter à sociedade, seja no sentido pessoal, profissional ou acadêmico. A mulher era apenas vista como uma posse e a sua principal função era dedicar-se aos afazeres domésticos. Os direitos da mulher foram negados de forma institucional e independente da condição social da mulher, todas se deparavam com a limitação legal sobre o exercício da própria liberdade. Segundo Ostos (2012):

A mulher casada era considerada como relativamente incapaz para exercer certos atos legais, não podendo trabalhar fora de casa sem autorização prévia do marido, exercer papel de tutora ou curadora, litigar em juízo cível ou criminal e contrair obrigações; somente em caso de ausência ou impedimento do esposo, ela tinha o direito de exercer o pátrio poder sobre os filhos(p.316).

Ao analisar o Código Civil de 1916, fica claro que a liberdade feminina era ofuscada pela submissão da mulher ao seu pai, e após o matrimônio a submissão passa a ser ao marido. Ostos (2012) afirma que “o marido era o “chefe da sociedade conjugal” encarregado de administrar os bens do casal, fixar o domicílio familiar e prover o sustento dos seus”.

O processo de emancipação feminina desde então ocorreu paulatinamente, no decorrer do século XX, a mulher caminhou rumo à independência de forma tímida. As grandes transformações econômicas, políticas e culturais do século XX proporcionaram as mulheres que viviam em centros urbanos, a terem a oportunidade de entrarem no mercado de trabalho, frequentarem espaços restritos aos homens, administrarem mais suas vidas, dentre outras conquistas.

Embora isso tenha mudado gradualmente não é difícil imaginar que nos tempos atuais, mesmo tendo muitas mulheres inseridas no mercado de trabalho ou tendo algum tipo de independência, a atuação feminina em muitos países é tida ainda como um tabu.

Por ser algo recente historicamente, as mulheres ainda encontram muitos obstáculos no mercado de trabalho mas em especial em atividades antes ocupadas apenas por homens.

Esse processo que a sociedade passou ao longo dos anos deu origem a seguinte situação: aumento de mulheres no mercado de trabalho e paralelamente o aumento do número de empreendimentos liderados por

mulheres. Isso contribuiu para que as mulheres se destacassem ainda mais no cenário econômico e a atuação feminina no business aumentasse e gerassem novas ofertas de emprego.

Para Sousa et al. (2019) debater sobre o empreendedorismo feminino pode ser interessante, uma vez que os novos empreendimentos podem impulsionar a geração de empregos, renda, redução de custos etc. Esse apoio ao empreendimento feminino ocorre graças o avanço da conquista de papéis importantes dentro da sociedade.

### 1.1. Formulação do Problema de Pesquisa

A emancipação feminina ainda é um tema historicamente recente quando comparado com o tempo em que a mulher esteve subordinada aos anseios e regras estabelecidas pela sociedade. A subordinação feminina foi perpetuada durante séculos em diversas culturas, a consolidação dessa postura era justificada por uma sociedade patriarcal na qual, os homens possuíam total poder sobre a vida da mulher. Por muito tempo, cabia ao homem além do papel do principal provedor do lar, disciplinar e moldar a mulher de acordo com os anseios do mesmo. Para a mulher apenas cabia a função de reprodução ou satisfação dos prazeres masculinos. Por isso, é essencial a discussão de tema “liberdade feminina” em pleno século XXI, entende-se pela emancipação feminina um fenômeno que abrange vários aspectos da vida da mulher: autonomia profissional, independência financeira, liberdade sexual e autonomia e poder de decisão sobre a própria existência. É preciso destacar a necessidade de debater sobre o processo de evolução da liberdade feminina, pois a mesma ainda não foi alcançada de forma totalmente plena.

Apesar de muitos países terem apoiado a inserção da mulher no mercado de trabalho e reconhecerem a independência feminina na sociedade do século XXI, ainda há muito a ser conquistado pelas mulheres, e esse trabalho em especial levanta algumas das questões relacionadas à atuação feminina no mundo dos negócios.

O empreendedorismo feminino tem alcançado cada vez mais setores e os números apontam para o crescimento da atuação feminina no empreendedorismo. Atualmente muitos desses dados são levantados pela

*Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, que é um programa de pesquisa internacional que busca mensurar o crescimento do empreendedorismo ao redor do mundo. Muitas das pesquisas elaboradas pelo GEM servem como base de dados para outros órgãos que também acompanham esses números.

Os dados obtidos nas pesquisas abordadas ao longo do trabalho permitem levar o leitor a refletir a respeito da dificuldade e das adversidades encaradas pela mulher no momento de empreender. Também foi levado em consideração todo o trajeto de uma mulher empreendedora que atua no segmento de beleza no qual as conclusões são obtidas através do estudo de caso do salão de beleza da empreendedora.

Diante dessa questão fica o questionamento de quais são os desafios que a empreendedora precisa enfrentar e principalmente de qual maneira a empreendedora enfrenta as dificuldades encaradas ao longo do processo de consolidação do empreendimento.

## 1.2. 1.2. Objetivos

### 1.2.1 – Objetivos gerais.

A monografia busca analisar e identificar os desafios enfrentados por uma microempreendedora no segmento de beleza através de um estudo de caso. O objetivo é fazer com que a leitura do tema leve a reflexão sobre os desafios e oportunidades que a mulher empreendedora pode enfrentar.

Ao longo do trabalho são apresentados dados sobre o cenário da atuação feminina e com isso é possível fazer um link entre o empreendedor, desafios e importância do empreendedorismo na sociedade. Outro aspecto que é abordado ao longo desse tema é a motivação que leva a mulher a empreender e como experiências de vida podem influenciar na decisão de empreender.

### 1.2.3 – Objetivos específicos.

- Analisar como as experiências e situações vividas pela entrevistada pôde influenciar na sua decisão de empreender.
- Identificar e analisar as motivações e estratégias utilizadas para entrar e se manter no mercado de beleza



- Abordar a respeito dos desafios encarados na hora de empreender.

### 1.3. Justificativa

A maioria das mulheres quando são inseridas no mercado de trabalho ou no mundo dos negócios se deparam com uma série de obstáculos e entraves de diversas origens: casamento, filhos, discriminação, papel da mulher na sociedade, dentre outras. Saber conciliar e enfrentar esses obstáculos não são tarefas fáceis, pois, exigem muito da mulher. Além disso, até hoje existem estereótipos que podem ofuscar a mulher na busca de sua independência financeira.

Embora tenham muitas mulheres que se arrisquem a iniciar novos investimentos, o tempo de vida de suas empresas é menor que os empreendimentos iniciados por homens, o que nos convida a debruçar sobre as motivações e os estímulos que impulsionam essas mulheres a empreender. Refletir sobre a construção social e as políticas de apoio a mulheres são temas recorrentes e necessários à academia.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. O conceito de empreendedorismo

O empreendedorismo é um processo no qual envolve a criatividade, inovação e a busca de novas soluções para o mercado. O termo “empreender” é de origem francesa e significa aquele que assume risco e cria algo. Ainda de acordo com Zen e Fracasso (2008) o primeiro exemplo de empreendedorismo foi dado por Marco Polo, no qual ele havia assinado um contrato com um capitalista que permitia a venda de mercadorias. Isso demonstra que Marco Polo ficou com todo o peso de assumir uma postura empreendedora e ativa, assumindo riscos físicos e emocionais.

Os autores ainda definem o empreendedorismo diante do cenário atual, para eles empreender nos dias de hoje implica no resultado da evolução de fenômenos sociais que podem visar lucros econômicos ou redução de desigualdades sociais:

No decorrer dos anos, as revoluções tecnológicas e sociais impactaram também na formação do empreendedor, tornando-se um termo utilizado de maneira ampla, que atualmente abrange desde uma ação individual orientada para o lucro econômico até ações coletivas visando à redução da desigualdade social” (p.137)

Para Oliveira (2014), o termo empreendedorismo designa a situação de um executivo de empresa com elevada criatividade, que foca em obter resultados favoráveis baseados em inovações. O empreendedorismo também pode se caracterizar como a ideia de um grupo de pessoas, ou um indivíduo, que pretende oferecer à sociedade alternativas de consumo, ou de novos hábitos e tendências.

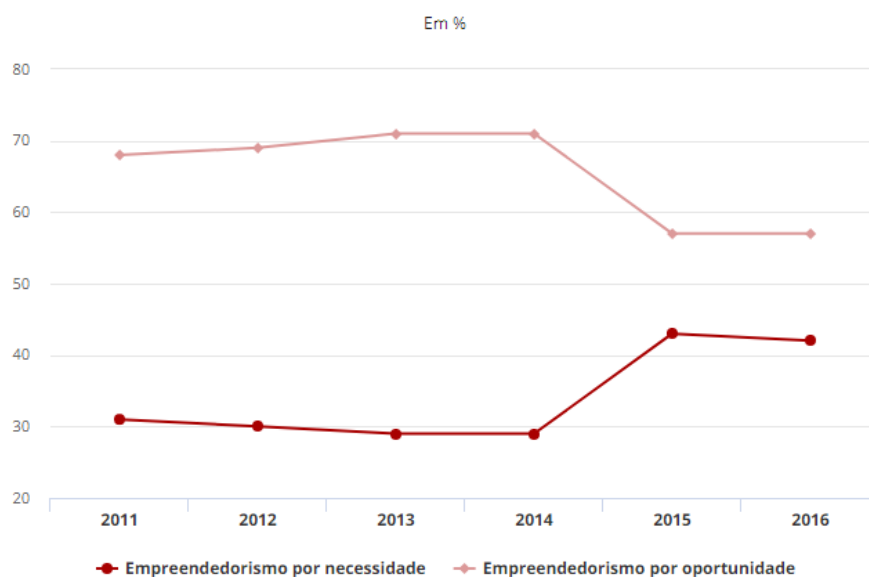
Outras definições do empreendedorismo também associam esse termo às ações que buscam viabilizar ou identificar novas oportunidades, Silva (2015) complementa dizendo que:

O conceito que aborda esse termo como atividade executada por indivíduos específicos, envolve as ações chave de identificar uma oportunidade e que a mesma tem valor incomum para ser explorada em termos práticos como um negócio(p.57)

Para muitos, o empreendedorismo é um meio de sobrevivência através da criação do próprio negócio. Esse tipo de empreendedorismo pode ter como motivação a necessidade mas também pode estar atrelado a novas oportunidades.

O gráfico a seguir demonstra um pouco mais sobre esses números e indica em termos percentuais o comportamento dos tipos de empreendedorismo entre os anos 2011 e 2016. O estudo só considerou empresas que estavam em atividade em até 3 anos e meio.

Gráfico 1 - Tipo de Empreendedorismo em empresas com menos de 3,5 anos



Fonte elaborado por: Sebrae, 2016. Disponível em <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web/.pdf>, acesso em: 22 set.2019)

Para Nassif, Ghobril e Amaral (2009) o atual cenário da economia globalizada contribuiu com o aumento do índice de competitividade o que paralelamente estimula a atividade empreendedora. Para os autores o desemprego também é um dos fatores responsáveis por também impulsionar a atividade empreendedora e a falta de oferta de emprego pode consequentemente incentivar os negócios iniciados por necessidade. Ainda sobre o aumento da competitividade numa sociedade globalizada é que há um indício maior da precarização do trabalho levam a pessoas autônomas buscarem outras formas de sobrevivência. De acordo com Araújo e Moraes (2017) a precarização do trabalho ocorre por fatores distintos, os autores afirmam que:

A precarização do trabalho, portanto, tem sido percebida como uma das consequências mais visíveis da flexibilização do mercado de trabalho, que preconiza a proliferação de formas de emprego de caráter flexível, das novas formas de contrato e do declínio da oferta de empregos típicos/permanentes.(p.2).

Esse estímulo que ocasiona o aumento do empreendedorismo tem se mostrado cada vez mais necessário para impulsionar novas mudanças na economia.

No Brasil, assim como em outros países o número de microempreendedores tende a aumentar de forma significativa principalmente em épocas de crises econômicas. Algumas pesquisas realizadas pelo *GEM* em 2018 indicavam que a taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA - *Total Early-Stage Entrepreneurial Activity*) no Brasil, encontrava-se na sexta posição num grupo de 11 países.

## 2.2. Empreendedorismo no Brasil

Quando é abordado sobre o empreendedorismo no Brasil é preciso levar em consideração o peso que os Microempreendedores tem sobre o aspecto sócio econômico do país. O termo Microempreendedor Individual é designado para os pequenos empresários, o MEI na verdade, é o resultado de um programa do governo que busca regularizar e formalizar atividades de pessoas autônomas. Para que um empreendedor possa ser considerado um MEI o empreendimento precisa faturar no máximo R\$ 81.000,00 ao ano. De acordo com o SEBRAE (2019), no Brasil até junho haviam 8.4 milhões de inscrições como MEI, sendo que desse número as empresas em atividade somavam 6 milhões de microempreendedores, demonstrando o grau de relevância que eles possuem no país.

O aumento do nascimento de novos empreendimentos no país é a maneira que muitos brasileiros encontram para contornar a escassez de oferta de emprego no mercado. A evolução do empreendedorismo no país também é influenciada pelo crescimento da mentalidade empreendedora do brasileiro. Esse tipo de percepção do indivíduo diante de estímulos internos (ambições pessoais) ou externos (economia, fatores culturais e sociais) podem tornar o ambiente mais propício a criação de novas empresas. Contudo, mesmo tendo tido um aumento na percepção do brasileiro em relação ao empreendedorismo e sua relevância, é preciso ficar atento ao o que os números indicam, pois, apesar de haver novos negócios surgindo o empreendedor pode se deparar com inúmeras dificuldades que podem culminar no fracasso do empreendimento levando negócios irem a falência antes de completar três anos.

A dificuldade do empreendedorismo pode refletir no impacto sobre a consolidação dos empreendimentos. Muitos são os fatores que podem levar

um empreendimento à falência mas existem aspectos que podem ser determinantes na permanência destes empreendimentos no mercado.

De acordo com o SEBRAE – SP em 2014 a causa mortis de empresas ocorreu devido à falta de planejamento prévio sobre o mercado (público alvo, concorrentes e fornecedores), a falta de conhecimento na hora de planejar e gerir o negócio é uma lacuna que pode causar o fracasso do empreendedor levando a ter prejuízo com o pouco retorno do empreendimento.

Para compreender melhor a relação de empreendedorismo e tempo de existência é preciso esclarecer alguns termos. Todo empreendedorismo é estabelecido por fases e muitos são classificados de acordo com o tempo de existência do empreendimento e do retorno financeiro. O GEM que é responsável por realizar pesquisas ao redor do mundo sobre empreendedorismo categoriza os empreendimentos de acordo com o conceito de taxas.

As taxas são conceitos estabelecidos que ajudam a caracterizar o negócio com base no tempo de vida do empreendimento e no lucro obtido pelo proprietário do negócio. Esses conceitos permitem que outros órgãos consigam medir o desenvolvimento do empreendedorismo facilitando na hora de realizar novas análises sobre o tema. Cada negócio é avaliado com base nas seguintes taxas:

- **Taxa de Empreendedorismo Total (TTE):** Esse tipo de taxa implica nos indivíduos que estão envolvidos em alguma atividade empreendedora. Dentro desse tipo de taxa estão os negócios que estão em estágio inicial ou estabelecido.
- **Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA):** Engloba os indivíduos que estão envolvidos em novos empreendimentos ou em fase inicial. Entende-se como fase inicial empreendimentos que ainda estão na etapa do planejamento e estruturação. No geral os proprietários de empreendimentos em fase inicial ainda não obtiveram o retorno do investimento por mais de 3 meses.

Já os empreendimentos classificados como novos são aqueles que possuem até três anos e meio de existência, esse tipo de taxa indica

negócios que já oferecem um retorno financeiro ao proprietário de um período maior que 3 meses e menor que 3,5 anos.

- **Taxa de Empreendedorismo Estabelecido (TEE):** Engloba indivíduos com empreendimentos já consolidados. Esse tipo de empreendimento é o que já oferece o retorno do investimento por um período maior que três anos e meio.

Essa mesma pesquisa realizada apontou para os seguintes resultados: no Brasil, em 2018, estimava-se que 52 milhões de brasileiros empreendedores iniciais (TEA), investiram na criação ou na consolidação de uma empresa, ficando apenas atrás da taxa de empreendedorismo inicial do GEM 2015. A tabela 1 demonstra em números as taxas de investimento de acordo com o estágio do empreendimento, as taxas estão em termos percentuais enquanto que a estimativa mede em termos quantitativos de negócios entres os anos de 2017 e 2018.

Tabela 1 - Taxas de empreendedorismo de acordo com o estágio do empreendimento - 2017 e 2018.

Estágios	Taxas (2017)	Taxas (2018)	Estimativa (2017)	Estimativa (2018)
Empreendedorismo total (TTE)	36,4	38,0	49.332.360	51.972.100
Empreendedorismo inicial (TEA)	20,3	17,9	27.482.078	24.456.016
Novos (TEA)	16,3	16,4	22.093.966	22.473.982
Nascentes (TEA)	4,4	1,7	6.010.858	2.264.472
Empreendedorismo estabelecido (TEE)	16,5	20,2	22.337.649	27.697.118

Fonte: Relatório Executivo – GEM. Disponível em: < <http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf> >. Acesso em: 23 set.2019.

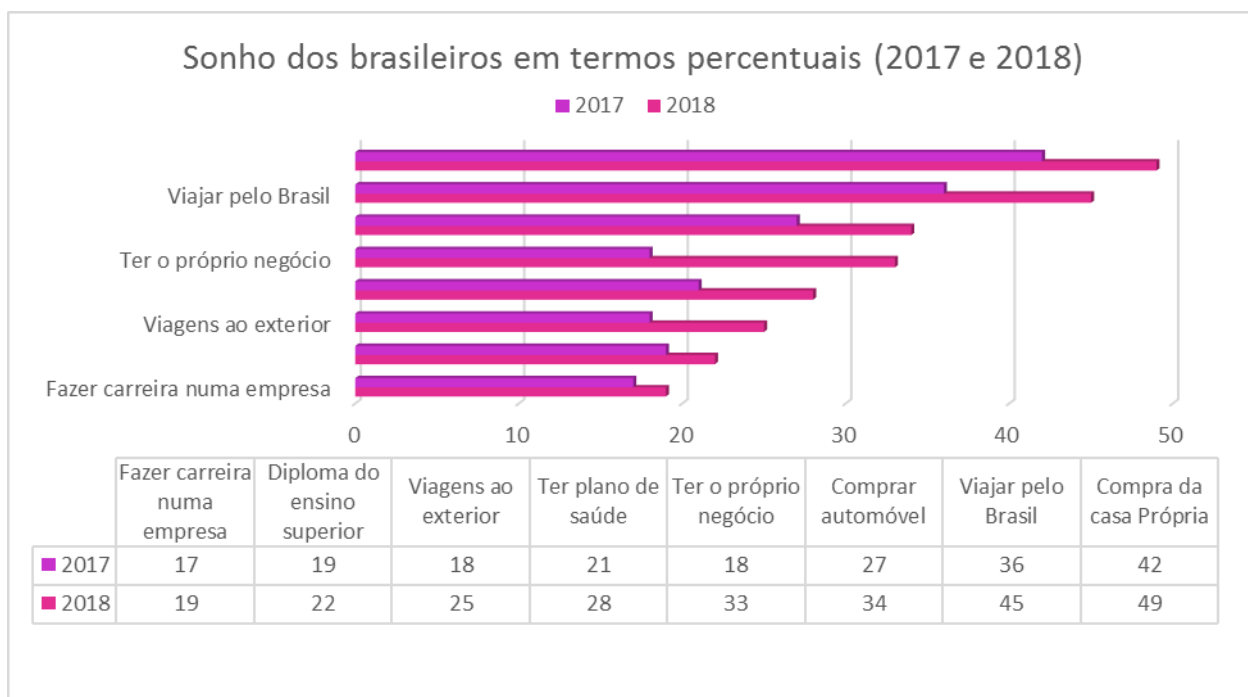
Essa pesquisa indicou que o percentual de empreendimentos novos, no ano de 2018, não diferia muito do ano anterior. A maior diferença se deu em relação aos negócios estabelecidos, que tinha um percentual de 2% a mais que a taxa de empreendedorismo inicial.

### 2.3. Motivações para empreender

Paralelamente ao aumento do número de negócios iniciados temos a percepção da relevância para a sociedade em relação ao empreendedorismo. Alguns estudos levam em consideração quais são os maiores sonhos da população brasileira e foi possível constatar a ordem de relevância de sonhos (realizações) dos brasileiros. Essas análises foram feitas com base nos anos de 2017 e 2018 pelo GEM e com isso foi possível notar o grau de relevância de cada sonho, ficando na seguinte ordem: compra da casa própria, viagens pelo Brasil, compra de automóveis e na quarta posição tínhamos o sonho de montar o próprio negócio.

Em 2018 ter o próprio negócio fazia parte do sonho de cerca de 33% dos brasileiros analisados, indicando um aumento de 15 pontos percentuais se comparado com o ano anterior (2017). O gráfico a seguir demonstra um pouco mais sobre isso.

Gráfico 2 - Nível de relevância do sonho do brasileiro por percentual



Fonte Elaborada por: GEM Brasil 2018 (IBPQ e SEBRAE) Disponível em <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/GEM-2018-Apresenta%C3%A7%C3%A3o-SEBRAE-Final-slide.pdf>> Acesso em: 23.set.2019

A percepção do brasileiro em relação as oportunidades no cenário econômico em alguns momentos incentivam pessoas autônomas a empreenderem cada vez mais, ser um empreendedor também é uma das motivações que fomentam o nascimento de novos empreendimentos.

Junto com o empreendedorismo, temos o empreendedor que é o indivíduo responsável pelo processo de desenvolvimento de ideias e da concretização de resultados decorrentes dessas ideias. Nessa última etapa, o empreendedorismo passa a ter um impacto social maior, uma vez que a montagem de um novo empreendimento pode implicar em aspectos positivos para a sociedade tais como: idealização de novos projetos, aplicações desses projetos em organizações já existentes, inovações ou geração de novos postos de trabalho o que conseqüentemente favorece ainda mais o desenvolvimento econômico e social do país.

O empreendedor sempre é visto como alguém que está mais suscetível a correr risco e no geral ele investe por necessidade ou por oportunidade. Neste



último caso, o empreendimento é montado por aquele indivíduo que enxerga uma nova oportunidade de negócio, como demanda por um produto/serviços latente ou por uma inovação disruptiva. Já o empreendedor por necessidade é o que diante das adversidades encontradas no mercado de trabalho e na economia é motivado a empreender como uma nova alternativa de geração de renda.

A maior parte do empreendimento por necessidade surge como uma estratégia de sobrevivência econômica e é uma resposta a escassez da oferta de trabalho. Para Nassif, Ghobril e Amaral (2009) “Por diversos fatores diferentes, o Brasil enfrenta níveis oscilatórios de desemprego. Esta falta de empregos formais tem gerado um alto índice de empregos informais”.

De acordo com os autores, o fator desemprego funciona como um estímulo na geração de novos empreendimentos, eles afirmam que:

[..]Entretanto, num cenário econômico como o do Brasil, cheio de adversidades e descontinuidades nos parece que grande parte do apelo à atitude empreendedora vem da necessidade, do instinto de sobrevivência do brasileiro que precisam adaptar-se as situações adversas de uma economia instável, de mudanças rápidas e intensas num ambiente com níveis oscilatórios de desemprego. (p.146)

#### 2.4. O setor de serviços e a atividade empreendedora feminina.

O setor de serviços no Brasil é hoje um dos mais promissores, a área de serviços tem se destacado cada vez mais devido a sua crescente participação na produção econômica do país. Ainda de acordo com Ribeiro e Jacinto (2015) “é possível verificar que o setor de serviços, ao contrário do senso comum, é um setor produtivo.” Os autores ainda afirmam que entre 2002 e 2009 o setor de serviços foi positivo o que não ocorreu no setor da indústria. Os autores relatam que o setor de serviços de início era tido como um segmento com pouca expressão sobre a economia o que poderia levar os países a estagnação econômica. Os autores Ribeiro e Jacinto (2015, p.404) afirmam que:

O trabalho mais influente que associa a produtividade da indústria e da economia como um todo ao desempenho dos serviços foi apresentado por Baumol (1967). A teoria desenvolvida em sua análise ficou conhecida como a doença de custos. A principal inquietação desse autor estava no fato de que à medida que o setor de serviços ampliasse a sua participação no PIB e, conseqüentemente, no trabalho, a economia caminharia para a

estagnação devido ao pobre desempenho produtivo desse setor.” (apud. BAUMOL 1967).

De acordo com Ribeiro e Jacinto (2015) um dos primeiros estudos no Brasil que abordava o tema realizado por Melo et. al (1998), no qual os estudos demonstraram que o setor de serviços tem uma participação significativamente na ascensão econômica do país. O setor de serviços para o país é de extrema importância pois o mesmo teve uma participação de 73% no PIB brasileiro nos anos de 2017 e 2018.

No Brasil a análise de dados relacionados ao setor de serviços é realizada ao longo dos anos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, através da Pesquisa Anual de Serviços (PAS). O IBGE é responsável por aplicar pesquisas que indicam o número de empresas que atuam nesse setor e o número de pessoas empregadas.

Em 2017, segundo o IBGE, a área de serviços empregava 12.302.757 milhões de pessoas, havia 1.306.671 empresas atuantes que geraram uma receita operacional líquida de R\$1.524.990.372. A tabela a seguir mostra os números do setor de serviços.

Tabela 2 - Dados de empresas de serviços em 2017

	Receita Operacional líquida. (em milhões)	Pessoal ocupado em até 31/12/17	Número de empresas
Serviços prestados à família	183.484.018	2.777.004	378.957
Serviços de informação e comunicação	343.518.171	986.485	103.603
Serviços administrativos e complementares	399.949.749	4.923.496	424.847
Transporte e serviços auxiliares ao transporte.	449.533.765	2.508.244	188.508
Atividades imobiliárias	37.059.310	237.624	64.865
Serviços de manutenção	25.353.067	406.747	100.013
Outras atividades de serviços	86.092.292	463.157	45.878

Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9028-pesquisa-anual-de-servicos.html?t=destaques>> Acesso em: 11 nov.2019.

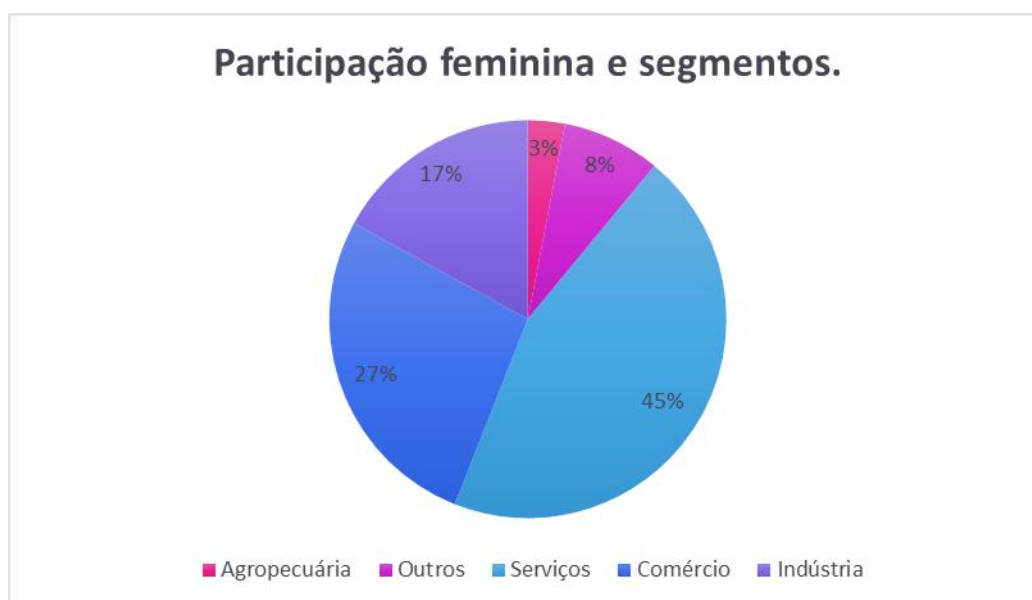
A tabela aponta para três tipos de informação que ajudam a reforçar a importância do setor de serviços no Brasil. A pesquisa indica dados estatísticos extraídos pelo IBGE.

Os conceitos abordados na Pesquisa Anual de Serviços (PAS) leva em consideração a receita operacional líquida de empresas de diferentes segmentos no setor de serviços, número de pessoas empregadas de 2017 (até o dia 31 de dezembro) e o número de empresas que atuam no setor de serviços.

Quando é feita uma análise das áreas que prevalecem a atuação feminina é possível observar que o setor de serviços se destaca mais que outros tipos de setores. Segundo o GEM (2012) as mulheres, no geral, investem mais em áreas que fazem parte de seu universo, e por isso há uma incidência maior de mulheres investindo no segmento da beleza e centros de estética.

Dados alinhados aos das pesquisas realizadas pelo IBGE e SEBRAE, demonstram que no ano de 2010, 45% do público feminino procurava investir no setor de serviços, 27% em comércio, 18% na área de indústria, 3% em agropecuária e 8% nos demais segmentos. O gráfico seguinte ilustra melhor sobre esses dados.

Gráfico 3 - Investimento feminino de acordo com o segmento



Fonte: Elaborado pelo Sebrae-SP a partir de IBGE. Censo Demográfico 2010.

## 2.5. Segmento da beleza no Brasil

Tratando sobre o tema empreendedorismo feminino o setor que mais se destaca é o segmento da beleza e elas possuem um peso maior na hora de montar negócio voltado para os salões de beleza ou centros de estética. As mulheres empreendedoras investem mais que os homens na área de serviços focados em cuidados estéticos e serviços de salões de beleza. Ainda de acordo com os dados obtidos pelo SEBRAE, em 2017, as mulheres donas de negócios investiram principalmente nos seguintes setores:

Tabela 3 - Mulheres que são MEI em relação aos setores de investimentos

Setor (tipos)	Nº MEI de mulheres	% MEI de mulheres
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	539.956	76
Cabeleireiros	422.795	79
Outras atividades de tratamento de beleza	154.094	96
Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar	123.209	75
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	106.318	76

Fonte: SEBRAE 2017, Disponível em: <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf)> acesso em: 8 de outubro de 2019.

Os dados da tabela anterior indicam que elas no setor de beleza possuem mais força e presença que os homens que empreendem no mesmo setor. Em 2017 por exemplo, as mulheres eram responsáveis por 79% de empreendimentos como salões de beleza e 96% de empreendimentos voltados para cuidados estéticos (voltados para tratamentos faciais e corporais).

O impacto do segmento da beleza não fica limitado apenas na prestação de serviços, há também uma indústria por trás da produção de produtos que são utilizados durante os procedimentos estéticos.

Pesquisas recentes realizadas pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), indicava que em 2018, o setor da indústria cosmética foi responsável por gerar cerca de 5,8 milhões de postos de trabalho, tendo um aumento de 1% comparado com o ano anterior.

Estudos realizados pelo SEBRAE de São Paulo levantou alguns dados a respeito do segmento de beleza em 2015, durante a pesquisa foi constatado que o número de salões de beleza eram 123.341 salões e 41.959 centros estéticos, totalizando o equivalente a 165.300 estabelecimentos no setor, apenas no estado de São Paulo.

A pesquisa também analisou uma amostra de 385 estabelecimentos do segmento de beleza, dentre os quais 288 ofereciam serviços prestados em salões de beleza e 97 serviços inerentes a unidades de centro estético. A pesquisa revelou que 71% do corpo de funcionários eram do sexo feminino e 29% do sexo masculino.

Um aspecto o importante em relação ao perfil dos profissionais deste segmento, refere-se ao fato que em salões de beleza o número de pessoas com nível superior completo é de 24% e é menor do que o percentual de centros de estéticas. Nos centros estéticos o percentual sobe para 55%, essa diferença existe devido ao grau de exigência do serviço oferecido que requer um conhecimento mais específico.

Apesar de haver uma diferença em relação ao nível de escolaridade entre os dois tipos de negócios foi possível observar que 82% dos profissionais do segmento de beleza possuem os conhecimentos técnicos necessários para o exercício da função que desempenham, tanto nos salões de beleza e nos centros de estética.

Quando analisado o perfil do empreendedor de estabelecimentos de beleza e centros de estéticas conclui-se que no geral eles são montados por pessoas que já trabalhavam nesse mercado, porém como funcionários. O mesmo estudo feito pelo SEBRAE também apontava que cerca de 68% dos donos de salões são os próprios fundadores, 21% adquiriram o salão já montado e os outros restantes ficam divididos entre herdar ou tornar-se sócio do estabelecimento.

## 2.6. Os desafios para empreender

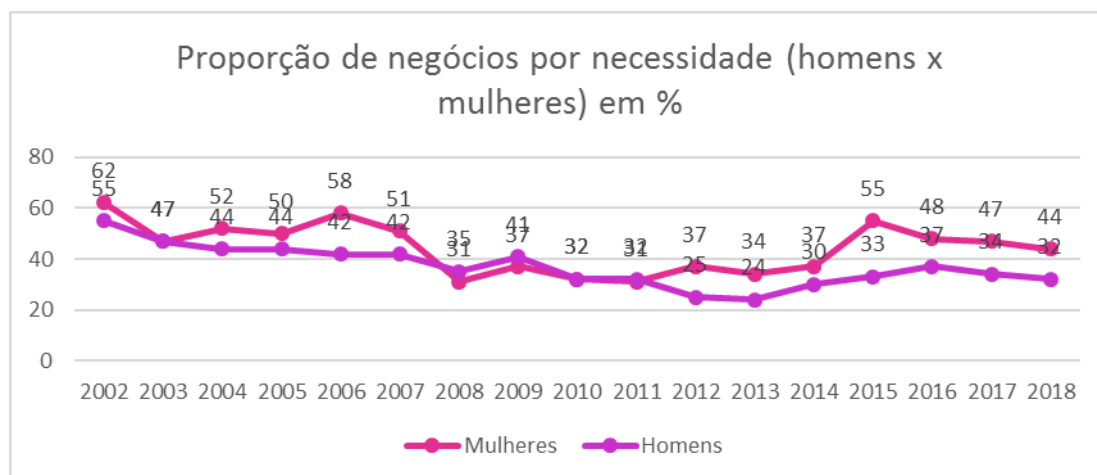
Muitos são os desafios que assolam as mulheres no dia a dia. No aspecto profissional elas ainda precisam superar obstáculos para conciliar a vida pessoal, profissional e social. Sobre o aspecto profissional é importante ressaltar que atualmente a disparidade de salários entre homens e mulheres ainda permanece. Ainda de acordo com Natividade (2009), uma parcela significativa de mulheres busca empreender para suprir a demanda do lar, porém as dificuldades em estabelecer novas políticas públicas pode impactar na atuação feminina. A autora explica que:

Sobre uma participação equânime das mulheres no espaço do labor e econômico, existem entraves e desafios na elaboração e execução das políticas públicas, sob a perspectiva de gênero como: salários inferiores aos dos homens, mesmo ocupando a mesma posição profissional; os cuidados com espaço privado e alterações que vêm ocorrendo na estrutura familiar; o desemprego, participação elevada no mercado informal e em ocupações precárias e/ou sem remuneração, revelando a má qualidade das condições do trabalho feminino e alterações no padrão da divisão sexual do trabalho; mudanças sociodemográficas; a diversidade étnico-racial, entre outras. (p.234).

Em resposta às dificuldades do mercado de trabalho o fenômeno do empreendedorismo feminino tem aumentado de forma gradual e nos últimos anos a busca da mulher pela emancipação financeira tornou-se um dos pontos mais estimulantes à criação de novas empresas, ainda que, conforme tem sido apresentado ao longo do texto, as mulheres sejam desafiadas a todo tempo no momento de empreender e de consolidar seus negócios.

Quando analisado o número de empreendimentos iniciados por necessidade fica evidente que elas possuem um maior grau de incidência que os homens. O próximo gráfico retrata bem esse tipo de comportamento ao longo dos anos.

Gráfico 4 - Proporção de negócios "por necessidade" de acordo com o gênero



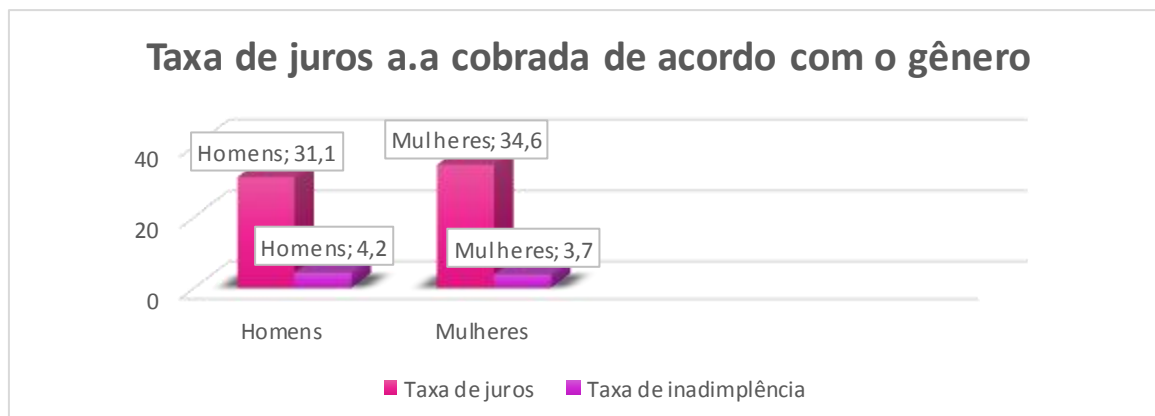
Fonte: SEBRAE 2018. Disponível em <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf)> Acessado em: 15 out.2019.

Ainda sobre os desafios a serem superados pelas mulheres, Sousa et al (2019) diz que elas precisam enfrentar: a discriminação, a falta de reconhecimento dos atributos individuais, escassez de falta de acesso aos recursos financeiros, lucro reduzidos além de ter que saber lidar com o conflito trabalho versus família.

Esses entraves impostos à mulher na hora de empreender podem levá-las a não conseguirem investir ou maximizar o lucro de seus empreendimentos.

Um grande desafio a ser encarado por elas também ocorre no momento em que elas buscam recursos financeiros. Estudo realizado pelo SEBRAE em 2018 aponta que as empresárias pagam uma taxa de juros maior que os homens ao solicitarem financiamentos mesmo tendo um nível de inadimplência menor. O gráfico seguinte mostra um pouco mais sobre esses números:

Gráfico 5 - Taxas de juros a.a. cobradas de acordo com o gênero do proprietário



Fonte: Sebrae/BACEN 2018 Disponível em <[https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf)> Acesso em: 4 nov.2019.

Quando analisamos as pesquisas realizadas no estado de São Paulo, no ano 2000, o SEBRAE concluiu que o número de mulheres empreendedoras somava cerca de 993.269, e em 2010 esse número pula para 1.434.316 indicando um crescimento de 4,0% ao ano na atuação em novos empreendimentos. Cabe também destacar que houve um crescimento de 44% de mulheres que participam de alguma forma da criação de novas organizações.

Apesar de mostrar números promissores quando é feita a comparação da participação dos homens com a das mulheres em novos empreendimentos verifica-se que o maior número de empreendimentos consolidados é de homens.

Os resultados da pesquisa realizada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (2017) indicavam que do total de empreendimentos 20,07% dos negócios no estágio inicial eram liderados por mulheres, enquanto os homens eram responsáveis por 19,9% dos negócios em fase inicial. Já em contrapartida, quando se analisa os negócios consolidados pelos homens verifica-se a prevalência masculina com cerca de 18,6%, já as mulheres observa-se queda de percentual para 14,4% de negócios já consolidados.



Essa diferença gritante entre o percentual dos gêneros, no momento de empreender é um ponto que pode levar a sociedade a refletir sobre possíveis razões para a baixa quantidade de mulheres empreendedoras com o empreendimento consolidado, que continua sendo inferior ao dos homens, apesar do aumento gradual de negócios em estágios iniciais.

Sobre os desafios relacionados ao setor de beleza também pode-se mencionar que maior desafio está relacionado à mão de obra. Segundo pesquisas realizadas pelo SEBRAE entre 2015 e 2016, a principal queixa seria, não pela aptidão técnica, mas sim em relação à postura comportamental e comprometimento dos funcionários. O setor de serviços nos salões de beleza possui alta rotatividade da mão de obra, o que aponta para a falta de comprometimento do profissional com a empresa e clientes. Outro aspecto importante é em relação aos custos para manter salões de beleza. No geral, esse tipo de serviço exige produtos de qualidade que sejam acessíveis, de modo que o empreendedor possa manter seu lucro. O desperdício de material também é outro obstáculo para os empreendedores do setor, uma vez que, no geral eles possuem dificuldade em mensurar. Por fim, salões de beleza também precisam seguir normas exigidas pela vigilância sanitária, o que os obriga a seguir um padrão, principalmente no momento de realizar o descarte de materiais perfurantes (giletes e agulhas). A maior dificuldade para eles é arcar com o custo de retirada do lixo.

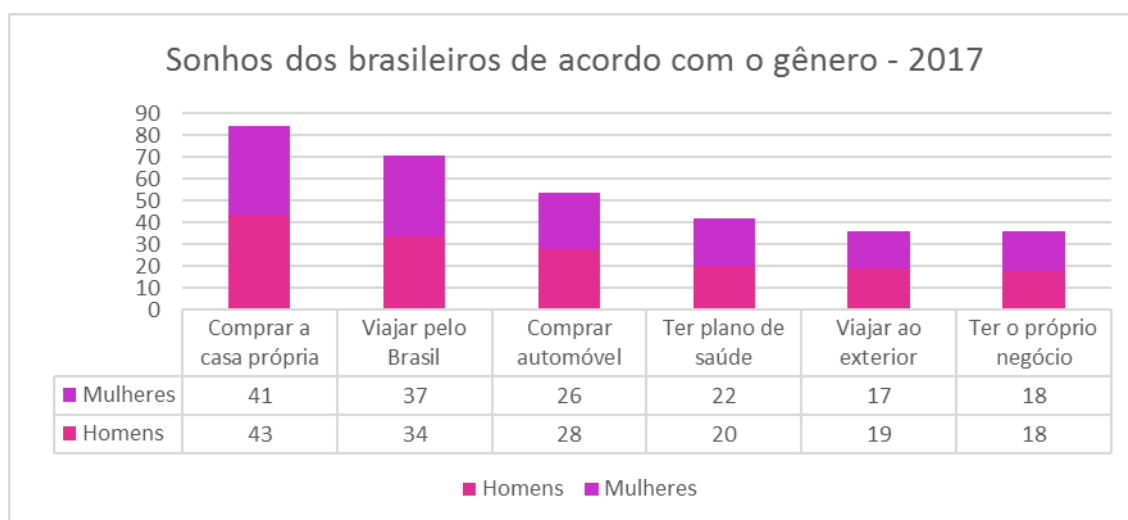
## 2.7. Motivações para empreender e o segmento da beleza.

As dificuldades enfrentadas pelas mulheres possuem um peso grande no momento de empreender, porém, curiosamente muitas dificuldades que as empreendedoras enfrentam podem tornar-se fatores motivacionais. O interessante é observar que ao mesmo tempo em que isso pode ser um entrave em algumas situações, torna-se um estímulo para a entrada delas no mundo dos negócios. Os sonhos também podem ser considerados inspirações para empreender e fonte de realização pessoal.

No ano de 2017, de acordo com o GEM, aspirar ter o próprio negócio tornou-se um sonho de realização tanto para os homens como para as mulheres e 18% dos homens e mulheres tinham esse sonho em comum.

O gráfico a seguir mostra a relevância das realizações pessoais para os brasileiros de acordo com o gênero. O gráfico destaca os 6 sonhos mais recorrentes da população brasileira.

Gráfico 6 - Sonho dos brasileiros de acordo com o gênero



Fonte: GEM 2017 Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/08/GEM-An%C3%A1lise-por-genero-2017.pdf>> Acessado em: 11 nov.2019

Muitas são as motivações que levam os homens e as mulheres a investir e colocar em prática o desejo de abertura de um novo negócio. Mas para a mulher a inserção no mercado de trabalho a permitiu conquistar seu espaço na sociedade e a atingir novos objetivos de vida, além dos cuidados do lar. Capponi e Casta (2014) afirmam que por trás dessa decisão há outros fatores motivacionais:

[...] outro fator é a insatisfação no emprego anterior e o consequente desejo de poder crescer profissional e financeiramente; outra possibilidade, também levantada, foi pela necessidade da realização pessoal(p.11).

Investir no setor de beleza faz parte da realidade de muitas microempendedoras e é comum esse tipo de negócio ser dominado pelas mulheres e ter uma afinidade maior com esse universo permite maior vantagem para investir no segmento.

A atuação feminina no segmento de beleza é tão forte que em alguns estados elas predominam no setor. Segundo o portal do empreendedor MEI em 2018 só no estado de São Paulo elas eram responsáveis por 76% de salões de beleza e no estado do Rio de Janeiro, eram responsáveis por 79%. A tabela a seguir demonstra um pouco mais sobre esses dados.

Tabela 4 - Total de MEI de acordo com o gênero no segmento de beleza - 2018

Estado	Atividade	Homens	Mulheres	Total
São Paulo	Cabeleireiro	48.459	152.473	200.932
São Paulo	Outras atividades no segmento de beleza	2.509	53.799	56.308
Rio De Janeiro	Cabeleireiro	18.538	71.522	90.060
Rio De Janeiro	Outras atividades no segmento de beleza	1.095	22.849	23.944
Santa Catarina	Cabeleireiro	6.643	19.732	26.375
Santa Catarina	Outras atividades no segmento de beleza	338	8.886	9.224
Distrito Federal	Cabeleireiro	3.533	11.204	14.737
Distrito Federal	Outras atividades no segmento de beleza	290	4.324	4.614
Sergipe	Cabeleireiro	1.100	4.011	5.111
Sergipe	Outras atividades no segmento de beleza	43	866	909

Fonte: Portal do empreendedor – MEI Disponível em <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas> Acesso em: 8 out.2019.

## 2.8. Tendências do segmento de beleza

O setor de beleza assim como outros setores também está em constante transformações, a tendência no mercado é um público consumidor que busca serviços mais ágeis e que não se importam em pagar mais caro para obter

esse tipo de serviço. Atualmente uma das tendências desse setor é a ampliação de esmalterias que atendam os clientes sem a necessidade de realizar um agendamento prévio. Curiosamente há um comportamento do consumidor que em alguns momentos prefere um atendimento mais rápido e em outras ocasiões preferem o oposto, considerando o tratamento uma opção para o relaxamento e bem estar. Portanto, cabe ao proprietário identificar o perfil do cliente do salão e saber considerar a relação valor x tempo. Para o consumidor esse tipo de serviço engloba três variáveis interessantes: consumo, tempo e preço, nesse aspecto o consumidor leva em consideração a relação o tempo.

- **Rápido:** Engloba serviços mais rápidos no qual o consumidor está disposto a pagar mais para um serviço executado de forma ágil.
- **Médio:** Engloba serviços executados no tempo padrão no qual o consumidor está disposto a pagar o preço médio pelo serviço.
- **Lento:** Engloba serviços dentro do tempo padrão ou lento, no geral, esse tipo de serviço o consumidor valoriza a experiência dentro do salão através de um tratamento diferenciado.

Ainda sobre as tendências de mercado no segmento de beleza é a procura pelo bem estar. O consumidor desse tipo de serviço busca frequentar salões de beleza que oferecem um tratamento diferenciado e o leva a experiências de consumo agradáveis.

## 2.9. Perfil da mulher empreendedora

De acordo com o SEBRAE, em 2014 o tempo de estudo de proprietários de empreendimentos eram de 7,9 anos. Do número analisado, cerca de 1/3 dos empreendedores possuíam ensino fundamental incompleto e em contrapartida 46% tinham um grau de escolaridade maior. Isso é considerado um ponto positivo, já que quanto maior o grau de escolaridade do empreendedor maior é a chance de sobrevivência do negócio.

Os empreendimentos montados por pessoas com maior grau de escolaridade tendem a ter um êxito maior que as pessoas com grau de escolaridade baixo. Segundo Ruppenthal e Cimadon (2012), o processo empreendedor pode sofrer

forte influência da capacidade do proprietário de organizar e planejar-se, e com isso o empresário pode ter uma vantagem competitiva maior.

Devido à importância que a escolaridade possui sobre o empreendimento, muitas entidades buscam estudar e analisar esses impactos, portanto, o SEBRAE investe em pesquisas que trazem mais dados sobre essa questão. A tabela a seguir foi feita com base numa pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2014 e demonstra o percentual de escolaridade dos empreendedores no Brasil, sem distinção de gênero.

Quadro 1 - Proporção de empreendedores de acordo com o grau de escolaridade

Grau de escolaridade	Percentual
Sem instrução	9%
Fundamental instrução incompleto	11%
Fundamental completo	16%
Médio completo ou incompleto	30%
Superior incompleto ou mais,	34%

Fonte: SEBRAE 2014, Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/perfil-dos-empresarios/#mulheres>> Acessado em: 14 out.2019.

Indivíduos com baixo nível de escolaridade são os que menos empreendem. Os que mais empreendem são os indivíduos que possuem nível superior incompleto ou completo.

Quando abordamos sobre esse ponto entre escolaridade e empreendedores, verificamos que as mulheres tendem a ter um grau maior de escolaridade, o que pode ser uma das características do perfil feminino empreendedor. Conforme pode ser observado na tabela seguinte, a mulher com ensino superior completo ultrapassa relativamente os homens.

Tabela 5 - Grau de escolaridade dos empreendedores de acordo com o gênero

Grau de escolaridade	Homens	Mulheres
Superior Completo	17,5%	24,3%
Médio Completo	27,0%	31,5%
Fundamental Completo	17,8%	17,1%
Fundamental incompleto e sem instrução	37,2%	26,6%

Fonte: Elaborado pelo Sebrae-SP a partir de IBGE. Censo Demográfico 2010. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/perfil\\_mulheres\\_empendedoras.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/perfil_mulheres_empendedoras.pdf)>, Acesso em: 15 de outubro de 2019.

Quando avaliada a relação do grau de escolaridade e tempo de existência do empreendimento é possível observar que a proporção de negócios consolidados entre homens e mulheres são parecidas, porém os homens com ensino superior têm uma maior incidência que o de negócios consolidados femininos.

A tabela a seguir, demonstra que o empreendimento em estágio inicial, liderado por mulheres com nível superior, representa 10% de participação na TEA. Em contrapartida 9% dos empreendedores do sexo masculino são responsáveis por empreendimentos em estágios iniciais masculinos, conforme a tabela indica a seguir:

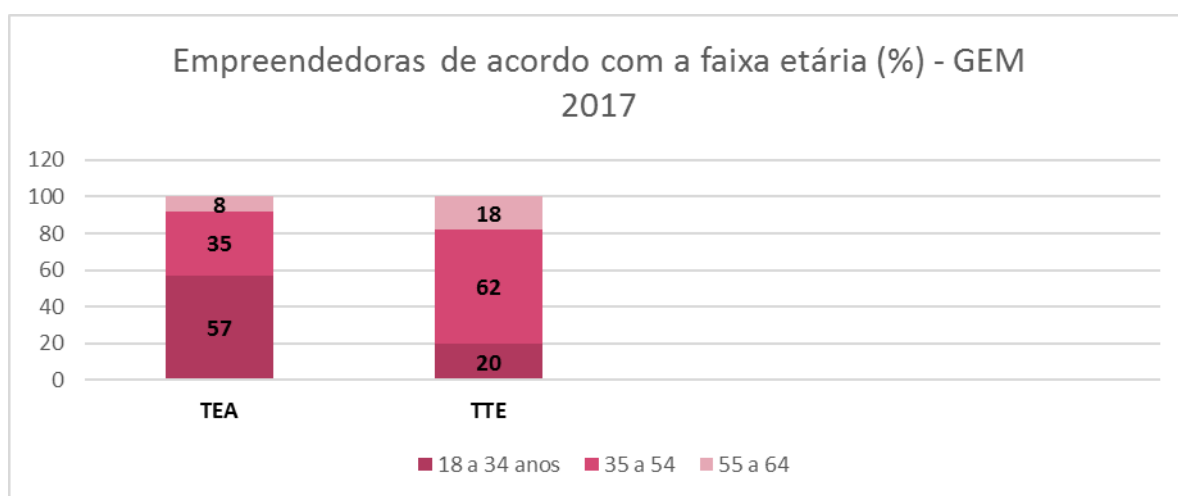
Tabela 6 - Taxa de empreendedores de acordo com o gênero e grau de escolaridade

Categorias	Mulheres				Homens			
	Fund.Incomp.	Fund. Completo	Médio Completo	Superior Comp.	Fund.Incomp.	Fund. Completo	Médio Completo	Superior Comp.
TEE (Taxa de Empreendedorismo consolidado)	26%	20%	47%	7%	31%	29%	30%	9%
TEA (Taxa de Empreendedorismo Inicial)	20%	18%	51%	10%	17%	25%	49%	9%

Fonte: GEM Brasil 2018 – Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/03/GEM-An%C3%A1lise-por-g%C3%AAnero-2018-finalv1-002.pdf>> Acesso em: 16 out.2019.

Outra característica das mulheres é que a faixa etária que mais empreende são as mulheres entre 18 e 34 anos. Já quando se observa a idade das mulheres e a proporção de negócios consolidados, a faixa etária que prevalece é a de 35 até 54 anos. O gráfico a seguir mostra um pouco mais sobre essa relação.

Gráfico 7 - Empreendedoras de acordo com a faixa etária



Fonte: GEM Brasil 2017 Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/08/GEM-An%C3%A1lise-por-genero-2017.pdf>> Acesso em: 11 nov. 19

Quanto ao tempo de dedicação, a pesquisa do SEBRAE /SP demonstra que em 2010, as mulheres dedicavam menos horas de trabalho na gestão de seus negócios: 28% das mulheres dedicam 45 horas ou mais semanalmente ao empreendimento e a média é de 6,43 horas/dia. Por sua vez, 39% dos homens dedicam 45 horas semanais ou mais ao seu empreendimento. Esses percentuais colocam luz aos desafios que as mulheres enfrentam ao empreender.

Segundo Silva et. al (2019), saber conciliar a vida familiar, pessoal e social ainda é um grande desafio para as mulheres. Os autores revelam que as mulheres empreendedoras são mais resilientes e superam melhor os obstáculos inerentes ao processo de empreender. Para os autores, o poder da resiliência correlaciona-se à capacidade de superação e de ambientes

vulneráveis: com riscos, ameaças, obstáculos e desafios. O enfrentamento e a superação desses influenciam nas tomadas de decisões relacionadas aos negócios.

#### 2.10. Empoderamento e a resiliência feminina

Quando se aborda o empreendedorismo feminino, é impossível desassociar o significado do empoderamento da mulher, pois, conforme tem sido destacado, por muitos anos as mulheres foram colocadas de lado. A mulher não tinha voz e nem autoridade para decidir sobre sua vida, mas com o passar do tempo elas conseguiram conquistar o seu espaço na sociedade. O uso do termo “empoderamento” começou nos Estados Unidos (USA), com o movimento dos direitos civis na década de 1960. O empoderamento feminino é um conceito que implica no bem-estar da mulher, equidade entre os gêneros e valorização da mulher dentro da sociedade. Para Cruz (2018) o empoderamento é na verdade, uma nova concepção de poder que permite as mulheres terem uma maior autonomia sobre suas vidas e com isso abrir novos espaços para a mulher na sociedade.

Nesse ponto, o empoderamento das mulheres, numa perspectiva mais ampla, pode transpor o âmbito doméstico e se consolidar em esferas públicas, na medida em que a participação delas é ativa em movimentos, conscientização na sociedade, atuação nas instâncias governamentais e também com a criação de organizações da sociedade civil (associações).(p.107)

Para Maia (2009) há uma participação cada vez maior das mulheres no espaço de trabalho e na economia, entretanto, ainda há entraves e desafios na elaboração e execução de políticas públicas que priorizem a ampliação da atuação feminina nos espaços públicos e sociais.

Para Silva et al (2019) afirma que o empreendedorismo era um tema de domínio masculino e pouco se falava a respeito de negócios de sucesso iniciados por mulheres ao redor do mundo, mas essa realidade tem se transformado cada vez mais, ainda que seja preciso enfatizar que mesmo atualmente, a mulher se depara com barreiras que podem ofuscar o êxito em seus empreendimentos. Silva et al (2019 p.2633) afirma que “Embora no Brasil



o número de mulheres empreendedoras esteja em ascensão, as adversidades enfrentadas no dia a dia podem levá-las a reduzir esse crescimento e suas chances de sucesso nos negócios.”.

O próprio autor complementa dizendo que, com base nos dados obtidos pelo GEM (2017), apesar das mulheres terem um número considerável de empreendimentos iniciais, com o passar do tempo, esses empreendimentos vão afunilando e gerando a diminuição no número de empresas estabelecidas. Para Ckagnazaroff, Melo e Mageste (2008) a discussão a respeito da emancipação feminina precisa levar em consideração que a questão de equidade da mulher não está unicamente atrelada ao aspecto profissional ou financeiro mas principalmente no aspecto social.

[...] é que ao longo dos séculos o poder de decisão, tanto na esfera pública quanto na família pertencia aos homens e às mulheres restavam a possibilidade de utilização de estratégias de influência, em que elas podiam recorrer quando precisassem exercer o poder e isso lhe fosse negado. Assim, essas posições de poder diferenciadas na ordem social, são perpetuadas cultural e institucionalmente.(p.10).

É possível afirmar que o início da emancipação feminina em muito se deve à ascensão de movimentos que surgiram durante o século XX. O movimento feminista do século XX deu início a diversas transformações na vida social da mulher. Os movimentos buscavam estabelecer a equidade de gênero social e cultural e clamavam por mais direitos e liberdade de escolha. Os autores Padovan e Ordones (2017) ponderam que os movimentos possibilitaram que elas pudessem ser ainda mais independentes, os autores afirmam que:

Líderes feministas clamavam pelo direito a entrar na universidade, votar e requerer o divórcio. Após ganhar direitos políticos em grande parte da Europa e nos Estados Unidos na primeira parte do século, e com o advento de novas técnicas de controle de natalidade, as mulheres tornaram-se mais independentes ao longo do século” (p.184).

Dentro desse contexto é importante destacar um outro aspecto fundamental quanto à atuação feminina: a resiliência. O termo resiliência pode ser descrito como a capacidade que o indivíduo tem de superar os obstáculos encontrados ao longo da vida. Ainda de acordo com Medeiros e Pinheiros (2017), a resiliência é a flexibilidade e a capacidade emocional que o indivíduo tem de superar crises e adaptar-se a novos ambientes.

A resiliência é na verdade um tema que costuma ser debatido em vários aspectos, então ela possui definições que podem ser usadas no âmbito da ciência física e exata, psicológica e social. Castro, Lima e Carlos (2014) separam a definição da resiliência de acordo com cada área de estudo, segundo os autores:

Nas Ciências da Saúde, desde a década de 1970, a resiliência é utilizada para explicar como se dá o processo de recuperação de pessoas doentes por um longo período. Nas Ciências Exatas, na Física, a resiliência refere-se à propriedade que os materiais possuem de voltar ao seu estado anterior após sofrer impactos de alta pressão que os deformam. É um conceito também utilizado pelas Ciências Sociais para definir uma capacidade idiossincrática de indivíduos em situação de vulnerabilidade. (p.3).

Ser resiliente é uma habilidade que pode ser encontrada em qualquer pessoa, pois todos possuem uma forma subjetiva de lidar com as adversidades enfrentadas ao longo da vida, por isso é importante entender em como muitas empreendedoras encaram novos desafios através dessa habilidade. Portanto, o termo resiliência é utilizada dentro da temática empreendedorismo feminino. A empreendedora resiliente é caracterizada por ser uma pessoa que busca superar grandes desafios e suprir as necessidades ao longo do tempo para empreender.

### **3. METODOLOGIA**

A metodologia adotada para análise dos dados obtidos é feita a partir do estudo de caso através de um roteiro que tem como função orientar o pesquisador no momento de realizar o estudo do objeto em foco. O conceito do estudo de caso por muito tempo esteve atrelado a análises clínicas ou sociais. Ainda de acordo com Martins (2008) o estudo de caso originou-se como um método na medicina há mais de dois mil anos e atualmente pode ser utilizado em várias âmbitos:

O método surgiu na Medicina há mais de dois mil anos, quando o grego Hipócrates (460?-377 a.C.) relacionou 14 casos clínicos. Trata-se, portanto, de uma das mais antigas formas de investigação científica conhecida e cuja aplicação extrapola sua seara original, chegando a campos como o jornalismo, a administração, a contabilidade, a economia, a educação etc. Em termos amplos, essa técnica é também considerada uma forma válida de se manter

registros, principalmente na Medicina, no Direito e no Serviço Social. (p.11)

Para o autor esse tipo de metodologia busca averiguar a totalidade de uma situação de modo que possa levar a compreensão de eventos complexos de um caso concreto.

Muitos autores acreditam que esse tipo de estratégia de investigação permite verificar e analisar algo melhor definido com um indivíduo em si ou uma organização. Para Meirinhos e Osório (2010) o estudo de caso pode ser:

[..] algo bem definido ou concreto, como um indivíduo, um grupo ou uma organização, mas também pode ser algo menos definido ou definido num plano mais abstracto como, decisões, programas, processos de implementação ou mudanças organizacionais. (p.52).

O estudo de caso é o tipo de metodologia utilizada que leva a observação de fatores que podem ser individuais. No geral, essa metodologia permite avaliar situações de indivíduos, organizações ou situações políticas. Essa metodologia leva em consideração tanto dados qualitativos quanto quantitativos que permitem aprofundar mais sobre uma unidade individual.

Portando esse tipo de metodologia foi adotada porque possibilita verificar os dados que foram apontados durante a escrita e permite fazer uma relação entre os conceitos apresentados através de situações vivenciadas pelo indivíduo estudado.

O objeto dessa pesquisa busca analisar os fatores que influenciaram uma mulher a empreender no segmento da beleza. Esse estudo tem como objetivo analisar como as experiências e situações vividas pela entrevistada puderam influenciar na sua decisão de empreender, identificar e analisar as motivações e estratégias utilizadas para entrar e se manter no mercado de beleza além de abordar a respeito dos desafios encarados na hora de empreender.

Como instrumento de pesquisa foi realizada uma entrevista com perguntas abertas que estivessem relacionadas aos desafios, riscos e oportunidades que contribuíram para a entrevistada empreender. Ao todo foram feitas 19 perguntas abertas sobre a vida pessoal, experiências e perguntas voltadas ao empreendimento. O local da entrevista ocorreu dentro do próprio estabelecimento e foi necessário cerca de 30 minutos para que a entrevistada pudesse relatar mais sobre a sua vida, além da entrevista pessoal também foi enviado um questionário para a empreendedora.

A divisão dos tópicos da entrevista consistia focar em algumas etapas. A primeira parte da entrevista é voltada ao histórico familiar, visando compreender antecedentes familiares, experiências bem ou não sucedidas, profissões familiares, carências e apoio dos familiares, dentre outras, e como esses eventos impactaram na escolha de empreender.

Após realizar perguntas sobre o histórico familiar, buscou-se coletar informações relativas às experiências e situações marcantes na vida laboral, objetivando entender as razões que a levaram a empreender no setor de beleza e entender mais das motivações pessoais.

Por fim, o último tópico da entrevista visou levantar informações relativas ao empreendimento, aos desafios e aos riscos enfrentados no processo de empreender. Essa parte é de extrema importância para uma maior compreensão do negócio em si, que é o objeto principal do estudo de caso.

### 3.1. Estudo de caso: Salão dele e dela

Como muitos negócios iniciados por mulheres, o empreendimento da entrevistada é voltado para o setor da beleza e é interessante observar como a trajetória da empreendedora pode influenciar no negócio. Vindo de uma família humilde, com pais estrangeiros e mais duas irmãs estrangeiras, a entrevistada sempre teve que saber como lidar com as dificuldades impostas pela vida, e por isso, desde a infância ela buscava a sua independência emocional e financeira. A mesma afirma que quando criança ficava responsável por ajudar os pais nos negócios ou por cuidar dos afazeres domésticos.

Ela relembra que ainda criança precisava lidar com as adversidades da vida e que o esforço era muito grande para poder ajudar os pais no pequeno negócio que eles mantinham. A família se dedicava à venda de roupas de frio produzidas de forma artesanal e que vendiam as peças em Ipanema, bairro nobre da cidade do Rio de Janeiro, apesar da família residir em Itambi, RJ.

Já na fase adulta, a entrevistada conta um pouco sobre a trajetória de vida até o momento em que ela decidiu abrir o próprio negócio. Relata que trabalhou por muitos anos com carteira assinada e que a ideia de abrir o próprio negócio foi após o desligamento dela numa empresa em que trabalhou. Ela explica que quando despedida, passou a repensar a sua trajetória profissional. Numa breve

parte de sua trajetória profissional, dedicou-se a cursos voltados para a área de saúde. Os anos se passaram e a empreendedora começou a atuar no setor de saúde como enfermeira, mas as experiências negativas ao longo desse período fizeram com que ela repensasse novamente sobre o que ela gostaria de exercer. Sobre as experiências negativas ela recorda que precisava lidar com a falta de recursos para tratar de pacientes idosos e que a pressão psicológica demandava muito do seu emocional.

A busca por um novo emprego em determinado momento a levou para o segmento de beleza. Sendo assim, ela passa a dedicar-se a cursos mais acessíveis e o primeiro foi o de manicure. Pouco a pouco, ela foi adquirindo as competências e experiências necessárias exigidas para atuar nessa área. Do plano das ideias até a concretização do negócio foram cerca de dez anos, e em 2016 ela decide abrir o seu próprio negócio, dando origem ao salão de beleza Dele & Dela.

Como a maioria dos empreendimentos femininos, o salão Dele e Dela é um MEI (Microempreendedor Individual). O salão fica localizado no bairro de Botafogo, zona sul da cidade do Rio De Janeiro e o atendimento ao público é realizado numa escala de segunda a sábado e que funciona 11 horas por dia. O empreendimento possui cerca de três anos de existência e se encaixa, de acordo com a classificação estabelecida pelo GEM, como TEA (empreendimentos novos que oferecem retorno ao proprietário por mais de 3 meses). O salão é composto por um grupo pequeno de funcionários: dois funcionários contratados no regime CLT. Os outros funcionários temporários, para poder suprir a demanda da alta temporada. O público alvo é tanto feminino como masculino, atendendo em média a faixa etária dos 25 aos 65 anos.

De acordo com a entrevistada os serviços oferecidos são: esmaltação das unhas, cortes de cabelo feminino e masculino, barba, escovas, tratamentos capilares, designer de sobrancelhas, tinturas, dentre outros. Todos os serviços são apenas de cuidados da beleza, porém não inclui tratamentos corporais e faciais muito comum de ser encontrados em centros de estética.

Em relação ao negócio e à gestão, a dona do salão exerce praticamente todas as atividades. Por isso, a dedicação ao salão é quase que em tempo integral: ela quase sempre abre o empreendimento e o fecha às 20 horas. Sobre as dificuldades da empreendedora há a questão da mão de obra, porque é necessário ter uma equipe altamente qualificada. Trabalhar com o público exige muito do atendimento e profissionais qualificados para executar as tarefas do dia a dia de um salão. É preciso ter uma equipe bem preparada e carismática para poder fidelizar os clientes do salão, por isso, a empreendedora busca sempre estar acompanhando os procedimentos dentro do salão. A única exceção ocorre nos dias em que ela precisa fazer cursos para adquirir novos procedimentos.

O empreendimento assim como uma grande parte das microempresas no Brasil, não teve um plano de negócios. Segundo a empreendedora, o que prevaleceu sempre foi a vontade de ter o próprio negócio. O que a guia o sobre como investir em seu empreendimento e oferecer novos serviços sempre foi o seu feeling. Quando abordada sobre o que a levou a empreender nesse setor, ela explica que buscou investir em algo no qual ela se identifica e que possibilitava a independência financeira. Além disso, a empreendedora afirma que possui satisfação em poder ajudar a melhorar a autoestima de seus clientes.

Quando questionada sobre como realiza a divulgação do salão, a entrevistada relata que pouco investe no marketing do empreendimento pois acredita na propaganda realizada no “boca a boca”, na qual o cliente acaba atraindo e indicando novas pessoas para o salão.

Em relação a parte de recursos e gestão financeira, ela conta que inicialmente para abrir o próprio negócio não precisou recorrer a financiamentos em banco. O salão é fruto das economias que acumulou ao longo dos dez anos trabalhando em outros salões de beleza. Nesse aspecto ela se diferencia de outras empreendedoras que na sua maioria solicitam empréstimos em as instituições financeiras.

O salão hoje, apesar de pequeno em épocas de alta temporada o salão tem um aumento na demanda, o que demonstra a credibilidade que a empreendedora

construiu ao longo dos anos e a devoção dos clientes, que a acompanham desde o início da sua carreira nos salões de beleza.

#### 4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O trabalho buscou analisar as informações obtidas através do roteiro da entrevista realizada durante o encontro com a empreendedora. Foi levado em consideração dados e informações apresentados na parte da fundamentação teórica. O trabalho destaca o cenário do setor de beleza, comportamento e perfil de mulheres empreendedoras que ajudaram a nortear as perguntas realizadas durante a entrevista. Portanto, esta seção nos permite analisar as informações obtidas ao longo da entrevista. As análises serão realizadas de acordo com a ordem das perguntas feitas durante a entrevista.

A primeira parte busca compreender os dados relacionados às motivações da empreendedora levando em conta a sua subjetividade e como suas vivências puderam a influenciar. A segunda etapa consiste em analisar características da empreendedora e por fim, conseguir analisar o empreendimento em si, considerando as características do próprio empreendimento.

Quadro 2 - Fatores que motivaram a abertura do empreendimento

<b>Categorias</b>	<b>Elementos de análise</b>
Paixão	Satisfação em oferecer aos clientes um serviço de qualidade que visa melhorar a autoestima de homens e de mulheres.
Motivações	A busca pela independência financeira, dificuldades na infância e dificuldade de se manter no mercado de trabalho (na vida adulta).

Fonte: Elaboração própria

O quadro acima apresenta os fatores que a influenciaram a empreender no salão de beleza: Esse quadro está mais atrelado aos fatores motivacionais como a paixão em exercer a atividade, anseios e necessidade.

Conforme foi mencionado anteriormente, a empreendedora exerce sua atividade com a satisfação em promover um serviço de qualidade e com valores acessíveis e que preze pelo bem estar do cliente.

Quanto ao aspecto perfil da empreendedora, é interessante observar que ao contrário da maioria das empreendedoras ela se diferencia por ser solteira e não ter filhos, o que conseqüentemente impactou no tempo de dedicação aos negócios (em média são 8 horas por dia), ajudando no sucesso do empreendimento. O quadro a seguir apresenta de forma resumida a síntese do perfil da entrevistada:

Quadro 3 - Características empreendedoras da entrevistada

<b>Características</b>	<b>Aspectos observados</b>
Perfil da empreendedora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idade: 54;</li> <li>• Estado civil: solteira (sem filhos);</li> <li>• Grau de escolaridade: superior incompleto.</li> </ul>
Resiliência	Não se deixa abater pelos desafios encarados pela profissão (persistente).
Antenada	Busca se atualizar sobre os novos procedimentos estéticos e adquirir novos conhecimentos técnicos
Dinamismo	A concorrência no setor faz com que a empreendedora busque a se especializar ainda mais através da realização de cursos que aprimorem ou desenvolvam novas habilidades.

Fonte: Própria elaboração

O quadro apresenta as características individuais e profissionais da entrevistada. A entrevistada busca cada vez mais adquirir novos conhecimentos técnicos que abrangem os procedimentos que são tendência no mundo da beleza, caracterizando a como uma empreendedora antenada e dinâmica.

A característica marcante da empreendedora é a sua resiliência. Ela demonstra persistência em superar os desafios inerentes ao setor e autodisciplina para poder alcançar os seus objetivos. A empreendedora também relata que o



capital investido na abertura do salão foi obtido através de economias que ela fez por alguns anos. Apesar desse esforço, a entrevistada relata que não elaborou nenhum tipo de estratégia para abrir o salão de beleza.

Ainda em relação ao grau de escolaridade, a entrevistada possui superior incompleto no curso de administração, o que a enquadra nos dados pesquisados pelo GEM, que revelam que de 34% dos negócios iniciados e consolidados são de empreendedores com ensino superior incompleto ou completo.

Alguns aspectos alinhados aos dados levantados pelo GEM (2017) indicam que a empreendedora buscou investir no próprio negócio devido à dificuldade de se inserir no mercado de trabalho. Segundo o GEM uma das motivações que levam pessoas a empreenderem é a necessidade de obter recursos financeiros. Outro ponto comum com dados apresentados é a faixa etária, a entrevistada relata que iniciou o seu empreendimento quando ela tinha 51 anos, indicando que ela está dentro da faixa etária de mulheres empreendedoras com negócios consolidados.

Em relação ao empreendimento em si, ele se enquadra como um MEI e possui três anos no mercado, quanto ao lucro mensal, a entrevistada relata que o empreendimento possui um lucro mensal em torno de 5.000 ao mês, mas possui algumas divergências em épocas com pouca demanda. O quadro a seguir demonstra mais detalhes:

Quadro 4 - Características do empreendimento

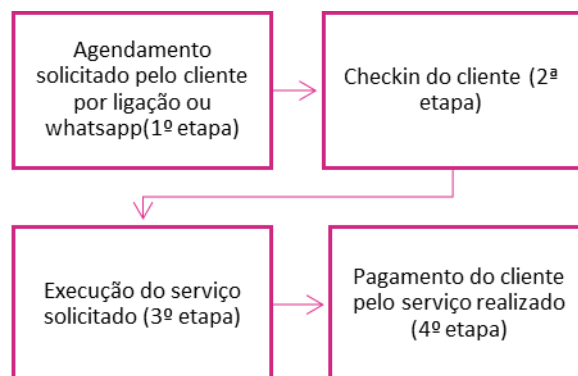
Características do empreendimento	Detalhes
Classificação	MEI
Idade do empreendimento	3 anos
Tipo de segmento	Serviços (salão de beleza)
Ponto de partida	Negócio iniciado por necessidade, paixão pela função, realização pessoal
Média de lucro mensal	4 à 5 sal.m. <sup>1</sup>

Fonte: Elaboração própria

<sup>1</sup> Foi levado em consideração o salário mínimo atual (2019).

Quando avaliado o processo do atendimento até a execução do serviço é possível observar que é um processo simples, porém funciona de forma mapeada de modo que possa otimizar o serviço em período de alta demanda.

Figura 1 - Mapeamento do atendimento do cliente no salão Dele e dela



Fonte: Elaboração própria.

Sobre as dificuldades do estabelecimento a entrevistada cita: falta de mão de obra qualificada para atender clientes exigentes; atrasos em atendimento de clientes; investimento para divulgações; e cursos de especializações, nesse aspecto a entrevistada relata que a falta de tempo as vezes atrapalha no momento de fazer novos cursos de beleza.

O desafio da mão de obra, refere-se não somente a aspectos técnicos, mas especialmente, ao baixo comprometimento dos funcionários com as tarefas e organização do trabalho, número excessivo de faltas, o que leva ao desligamento do funcionário, gerando conseqüentemente o aumento da rotatividade da mão de obra no salão. Saber gerenciar o empreendimento e lidar com o público demanda o dobro de tempo de dedicação da empreendedora, o que a impede de tirar folgas e férias anuais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O papel da mulher na sociedade por muitos anos permaneceu ofuscado e subjugado aos anseios de uma sociedade patriarcal. Mas anos de movimentos

sociais possibilitaram à mulher conquistar liberdade e autonomia apesar de verificar que em certos países a emancipação feminina ainda permanece sendo um tabu.

Contudo, mesmo havendo mudanças estruturais na sociedade, elas ainda possuem um longo caminho a percorrer até alcançar a equidade de gênero. Entende-se por equidade não a soberania de um gênero sobre o outro, mas de todos terem o direito de exercer os mesmos papéis sem distinção de gênero.

Tendo em vista a importância desse tipo de debate, o presente trabalho buscou trazer um pouco mais de informações sobre a temática “empreendedorismo feminino” e levou em consideração aspectos essenciais para a reflexão do tema e de outros assuntos que cercam a vida feminina como: discriminação, menor presença nos espaços sociais e a subjugação da mulher em prol dos prazeres masculinos. O tema leva o leitor a refletir sobre o papel da mulher na sociedade como ator social.

Através da entrevista realizada ao longo do projeto foi possível observar que as principais motivações que levaram a entrevistada optar por empreender estão associadas a busca por uma independência financeira, satisfação em atuar numa área em que possui experiência e ofertar serviço que possa contribuir para a autoestima de seus clientes.

Na busca pela independência financeira, as mulheres encontraram no empreendedorismo a opção, o que explica e aponta os aspectos financeiros como a principal motivação para empreender. É interessante lembrar que as mulheres empreendedoras apresentam em média maior taxa do TEA (taxa de empreendimentos na fase inicial) e a taxa do TEE (taxa de empreendimentos consolidados) permanece menor que a dos homens.

Levantar esse tipo de discussão é primordial para que se possa aprofundar sobre o tema e assim, contribuir para que novas políticas públicas sejam elaboradas, visando a garantia de direitos e oportunidades iguais entre pessoas de gêneros e orientações sexuais diferentes. Também cabe destacar que esse tipo de debate ajuda a promover apoio a novos empreendimentos de modo que possa também estimular na economia do país.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL.D.J; GHOBRI.L.A.N; NASSIF.V.M.J. **Empreendedorismo por necessidade: O desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. Revista da PUC SP**, São Paulo, v.24, n.1, 2009.

ARAUJO.M.R.M; MORAES.K.R.S. Precarização do trabalho e o processo de derrocada do trabalhador. **Cad. psicol. soc. trab.**, São Paulo , v. 20, n. 1, p. 1-13, 2017 . Disponível em <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1516-37172017000100001&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172017000100001&lng=pt&nrm=iso)>. acesso em: 10 dez. 2019.

ASTA.D.D; CAPPONI.N.F; **Fatores motivacionais que levam o público feminino a aventurarem-se no mundo dos negócios**, p. 9-22, Jul, 2014.

BARCELOS.B.O; RUPPENTHAL.J.E; SOUZA.A.M. **Análise exploratória das dimensões do perfil empreendedor e das Variáveis do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Revista GESTO**, Rio Grande do Sul, v.1, n.1, Dez.2013.

CARLOS,F.S.A; CASTRO.P.A; LIMA.E.G **O conceito de resiliência como possibilidade de compreensão do sujeito na contemporaneidade. CONGRESSO NACIONAL DE CIÊNCIAS DA SAÚDE. 26 a 28 de março de 2014. Cajazeras – PB.**

CIMADON.J.E; RUPPENTHAL.J.E. **O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade**, v. 19, n. 1, p. 137-149, 2012.

CRUZ.M.H.S. Empoderamento das mulheres, Brasília – DF, v.11, n.2, p 101-114, Jun. 2018.

CKAGNAZAROFF.I.B; MAGESTE.G.S;MELO.M.C.O.L. **Empoderamento de mulheres: uma proposta de análise para as organizações**, Belo Horizonte – MG, V. Encontro de estudos Organizacionais da ANPAD, 18 a 20 de junho de 2008.

FRACASSO.E.M; ZEN.A.C. Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor, **Revista de Administração Mackenzie – RAM**, v.9, n.8, p. 135 -150, Porto Alegre, Dez. 2008.

LIBORIO.R.M.C; UNGAR.M Resiliência Oculta: A Construção Social do Conceito e suas Implicações para Práticas Profissionais junto a Adolescentes em Situação de Risco. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, vol. 23(3), p.476-484.

MARTINS.G.A; Estudo de caso: Uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil, OBRE A APLICABILIDADE EM PESQUISAS NO BRASIL, **Revista de Contabilidade e Organizações (RCO)**, v.2, n.2, p. 8-18, Abr. 2008.

MEDEIROS.F.A.S; PINHEIRO.G.K.O. **Empreendedorismo feminino e resiliência: perfil comportamental na atualidade**, Congresso Internacional de Administração, 25 a 29 de setembro de 2017, Ponta Grossa – PR.

NATIVIDADE.D.R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública – RAP**, Rio de Janeiro, p. 231-256, Fev., 2009.

OSTOS, Natascha Stefania Carvalho De. A questão feminina: importância estratégica das mulheres para a regulação da população brasileira (1930-1945). **Cad. Pagu**, Campinas , n. 39, p. 313-343, Dez. 2012 .

Portal do empreendedor – MEI Disponível em:  
<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>> Acesso em: 21  
set.2019.

RIBEIRO.E.P; JACINTO.P.A. Crescimento da produtividade no setor de serviços e da indústria no Brasil: Dinâmica e heterogeneidade, **Economia Aplicada**, v.19, n.3,p. 401-427, 13 mai. 2015.

SILVA.P.M.M; AOUAR.W.A; SILVA.A.W.P; CASTRO.A.B.C; SOUSA.J.C. A resiliência no empreendedorismo feminino. **Revista Eletrônica Gestão e Sociedade**. Rio Grande do Norte, v.13, n.13, p.2629 – p.2649, abril 2019.

SEBRAE Empreendedorismo no Brasil Relatório Executivo de 2018. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>> . Acesso em: 23 set. 2019.

SEBRAE Perfil das mulheres empreendedoras, São Paulo, mar.2013. Disponível em:

<[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/perfil\\_mulheres\\_empreendedoras.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/perfil_mulheres_empreendedoras.pdf)> Acesso em: 26 out.2019

SEBRAE Pesquisa Setor/Segmento Beleza & Estética Relatório Qualitativo + Quantitativo, São Paulo, fev.2016. Disponível em: <[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/beleza\\_estetica\\_2016.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/beleza_estetica_2016.pdf)> Acesso em: 26 out.2019.

SILVA.O.S; SANCHES.C. Processo empreendedor: um estudo do grau de aderência das práticas dos recém empreendedores ao processo de empreendedorismo proposto por Baron e Shane. **Revista de Tecnologia Aplicada (RTA)** v.4, n.3, p.53-83, Dez. 2015.

SILVA.P.M.M; AOUAR.W.A; SILVA.A.W.P; CASTRO.A.B.C; SOUSA.J.C. A resiliência no empreendedorismo feminino. **Revista Eletrônica Gestão e Sociedade**. Rio Grande do Norte, v.13, n.13, p.2629 – p.2649, abril 2019.

SEBRAE Relatório Especial Empreendedorismo feminino no Brasil Disponível em:<[https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019\\_v5.pdf](https://datasebrae.com.br/wpcontent/uploads/2019/03/Empreendedorismo-Feminino-no-Brasil-2019_v5.pdf)>. Acesso em: 25 set.2019.

SEBRAE Análise dos resultados do GEM 2017 por gênero, Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/08/GEM-An%C3%A1lise-por-genero-2017.pdf>> Acesso em: 10 out.2019.