

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
INSTITUTO DE NATUREZA E CULTURA - INC
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

MARCELA DIAS FERNANDES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: EXPERIÊNCIAS EMPREENDEDORAS NO
SEGMENTO DE ESTÉTICA NO MUNICÍPIO DE TABATINGA-AMAZONAS**

Benjamin Constant – AM

2022

MARCELA DIAS FERNANDES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: EXPERIÊNCIAS EMPREENDEDORAS NO
SEGMENTO DE ESTÉTICA NO MUNICÍPIO DE TABATINGA-AMAZONAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), submetido ao Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas/Instituto de Natureza e Cultura, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Leonor Farias Abreu.

Benjamin Constant – AM

2022

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

F363e Fernandes, Marcela Dias
Empreendedorismo feminino : experiências empreendedoras no segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas / Marcela Dias Fernandes . 2022
61 f.: il. color; 31 cm.

Orientadora: Leonor Farias Abreu
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Empreendedorismo Feminino. 2. Estética . 3. Bem-estar. 4. Tabatinga-Amazonas. I. Abreu, Leonor Farias. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

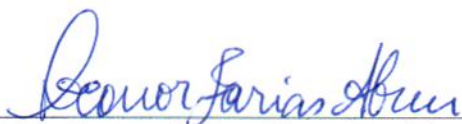
MARCELA DIAS FERNANDES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: EXPERIÊNCIAS EMPREENDEDORAS NO
SEGMENTO DE ESTÉTICA, NO MUNICÍPIO DE TABATINGA-AMAZONAS.**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), submetido ao Curso de Administração da Universidade Federal do Amazonas/Instituto de Natureza e Cultura, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Data de aprovação: 03/09/2022.

BANCA EXAMINADORA:



Profa. Dra. Leonor Farias Abreu (Presidente da Banca)



Prof. Me. Ciderjânio Farling Salvador da Costa (Membro)



Prof. Me. Juvan Reis Nogueira (Membro)

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a minha mãe, Maria Merezilda da costa Dias, ao meu pai Valdeci Arcanjo Fernandes e a minha filha Alice Fernandes Barbosa, a vocês todo o meu amor e dedicação, nada faria sentido sem as suas existências. Minha gratidão por todo apoio e incentivo nessa caminhada acadêmica. A vocês, meus amados, eu dedico essa grande vitória.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer a Deus, por toda a força, coragem, persistência e saúde que me concedeu para que pudesse enfrentar todos os obstáculos e desafios da vida pessoal e acadêmica, por toda sabedoria e proteção, gratidão meu Deus, a ti toda honra e toda glória.

Agradecer aos meus pais, Maria Merezilda da Costa Dias e Valdeci Arcanjo Fernandes, por sempre estarem do meu lado me apoiando e ajudando como podem, gratidão a vocês pela pessoa que eu sou e por todo ensinamento a mim repassado.

Com lágrimas nos olhos, quero agradecer imensamente a minha filha Alice Fernandes Barbosa, pela sua existência, amor e carinho que me transmite todos os dias, mesmo pequena, agradece-la por ser a minha maior motivação para ir à busca de todos os meus sonhos e objetivos, esta vitória é mais sua do que minha, obrigada!

A toda minha família e amigos que estiveram do meu lado nesta longa jornada em busca deste sonho, gratidão por todo amor, carinho, torcida, ajuda e incentivos.

Agradecer a imensa família que construí ao logo desses anos de vida acadêmica, aos meus colegas de turma, aos meus amigos de outros cursos do INC/BC, as pessoas incríveis que conheci e convivi no município de Benjamin Constant-AM, a todos vocês gratidão por fazerem parte deste ciclo da minha vida.

Agradecer a minha comadre, amiga e parceira de curso Sthefany Carneiro por todo companheirismo, ajuda e amizade ao logo desses anos. Aos meus amigos (as) de curso, Miriam Salvador, Carlos Júnior, Jaciara Coelho, Isabelly Batista, Larissa Luanna, Guilherme Olavo, Tamires Fernandes e Francisco Thor, pela parceria, convivência e trocas de experiências, sorrisos, alegrias, abraços, ideias e conhecimentos durante todos esses anos, a todos vocês minha gratidão.

A minha orientadora, Professora Dra. Leonor Farias Abreu, por toda paciência, dedicação e ensinamento ao orientar esta monografia, por sempre me motivar e acreditar no meu potencial, todas as suas colaborações, correções e incentivos foram essenciais para a conclusão deste trabalho, meu muitíssimo obrigada.

Agradecer as empreendedoras do segmento de estética por aceitarem participar da entrevista, e assim colaborar para a realização deste trabalho, a vocês todo sucesso e reconhecimento.

A todos os professores do curso de administração que se empenharam ao máximo e contribuíram com os diversos conhecimentos para meu crescimento profissional e pessoal, pois sem eles a realização desse sonho não seria possível.

Agradeço a Universidade Federal do Amazonas/ Instituto de Natureza e Cultura de Benjamin Constant, por me proporcionar viver momentos únicos, conhecer pessoas incríveis e me fornecer à oportunidade de cursar o curso de Administração.

Enfim, gratidão a todos que contribuíram de forma direta ou indireta e torceram pela minha formação acadêmica.

“Não se conformem com o padrão deste mundo, mas deixem que Deus os transformem pela renovação da sua mente”.

Romanos 12:2

RESUMO

As empreendedoras do segmento de estética possuem uma elevada importância na vida dos indivíduos de uma sociedade, tendo em vista que elas propiciam, através de seus serviços, meios que podem contribuir com a melhoria da autoestima, autoconfiança, alegria, satisfação e bem-estar de seus clientes. O presente estudo tem por objetivo geral investigar quais características constituem o perfil de mulheres empreendedoras do segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas. Os procedimentos metodológicos que norteiam a pesquisa envolvem abordagem qualitativa, com caráter descritivo. Os dados foram obtidos através de levantamento bibliográfico e pesquisa de campo por meio de entrevista com cinco mulheres esteticistas que atuam no município de Tabatinga – AM, escolhidas de forma intencional e por conveniência e que se dispuseram a participar livremente da entrevista. Como resultado da pesquisa, observamos que as características que constitui o perfil empreendedor de mulheres que atuam no segmento de estética são de empreendedoras com idade média entre 18 a 40 anos, solteiras, maioria sem filho, que possuem certificados de cursos de qualificação, técnico e bacharéis. Nesse sentido, observamos que o empreendedorismo feminino voltado para o segmento de estética vem ocupando um papel significativo na sociedade, possibilitando que as empreendedoras optem pelo segmento de estética por ser uma área na qual elas se identificam, sendo a autorealização o fator que mais as motivam, além de ser um mercado em constante crescimento e demanda para empreender, naquela região do Estado do Amazonas.

Palavras Chaves: Empreendedorismo Feminino. Estética. Bem-estar. Tabatinga-Amazonas.

RESUMEN

Los emprendedores del segmento estético tienen una alta importancia en la vida de los individuos en una sociedad, considerando que brindan, a través de sus servicios, medios que pueden contribuir a la mejora de la autoestima, la confianza en sí mismos, la alegría, la satisfacción y el bienestar de sus clientes. El presente estudio tiene como objetivo general investigar qué características constituyen el perfil de las mujeres emprendedoras del segmento de la estética en el municipio de Tabatinga-Amazonas. Los procedimientos metodológicos que orientan la investigación involucran un enfoque cualitativo, con carácter descriptivo. Los datos se obtuvieron a través de un levantamiento bibliográfico y una investigación de campo a través de entrevistas a cinco mujeres esteticistas que laboran en el municipio de Tabatinga – AM, elegidos intencionalmente y por conveniencia y que estuvieron dispuestos a participar libremente en la entrevista. Como resultado de la investigación se observó que las características que constituyen el perfil emprendedor de las mujeres que se desempeñan en el segmento de la estética son emprendedoras con una edad promedio entre 18 y 40 años, solteros, la mayoría sin hijos, que cuentan con certificados de titulación, cursos técnicos y de bachillerato. En este sentido, observamos que el emprendimiento femenino enfocado al segmento de la estética viene ocupando un rol significativo en la sociedad, permitiendo que las mujeres emprendedoras opten por el segmento de la estética porque es un rubro en el que se identifican, siendo la autorrealización el factor que más los motiva, además de ser un mercado en constante crecimiento y demanda para emprender, en esa región del Estado de Amazonas.

Palabras clave: Emprendimiento Femenino. Estética. Bienestar. Tabatinga-Amazonas.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Definições e Conceitos de Empreendedorismo	22
Quadro 2 - Características do Empreendedor	26
Quadro 3 - Características do Empreendedorismo Feminino.....	29
Quadro 4 - Pilares que Influenciaram a Expansão da Estética no Brasil	33
Quadro 5 - Uma Síntese das Competências da Profissão de Esteticista	34
Quadro 6 - Perfil das Participantes da Pesquisa	39
Quadro 7 - Grau de Escolaridade	40
Quadro 8 - Qualificação no Segmento de Estética	40
Quadro 9 - Instituição de Qualificação	41
Quadro 10 - Procedimentos Estéticos Realizados	42
Quadro 11 - Fatores que Influenciaram as Empreendedoras a Atuar no Segmento de Estética	43
Quadro 12 - Tempo de Atuação na Estética	43
Quadro 13 - Local Onde se Realiza o Atendimento e os Procedimentos Estéticos	45
Quadro 14 - Diferencial Competitivo	45

LISTA DE SIGLAS

- ABF - Associação Brasileira de Franchising
- ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético
- CIDESCO - Comitê Internacional de Estética e Cosmetologia
- CETAM - Centro de Educação Tecnológica do Amazonas
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IDHM - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
- MEC - Ministério da Educação e Cultura
- MEI - Microempreendedor Individual
- OMS - Organização Mundial da Saúde
- ONU – Organização das Nações Unidas
- SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas
- SOFTEX – Sociedade Brasileira de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
- TEA – Taxas de Empreendedores Iniciais

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	15
1.1 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	15
1.2 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS DA PESQUISA	17
1.2.1 Etapas da Pesquisa	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 EMPREENDEDORISMOS: HISTÓRICO E CONCEITO	20
2.1.1 Características Empreendedoras	24
2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO	27
2.3 PROFISSIONAIS DO SEGMENTO DE ESTÉTICA	30
2.4 ESTÉTICAS E BEM-ESTAR	35
3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCURÇÕES	39
CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICE A - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	58
APÊNDICE B – Roteiro de Entrevista	60

INTRODUÇÃO

As mulheres estão em constante busca pela independência financeira e, ao mesmo tempo, tornam-se empreendedoras, seja abrindo seu próprio negócio ou assumindo cargos de liderança nas organizações. De acordo com o relatório Global Entrepreneurship Monitor-GEM/2018, o empreendedorismo pode ser classificado como qualquer iniciativa de invenção de um novo negócio ou empreendimento, podendo ser a criação de uma nova empresa com atividade autônoma ou a ampliação de um empreendimento já existente. A ação de empreender pode ser de responsabilidade individual, coletiva ou por empresas já situadas em algum segmento no mercado.

Segundo Sosnowski (2017), empreendedores são pessoas que possuem ideia e visão empreendedora, sendo capazes de alavancar o mercado com elas. Dornelas (2016) considera que para ser um bom empreendedor o ideal é ter domínio da área na qual se vai investir. Desta maneira, a atuação dos empreendedores motivados e capacitados promove o desenvolvimento econômico e social de uma região, pois são detentores da capacidade de reinventar os meios para atender às crescentes necessidades da sociedade e proporcionar grandes transformações.

A ampla busca pela educação, qualificação, aperfeiçoamento e experiência profissional, faz com que o cenário empreendedor ganhe uma grande proporção, pois o desejo de ser dono de seu próprio negócio traz relevância ao empreendedorismo. Conforme Greatti e Previdelli (2004), uma das maiores motivações que leva um indivíduo a começar a empreender e abrir seu próprio negócio é o desemprego, e até mesmo a vontade de deixar de ser o empregado para se tornar líder. Dessa forma, a vontade e a necessidade de evoluir financeiramente são variáveis que contribuem neste processo inicial para empreender.

O empreendedorismo vem se destacando pelo grande número de mulheres à frente de aberturas de empresas. De acordo com uma pesquisa efetuada pela Revista Exame (2014), as mulheres estão observando que há uma maior procura da população nas áreas de beleza, estética, bares e lanchonetes, tornando-se áreas atrativas para começarem a empreender. As mulheres reconhecem no empreendimento uma opção de vida mais promissora, no que diz respeito à busca por crescimento profissional e realização pessoal. Para Alperstedt, Borges & Serafim (2014), o papel da mulher na sociedade vem sendo moldado ao longo das últimas décadas, ganhando destaque o incremento de sua participação no mercado de trabalho. Elas se posicionam não apenas como empregadas, mas também como empregadoras.

De acordo com o GEM(2019), o número de mulheres que iniciaram seus empreendimentos no último ano chega até 50% dos novos empreendimentos (GRECO, 2019). Das mulheres que pretendem empreender, 50% se sentem preparadas; das mulheres que já empreendem, 75% se sentem preparadas para ter seu próprio negócio (SERASA EXPERIAN, 2017). Segundo a Associação Brasileira de Franchising, em média 49% das unidades próprias ou franqueadas do Brasil são dirigidas por mulheres (ABF, 2015). Pode-se compreender que a mulher vem conquistando cada vez mais o seu espaço no mercado de trabalho através de sua criatividade, profissionalismo e persistência, no qual sua atuação no empreendedorismo proporciona impactos na economia do país.

É crescente a participação do empreendedorismo feminino no mercado de trabalho brasileiro, contribui para o crescimento econômico do País e seu universo de inovações e desafios, inspiram mulheres a conquistarem sua independência financeira, gerindo seu próprio negócio ou sendo líder de organizações por todo o mundo. De acordo com Peñaloza, Diógenes e Sousa (2008), o acesso feminino ao Ensino Superior tem contribuído para a mudança no que diz respeito às funções exercida por elas, ampliando suas escolhas em relação à profissão.

O empreendedorismo feminino, portanto, está presente em praticamente todo tipo de serviço, a exemplo da prestação de serviços oferecidos no segmento de estética que está em contínuo desenvolvimento e apresenta uma grande importância na economia brasileira. Mesmo com os períodos de instabilidade financeira enfrentadas no Brasil, a área da beleza voltada para procedimentos estéticos, é a menos afetada. Entretanto, nem todos os empreendedores desta área conseguem obter o sucesso esperado. Para isso, o empreendedor necessita desenvolver a competência estratégica, fortalecendo-se com os conhecimentos e experiências adquiridas, para obter eficiência e eficácia sobre o seu modelo de negócio e enfrentar as incertezas do mercado (MACHADO E NASSIF, 2014).

O Brasil já é o terceiro país do mundo no mercado da beleza e estética, graças ao surgimento de dois novos públicos: os homens (que estão cada vez mais preocupados com a saúde e bem-estar) e a terceira idade (que busca na estética a juventude, aliado ao prazer de viver mais e melhor), assim, o universo da beleza possui um leque ampliado abrindo horizontes diversos e promissores (LEMOS,et al., 2018).

Neste sentido, o presente estudo possibilitará conhecer as características que constituem o perfil de mulheres empreendedoras no segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas, visto que este segmento exige que as profissionais criem possibilidades, invistam em inovações e em qualificação, para assim, oferecer procedimentos e resultados com qualidade, para suprir as necessidades de uma clientela: ativa, exigente e atualizada que busca

por excelentes serviços a um preço justo. Desta maneira, apresentar para sociedade uma classe de empreendedoras que se preocupam com a aparência e a autoestima de sua clientela, expondo um mercado que está cada vez mais ganhando credibilidade e procura.

Perante o exposto, a proposta da presente pesquisa é responder a seguinte questão:

Quais características constituem o perfil de mulheres empreendedoras do segmento de estética no município de Tabatinga-AM?

Para responder esta questão a pesquisa tem como objetivo geral, investigar sobre as características que constituem o perfil de mulheres empreendedoras do segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas. Os objetivos específicos foram estabelecidos como: a) Contextualizar empreendedorismo feminino, buscando conhecer sua origem, assim como sua aplicação no segmento de estética; b) conhecer as empreendedoras do segmento de estética que atuam no município de Tabatinga-AM; c) Descrever as características que constituem o perfil de mulheres empreendedoras do segmento de estética em Tabatinga/Amazonas; d) discutir a relação empreendedorismo feminino, estética e bem-estar no município de Tabatinga-AM.

O estudo do processo empreendedor feminino em termos acadêmicos e sociais torna-se relevante e necessário para ampliar os conhecimentos sobre essa temática, e aprofundar na análise do universo feminino empreendedor, expondo assim, a prática empreendedora desenvolvida por mulheres profissionais que realizam procedimentos estéticos no município de Tabatinga-AM.

A relevância social desta pesquisa justifica-se no fato de que o mercado da estética é uma área com grande crescimento e busca, no município local da pesquisa. Desta forma, esta pesquisa possibilitará que outras mulheres conheçam e identifiquem-se com as empreendedoras do segmento de procedimentos estéticos. Para o curso de Administração a temática mostra-se necessária para uma melhor compreensão do processo empreendedor feminino e suas características, possibilitando novas pesquisas que agreguem conhecimento nesta área da Administração.

Este trabalho está organizado em quatro seções, incluindo esta introdutória. A segunda seção apresenta os procedimentos metodológicos utilizados para o alcance dos objetivos da pesquisa. A terceira seção trata da fundamentação teórica, abordando diferentes conceitos e definições de empreendedorismo, empreendedorismo feminino, características empreendedoras, profissionais do segmento de estética e a relação entre estética e bem-estar. A quarta seção apresenta e discute os resultados gerais obtidos na pesquisa de campo. Sequencialmente encontram-se as considerações finais, seguidas das referências e apêndices.

1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, são expostas as etapas e os procedimentos metodológicos no desenvolvimento do trabalho, incluindo as técnicas para a coleta e análise dos dados necessários ao cumprimento dos objetivos desta pesquisa. Para Mendes (2021) a metodologia de um trabalho científico, consiste no plano que estuda os métodos praticados, e neste trabalho tratamos como procedimentos metodológicos, considerando não se tratar especificamente de um estudo de método, mas de procedimentos que descrevem as estratégias de pesquisa realizadas, a fim de que fossem gerados dados convincentes.

1.1 CARACTERIZAÇÕES DO MUNICÍPIO OBJETO DE ESTUDO

Tabatinga, local desta pesquisa, é um município brasileiro pertencente ao Estado do Amazonas, Região Norte do Brasil, estando localizado no meio da selva amazônica à margem esquerda do Rio Solimões e faz fronteira com a Colômbia e o Peru. A temperatura local oscila entre 25° e 32° C. Toda a região está coberta por florestas (altas, baixas e pouco densas), hidrograficamente, pertence à bacia do rio Amazonas, sendo banhada pelos rios Solimões, Içá, Japurá e vários de seus afluentes (PORTAL TABATINGA, 2022).

Os municípios limítrofes são, Letícia (Colômbia), Santo Antônio do Içá, São Paulo de Olivença, Benjamin Constant. Tabatinga compreende uma área territorial de 3.225,064 km², sua população está estimada em 71. 317 habitantes de acordo com (IBGE, 2021), com renda per capita média de R\$ 8.274,57. Seu Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) é de 0,616 no ano de 2010 de acordo com estimativas do (IBGE, 2018).

O município de Tabatinga deriva do povoado de São Francisco Xavier de Tabatinga, fundada na primeira metade do séc. XVIII, por Fernando da Costa Ataíde Teives, sendo um posto estratégico do Exército Brasileiro, que tem por objetivo de resguardar a fronteira (Brasil, com Colômbia e o Peru). A palavra Tabatinga é de origem indígena que no tupi significa barro branco de muita viscosidade, encontrado no fundo dos rios e no tupi-guarani quer dizer casa pequena (IBGE, 2012). Tabatinga, compõe a Microrregião Alto Solimões/Amazonas, conforme apresentado na figura 1.

Figura 1 – Mapa geográfico Microrregião do Alto Solimões do Amazonas.



Fonte: Portal Barrancas (2021), com adaptações.

Para alcançar a atual formação, Tabatinga passou por um longo processo de expansão urbana, pela ocupação portuguesa, através de construções fortes militares e pelos primeiros seringueiros vindos do vale do rio Javari. Tabatinga pertencia ao município de São Paulo de Olivença, e no ano de 1898, com a emancipação do distrito de Benjamin Constant, o povoado de Tabatinga passa a pertencer ao recém-criado município, tornando-se subdistrito de Benjamin Constant. A emancipação política deu-se em 10 de dezembro de 1981, pela Emenda Constitucional do Amazonas nº 12, que passou a determinar o subdistrito de Tabatinga um município autônomo. A instalação do município ocorreu em 1º de janeiro de 1983 (PREFEITURA MUNICIPAL DE TABATINGA, 2021).

Tabatinga possui um movimentado mercado de bens e serviços, que atendem até mesmo a outros municípios da Microrregião Alto Solimões, cuja as populações se deslocam para lá para a compra ou realização de algum serviço que não encontram nos seus municípios de origem. No conjunto de serviços, dentre outros, se destacam serviços de embelezamento realizados por mulheres, como é o caso de serviços estéticos, o que deu origem ao problema investigado nesta pesquisa. O grupo de participantes da pesquisa são mulheres empreendedoras esteticistas que realizam procedimentos estéticos no município de Tabatinga.

1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Para o desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso que tem por finalidade investigar sobre as características que constituem o perfil de mulheres empreendedoras do segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas, os procedimentos técnicos são bibliográficos necessários à compreensão das características do empreendedorismo como um todo, bem como ao empreendedorismo feminino, de forma a ressaltar as características das empreendedoras esteticistas, foco central da pesquisa. Gil (1999) define que a pesquisa bibliográfica é aquela desenvolvida com base em materiais já elaborados, principalmente livros e artigos científicos, assim os dados são coletados a partir de pesquisas já realizadas.

A pesquisa bibliográfica, segundo Coelho (2021), é a revisão sobre o tema de pesquisa abordada com base em trabalhos realizados por outros autores, que, de forma geral, é a contribuição dos autores para a pesquisa através do embasamento teórico para o desenvolvimento trabalho científico. Utilizamos livros, artigos científicos pertinentes ao tema estudado, além de consultas a sites oficiais e do segmento estudado. Assim, tornou-se possível criar um embasamento acerca do conjunto dos assuntos pesquisados.

Para o alcance da perspectiva de análise dos dados dessa pesquisa, optou-se por uma abordagem qualitativa a partir das vivências de mulheres empreendedoras no segmento de estética. O enfoque qualitativo procura compreender fenômenos através do contato direto entre o pesquisador e a situação que este se propõe a estudar e interpretar (NEVES, 1996). A pesquisa qualitativa se justifica face à necessidade de compreender os sentidos, significados, posições e características da situação/problema, os quais são atribuídos pelos entrevistados (RICHARDSON, 2010), permitindo estudar o significado da vida das pessoas, nas condições da vida real e também representar as opiniões e perspectivas das pessoas de um determinado estudo (YIN, 2016).

Quanto aos objetivos, a pesquisa é caracterizada como uma pesquisa descritiva, para possibilitar conhecer o universo e as características das empreendedoras do segmento de estética. Para Gil (2010), a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de uma população específica, buscando identificar relações entre os indivíduos e as variáveis em estudo. Freire (2013) complementa que a pesquisa descritiva tem o objetivo de levantar as características conhecidas sobre elementos de análise para descrever em detalhes os componentes do fenômeno. É feita na forma de levantamento ou observação sistemático do fenômeno escolhido.

Quanto aos meios a pesquisa é classificada como pesquisa de campo. Isso ocorre quando o objeto de estudo é abordado em seu próprio ambiente, tem cunho mais analítico e a coleta de dados é feita onde o fenômeno ocorre e em suas condições naturais sem intervenção ou manuseio por parte do pesquisador (SEVERINO, 2007). No caso desta pesquisa, o ambiente é o município de Tabatinga, onde atuam as participantes. Para Vergara (2009), a pesquisa de campo refere-se à investigação de informações ou conhecimentos sobre um problema.

A pesquisa possui uma característica aplicada, considerando que trata de informações ou conhecimentos sobre um determinado problema, para o qual se busca uma resposta (MARCONI; LAKATOS, 2010) com o intuito de resolução de problemas reais. Desta forma, possibilitou identificar as mulheres empreendedoras que trabalham com procedimentos estéticos no município de Tabatinga-Amazonas, dados necessários para concretização desta pesquisa, de forma a conhecer o perfil das participantes.

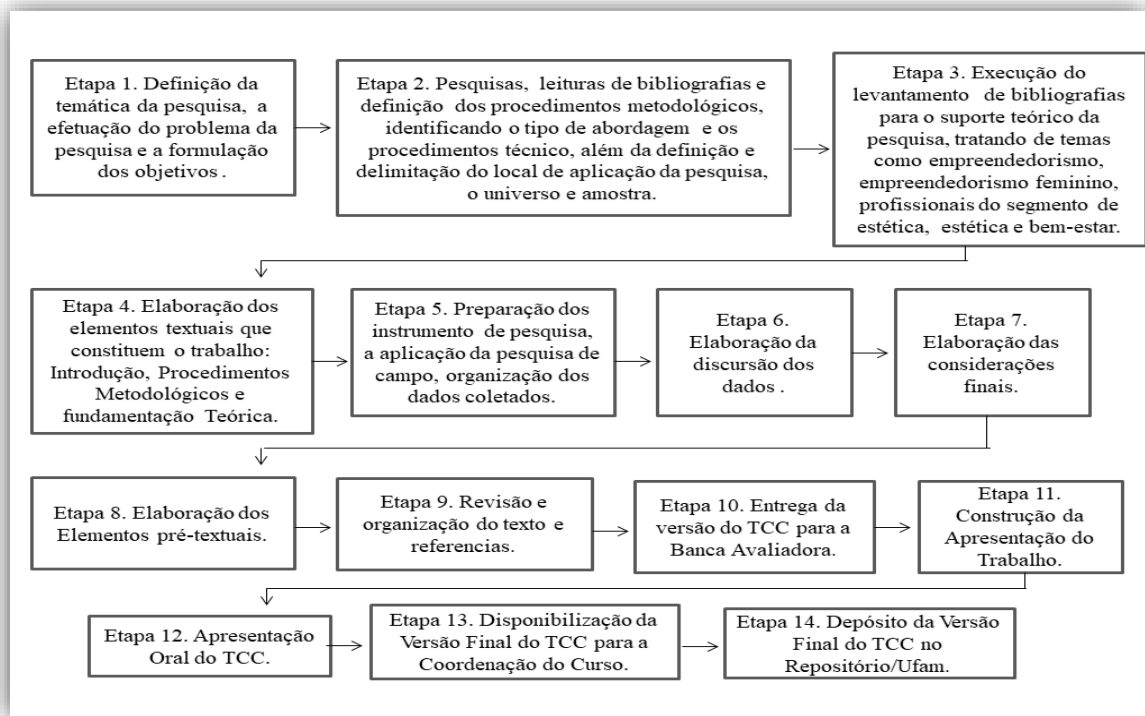
O instrumento de coleta de dados consiste em um roteiro de entrevista semiestruturada, composta por questões abertas e fechadas (APÊNDICE B), com o intuito de verificar as características profissionais e pessoais das empreendedoras. De acordo com Marconi e Lakatos (2007), a entrevista nada mais é que o encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto e ao realizá-la de maneira semiestruturada a pessoa que está realizando a entrevista, acompanha um roteiro antecipadamente estabelecido. Contudo, ele ainda pode adaptar as perguntas à determinada situação, podendo inverter a ordem ou formar novas perguntas, tendo livre-arbítrio para ampliar cada situação em qualquer direção.

A pesquisa foi realizada com 5 (cinco) mulheres empreendedoras no segmento de estética, que atuam no município de Tabatinga, as quais se dispuseram a participar livremente da entrevista, conforme consta no Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE), constante do Apêndice A, deste trabalho. A amostra selecionada é não-probabilística intencional e por conveniência, pois os sujeitos foram escolhidos com base nos critérios de acessibilidade (concordância em participar da pesquisa), pertencendo e atuando no segmento de estética, em Tabatinga.

1.2.1 Etapas da Pesquisa

A pesquisa ocorreu de acordo com as etapas especificadas na figura 2.

Figura 2- Etapas da Pesquisa



Fonte: Elaboração Própria, a partir dos Procedimentos Metodológicos (2022).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A base teórica é essencial para a estrutura do trabalho, pois é a partir dela que se consegue desenvolver o projeto e conseqüentemente alcançar os objetivos. Os assuntos tratados nas seções serão os conceitos e definições de empreendedorismo, empreendedorismo feminino, profissionais do segmento de estética e a relação entre estética e bem-estar.

2.1 EMPREENDEDORISMO: BREVE HISTÓRICO E CONCEITO

A palavra empreendedorismo deriva do latim *imprehendere*, que de acordo com estudos realizados, foi incluída na língua portuguesa a partir do século XVI. Porém, o termo empreendedorismo também pode ter sua origem na língua inglesa no qual resulta na expressão *entrepreneurship*, sendo composta pela palavra francesa *entrepreneur* e do sufixo inglês *ship*, que significa relação, estado, qualidade, habilidade. A palavra *entrepreneur*, foi utilizada pela primeira vez em 1725, pelo economista irlandês Richard Cantillon, para descrever o indivíduo que assume riscos (SANTOS, 2008).

De acordo com Leite (2021) o conceito de empreendedorismo nasceu no século XVII, pelos economistas franceses Jean Baptiste Say e Richard Cantillon. Eles enfatizavam que ser um empreendedor estava relacionado à capacidade de produção, gestão e de assumir riscos. Desde então, cada vez mais as pessoas se interessavam em empreender, em inovar, criar oportunidades.

O destaque ao empreendedorismo ocorre por causa da consequência que as mudanças tecnológicas e sua rapidez trazem ao mercado competitivo, fazendo com que os novos empresários adotem novas medidas. Dornelas (2012), por sua vez, relata que o empreendedorismo nasceu das transformações que sucederam no mundo nos últimos anos, principalmente no século XX, quando ocorreu a maior quantidade de invenções criadas por pessoas que possuíam uma visão futura e lutavam para construir um novo negócio.

Segundo Aström (2012), o empreendedorismo apresentou suas primeiras manifestações através do intercâmbio e o comércio entre os indivíduos na sociedade, porém este conceito não era discutido, e somente a partir da evolução dos mercados econômicos os cientistas se interessaram pelo fenômeno. Portanto, a origem do empreendedorismo se dá por inúmeros pensamentos e teorias, mas todos com a mesma ideologia de inovação, comércio e lucro financeiro.

Para Brito, Pereira e Linard (2013) a origem do termo empreendedorismo não é precisa, no entanto, constata-se que desde os primórdios da humanidade existem pessoas que se destacam, inovando suas atividades ou produtos. A essas práticas inovadoras dá-se o nome de empreendedorismo. Drucker (1987) destaca que o empreendedor é alguém que cria algo novo, diferente, muda ou transforma algo, e não restringe seu empreendimento apenas à esfera econômica. Fillion (1999), considera que:

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILION, 1999, p. 19).

Empreendedorismo é uma temática que vem ganhando crescente interesse dos estudiosos nacionais e internacionais que compõe diversas áreas. Empreendedor é o indivíduo que faz as coisas acontecerem, promove a ação de transformar uma ideia em realidade e possui uma visão futura da organização (DORNELAS, 2012).

Nesse sentido, empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e as perfeitas execuções destas oportunidades geram negócios de sucesso. Para Bragio e Bragio, (2014) o empreendedorismo desperta no indivíduo suas potencialidades racionais e intuitivas, induzindo o empreendedor ao autoconhecimento no processo de aprendizado constante, com ações de abertura para novas experiências e novos padrões. Porém, pode-se constatar que nem todas as pessoas que empreendem alcançam o sucesso, sendo necessário obter uma visão empreendedora.

Quanto à capacidade empreendedora, Bernardes Filho (2010), diz que:

A capacidade empreendedora é imprescindível numa sociedade em que, a cada dia, mais importante do que 'saber fazer é criar o que fazer'. É conhecer a cadeia econômica, ciclo produtivo, entender do negócio, 'saber transformar necessidades em especificações técnicas, conhecimento em riqueza'. A experiência mostra que muitos profissionais possuem profundos conhecimentos de uma tecnologia, mas não a percepção de sua aplicação e, assim têm cada vez menos chances de sucesso (BERNARDES FILHO, 2010, p. 01).

Com o desenvolvimento, expansão e crescimento do empreendedorismo ao decorrer dos anos, vários conceitos e definições surgiram juntamente com os grandes estudiosos para

explicar e entender este fenômeno. Segundo Dornelas (2012), o empreendedorismo é um conceito que vem ganhando um amplo espaço no Brasil, tendo destaque no final da década de 1990, mas com um aumento no período de 2000 a 2010 com a intensificação das discussões. Desta forma, com a amplitude do empreendedorismo e seu ganho de popularidade, sua conceituação tornou-se bastante difusa, conforme o quadro 1.

Quadro 1 – Definições e conceitos de Empreendedorismo.

AUTOR	DEFINIÇÕES
Lohn (2010, p. 27).	O empreendedorismo é uma área muito importante na administração, campo responsável por criar e inovar, seja com ideias, produtos, serviços. Atualmente, constitui uma das ferramentas mais trabalhadas no mercado, o ato de criar projetos e inovar.
Dornelas (2012, p. 28)	“Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita execução destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.”
Baron e Shane (2013, p. 7).	“O empreendedorismo envolve reconhecer a oportunidade para criar algo novo – e isso não precisa ser um novo produto ou serviço. Muito pelo contrário, pode se tratar de reconhecer uma oportunidade para desenvolver um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou desenvolver um novo meio de produção, para mencionar apenas algumas possibilidades.”
Baggio e Baggio (2014, p. 24).	O empreendedorismo traduz-se num conjunto de práticas capazes de garantir a geração de riqueza e melhor desempenho àquelas sociedades que o apoiam e o praticam.
Figueira e Carvalho (2015, p. 8).	A atividade empreendedora é um dos principais fatores de mudanças econômicas, sociais e tecnológicas no mundo, e vem crescendo esporadicamente nos últimos anos. O empreendedorismo é um fenômeno que pode ocorrer em qualquer esfera (pública ou privada) ou instituição.
Costa e Furtado (2016, p. 28).	O empreendedorismo é fundamental para o bom funcionamento da economia como um todo; o empreendedor de sucesso gera emprego, renda, movimentando o processo de mercado.
Schaefer e Minello(2017, p. 517).	“O empreendedorismo tem sido investigado e descrito não mais como uma forma de saber, mas sim como uma forma de ser.”
Sanches et al. (2018, p. 5).	Empreendedorismo pode ser entendido como o estudo relacionado aos empreendedores e seu comportamento.

Fonte: Elaboração própria, a partir da literatura pesquisada (2022).

O quadro 1 apresenta conceitos e definições acerca do empreendedorismo, no qual é definido como uma importante atividade para o crescimento mundial da economia e da sociedade. Por esse motivo, profissionais e pesquisadores de diversas áreas procuram compreender como ocorre o fenômeno do processo de empreender, e como surgem suas interações com o ambiente econômico, social, político e no ambiente organizacional. Melton

(2015) discorre sobre a definição da mentalidade empreendedora, no qual afirma que a mente empreendedora consiste em três elementos essenciais, os quais ele denomina a curiosidade, a conexões e a criação de valor. Sendo a criação de valor indispensável para a essência da atitude empreendedora.

No Brasil, o empreendedorismo se desenvolveu e se popularizou a partir da década dos anos 90 com a abertura da economia, o que resultou na fundação de diversos órgãos voltados para o tema. Entidades como a SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) impulsionaram o surgimento do empreendedorismo no Brasil, pois antes disso o ambiente político e econômico não era propício, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora (DORNELAS, 2012).

De acordo com Leal (2018) o termo empreendedorismo passou a ser cada vez mais explorado no Brasil nos últimos anos, se destacando mais precisamente no início dos anos 2000, e este acontecimento à época só foi possível graças a crescente força da internet, tendo em vista que cada vez mais os brasileiros despertam o desejo de construir e abrir o seu próprio negócio. Um dos principais motivos para o aumento da atividade empreendedora no país foi o alto índice de desemprego.

Conforme um levantamento de dados realizado pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM) no ano de 2019, o índice de empreendedores no Brasil obteve o percentual de 38,7%, tendo assim como consequência o segundo melhor patamar desde 2002. Por meio deste estudo, o Brasil alcançou a quarta maior taxa de empreendedorismo inicial em 2019, porém houve uma queda neste percentual no ano de 2020 com a ocorrência da Pandemia do Covid-19 (SEBRAE, 2021). O empreendedorismo é um termo bem conhecido mundialmente, mas no Brasil, vem ganhando força nos últimos 30 anos, e ainda mais visibilidade em um momento que aparentemente não se via saída (CAVALLINI, 2020; SEBRAE, 2021).

Conforme Araújo (2013) o empreendedorismo no Brasil vem se tornando cada vez mais significativo para a economia do país, tornando-se atrativo aos olhares dos estudiosos. Os motivos que justificam o interesse pelos estudos sobre o empreendedorismo são vários, mas especificamente no Brasil, destacam-se a preocupação com a criação de negócios duradouros e a atenção voltada para a diminuição da taxa de mortalidade das empresas, fatores que explicam o interesse pelo tema.

Ao se tratar de desenvolvimento econômico no Brasil, o empreendedorismo está conectado não apenas ao aumento de produção e de renda, mas se expande ao promover mudanças na sociedade e na estrutura dos negócios. Essas mudanças acarretam consequências

no crescimento da produção. A inovação seria o fator mais importante no desenvolvimento de novos produtos. Uma análise realizada pelo GEM no ano de 2012, indica que no Brasil entre os anos de 2012-2013, o percentual no qual estava envolvido com alguma ação empreendedora, o que indica a forte presença de empreendedores no país.

No município de Tabatinga, local desta pesquisa, cerca de 3.432 mil habitantes são empreendedores, tornando-se pessoas economicamente ativas, fato que movimenta não somente a economia local, mas também a nacional, (SEBRAE, 2022). Desta forma, o empreendedorismo vem crescendo no município de maneira contínua, o que gera empregos para a própria população de Tabatinga e das cidades vizinhas.

Portando, empreendedores são indivíduos diferenciados, donos de uma motivação singular, cativados pelo que fazem e não se satisfazem em ser apenas mais um na multidão, são pessoas que almejam ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, deixando legados. Suas características os tornam importantes, uma vez que participam do crescimento da economia na região onde atuam.

2.1.1 Características Empreendedoras

Os empreendedores apresentam uma essência inovadora, ligada a uma habilidade de lidar com riscos e incertezas nas decisões. Segundo o SEBRAE (2016), para se alcançar o perfil empreendedor são necessárias duas etapas, na primeira é realizar uma autoavaliação das características do empreendedor, na segunda etapa é realizada a apuração dos resultados da autoavaliação e analisar ou elaborar um gráfico com os dados da primeira etapa.

De acordo com Zuccari e Belluzzo (2016), o empresário que possui um perfil empreendedor apresenta as seguintes características: é visionário, criativo, dinâmico, calcula os riscos, é proativo, se motiva frente aos desafios e lidera de forma participativa, está em constante planejamento e adota uma visão oportunista. Já os empresários tradicionais assumem uma postura cautelosa, conservadoras, evitam correr riscos, se intimidam frente a novos desafios e geralmente possuem um estilo de liderança mais imperial.

Maximiano (2011) considera que ter a visão de espírito empreendedor está ligado às pessoas que possuem recursos e investem em um negócio mesmo correndo riscos. Seja oriundo de sua criação ou através de expansão de um negócio, o seu diferencial está na capacidade de fazer com inovação.

Leite e Oliveira (2007) classificam o empreendedor em dois tipos: o Empreendedor por Necessidade, quando se criam negócios por não haver alternativa e o Empreendedor por

Oportunidade, quando ocorre a descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativo. O empreendedor por necessidade é o indivíduo que inicia seu negócio por estar desempregado ou não encontrar oportunidades de emprego dentro de suas habilidades profissionais, sendo em sua maioria empreendedores informais, que não planejam suas atividades e muitos com tendência ao fracasso. Já o empreendedorismo por oportunidade, a pessoa empreendedora sabe aonde almeja chegar, planeja previamente as ações que serão desenvolvidas no seu negócio e organiza todos os pontos visando à geração de benefícios ao seu empreendimento (DORNELAS, 2005).

Pessoa (2005) define em três os principais tipos de empreendedores: o empreendedor corporativo (intra-empendedor ou empreendedor interno), o empreendedor *start-up* (que cria novos negócios/empresas) e o empreendedor social (que cria empreendimentos com missão social), são pessoas que se destacam onde quer que trabalhem. O empreendedorismo corporativo é um processo de identificação, desenvolvimento, captura e implementação de novas oportunidades de negócios, dentro de uma empresa existente.

O empreendedor *start-up* objetiva dar origem a um novo negócio. Ele avalia o cenário e diante de uma oportunidade apresenta um novo empreendimento. Por fim, o empreendedorismo social estabelece o redesenho de relações entre comunidade, governo e setor privado, com base no modelo de parcerias, tendo como resultado desejado a promoção da qualidade de vida social, cultural, econômica e ambiental sob a ótica da sustentabilidade.

É normal que os empreendedores possuam características em termos de experiência no qual é transmitido dos adultos às crianças, relacionamento interpessoal familiar e ocupação dos pais, que colaboram para um ambiente onde estimule o espírito empreendedor que habita dentro de si, independente de sexo, cor e raça.

Nessa perspectiva, é importante destacar algumas características que evidenciam o espírito empreendedor como: prefere tomar as próprias decisões; aprecia correr riscos; deseja ver os resultados de suas atividades e aceita receber críticas construtivas; almeja ter presença ativa em seus empreendimentos; é rápido em atividades de desenvolvimento e inovação; enriquecer seus empreendimentos voltando se para o cliente e o mercado; exige muito de si mesmo e transfere esta exigência para a equipe; buscam o progresso econômico e social. Porém, as combinações destes traços somente não são suficientes para definir o sucesso ou insucesso (LEITE, 2012). O quadro 2 apresenta as principais características referentes ao perfil empreendedor.

Quadro 2 – Características do empreendedor.

Buscar oportunidades e tomar a iniciativa	O empreendedor faz o que deve ser feito antes de ser solicitado ou forçado, age para expandir o negócio, aproveita as oportunidades novas para começar um negócio.
Correr riscos calculados	Avalia as alternativas, age para controlar os resultados, toma riscos moderados.
Exigir qualidade e eficiência	Age de maneira a realizar ações, desenvolve procedimentos para assegurar que o trabalho seja executado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade.
Ser persistente	O empreendedor age diante de um obstáculo significativo, assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos.
Ser comprometido	Faz sacrifício pessoal para completar as metas que foram determinadas, se esmera em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do curto prazo.
Buscar informações	Está sempre buscando novos métodos e novas informações para aprimorar o serviço.
Estabelecer metas	O empreendedor estabelece metas e objetivos que são desafiantes.
Ter planejamento e monitoramento sistemático	Planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos, constantemente revisa seus planos levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais, utiliza registros financeiros para tomar decisões.
Ter persuasão e rede de contatos	O empreendedor utiliza estratégias para influenciar ou persuadir pessoas. Trabalha com pessoas-chave, age para desenvolver e manter relações comerciais.
Ser independente e autoconfiante	O empreendedor busca autonomia em relação a normas e controles de terceiros, mantém seu ponto de vista, expressa confiança na sua própria capacidade de enfrentar um desafio.

Fonte: Silva (2014), com adaptações.

De acordo Freitas e Manhães (2016), o perfil empreendedor não se enquadra apenas em pessoas que fundam empresas ou instituições, o mesmo pode estar presente em pessoas que prestam serviços ou fabricam produtos para as empresas onde trabalham, com ações ou pensamento inovador, aperfeiçoando um serviço ou procurando solução para uma problemática e até mesmo mobilizando equipes.

Portanto, qualquer pessoa pode ser empreendedora, já que não existe um único tipo de empreendedor que possa ser identificado ou seguido, mas sim uma abrangência de perfis empreendedores próprio de cada indivíduo que busca criar e inovar. Nesse processo encontram-se as mulheres que empreendem e que fazem parte do grupo desta pesquisa.

2.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

A inclusão da figura feminina no mercado de trabalho vem demonstrando aumento principalmente na atividade empreendedora. Este aumento tem funcionado como ferramenta de equilíbrio de direitos entre os gêneros, ao mudarem de posições cada vez mais relevantes no mundo dos negócios, elas passam a reivindicar seu reconhecimento como personagens participantes do crescimento econômico. Elas têm consciência de que seu papel de empreendedoras exerce influência na vida pessoal, familiar e na sociedade. No Brasil são mais de 7 milhões de mulheres que administram seu próprio negócio, promovendo a economia e gerando renda para a sua e muitas outras famílias (SEBRAE 2014).

Em relação ao empreendedorismo feminino no Brasil, a inclusão das mulheres na atividade econômica teve seu esplendor a partir da década de 1970. Nesta época, a expansão da economia estava em alta devido à industrialização e urbanização que acontecia desde a década de 1940. Assim, a inserção das mulheres no mercado de trabalho no Brasil se expandiu juntamente com o processo de desenvolvimento que alterou a economia e a sociedade brasileira, permitindo com as mulheres disputassem ocupações com os homens (LEONE; TEIXEIRA, 2010).

Atualmente, no Brasil as mulheres estão mais ‘niveladas’ aos homens quando se trata de geração de novos negócios e comparado a outros países, de acordo com uma pesquisa realizada pelo GEM (2016), a TEA-Taxas Específicas de Empreendedorismo Inicial das mulheres. Essa pesquisa indica que o percentual de mulheres que está iniciando uma empresa, é de 19,9%, excedendo a dos homens que no mesmo período apresentou 19,2%, sendo que em outros países como Índia e Alemanha a diferença pode chegar a 5% a menos para as mulheres. Desta maneira, na abertura de novos negócios os homens e as mulheres estão em igualdade, só que alguns obstáculos como questões sociais, econômicas, de gênero e questões pessoais podem atrapalhar a mulher na evolução e perenidade do seu negócio.

Segundo o relatório GEM (2016), nesse ano, verificou-se que as mulheres corresponderam a 51% dos empreendedores iniciais no Brasil. O aumento da participação feminina no mercado de trabalho tem se refletido no empreendedorismo, derivando resultados positivos para o país, pois as empreendedoras buscam investir cada vez mais em capacitação e adquire mais acesso à informação, o que é necessário para construir empresas de sucesso. Desta maneira, o empreendedorismo coloca as mulheres em posição de destaque, além de poderem trabalhar com o que gostam. É importante lembrar que no dia 19 de novembro comemora-se o

dia mundial do empreendedorismo feminino, data criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 2014, mas há um fato que se sobrepõe que é a dificuldade das empreendedoras de terem acesso a crédito e com uma maior dificuldade relativamente aos homens. Mesmo assim, possuem um alto percentual de mulheres liderando empresas no Brasil (EXAME, 2018).

De acordo com Loiola (2016), a elevada participação feminina no empreendedorismo está ligada à expansão da participação das mulheres no mercado de trabalho, ao menor número de filhos, à redução do tamanho da família, ao crescimento do número de casais sem filhos, famílias unipessoais, a urbanização e o maior índice de escolaridade.

O empreendedorismo feminino possibilita que as mulheres busquem superar a fase em que eram consideradas sexo frágil, retirando a ideia de reprodução e adquirindo o controle da produção, ao mesmo tempo que quebram barreiras de uma sociedade considerada machista que e conduzia o mundo dos negócios. O empreendedorismo feminino representa um papel fundamental no crescimento da economia, uma vez que proporciona uma gama de inovações e desafios, que inspiram mulheres a conquistarem sua independência financeira e a conduzirem seu próprio negócio ou serem líderes de organizações por todo o mundo (BOMFIM, 2018). As mulheres criam um sentimento de culpa alimentado pela família e por elas próprias, em função da necessidade de abrirem mão do tempo destinado à convivência com a família e de suas tarefas de “mãe” e “esposa” para se dedicarem aos negócios.

O aumento das mulheres que atuam no mercado de trabalho vem crescendo a cada dia e isto mostra que a classe feminina está buscando capacitação e reconhecimento pelos esforços de anos que não foram reconhecidos pela sociedade. De acordo com Amorim e Batista (2012):

As mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso na área de serviços, por exemplo. Nesse setor essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades, etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador. (AMORIM; BATISTA, 2012, p. 5).

O empreendedorismo feminino apresenta características que influenciam de forma positiva à atividade empreendedora, como a habilidade em conciliar família e trabalho e administrar os efeitos estressantes dessa incansável busca em equilibrar os diversos papéis a elas estabelecidos. Para dedicar mais tempo aos filhos, visualizam no empreendedorismo uma oportunidade de maior liberdade, realização, autonomia e independência financeira

(SILVEIRA, GOUVÊA, 2008). De acordo com Marques (2016) existem 5 características que são comuns entre as mulheres empreendedoras, no qual estão apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3- Características do empreendedorismo feminino.

Características	Principais atributos
Atenção aos detalhes	Em relação ao empreendedorismo feminino, a visão sistêmica faz com que a empreendedora consiga fazer uma liderança diferenciada. Pois a mesma consegue se atentar a cada detalhe do seu negócio, enxergar pontos de melhoria, oportunidades e ser mais atenciosa com seus clientes e cuidadosa com a entrega de seus produtos e serviços.
Preparo maior	No Brasil, o índice de escolaridade das mulheres é bem maior do que o dos homens, o que faz com que ao empreender, as profissionais também busquem se preparar melhor para gerenciar suas empresas. Isso significa que elas investem mais tempo em seu aprimoramento técnico, em conhecer o mercado e planejar melhor suas ações.
Facilidade de relacionamento	As empreendedoras também são conhecidas por terem maior facilidade de comunicação com seus liderados, clientes e parceiros. Esta habilidade permite resolver problemas de forma rápida e pacífica, transmitir aos seus funcionários orientações com maior clareza, fazer sua liderança, se comunicar de forma assertiva, fazer melhores negociações com seus fornecedores e se relacionar melhor com seus sócios.
Sensibilidade	A mulher tem em sua sensibilidade mais uma aliada do seu negócio, uma vez que isso permite a ela enxergar além; fazer uma melhor leitura dos acontecimentos; tomar decisões mais assertivas; decifrar melhor os desejos dos clientes; compreender as necessidades de sua equipe e também usar esta inteligência intuitiva para planejar novas estratégias de crescimento do negócio e conquistar sucesso.
Multitarefa	A capacidade de fazer muitas coisas ao mesmo tempo, ser multitarefa é um dos diferenciais das empreendedoras, que conseguem administrar sua rotina de trabalho como ninguém. Também por isso, elas conseguem gerenciar dinamicamente várias frentes do seu negócio: se reunir com seus colaboradores, negociar novos preços com os fornecedores, aprovar a nova campanha de marketing e ainda cuidar de seus compromissos pessoais.

Fonte: Marques (2016), com adaptações.

O Empreendedorismo feminino vai muito além do simples fato de empreender, este fenômeno permite que muitas mulheres se tornem empreendedoras, tornando-se exemplos de capacidade e motivação, alcançando posições de destaque em negócios que ainda são liderados por homens, além de que se tornar uma empreendedora também ajuda na realização pessoal e profissional (SEBRAE, 2019). O fato é que as mulheres vêm conquistando o seu espaço no mercado de trabalho, embora ainda haja uma parcela significativa de desigualdade, porém o empenho, esforço e dedicação das mulheres empreendedoras está em constante progresso.

Mesmo com o mercado dinâmico e todas as dificuldades, as empreendedoras, em sua maioria, não demonstram o desejo de desistir do negócio que geralmente são de pequeno porte. As micro, pequenas e médias empresas são maioria entre os empreendedores brasileiros e é

neste contexto que se concentram os negócios gerenciados por mulheres (JONATHAN, SILVA, 2007). Em Tabatinga, município local desta pesquisa, as empreendedoras também se fazem presentes, em diversos segmentos econômico.

Sousa (2022), ao estudar sobre empreendedorismo feminino no município de Tabatinga-Amazonas, identificou um grupo que empreende no segmento de revenda de confecção, e apresenta alguns fatores que as influenciaram a ter o próprio negócio, tais como: a flexibilidade de poder estabelecer seu próprio horário, compatibilizar o trabalho e a família, a busca pela independência financeira, seguido de realização pessoal/projeto/sonho, sustento da família e a própria necessidade de ter um meio que obtenha lucro e conseguir garantir o seu sustento.

Desta maneira, as mulheres estão cada vez mais se impulsionando a adquirir sua própria independência financeira, criam suas redes de relacionamento, enquadrando-se esses fatores na vida de muitas mulheres, podendo incluí-las na realidade das empreendedoras esteticistas.

As redes de relacionamentos empreendedoras são de suma importância, sendo compostas, em sua maioria, por parentes, amigos e vizinhos, que representam laços fortes. As mulheres são mais favoráveis a manterem muitos laços na família e poucos fora dela, ao passo que homens são mais dispostos a formar mais laços fora do seio familiar. Vale, Serafim, Teodósio (2011), relatam que as redes de relacionamento empreendedoras são as relações e contatos do empreendedor com outras pessoas que possam fornecer meios para beneficiar o reconhecimento de oportunidades e a obtenção de recursos. Essas redes são potenciais fontes de vantagem competitiva.

Portanto, é importante destacar que se antes as mulheres eram vistas apenas como *experts* em tarefas domésticas, na atualidade têm demonstrado novas habilidades e atitudes, buscando permanentemente o conhecimento e outros domínios, inclusive no segmento do embelezamento e estética.

2.3 PROFISSIONAIS DO SEGMENTO DE ESTÉTICA

Historicamente, a estética surgiu ligada a cosmetologia, conectando a cosmética a práticas religiosas, que prevaleceram ao longo da história antiga. Os primeiros profissionais ligados à estética e a beleza do corpo, surgiram na Grécia, sendo assim chamados de *Kosmetes*. Nesta época eram os escravos responsáveis por todo o cuidado estético, sendo chamados hoje de esteticistas. Foi em Roma que surgiu o primeiro colégio profissional, denominado, *Collegium Aromatorium*, mas com a queda do Império Romano a cosmética teve uma queda, ressurgindo apenas em 1880, quando passa a contar com uma grande quantidade de técnicas e

tratamentos. Ao longo da história veio à necessidade de profissionalizar o esteticista, o qual era responsável por cuidar da beleza do ser humano de todas as classes sociais (GONÇALVES, 2006).

Atualmente o ramo da estética vem se expandindo de maneira acelerada, os brasileiros cada vez mais procuram melhoria em sua aparência e saúde. Ao se tratar de vaidade, as mulheres são os fatores principais, porém nos últimos tempos, os homens também estão tendo uma grande importância para o mercado, e juntos, fazem a economia nacional girar em torno de 38 bilhões por ano, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2010). De 2010 a 2015, houve um acréscimo de 567% de microempreendedores individuais (MEIs), que passou de 72.309 para 482.455 em janeiro de 2016 (AZEVEDO, 2017).

Em um ramo onde apenas profissionais qualificados crescem, o mercado da estética oferece a oportunidade da conquista da autonomia profissional. Com cada vez mais pessoas reconhecendo que os tratamentos estéticos contribuem para o bem-estar e saúde, o mercado da estética sofreu pouquíssimos danos com a retração econômica. As pessoas buscam mais e mais os procedimentos estéticos para se sentirem bonitas e melhorar a aparência. Quando o fato de se sentir atraente está ligado diretamente com a autoestima, os cuidados estéticos tornam-se fundamentais no cotidiano, fazendo com que o mercado da estética esteja entre um dos mais promissores para quem tem a intenção de investir em um negócio de sucesso (STREHLAU et al., 2014).

Nesse sentido, as empresas estão utilizando-se do empreendedorismo e visam explorar as oportunidades de modo a satisfazer as necessidades dos clientes, calculando os riscos, sendo inovadoras, criativas e corajosas ao encarar os desafios e escolherem os caminhos novos de uma forma consciente (CUSTÓDIO, 2011).

Lira *et al.* (2017) relata que no Brasil a busca por procedimentos com fins estéticos, contabilizou um aumento significativo na última década e ampliou a demanda por profissionais cada vez mais qualificados para atuarem na área estética. Além das buscas pela autoestima e bem-estar, muitas pessoas buscam os serviços de estética com o objetivo de conquistar *status* social. De acordo com Milan, Gasparini e De Toni (2013), o valor simbólico da estética está relacionado aos sentimentos, valores e objetivos do consumidor, seja para sua própria imagem (autoestima) ou para a imagem perante as outras pessoas (*status*). Isso mostra que a estética pode ser considerada como um mercado de luxo.

Para se profissionalizar como esteticista, exigem-se curso técnico com concentração em estética ou curso de nível superior com concentração em Estética e Cosmética ou equivalente.

O profissional da estética tem uma formação de tecnólogo, reconhecido pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC) com duração de três a quatro anos com formação completamente voltada para a estética (Brasil, 2018). Assim, os esteticistas precisam estar capacitados para a realização de procedimentos como tratamentos faciais que são realizados para melhoria de atributos relacionados à hidratação e pigmentação da pele, causados por fatores bióticos e abióticos. E no quesito corporal, destacam-se tratamentos visando atenuar a perda do colágeno e elasticidade da pele, bem como melhora no aspecto capilar (SCHMITZ, et al. 2012). Desta maneira, o esteticista é o profissional que atua na melhora fisiológica da pele, por meio de tratamentos e cosméticos específicos, atuando de forma relevante na área da saúde preventiva.

O primeiro curso de Estética no Brasil aconteceu na década de 50 com a ‘Escola France Bel’, fundado por Anne Marie Klotz (SEBRAE, 2013), e através do projeto de Lei nº 959/2003, surgiu à formação nos cursos de nível superior. Neste mesmo ano foi implantado o primeiro curso de nível superior em cosmetologia e estética (BRASIL, 2018). Com a aprovação da Lei 13.643, foi decretado à regulamentação da profissão que compreende a alteração de perfil do Esteticista e Cosmetólogo e a formalização do diploma, assim, ocorreu à regulamentação da profissão Técnico em Estética, Esteticista e Esteticista Cosmetólogo, no qual, todas as pessoas que atendem as especificações legais, estarão exercendo a profissão em conformidade. (BRASIL, 2018). De acordo com Senado Notícias (2018), ao discorrer sobre o segmento da estética e a profissão do Esteticista, afirma que:

A profissão de esteticista, com nível superior, compreenderá as atividades de esteticista e cosmetólogo. O requisito é o curso de nível superior no país em Estética e Cosmética, ou equivalente, ou o diploma de graduação no exterior revalidado no Brasil. As atividades do esteticista são as seguintes: responsabilidade técnica pelos centros de estética; direção, coordenação, supervisão e ensino de cursos na área; auditoria, consultoria e assessoria sobre cosméticos e equipamentos; elaboração de informes, pareceres técnico-científicos, estudos, trabalhos e pesquisas mercadológicas ou experimentais; elaboração do programa de atendimento ao cliente; e observância da prescrição médica apresentada pelo cliente ou solicitação posterior de exame médico ou fisioterápico para avaliar a situação (SENADO NOTÍCIAS, 2018, texto digital).

Já sobre o Técnico em estética, a lei estabelece que:

O técnico em estética precisa ter ou curso técnico com concentração em Estética oferecido no Brasil, ou curso no exterior com revalidação do diploma. Também pode exercer a atividade o profissional que possui prévia formação técnica em estética, ou que comprove o exercício da profissão há pelo menos três anos. Entre as atividades do técnico em estética, estão: procedimentos estéticos faciais, corporais e capilares; solicitação de parecer de outro profissional que complemente a avaliação estética; e observância da prescrição médica apresentada pelo cliente ou solicitação posterior de exame médico ou fisioterápico para avaliação da situação (SENADO NOTÍCIAS, 2018, texto digital).

De acordo com uma pesquisa realizada pela Revista Exame (2016), cada vez mais o campo da estética tem que se expandido, e este crescimento envolve quatro pilares, presentes no quadro 4.

Quadro 4- Pilares que Influenciaram a Expansão da Estética no Brasil.

Pilares	Atributos dos Pilares
O aumento da Expectativa de Vida	As pessoas vivem mais e automaticamente buscam a estética para realização de procedimentos que possam retardar o envelhecimento.
Desenvolvimento de Novas Tecnologias	Cada vez mais as tecnologias de aparelhos e cosméticos são desenvolvidas e são necessários profissionais capacitados e habilitados para aplicá-los.
Corrida Profissional	O mercado de trabalho este cada vez mais competitivo, e o aspecto visual são de certa forma um cartão de visitas.
A Busca da Estética pelos Homens	Cada vez mais os homens estão mais abertos a tratamentos estéticos, deixando de lado preconceitos e assumindo a possibilidade de se sentirem melhor consigo mesmo.

Fonte: Exame (2016), com adaptações.

Conforme o quadro 4, é possível notar que os cuidados estéticos já não são mais considerados futilidades e sim uma das prioridades entre homens e mulheres que desejam uma imagem que os agrada diante do espelho e do ambiente em que vivem. A profissão está conquistando seu espaço, e atualmente tem por sustentação do seu trabalho o embasamento técnico-científico e a atuação direcionada na melhoria da qualidade de vida e bem-estar de seus clientes. O comitê internacional de estética e cosmetologia (CIDESCO) aborda que o papel do esteticista é prestar serviços de alta qualidade ao público, com o objetivo de melhorar e manter a aparência externa e as funções naturais da pele, induzindo-os ao relaxamento e bem-estar físico e mental (PIATT, 2003).

Os autores Schmitz, Laurentino e Machado (2010), relatam que perante a crescente importância das atividades estéticas e as novas perspectivas que se apresentam em 12 últimos

anos, os profissionais da estética vêm se especializando e se qualificando por meio de cursos de capacitação. Os autores citam, ainda, que:

O profissional Tecnólogo em cosmetologia e estética que contribui para o melhoramento das características estéticas da pele de um indivíduo, deve se aprimorar, buscando treinamentos teóricos e práticos para utilizar produtos, técnicas e instrumentos que possibilite trabalhar em centros de estética, SPA, salões de beleza e áreas afins, de modo a exercer suas atividades profissionais com toda a segurança. As exigências no mercado da estética são muito grandes e o profissional deve estar sempre preparado para atuar mediante qualquer desafio que o cotidiano de uma clínica de estética oferece, mantendo também a ética e conduta (SCHMITZ; LAURENTINO; MACHADO, 2010).

No quadro 5 pode-se observar uma síntese das competências dos profissionais da área da Estética.

Quadro 5- Uma síntese das Competências da Profissão de Esteticista.

ESTÉTICA	
Regulamentação	A Resolução CNE/CES n. 5, 3 de abril de 2018.
Duração	Duração de 3 anos para o tecnólogo e o Bacharelado em Estética e Cosmetologia consiste no tempo de 4 anos.
Perfil Do Egresso	Capacitado a atuar nas áreas de prestação de serviços estéticos da região fácil, corporal e capilar, capacitado ao uso correto das técnicas e dos equipamentos utilizados nos procedimentos estéticos
Competências Gerais	O curso objetiva proporcionar ao aluno conhecimentos teóricos científicos atualizados que preparem o aluno para atuação nos diversos da área.
Competências Específicas Da Área Dermatofuncional.	A atuação nos diversos segmentos de prestação de serviço, tanto facial, quanto corporal e capilar, desde o atendimento à clientela até a área de cosmetologia e saúde, de modo a permitir o uso correto das técnicas e dos equipamentos utilizados nos procedimentos estéticos, de forma preventiva.

Fonte: Pereira (2021), com adaptações.

O quadro 5 apresenta de forma geral todas as atribuições do profissional da área de estética, enfatizando sua regulamentação, período de qualificação, seu objetivo geral e suas pertinências para a clientela que busca pelo bem-estar e autoestima. Assim podemos compreender autoestima, como bem-estar, felicidade e avaliação positiva de si. Melhorando o bem-estar físico e mental o indivíduo começa a se relacionar melhor na sociedade, tanto no ambiente de trabalho como em relacionamentos, sentindo-se mais satisfeito e motivado a realizar seus sonhos e objetivos (CAPONI; POLI NETO, 2007).

Desta maneira, Batista e Cavagnari (2011), relatam que a procura pelos serviços da área da estética e cosmética oferece oportunidades para profissionais entender, conhecer e identificar

as expectativas e necessidades geradas pelo cliente. E conforme Souza e Araújo (2015), quem deseja aproveitar essa demanda precisa ter visão estratégica e investir em formação qualificada.

O aperfeiçoamento técnico traz novo ritmo para o mercado da beleza. Dos salões de beleza às grandes clínicas de estética, com serviços de alto padrão e aparelhagem de última geração, os espaços vêm priorizando cada vez mais a eficiência do atendimento. Serviços de SPA, atendimento personalizado e consultoria de beleza integram a variedade de segmentos que os negócios de beleza têm alcançado. (ABIHPEC, 2010).

No município de Tabatinga, a formação de profissionais na área da Estética, tem ficado por conta do Centro de Educação Tecnológica do Amazonas-CETAM, o qual é órgão estadual que oferta Cursos Técnicos de Nível Médio e cursos de Formação Inicial e Continuada-FIC. Uma pesquisa realizada pelo CETAM no ano de 2021 constatou-se que no município de Tabatinga o curso Técnico em estética é o terceiro curso mais pretendido entre a população com faixa etária de 25 a 44 anos (CATÁLOGO CETAM, 2022). Desta forma, pode observar um maior interesse da população em ingressar no mercado de estética.

Portanto, os profissionais da área da estética devem saber que seus tratamentos não são apenas superficiais, pois refletem em uma grande mudança no padrão de vida de várias pessoas. Sendo necessário compreender o comportamento social em relação à busca incessante da perfeição, uma grande questão, na qual a cultura é a sua responsável.

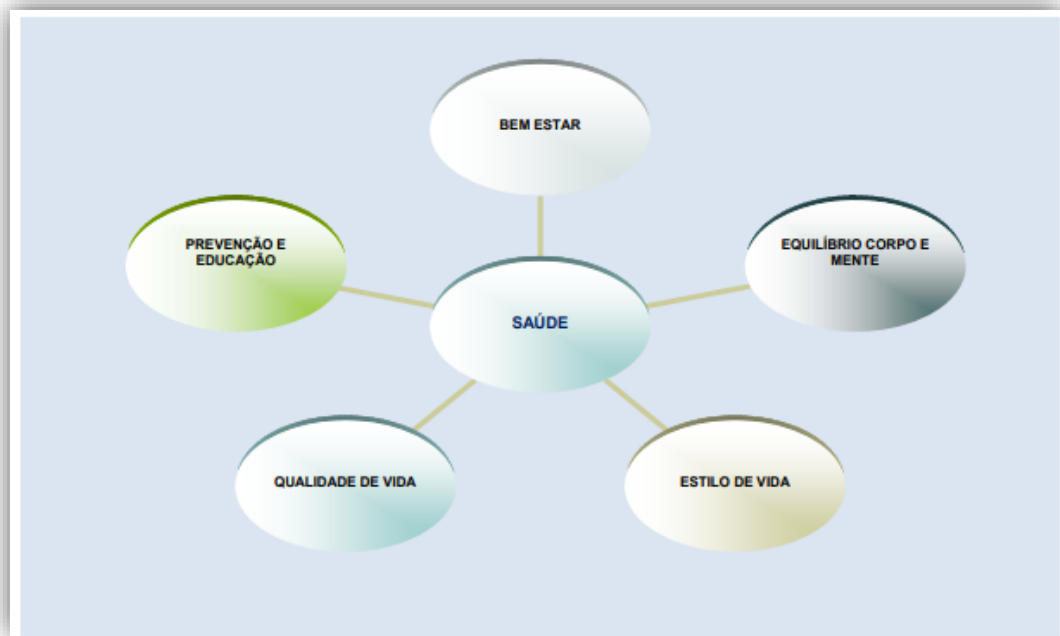
2.4 ESTÉTICAS E BEM-ESTAR

As concepções atuais sobre saúde estão nitidamente associadas ao bem-estar e a qualidade de vida, e não simplesmente com ausência de doença. Conforme Waldow (2001), proporcionar saúde significa, além de evitar doenças e prolongar a vida, assegurar meios e situações que ampliem a qualidade da vida, a capacidade de autonomia e o padrão de bem-estar do indivíduo.

É perceptível no decorrer dos últimos anos e comprovado através de pesquisas científicas, que cada vez mais as pessoas buscam nos procedimentos estéticos resultados que elevem sua autoestima e bem-estar. Atualmente, observa-se uma supervalorização do corpo humano, sendo uma correlação direta com a auto-motivação. De acordo com Okamoto (2011, p. 5) “no mundo atual, cuidar do corpo deixou de ser considerada atividade supérflua e virou uma questão de saúde que gera emprego, renda e divisas ao Brasil, além de elevar a autoestima e o bem-estar”.

O conceito de bem-estar amplia a ideia de saúde, desta forma, desenvolvendo uma abordagem, pois exige planejamento, consciência de estilo de vida e dedicação. Bonfim (2000) define que o alto nível de bem-estar é descrito como um estado em que todos os aspectos de funcionalidade de pessoas estão equilibrados e convergem para manter o potencial máximo de saúde, satisfação, bem-estar, como representa a figura 3.

Figura 3- Definição de Saúde.



Fonte: Dados de pesquisa, Google Imagens (2022).

A procura pelo bem-estar e a dita alta realização nos dias de hoje configura a mentalidade popular nas diversas classes sociais. Nesta linha de raciocínio, a procura pelos tratamentos estéticos já apresenta uma grande demanda e com isso diversos procedimentos e técnicas diferenciadas, fazendo com que a estética possa ser configurada de diversas maneiras. Segundo Vacchiano (2008, p. 15), os tratamentos estéticos são de grande impacto para as pessoas, pois, “a face é a única parte do corpo que distingue uma pessoa da outra. O rosto reflete o interior físico e emocional de cada indivíduo”.

Quando se fala em bem-estar é possível associá-lo a outras designações, como por exemplo: a felicidade, satisfação, estado de espírito e afeto positivo. Desta maneira, pode dizer que bem-estar é uma auto-avaliação positiva que cada indivíduo faz da sua vida, sendo que chegar a uma definição de bem-estar é difícil, pois o conceito apresenta influência de muitas variantes como: idade, gênero, nível socioeconômico e cultural. Uma pessoa com sentimentos

de bem-estar apresenta principalmente satisfação com a vida, presença de afeto positivo e relativa ausência de afeto negativo. (GIACOMONI, 2002).

A busca pela boa aparência e pelo bem-estar é constantemente predominante, independente da estação do ano. Em todas as épocas as procuras por salões e clínicas de estética costumam ser altas, firmando este mercado como um dos mais promissores, independente da recessão, diferente de outros setores da atividade econômica (SEBRAE, 2010).

A expressão 'qualidade de vida' tem várias vertentes, que compreendem desde um conceito popular, amplamente utilizado na atualidade, que abrange desde a relação sentimentos e emoções, relações pessoais, eventos profissionais, propagandas da mídia, política, sistemas de saúde, atividades de apoio social, dentre outros, até a perspectiva científica, com vários significados na literatura médica (PEREIRA, *et al.*, 2006). A partir do momento em que o conceito de saúde superou a simples definição de ausência de doenças, o termo qualidade de vida tornou-se interesse de estudos na área da saúde, estética e bem-estar em geral.

A Organização Mundial da Saúde (OMS, 1994) descreve que qualidade de vida compreende a felicidade e satisfação geral do indivíduo com a sua vida, abordando os aspectos emocionais, psicológicos, funcionais e espirituais do bem-estar. A qualidade de vida relaciona-se aos aspectos globais da saúde como: ambiente e condições de vida, é uma noção subjetiva de satisfação com a vida e não apenas algo biológico.

Para um indivíduo, a melhor forma de melhorar a autoestima é valorizando o bem-estar físico e mental, através de tratamentos estéticos e terapias relaxantes. Investir no bem-estar da sua própria autoimagem é tão importante quanto utilizar novas tecnologias para o embelezamento. Afinal, cada vez mais as pessoas buscam ter mais qualidade de vida, melhorando a aparência e aliviando o estresse e correria do dia. Percebe-se que o segmento da estética já abrangeu esta conexão que os seres humanos fazem dos tratamentos de embelezamento com se sentir bem, melhor e mais bonito. (BARBOSA; WOLFF; GOIS, 2013).

O curso de estética visa muito mais do que a beleza, ele capacita o aluno para lidar também com situações relacionadas à saúde e bem-estar (EDUCA MAIS BRASIL, 2018).

De acordo com Gerson et al. (2011):

Este desejo de ajudar o outro é um dos grandes motivos pelo qual uma pessoa escolhe a carreira na área da beleza. A estética é uma área fundamentada em cuidado e carinho, que auxilia o outro a sentir-se bem em relação à sua aparência. Porém, essa área possui muitas facetas que devem ser consideradas no planejamento da carreira (GERSON et al., 2011, p. 62).

Assim, quando se amplia o conceito de bem-estar e o associa a estética e saúde, vai além de tratamentos de embelezamento, e colocam-se efeitos de bem-estar físico, psicológico e social de forma equilibrada, como um fator indispensável para a melhoria na qualidade de vida de um dado indivíduo, é possível dizer que a classificação de uma qualidade de vida boa ou ruim está diretamente relacionada à maneira do indivíduo entender o sentido da vida.

A aparência envelhecida, celulites, gorduras localizadas, acnes, cabelos e manchas na pele, são grandes reclamações do público, levando a baixa autoestima e até mesmo problemas mais sérios, como a depressão. Mustafá (2015) relata que é claro a importância que a sociedade dá à estética, bem-estar e aparência, dando ênfase na importância da relação entre os procedimentos estéticos e bem-estar dos indivíduos.

Para Mota (2002), nos últimos anos assistiu-se a uma alteração da acentuação das questões do envelhecimento para a sua dimensão qualitativa, isto é, como a atividade física pode afetar positivamente as dimensões mais subjetivas da natureza humana, como o bem-estar e a qualidade de vida. Nessa mesma linha de pensamento, pode-se afirmar que o profissional da estética é responsável por promover não apenas o cuidado com a beleza externa, mas também o bem-estar interior, já que a busca pela qualidade de vida passa pela aceitação da autoimagem, boas condições físicas e emocionais.

Características como, atendimento, diálogo, tratamento as clientes, além da eficiência nos procedimentos estéticos oferecidos pelas empreendedoras do segmento de estética, influenciam de maneira direta no bem-estar, autoestima e satisfação das suas clientes, tendo relação direta com a temática deste trabalho.

Portanto, bem-estar, saúde e autoestima estão diretamente ligadas à beleza, e que cada vez mais as pessoas, independente de idade, buscam por espaços de estética não apenas pelo embelezamento, mas também para sentirem-se melhor consigo mesmas, com a imagem que veem no espelho diariamente e que apresentam para o meio onde vivem, estando assim mais próximas do seu ideal de beleza.

3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta etapa são apresentados os resultados com as discussões da pesquisa. A apresentação dos dados é decorrente da pesquisa de campo realizada utilizando-se o roteiro de entrevista, constante no Apêndice B. A entrevista foi realizada com cinco mulheres que trabalham com a realização de procedimentos estéticos no município de Tabatinga-AM, e que se dispuseram a colaborar espontaneamente com a pesquisa. As entrevistadas estão identificadas em ordem alfabética com a sequência iniciada na letra A até a E, para assim, preservar a identidade de cada participante. Ressaltamos que, em algumas questões foram aceitas mais de uma resposta marcada, considerando o assunto em discussão.

A entrevista foi realizada de maneira presencial e os procedimentos adotados para a realização da coleta de dados, estes estão expressos no termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice A), além de termos seguido às diretrizes de biossegurança institucional.

Quanto ao perfil das participantes da pesquisa (quadro 6), as faixas etárias dominantes são as de 18 a 30 anos e de 31 a 40 anos, demonstrando que as mulheres desejam e buscam por sua independência financeira cada vez mais cedo, demonstrando que a decisão de abrir um negócio, independe de faixa etária da empreendedora. Na pesquisa não foi identificado nenhuma esteticista acima de 40 anos.

Quadro 6 – Perfil das participantes da pesquisa

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Idade		Estado Civil	
	18 a 30	31 a 40	Solteira	Casada
A	X		X	
B	X			X
C		X	X	
D	X		X	
E	X		X	

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

Quanto ao estado civil (quadro 6), as participantes são predominantemente solteiras, apenas uma casada, não havendo registro de divorciadas e viúvas, e duas delas, afirmaram serem mães.

No quadro 7, está exposto o grau de escolaridade das entrevistadas, possuindo uma delas a formação em ensino médio completo, duas com a formação em nível superior completo e

duas estão cursando o nível superior. Das entrevistadas, as duas com maior idade possuem nível superior completo e as duas com menor idade estão cursando o nível superior.

Quadro 7 – Grau de Escolaridade

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Grau de escolaridade		
	Médio	Superior	
	Completo	Completo	Incompleto
A			X
B	X		
C		X	
D			X
E		X	

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

Não foi constatada nenhuma empreendedora com grau de escolaridade em ensino fundamental, nem ensino médio incompleto, dados que se mostram bastante positivos em relação ao grau de instrução das empreendedoras do segmento de estética, as quais estão buscando se qualificar, como exige esse segmento profissional.

No quadro 8, estão apresentados o grau de qualificação de cada entrevistada dentro do segmento de estética, no qual duas das participantes possuem Bacharelado em Estética e Cosmética, uma é formada em técnico em estética de nível médio e duas delas possuem certificados de cursos de qualificação profissional-formação inicial e continua de cada procedimento estético que realiza. Nenhuma das entrevistadas possui formação de tecnólogo em estética e cosmética.

Quadro 8 – Qualificação no Segmento de Estética

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Qualificação no Segmento de Estética		
	Qualificação profissional- Formação inicial e continua	Técnico em Estética (carga horaria 1200)	Bacharela em Estética e Cosmética
A	X		
B		X	
C			X
D	X		
E			X

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

Pode-se observar que as profissionais estão em busca de qualificações no segmento de estética, nos três níveis identificados (cursos de qualificação, técnico ou bacharel). Esse resultado coaduna-se com a posição de Gonçalves (2006) ao afirmar que ao longo da história veio à necessidade de profissionalizar o esteticista, o qual era responsável por cuidar da beleza do ser humano de todas as classes sociais. Este fato condiz com a abordagem dos autores Schmitz, Laurentino e Machado (2010), no qual relatam que perante a crescente importância das atividades estéticas e as novas perspectivas que se apresentam em 12 últimos anos, ao observar-se que os profissionais da estética vêm se especializando e se qualificando por meio de capacitações.

O quadro 9, apresenta a instituição, o ano de formação (para as profissionais que possuem certificados de cursos de qualificação profissional -formação inicial e continuada, foi considerado o ano do último curso de qualificação) e tipo de instituição, no qual as empreendedoras se qualificaram. As entrevistadas A e D são esteticistas que possuem cursos de qualificação profissional e seus últimos cursos são recentes, juntamente com a entrevistada B que possui formação técnica de nível médio (quadro 9).

Quadro 9– Instituição de Qualificação

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Instituição de Formação	Ano de Formação	Tipo de Instituição
A	Amazon Trade	2022	Privada
B	Cetam	2021	Pública
C	UniNorte	2015	Privada
D	Golde	2021	Privada
E	UniNorte	2019	Privada

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

Observa-se que a maioria das instituições de ensino no qual as esteticistas se formaram é privada, havendo apenas uma instituição pública. As qualificações mais antigas são de esteticistas com Bacharelado em Estética e Cosmética. Este resultado, vai de encontro ao posicionamento de Schmitzet al. (2012), quando aborda acerca dos procedimentos estéticos realizados pelas esteticistas, relatando que as esteticistas precisam estar capacitadas.

A capacitação envolve a preparação para a realização de procedimentos como tratamentos faciais que são realizados para melhoria de atributos relacionados à hidratação e pigmentação da pele, causados por fatores bióticos e abióticos. E no quesito corporal, destacam-se tratamentos visando atenuar a perda do colágeno e elasticidade da pele, bem como melhora no aspecto capilar.

O quadro 10 apresenta todos os procedimentos estéticos que cada entrevistada realiza, observando uma igualdade de procedimentos entre elas, como depilação, design de sobrancelha, hidratação facial, limpeza faciais.

Quadro 10- Procedimentos Estéticos Realizados

PARTICIPANTE DA PESQUISA					Procedimentos Estéticos Realizados pelas Participantes
A	B	C	D	E	
X	X	X	X	X	Depilação.
X	X	X	X	X	Design de Sobrancelha
	X	X		X	Drenagem Linfática.
X			X	X	Extensão de Cílios
X		X			Fototerapia
X	X	X	X	X	Hidratação Facial
X		X		X	Jato de Plasma
X	X	X	X	X	Limpeza Facial
	X	X		X	Massagem Relaxante
	X	X		X	Massagem Modeladora
X		X		X	Microagulhamento
			X	X	Micropigmentação (sobrancelha)
X		X	X	X	Micropigmentação Labial
X		X		X	Peeling
X		X		X	Tratamento para Estrias.
X					Camuflagem de olheiras
	X				Massagem Terapêutica
X		X	X	X	Clareamento Facial e Corporal
		X			Enzimas
		X			Mesoterapia
		X			Gessoperapia

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

Através desses dados é possível constatar que a estética é uma área com procedimentos diversos e abrangentes, trabalhando com todos os elementos externos do corpo humano.

O quadro 11 dispõe dos principais fatores que influenciaram as empreendedoras a atuarem no segmento de estética. O fator autorealização pessoal foi o mais predominante entre as entrevistadas, seguindo de forma igualitária os fatores de boa lucratividade na realização dos procedimentos estéticos e o fator de alta demanda nesse segmento.

Quadro 11- Fatores que influenciaram as empreendedoras a atuar no segmento de estética

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Fatores que influenciaram as Participantes a atuar no segmento de estética		
	Autorealização pessoal	Boa Lucratividade na realização dos procedimentos estéticos	Alta demanda neste segmento.
A	X	X	X
B	X		
C	X	X	X
D	X	X	X
E	X	X	X

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

Através destes dados pode-se constatar que as participantes passaram a atuar no segmento da estética por amor a área, para levar autoestima e alegria as pessoas que buscam por estes serviços. Strehlauet al. (2014), relata que quando o fato de se sentir atraente está ligado diretamente com a autoestima, os cuidados estéticos tornam-se fundamentais no cotidiano, fazendo com que o mercado da estética esteja entre um dos mais promissores para quem tem a intenção de investir em um negócio de sucesso. Desta forma, além de ser um segmento de autorealização é um setor de grande lucratividade.

O quadro 12 aborda o tempo de atuação das participantes esteticistas no segmento de estética. Pode-se observar que duas participantes atuam de 2 a 3 anos no segmento de estética, duas a mais de 5 anos e uma de 3 a 5 anos.

Quadro 12- Tempo de Atuação na Estética

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Tempo de atuação na Estética		
	2 a 3 anos	3 a 5 anos	Acima de 5 anos
A	X		
B	X		
C			X
D		X	
E			X

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

É interessante enfatizar que as mulheres que atuam há mais tempo no segmento de estética são as duas únicas que possuem formação de Bacharelado em Estética e Cosmética, e são as duas únicas formalizadas como Microempreendedora Individual da pesquisa. Não foi constatado nenhuma esteticista com o tempo de atuação de até 1 ano.

Constatou-se a percepção que cada entrevistada possuía quanto ao fato de se considerar uma mulher empreendedora, e todas com muita convicção e certeza confirmaram se considerar empreendedoras. De acordo com Amorim e Batista, (2011) uma empreendedora de sucesso,

com um desenvolvimento diferenciado e inovador, precisa ter um bom relacionamento com clientes, colaboradores e a comunidade. A vontade de ajudar o próximo, a empatia e o comprometimento garantem êxito nos empreendimentos liderados por mulheres.

Esse pensamento de Amorim e Batista, está inteiramente relacionado às respostas das entrevistadas ao serem indagadas de o porquê se considerar empreendedoras. Elas pautaram basicamente suas afirmativas aos fatores independência financeira, investimento que realizam em equipamentos e produtos de qualidade e a inovação em trazer para suas clientes procedimentos diferenciados e atualizados. A seguir destacam-se algumas falas das entrevistadas ao se considerarem empreendedoras:

Porque me sustendo através dos meus serviços, ao realizar os procedimentos estéticos (Participante A).

Porque sempre estou em busca do novo, sempre atualizando e inovando nos meus serviços (Participante B).

Porque realizo investimentos constantemente para a melhoria do meu empreendimento (Participante C).

Porque sou dona do meu próprio negócio e vou à busca de conhecimentos e procuro sempre me aperfeiçoar para oferecer meus serviços com qualidade (Participante D).

Porque sou autônoma, incentivo as pessoas e possuo independência financeira através do meu trabalho (Participante E).

Desta maneira, as mulheres entrevistadas, consistem na ideia de inovação, investimento e qualificação, classificando-se como empreendedoras, este resultado coincide com o pensamento do autor Maximiano (2011) quando relata que ter a visão de espírito empreendedor está ligado às pessoas que possuem recursos e investem em um negócio mesmo correndo riscos. Seja oriundo de sua criação ou através de expansão de um negócio, o seu diferencial está na capacidade de fazer com inovação.

No quadro 13 se apresenta o local no qual cada esteticista realiza os seus atendimentos e procedimentos estéticos. Através dos resultados apresentados (quadro 13) pode-se constatar que todas as entrevistadas possuem Studio próprio, sendo que duas delas atendem além de realizar atendimento nos Studio também realizando atendimentos em suas residências e duas atendem nas residências dos clientes.

Quadro 13- Local onde se realiza o Atendimento e os Procedimentos Estéticos

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Local onde é realizado o atendimento e os Procedimentos Estéticos		
	Studio Próprio	Minha Residência	Residência do cliente
A	X		
B	X		X
C	X		X
D	X	X	
E	X	X	

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

Nesta questão as esteticistas que não realizam procedimentos nas residências dos clientes, justificam que isso ocorre pela dificuldade para locomover os equipamentos. O quadro 14 destaca os diferenciais competitivos que cada participante utiliza para se sobressair no mercado e atrair clientes. Das opções propostas a elas, cinco das quatro entrevistadas oferecem descontos como diferencial competitivo, seguindo de realização de promoções e sorteios de brindes, a opção de utilizar cupons especiais foi a menos citada. Nesta questão as participantes relataram fatores pessoais que elas destacam como diferencial competitivo em relação às outras empreendedoras da mesma área.

Quadro 14- Diferencial Competitivo

PARTICIPANTE DA PESQUISA	Diferencial Competitivo			
	Oferece Descontos	Realiza Promoções	Realiza sorteios de brindes	Utiliza Cupons especiais
A		X	X	
B	X	X		
C	X			X
D	X		X	
E	X	X		

Fonte: Elaboração própria, a partir da pesquisa de campo (2022).

A entrevistada A destaca sua simpatia, diálogo e atendimento como diferencial, pois segunda a mesma, é reconhecida por suas clientes por estes aspectos. A entrevistada B realiza uma massagem facial gratuita em suas clientes em qualquer procedimento executado. A

participante C oferece um procedimento estético de brinde de aniversário para suas clientes. A entrevistada D relata que sua técnica usada para procedimento de micropigmentação (sobrancelhas) é única, afirmando ser a única esteticista a realizar esta técnica no município de Tabatinga-AM, além de realizar parcelamentos no pagamento dos procedimentos. Ressalta-se que, considerando-se o tamanho da amostra, a afirmação da participante D de ser a 'única a realizar o procedimento de micropigmentação' no município, é auto-declaração da mesma. A participante E diz que seu diferencial está nos produtos de qualidade que utiliza e nos seus equipamentos atualizados.

Desta forma, percebe-se que seus diferenciais estão voltados muito mais para demonstrar amor, carinho e cuidados com suas pacientes, enfatizando o verdadeiro significado de amor à profissão. Conforme o Sebrae (2019), o empreendedorismo feminino vai muito além do simples fato de empreender, este fenômeno permite que muitas mulheres se tornem empreendedoras, tornando-se exemplos de capacidade e motivação, alcançando posições de destaque em negócios, além de se tornar uma empreendedora também ajuda na realização pessoal e profissional.

As entrevistadas ao serem questionadas como fazem para se manterem conectadas com o seu público, todas relataram que o maior meio de comunicação é o WhatsApp, seguido pelo facebook e instagram. A participante E destacou que também utiliza ligações telefônicas e mensagens de texto (SMS) para se manter conectada com suas clientes. Desta maneira, nota-se que a relação entre empreendedor e cliente é necessária para uma melhor visibilidade e divulgação de seus serviços. Este fato entra em consenso com o pensamento de Vale, Serafim e Teodósio (2011) no qual relatam que as redes de relacionamento empreendedoras são as relações e contatos do empreendedor com outras pessoas que possam fornecer meios para beneficiar o reconhecimento de oportunidades e a obtenção de recursos. Essas redes são potenciais fontes de vantagem competitiva.

Tratando de empreendimento formalizado, apenas duas das cinco entrevistadas possuem seu negócio formalizado como Microempreendedora Individual (MEI), destacando que a entrevistada A está em processo de formalização e duas não são formalizadas.

A renda média mensal das participantes da pesquisa em relação à execução dos procedimentos estéticos varia entre R\$1.500,00 a R\$3.000,00 (quatro participantes). Enquanto para uma gira em torno de R\$500,00 a R\$1000,00, ressaltando que esta última não depende exclusivamente dos seus serviços de esteticista, pois possui emprego assalariado.

Ao questionar se as esteticistas são cadastradas em algum órgão representativo de classe, resultou-se que a maioria (3 participantes) não possuem vínculos com nenhum órgão

representativo, ressaltando que as entrevistadas C e D que são MEIs, possuem cadastros em órgãos representativos. A participante C afirma estar no órgão BIOCURSO e a participante D é formada em enfermagem, sendo assim amparada pelo Conselho de Enfermagem-COREN.

Ao serem questionadas suas opiniões como profissionais do segmento de estética acerca da importância e influência dos procedimentos estéticos no bem-estar de suas clientes, as entrevistadas relataram as seguintes respostas:

A estética através dos seus procedimentos visa cuidar e realçar ainda mais a beleza natural de minhas clientes, isso ajuda e aumenta o bem-estar, tendo resultados positivos das vidas de minhas clientes (Participante A).

Os procedimentos estéticos vão muito além de proporcionar uma boa aparência, mas também buscam proporcionar saúde, e esta questão sempre deixo bem claro para minhas clientes, bem-estar é saúde, e os procedimentos estéticos que realizo visam proporcionar beleza e saúde (Participante B).

Os procedimentos estéticos que realizo em minhas clientes são para proporcionar a elas resultados satisfatórios, para que elas se sintam realizadas e ainda mais satisfeitas com sua aparência, assim através de meus serviços lhe proporcionarem bem-estar (Participante C).

Para mim, os procedimentos que realizo são para proporcionar autoestima para minhas clientes, e essa autoestima é o impacto que os procedimentos estéticos causam no bem-estar dela (Participante D).

Os procedimentos estéticos proporcionam benefícios como a autoestima, felicidade, poder de sedução e empoderamento, e é isso que almejo ao realizar meus serviços, ressaltando que tudo contribui para o bem-estar delas (Participante E).

Ao analisar as respostas das esteticistas, pode-se concluir que todas possuem um pensamento com o mesmo foco, em relação aos impactos e importância dos procedimentos estéticos para o bem-estar de suas clientes, que é proporcionar beleza, autoestima, saúde, bem-estar. Este resultado condiz com a fala do autor Mustafá (2015), no qual relata que é claro a importância que a sociedade dá à estética, bem-estar e aparência, dando ênfase na importância da relação entre os procedimentos estéticos e bem-estar dos indivíduos.

CONSIDERAÇÕES FINAL

O presente estudo objetivou investigar sobre as características que constituem o perfil de mulheres empreendedoras no segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas, utilizando como fonte de pesquisa dados coletados através de uma entrevista semiestruturada, realizada em agosto/2022. A pesquisa possibilitou conhecer as mulheres empreendedoras esteticistas, descrever as características que constituem seu perfil e discutir a relação entre estética e bem-estar, de forma que pudéssemos compreender melhor esse segmento de mercado do embelezamento.

Constamos que as participantes possuem um perfil, com idade média que varia entre 18 a 40 anos, maiorias solteiras e sem filhos, com um grau de escolaridade diversificado que varia do ensino médio completo ao nível superior completo. Possuem qualificações dentro do segmento de estética que varia em cursos de qualificação, técnico e bacharel. No que se refere à área de atuação, a maior concentração está relacionada aos tratamentos facial e corporal, mas realizam uma grande diversidade de procedimentos estéticos, tendo em comum entre elas a realização dos seguintes procedimentos, depilação, design de sobrancelha, hidratação facial, limpeza facial. As participantes já estão inseridas no mercado de trabalho, com um tempo de atuação acima de dois anos e realizam seus atendimentos em Studio próprio. A maioria das entrevistadas depende financeiramente da renda obtida através de seu negócio.

Quanto aos objetivos específicos, buscou-se contextualizar empreendedorismo feminino, conhecendo sua origem, assim como sua aplicação no segmento de estética. Desta forma, foi possível perceber que a figura feminina está presente em diversos segmentos do mercado, e no que se refere ao segmento de procedimentos estéticos encontram-se em alto nível de crescimento. Quanto ao objetivo de conhecer as empreendedoras do segmento de estética no município de Tabatinga-AM, foi possível localizar cinco mulheres empreendedoras que trabalham de forma ativa neste segmento.

Quanto ao objetivo de discutir a relação empreendedorismo feminino, estética e bem-estar no município de Tabatinga-AM, podemos concluir através das linhas de pensamento das esteticistas entrevistadas e das pesquisas bibliográficas realizadas, que os procedimentos estéticos feitos por empreendedoras esteticistas capacitadas e qualificadas contribuem para a autoestima, saúde, alegria, felicidade, autoconfiança, das pessoas que buscam por estes serviços, tendo impactos diretos no bem-estar dos indivíduos, proporcionando a autorealização das profissionais que se dedicam a este segmento.

Portanto, a partir deste trabalho podemos perceber que o perfil empreendedor das esteticistas que atuam no segmento de estética é constituído por mulheres novas, independentes, que buscam por qualificações e aperfeiçoamentos contínuos, que procuram estar atualizadas com as exigências do mercado e de forma clara visam proporcionar bem-estar para a vida de suas clientes. Desta maneira, pode-se considerar que os objetivos, no seu conjunto, foram atingidos e a questão-problema respondida, uma vez que foi possível investigar as características que constituem o perfil de empreendedoras que atuam no segmento de estética no município de Tabatinga-AM.

Ressalta-se que, de maneira geral, as empreendedoras optaram pelo segmento de estética por ser uma área na qual elas se identificam e a autorealização é o fator que mais as motivam, além de ser um mercado em constante crescimento e demanda para empreender. Nesse sentido o tipo de empreendedorismo praticado é o de oportunidade, uma vez que estas aproveitam as oportunidades que o mercado local oferece para o segmento de estética.

Mediante ao contexto analisado a partir desta pesquisa, para trabalhos futuros, sugerimos que as próximas pesquisas possam ser desenvolvidas, no sentido de conhecer os desafios que as esteticistas enfrentam para atuar no mercado, visto que a estética é uma área que ainda não possui um amparo de um órgão representativo de classe específico, para assim explorar e conhecer mais ainda este segmento que atraem pessoas de diversas idades e classes sociais. Nos desafios, que sejam identificadas as dificuldades e as facilidades de formalizarem o seu negócio.

Também, será interessante que as novas pesquisas possam ser realizadas com uma amostra maior de mulheres que trabalham neste segmento. Nesse sentido, possam ser ampliados os estudos voltados para o segmento de estética, principalmente no município de Tabatinga-Amazonas, fornecendo uma maior visibilidade e reconhecimento as mulheres que se dedicam a cuidar do próximo, quando se trata de estética e bem-estar.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC, 2010 Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. **Acesse o anuário 2010 da ABIHPEC.** Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/anuario-abihpec-2010/> Acesso em: 15 jul. 2022.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento.** Revista Uniesp, 2012. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 02 jul. 2022.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. **Empreendedorismo Feminino: razão do empreendimento.** 2011. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170602115149.pdf. Acesso em: 10 agosto. 2022.

ARAÚJO, N. P. C. (2013). **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multi caso de empreendedoras da zona norte da Cidade de Natal.** Trabalho de Conclusão de Curso. Administração. Natal. UFRN.

ALPERSTEDT, G. D. F., BORGES, J., SERAFIM, M. C. (2014). **Empreendedorismo feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida.** Revista de Ciências da Administração, p. 221- 234.

ASTRÖM, F. **Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base.** *Research Policy*. v. 41. pp. 1154-1181, 2012.

AZEVEDO, Ellen. **Mercado de estética cresce nos últimos anos, a despeito da crise: os brasileiros estão cada vez mais preocupados em cuidar do corpo e da saúde: portanto, o número de microempreendedores individuais já cresceu 567%,** segundo SEBRAE. 2017. Disponível em: <https://bitly.com/IjpUzr>. Acesso em: 06 jul. 2022.

BATISTA, Roberta Mercedes Ceresoli; CAVAGNARI, Daniel Weigert. **Perfil do profissional da área de estética e imagem pessoal em spas urbanos de Curitiba.** 2011. 11 f. Curso Superior de Tecnologia em Estética e Imagem Pessoal, Universidade Tuiuti do Paraná, Paraná, 2011.

BARBOSA, A; WOLFF, J; GOIS, T. **Influência Da Estética Na Autoestima E Bem Estar Do Ser Humano.** 2013. Disponível em: <https://shre.ink/mJ79>. Acesso em: 15 jul. 2022.

BRASIL. (2018). Lei nº 13.643, de 3 de abril de 2018. **Regulamenta as profissões de Esteticista, que compreende o Esteticista e Cosmetólogo, e de Técnico em Estética.** Disponível em: <https://legislação.presidencia.gov.br>. Acesso em: 03 jul. 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições.** Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p.25-38, 2014.

BERNARDES FILHO, A. J. **Contribuindo para o desenvolvimento de sua empresa,** 2010. Disponível em: www.bmassociados.com.br/Noticias.asp. Acesso em: 02 jul. 2022.

BRITO, Andréia Matos; PEREIRA, Pedro Silvino; LINARD, Ângela Patrícia. **Empreendedorismo**. 2013. Disponível em: <https://shre.ink/mJ7q>. Acesso em: 24 jun. 2022.

BONFIM, Lea Cristina Silva. **A construção de estratégias de crescimento por empreendedoras: estudo de casos múltiplos em empresas de alto crescimento**. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação Em Administração da Universidade Federal de Sergipe. São Cristovão, 2018.

BONFIM, M. E. S. **Assistência de Enfermagem: uma contribuição da aplicação da metodologia de Lygia Paim**. Rio de Janeiro. 2000.

CAVALLINI, Marta. **Pandemia adiantou mudanças no mundo do trabalho; veja as 10 principais tendências**. Junho de 2020. Disponível em: <https://Globo.com>. Economia.pme/. Acesso em 02 jul. 2022.

CAPONI, S. N. C; POLI NETO, P. **A medicalização da beleza**. Botucatu, v. 11, n. 23, p. 569-584. Disponível em: <https://shre.ink/mJ7c>. Acesso em: 15 jul. 2022.

CETAM. Centro de Educação Tecnológica do Amazonas. **Relatório de Pesquisa**. 2022. Disponível em: <https://shre.ink/mJ7Q>. Acesso em: 16 Agosto. 2022.

COELHO, Beatriz. Revisão bibliográfica: saiba como fazer em seu trabalho acadêmico. 08 de março de 2021. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/revisao-bibliografica/>. Acesso em: 21 jun. 2022.

CUSTÓDIO, T. P. **A importância do empreendedorismo como estratégia de negócio**. 2011. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração), Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Lins, 2011.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 6°. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2016.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

_____. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1987.

EDUCA MAIS BRASIL. **Estética e Cosmética**. 2018. Disponível em: <https://shre.ink/mJ71>. Acesso em: 12 jul. 2022.

EXAME.Revista Exame. **Mulheres elevam a participação à frente de pequenos negócios: Empreendedoras aumentaram a presença no comando de micro e pequenas empresas na última década**. Mar. 2014. Disponível em:<https://shre.ink/mJ7t>. Acesso em: 12 jun. 2022.

_____. Brasil já é um dos maiores mercados fitness do mundo.2016.Disponível em: <https://shre.ink/mJ7b>. Acesso em: 10. Jul. 2022.

_____.Revista Exame. **Site da revista exame**, 2018. Disponível em: <https://shre.ink/mJ7D>. Acesso em: 02 jul. 2022.

FILION, Louis J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. RAUSP, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho, 1999.

FREITAS, Ernani Cesar de; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013. 56 p.

FREITAS, Annamaria Claudino; MANHÃES, Viviane Ramos. **Análise do perfil do empreendedor no município de Campos dos Goytacazes**. 2016.

GERSON, Joel; D'ANGELO, Jante; LOTZ, Shelley; DEITZ, Sallie. **Fundamentos de Estética 1: orientações e negócios**. Tradução de EZ2TTranslate. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GEM, **Empreendedorismo no Brasil** – 2016: Relatório Executivo. Disponível em: <https://shre.ink/mJ7r>. Acesso em : 03 jul.2022.

_____. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo feminino no Brasil** – 2018. Curitiba: IBQP, 2018. Disponível em:<https://shre.ink/mJ7r>. Acesso em: 12 jun. 2022.

_____. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR; **Empreendedorismo no Brasil**: Curitiba, IBQP, 2012.

_____. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR; **Empreendedorismo no Brasil**:Curitiba. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br>. Acesso em: 15 Agosto. 2022.

GREATTI, Lígia; PREVIDELLI, José. J. **Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá-PR**. In.:EnANPAD, 28, 2004, Curitiba. Anais... Curitiba: ANPAD, 2004.Disponível em: <https://shre.ink/mJ7f>. Acesso em: 12 jun. 2022.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira. **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil**. In: Instituto Brasileiro Da Qualidade E Produtividade (IBQP), n. II. Curitiba: IBQP, 2019. 73 p. Disponível em:<https://shre.ink/mCKs>. Acesso em: 12 Jun. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: ATLAS, 1999.

GIACOMONI, C. H. **Bem-estar subjetivo: em busca da qualidade de vida – Estudo de revisão**. Florianópolis, 2002. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v12n1a05.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2022.

GONÇALVES, Á. (2006) **Manual Técnico de Estética - Teoria e Prática para Estética, Cosmetologia e Massagem**. Ondagrafe. 275 p.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. 2021. Disponível em: <http://encurtador.com.br/nxEF2>. Acesso em: 21 Jun. 2022.

_____. **Produto interno bruto dos municípios**. 2018. Disponível em: <http://ibge.gov.br>. Acesso em: 29 Jun. 2022.

_____. **Cidades**. 2012. Disponível em: <https://bitly.com/YphJj>. Acesso em: 29 jun. 2022.

JONATHAN, E. G., SILVA, T. M.R. (2007). **Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes**. Rio de Janeiro: Psicologia & Sociedade, v.19, n.1, p.77-84.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEAL, A. P. **A importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico no Brasil**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, ano 03, v. 1, n. 8, p. 115-135, 2018.

LEITE, A., & OLIVEIRA, F. (2007). **Empreendedorismo e Novas Tendências**. Estudo EditValue, Empresa Junior, 5, 1-35.

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. Saraiva. p165-172. São Paulo. 2012.

LEITE, Vitor. **O que é empreendedorismo? Quais os tipos e quem podem empreender?** Agosto de 2021.

LEMOS, Adriana Maria; BORGES, Talilian; JÚNIOR, Mauricio Cezar Resende LEITE. Empreendedorismo em Centros de Estética. **Revista de Iniciação Científica da Universidade Vale do Rio Verde**, v. 7, n. 2, 2018. Disponível em: <https://diadorim.ibict.br/handle/1/1209>. Acesso em: 12 jun. 2022.

LEONE, E. T.; TEIXEIRA, M. O. **As mulheres no mercado de trabalho e na organização sindical**. In.: XVII Encontro Nacional de Estudos Populacionais, Caxambu - MG – Anais... Caxambu, 2010.

LIRA, A. G., GANEN, A. P., LODI, A. S., ALVARENGA, M. S. (2017). **Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras**. J. bras.psiqiatr.,66(3),164-171. <https://shre.ink/mJ7s>. Acesso em: 03 jul. 2022.

LOIOLA, C.C. **Mulher empreendedora: dificuldades e preconceitos**. 57 f. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós Graduação) – PUC, Rio de Janeiro, 2016.

MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. Réplica – **Empreendedores: Reflexões sobre Concepções Históricas e Contemporâneas**. Revista de Administração Contemporânea - RAC, Rio de Janeiro, v.18, n.6, p. 892-899, nov./dez. 2014. Disponível em: <https://shre.ink/mCQF>. Acesso em: 12 jun. 2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARQUES, Marcus. **Empreendedorismo Feminino – conheça os desafios!** Disponível em: <https://shre.ink/mJ7d>. Publicado em: 26 de outubro de 2016. Acessado em 03 jul. 2022.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**. São Paulo: Pearson Hall, 2011.

MELTON, Doug. **Curiosidade, conexões, criação de valor: Uma Mentalidade Empreendedora**. Faculdade obsoleta, 2015.

MENDES, Guilherme. **O que é metodologia? Qual a importância?**. FM2S.com.br. 23 de setembro de 2021. Disponível em: <https://www.fm2s.com.br/metodologia/>. Acesso em: 21 jun. 2022.

MILAN, G. S.; GASPARIN, F. M.; DE TONI, D. **A configuração da imagem de um shopping center na percepção de consumidores locais**. REAd – Revista Eletrônica da Administração, v. 19, n. 1, p. 83-114, 2013.

MOTA, Fernando Preste. **Teoria Geral da Administração: uma introdução**. Editora: Thomson Learning, 2002.

MUSTAFÁ, J. **Os Impactos da Nutrição na Estética**. 2015. Disponível em: <https://shre.ink/mJ8Y>. Acesso em: 12 jul. 2022.

NEVES, J. L. **Pesquisa qualitativa - Características, usos e possibilidades**. São Paulo: Caderno de pesquisa em administração, vol. 01, n. 03, 2º Sem/1996.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE – OMS. **Qualidade de vida e saúde**. 1994. Disponível em: <https://shre.ink/mJ80>. Acesso em: 10 jul. 2022.

OKAMOTTO, Paulo Tarciso. **Uma reflexão sobre a influência da estética na autoestima**. 2011. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br>. Acesso em: 15 jul. 2022.

PEÑALOZA, Verônica; DIOGENES, Camila G.; SOUSA, Sara J. A. **Escolha profissional no curso de Administração: Tendências Empreendedoras e Gênero**. RAM – Revista de Administração Mackenzie (Online), v. 9, n. 8, p. 151-167, 2008. Disponível em: <https://shre.ink/mJ8O>. Acesso em: 12 jun. 2022.

PESSOA, E. (2005). **Tipos de empreendedorismo: - semelhanças e diferenças**. PREFEITURA MUNICIPAL DE TABATINGA. **História**. Disponível em: <https://tabatinga.am.gov.br/historico>. Acesso em: 21 jun. 2022.

PEREIRA, J.R.; Cotta, R.M.M.; FRANCESCHINI, C.C.S.; RIBEIRO, L.C.R.; SAMPAIO, F.R.; PRIORI, E.S.; CECON, R.P. **Contribuição dos domínios físico, social, psicológico e ambiental para a qualidade de vida global de idosos**. Rev Psiquiatr. RS. p.27-38. 2006. Disponível em: <https://shre.ink/mJ8R>. Acesso em: 10 jul. 2022.

PEREIRA, Danielle Brangioni et al. Resignificação da estética na contemporaneidade: uma análise do perfil dos profissionais da área. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 8, p. e16510817045, 2021.

PIATTI, Isabel Luiza. Ética na Estética: respeito ao cliente e sucesso para o profissional. *Revista Personalité*. Curitiba-PR. Ed. 46, 2003. Disponível em: <http://www.revistapersonalite.com.br>. Acesso em: 15 jul. 2022.

PORTAL TABATINGA. **Nossa Cidade**, 2022. Disponível em: <https://portaltabatinga.com.br>. Acesso em: 21 jun. 2022.

PORTAL BARRANCAS. Arquivos Notícias. 2021. Disponível em: <https://portalbarrancas.com>. Acesso em: 10. Jul. 2022.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SANTOS, L. S. **Empreendedorismo no ensino fundamental: uma aplicação**. 2008. 89f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS. **Disciplina de Empreendedorismo: Manual do Aluno**. Brasília, 2016.

_____. Mas afinal, o que é empreendedorismo? Santa Catarina. Junho de 2021.

_____. **Porque é fundamental estimular o empreendedorismo feminino?** 2019. Disponível em: <https://shre.ink/mJ8F>. Acesso em: 03 jul. 2022.

_____. **Beleza e estética: estudo de mercado-centros de estética carteira beleza e estética**. Brasília, 2013. p. 114.

_____. Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas. **Mulher de negócio –Empreendedorismo em Pauta**. Campo Grande– Março 2014.

_____. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **MEI Microempreendedor Individual em Tabatinga**. Sebrae, 2022. Disponível em: <https://shre.ink/mJ8X>. Acesso em: 10 Agosto. 2022.

_____. Serviço Brasileiro De Apoio Às Micro E Pequenas Empresas. **Empreendedorismo no Brasil**. 2010. Disponível em: <https://www.sabrae.com.br>. Acesso em: 15. Agosto. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Empreendedorismo Feminino**. Serasa Experian, 2017. Disponível em: <https://shre.ink/mCQX>. Acesso em: 12 jun. 2022.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **10 características de uma empreendedora de sucesso.** ABF, 2015. Disponível em: <https://shre.ink/mCQX>. Acesso em: 12 jun. 2022.

SENADO NOTÍCIAS. **Profissões de esteticista e técnico em estética são regulamentadas. 2018.** Disponível em: <https://shre.ink/mJ8v>. Acesso em: 10 jul. 2022 às 15:38hs.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, Anna Carolina Aguiar da. **Perfil empreendedor: as principais características e os tipos de um empreendedor de sucesso.** 2014.

SILVEIRA, A.; GOUVÊA, A. B. C. T. **Empreendedorismo feminino: mulheres gerentes de empresas.** Revista de Administração FACES Jornal, v. 7, n. 3, 2008.

SOSNOWSKI, A. S. **Empreendedorismo para Leigos.** 1º. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

SOUSA, Sthefany Carneiro de et al. **Empreendedorismo feminino no Alto Solimões/Amazonas: experiências no ramo de revenda de confecções em tabatinga.** 2022.

SOUZA, LaisRenadi Moreira de; ARAUJO, Fernanda Quaresma. **Ética profissional no contexto da estética e beleza. 2015.** p. 19. Curso de tecnologia em estética e imagem pessoal. Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2015.

SCHMITZ, D. S., LAURENTINO, L. & MACHADO, M. (2012) **Estética Facial e Corporal: uma revisão bibliográfica.** Univali, 1-12. Disponível em: <https://shre.ink/mJ8G>. Acesso em: 10. Jul. 2022.

SCHMITZ, Delourdes Schafascheck; LAURENTINO, Lucia; MACHADO, Marli. **Estética Facial e Corporal: uma revisão bibliográfica.** Texto digital, 2010. Disponível em: <https://shre.ink/mJ83>. Acesso em: 15 jul. 2022.

STREHLAU, S.; VILS, L.; PEREIRA, C. R.; POLISEL, R.; CAMPANARIO, P. M. **Prontidão ao Consumo de Marcas de Luxo Falsificadas.** Revista de Administração da Unimep, v. 12, n. 2, p. 182-206, 2014.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; SERAFIM, Ana Carolina Ferreira; TEODÓSIO, Amindo dos Santos de Sousa. **Gênero, Imersão e Empreendedorismo: Sexo Frágil, Laços Fortes?** Revista de Administração Contemporânea, p. 631-649. 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552011000400005>. Acesso em: 10 jul. 2022.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 11. ed. Santa Catarina: Atlas, 2009.

VACCHIANO, A. **Shiatsu facial: a arte do rejuvenescimento.** 6. Ed. São Paulo: Ground, 2008.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa: do início ao fim.** Porto Alegre: Penso, 2016.

ZUCARRI, P.; BELLUZZO, R. C. B.; **A competência em informação e o perfil empreendedor no âmbito das organizações.** *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 6, Número Especial, p. 61-71, jan. 2016.

WALDOW, V. R. **Cuidado Humano: o resgate necessário.** 3. Ed. Porto Alegre: SAGRA LUZZATTO, 2001.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A Senhora está sendo convidada como voluntária a participar da pesquisa sobre **Empreendedorismo Feminino: Experiências empreendedoras no segmento de estética, no município de Tabatinga-Amazonas**. Esta pesquisa pretende investigar quais características constituem o perfil de mulheres empreendedoras do segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas. O objetivo do estudo proposto consiste no levantamento de dados para o desenvolvimento de um Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) de Administração-UFAM/INC.

Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos:

1. A voluntária irá receber o formulário de entrevista disponibilizado por meio físico, obedecendo-se às diretrizes sanitárias vigentes no município e orientações institucionais.
2. Os dados referentes às questões sobre as características que constituem o perfil de mulheres empreendedoras do segmento de estética no município de Tabatinga-AM, serão coletados por meio da entrevista concedida pelas voluntárias. Esta irá ler as questões e atribuir as respostas consideradas consistentes no contexto do seu negócio. A realização da entrevista demandará aproximadamente 30 minutos, podendo ser replicada se houver necessidade de confirmação de algum dado.

Os riscos envolvidos na pesquisa são mínimos considerando tratar-se de informações voluntárias e profissionais/comerciais. No entanto, a entrevistada poderá sentir-se constrangida em responder as questões de cunho pessoal, especialmente quando tratar-se de informações de cunho financeiro e ou formalidade ou informalidade do negócio, quando se aplicar.

Para minimizar os riscos, serão tomados os devidos cuidados, tais como:

- A pesquisadora, em acordo com sua orientadora, irá tomar as medidas de precaução, além de assegurar ao entrevistador (a), a preservação de seu nome e da empresa, se assim o desejar, e prestar informações relacionadas à entrevista, sempre que necessário.
- O risco de constrangimento pode ser minimizado pela garantia de liberdade para abandonar a entrevista a qualquer momento, caso este esteja lhe causando qualquer tipo de desconforto.

A pesquisa contribuirá com possíveis ações a serem pensadas no contexto dos negócios envolvidos na pesquisa, que de alguma forma, poderá contribuir com a exposição das práticas empreendedora desenvolvida por mulheres profissionais que realizam procedimentos estéticos no município de Tabatinga-AM. Além disso, os voluntários terão a oportunidade de avaliar e adquirir conhecimento sobre a temática específica do sobre questões abordadas na pesquisa, como exemplo, estratégia em seu negócio.

A participante poderá ter acesso, a qualquer tempo, às informações sobre procedimentos relacionados à pesquisa, inclusive para tirar eventuais dúvidas. A voluntária terá a garantia de confidencialidade, sigilo e privacidade sobre sua identidade, se assim o desejar. Seu nome ou o material que indique sua participação não serão liberados sem a sua permissão. Por fim, caso haja danos decorrentes dos riscos previstos, o pesquisador assumirá a responsabilidade pelos mesmos.

Para participar deste estudo a Sra. não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. A Sra. tem garantida plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que a Sra. é atendida pela pesquisadora.

Este termo de consentimento encontra-se impresso, em duas vias originais, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, na Coordenação do Curso de Administração-INC junto ao TCC na forma de arquivo vigente e outra será fornecida à senhora. A pesquisadora tratará a sua identidade com padrões profissionais de sigilo e confidencialidade, atendendo à legislação brasileira, em especial, à Resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, além de utilizar as informações somente para fins acadêmicos e científicos, exclusivamente de que trata o TCC.

Eu _____ declaro, que fui informada dos objetivos da pesquisa de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas, sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim desejar. Declaro que concordo em participar. Recebi, no ato da entrevista, uma via deste termo de consentimento.

Nome da Pesquisadora Responsável: Marcela Dias Fernandes, aluna do Curso de Administração do Instituto de Natureza e Cultura - INC/Universidade Federal do Amazonas-UFAM, Rua: Ajuricaba- N; 130 – Bairro: Nova Esperança – CEP: 69640-000, município: Tabatinga-AM. Telefone/Celular: (97) 981054169 E-mail: Marcelatbtfernandes@gmail.com. O TCC é orientado pela Profa. Ma. Leonor Farias Abreu, docente da Ufam/INC. Telefone/Celular: (97) 984123305. E-mail: leonorfarias@ufam.edu.br.

APÊNDICE B - ROTEIRO/ENTREVISTA

Esta Entrevista é parte integrante do trabalho de Conclusão do Curso de Administração da UFAM/INC-Benjamin Constant/2021-2, intitulado Empreendedorismo Feminino: Experiências empreendedoras no segmento de estética, no município de Tabatinga-Amazonas.

1. Empreendedora-Esteticista: _____.
2. Idade: 18 a 30 anos. 31 a 40 anos. Acima de 40 anos.
3. Estado Civil: Solteira. Casada. Divorciada. Viúva Prefiro não opinar.
4. Tem filhos? Não Sim. Quantos? _____.
5. Grau de Escolaridade: Ensino Fundamental: Completo. Incompleto .
 Ensino Médio: Completo. Incompleto. Ensino Superior: Completo.
 Incompleto. Outro _____.
6. Qual a sua Qualificação dentro do Segmento de Estética?
 Qualificação Profissional-Formação Inicial e Continua. Técnico em Estética.
 Tecnólogo em Estética e Cosmética. Bacharela em Estética e Cosmética.
7. Em qual instituição se qualificou?
 _____ Ano da Conclusão: _____ Pública Privada.
8. Quais Procedimentos Estéticos realiza?
 Clareamento Facial e Corporal. Depilação. Design de Sobrancelha. Drenagem Linfática. Extensão de Cílios. Fototerapia. Hidratação Facial. Jato de Plasma. Limpeza Facial. Massagem Relaxante. Massagem Modeladora. Microagulhamento. Micropigmentação, qual técnica: _____. Micropigmentação Labial.
 Peeling, qual tipo: _____.
 Tratamento para Estrias.Outros: _____
9. Qual (is) fator (es) a levou a escolher atuar no segmento de estética?
 Autorealização Pessoal Boa lucratividade na realização dos procedimentos estéticos Alta demanda nesse segmento Outro. Especificar: _____
10. Tempo de atuação na área da Estética:
 Até 1 ano. 2 a 3 anos. 3 a 5 anos. Acima 5 anos.
11. A Sra. se considera uma empreendedora? Não Sim. Por quê?

12. Local que é realizado o atendimento e os procedimentos estéticos: Studio Próprio. Minha Residência. Residência do cliente. Outro: _____.
13. Dentro das opções abaixo, quais a Sra. considera importantes e utiliza como diferencial competitivo, na prestação de seus serviços? Oferece descontos. Realiza promoções. Realiza sorteios de brindes Utiliza cupons especiais Outros: _____

14. Como empreendedora, o que a Sra. faz para se manter conectada com o seu público e identificar suas necessidades? () Mensagens WhatsApp () Mensagem por e-mail () Facebook. () Instagram. () Outro: _____.

15. Seu empreendimento é formalizado? () Não. () Sim. Qual tipo: () MEI () Outro. _____ . () Prefiro não opinar.

16. Qual sua renda média mensal com a realização de procedimentos estéticos? () R\$ 500,00 - 1000,00. () R\$ 1000,00 - 1500,00. () R\$ 1500,00 - 3000,00. () R\$ 4000,00 ou mais. () Prefiro não opinar.

17. A Sra como esteticista é cadastrada em algum Órgão Representativo de Classe?
() Sim () Não. Se sim, qual: _____.

18. Em sua opinião, como profissional do segmento de estética, qual é a importância da relação entre estética e bem-estar para a autoestima suas clientes?

_____.

Agradecemos a sua disponibilidade para colaborar com a nossa pesquisa