

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

CRISICLEY SEBASTIÃO PEREIRA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DE MULHERES
EMPREENDEDORAS NO RAMO DA BELEZA NA CIDADE DE SÃO PAULO DE
OLIVENÇA/AM.**

Benjamin Constant – AM

2023.

CRISICLEY SEBASTIÃO PEREIRA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DE MULHERES
EMPREENDEDORAS NO RAMO DA BELEZA NA CIDADE DE SÃO PAULO DE
OLIVENÇA/AM.**

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: Prof^a. Ma. Patricia Marín Luján.

Benjamin Constant – AM

2023.

Ficha Catalográfica

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

P436e Pereira, Crisicley Sebastião
Empreendedorismo feminino: perfil de mulheres empreendedoras no ramo da beleza na cidade de São Paulo de Olivença/AM. / Crisicley Sebastião Pereira . 2023
58 f.: il. color; 31 cm.

Orientadora: Patricia Marín Luján
TCC de Graduação (Administração) - Universidade Federal do Amazonas.

1. Empreendedorismo feminino . 2. Perfil da mulher empreendedora. 3. Características empreendedoras . 4. Ramo da beleza. I. Luján, Patricia Marín. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título

CRISICLEY SEBASTIÃO PEREIRA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: PERFIL DE MULHERES
EMPREENDEDORAS NO RAMO DA BELEZA NA CIDADE DE SÃO PAULO DE
OLIVENÇA – 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: 02/03/2023.

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Ma. Patricia Marín Luján (Presidente)

Profº. Me. Antônio Vagner Almeida Olavo (Membro)

Profº. Me. Francisco Olímpio de Souza (Membro)

Dedico meritoriamente aos meus pais que sempre torceram por mim, e por essa vitória. Os quais sempre acreditaram na minha capacidade e mesmo com a distância, estiveram presente dando o apoio e incentivo para realização deste trabalho. Amo vocês!

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me ter dado forças nas horas em que pensei em desistir devido a situações pessoais e ter tido a audácia continuar nesse desafio, agradeço a Ele, pela sabedoria em poder concluir a elaboração desse trabalho.

*Agradeço, a minha professora orientadora mestra **Patrícia Marin Lujan**, pela paciência, compreensão, pelos ensinamentos transmitidos durante o desenvolvimento do trabalho.*

*Aos meus familiares, em especial meus pais **Cristovão Pereira Neto e Rosicley Sebastião Pereira**, irmãos **Ricardo Sebastião Pereira e Cristiny Sebastião Pereira** e também a minha prima **Samiele Arcanjo Sebastião**, pelos apoios e orações feitas a meu favor. Também agradeço a uma pessoa muito especial **Luiz Sebastiao Pereira Correa Junior** pelo apoio moral, que apesar da distância sempre me incentivou e me ajudou bastante.*

*Aos meus amigos, em especial **Luara Letícia Farias Moraes e Regiane Maria Ferreira Arévalo e Lucas da Silva Gomes** minha eterna gratidão, Deus abençoe vossas vidas grandemente.*

Quero também registrar meus agradecimentos, carinhosamente, às empreendedoras que aceitaram participar desta pesquisa como objeto de estudo, sem elas a pesquisa não teria acontecidos, por abrir um tempo para

*Às colegas que universidade me proporcionou e que estiveram ao meu lado, sempre acreditando que seria possível chegar até o final e que de certa forma contribuíram com a realização deste trabalho, em especial **Ana Paula Batista, Missilene Curica, Juliana Sampaio, e Keane Lima e Rockciney Sumaita** e demais colegas do curso, agradeço de coração a todos.*

Grata a todos!

*Bem sei eu que tudo podes, e que
nenhum dos teus propósitos pode ser
impedido.
Jó 42.2*

RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar o perfil das mulheres empreendedoras no ramo da beleza no município de São Paulo de Olivença, Amazonas. Podendo assim investigar os fatores que a influenciaram a trabalhar no ramo da beleza e conhecer os perfis das empreendedoras. Trabalhar no ramo da beleza está ligado à autoestima das clientes, de tal forma que se sintam especiais, únicas desde os atendimentos aos serviços prestados. Se cuidar é algo indispensável, independente de gêneros, todos desejam ficar bonitos. Mulheres gostam de se sentirem bem consigo mesma, empoderadas, elegantes e mais importante está bem socialmente. Os processos metodológicos que nortearam este estudo incluíram a abordagem qualitativa e de caráter descritivo. Os modelos de negócios que fazem partes desta pesquisa foram esmaltarias, salões de beleza, maquiagem e estética, premeditada escolhidas e que voluntariamente aceitaram a participar da entrevista, assim identificadas por meio do questionário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas. Através dos resultados obtidos tornou-se possível a identificação dos principais fatores motivacionais sendo a realização de sonho ou projeto pessoal, seguido pela independência financeira, o sustento da família e as oportunidades que surgiram na área da beleza. Conclui-se que, o empreendedorismo feminino vem crescendo no mercado empreendedor e as mulheres estão cada vez mais independentes. Com relação ao ramo da beleza, apesar dos diferentes perfis, as empreendedoras desse ramo, tem uma grande facilidade para se adaptar ao negócio, buscando meios, se esforçando e usando estratégias para fidelizar suas clientes.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino. Perfil da mulher empreendedora. Características empreendedoras. Ramo da beleza.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo analizar el perfil de las mujeres empresarias en la industria de la belleza en la ciudad de São Paulo de Olivença, Amazonas. Así, poder indagar en los factores que la influyeron para trabajar en el negocio de la belleza y conocer los perfiles de las emprendedoras. Trabajar en el negocio de la belleza está ligado a la autoestima de los clientes, de tal manera que se sientan especiales, únicos, desde las consultas hasta los servicios prestados. Cuidarse es fundamental, independientemente del género, todo el mundo quiere verse bien. A las mujeres les gusta sentirse bien consigo mismas, empoderadas, elegantes y, lo que es más importante, socialmente bien. Los procesos metodológicos que guiaron este estudio incluyeron un enfoque cualitativo y descriptivo. Los modelos de negocio que forman parte de esta investigación fueron salones de uñas, salones de belleza, maquillaje y estética, elegidos premeditadamente y que voluntariamente aceptaron participar en la entrevista, así identificados a través del cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas y cerradas. A través de los resultados obtenidos se logró identificar como principales factores motivacionales la realización de un sueño o proyecto personal, seguido de la independencia económica, el apoyo familiar y las oportunidades que surgieron en el área de la belleza. Se concluye que el emprendimiento femenino viene creciendo en el mercado empresarial y las mujeres son cada vez más independientes. En cuanto a la industria de la belleza, a pesar de los diferentes perfiles, a los emprendedores de esta industria les resulta muy fácil adaptarse al negocio, buscando caminos, esforzándose y empleando estrategias para fidelizar a sus clientes.

Palabras clave: Emprendimiento Femenino. Perfil de la mujer emprendedora. Características emprendedoras. Rama de belleza.

LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Faixa etária das empreendedoras.....	34
Gráfico 2: Estado Civil.....	35
Gráfico 3: Quantidades de Filhos.....	35
Gráfico 4: Grau de Escolaridade.....	36
Gráfico 5: Tempo de empreendimento das mulheres participantes.....	38
Gráfico 6: Renda média mensal.....	38
Gráfico 7: Modelo do empreendimento.....	39
Gráfico 8: Ramo da beleza como única fonte de renda.....	40
Gráfico 9: Redes sociais.....	40
Gráfico 10: Estratégia de fidelização.....	41
Gráfico 11: Conhecer homens que atuam no mesmo tipo de negócio.....	42
Gráfico 12: Fatores motivacionais.....	43

LISTA DE SIGLAS

GEM – Global Entrepreneurship Monitor (Monitoramento de Empreendedorismo Global)

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBPQ – Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade

INC – Instituto de Natureza e Cultura

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TEA – Taxa de Empreendedorismo Inicial

UFAM – Universidade Federal do Amazonas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
1.1 EMPREENDEDORISMO	15
1.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO	20
1.3 PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA	24
1.4 EMPREENDEDORISMO NO RAMO DE BELEZA	27
2 METODOLOGIA	30
2.1 LOCAL DA PESQUISA	30
2.2 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	31
2.3 SUJEITOS DA PESQUISA	32
2.4 COLETAS DE DADOS.....	32
3 RESULTADOS DA PESQUISA	34
3.1 PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS.....	34
3.2 CARACTERÍSTICAS DAS EMPREENDEDORAS	36
3.3 FATORES MOTIVACIONAIS NA ESCOLHA PELO EMPREENDIMENTO	43
3.4 VANTAGENS E DIFICULDADES NO RAMO DA BELEZA	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS	47
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	54
APÊNDICE B – ENTREVISTA/QUESTIONÁRIO	56

INTRODUÇÃO

O fenômeno do empreendedorismo tem sido estudado há muitas décadas. Profissionais, professores e pesquisadores de diversas áreas como administração, economia, sociologia, antropologia, história, ciências políticas, psicologia, entre outras, têm-se dedicado a entender o fenômeno do empreendedorismo e o perfil típico dos empreendedores (RUIZ, 2019).

O empreendedorismo não é uma atividade recente do ser humano. Ao contrário, por milênios, o homem busca ser criativo e inovador para sobreviver e prosperar (RUIZ, 2019).

Uma pessoa empreendedora é aquela com atitude focada para resultados, inovações e realizações. O empreendedorismo está relacionado à atitude, à postura pessoal e à maneira como o indivíduo se comporta diante das situações com que lida em seu dia a dia. Ser empreendedor é ter entusiasmo e energia para desenvolver as ideias e transformá-las em ação (TAJRA, 2014).

O empreendedorismo tem um papel muito importante na sociedade pois gera ganhos próprios, criados a partir de uma necessidade ou oportunidade que ajuda no desenvolvimento econômico.

No campo do empreendedorismo, está o gênero feminino que vem conquistando seu lugar no mundo dos negócios. Entende-se como empreendedorismo feminino uma importante iniciativa da classe na busca por direitos de independência (RAPOSO; ASTONI, 2007).

Um mundo onde a voz feminina vem ganhando força, como vemos nas manifestações de igualdade no trabalho, equiparação salarial, um reconhecimento maior do esforço feminino, a mulher vem se adaptando e se preparando cada vez mais para o que está sendo exigido. Conciliar a jornadas de trabalho juntamente com familiar virou uma rotina normal em muitas casas (GUT; SANTOS; DE OLIVEIRA, 2018).

No entanto, hoje em dia, mulheres empreendem por necessidade ou por oportunidade, dependendo muitas vezes de sua questão financeira ou não. Observando na nossa sociedade que mulheres buscam empreender por conquistar sua independência, por gosto, por ter um tempo a mais livre, ou até por já terem um instinto de liderança. Outras necessitam em criar um empreendimento para ajudar na

situação financeira da família.

Segundo o Relatório de Empreendedorismo no Brasil 2020 da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizado pelo Sebrae e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), quase 55% das mulheres tiveram que recorrer ao empreendedorismo por não encontrar outro meio para ter uma renda. Elas representaram ainda 55,5% dos empreendedores nascentes (com até três meses de atividade) naquele ano, últimos dados disponíveis.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro pequenas empresas– aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 4,8 milhões.

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) é uma entidade privada, sem fins lucrativos, formada por empresas associadas, organizações governamentais e não-governamentais, entidades de representação empresarial e de trabalhadores, instituições técnico-científicas, universidades e cidadãos. É resultado da mobilização nacional pelo desenvolvimento da qualidade, da produtividade e da inovação no Brasil.

Dados interessantes sobre o microempreendedor individual na cidade de São Paulo de Olivença: Gênero de MEIs – Dos 209 microempreendedores individuais, 48,56% são mulheres e 51,44% são homens.

Independente de como começam a empreender, mulheres estão assumindo um papel importante no mundo dos negócios e se destacando. A importância do empreendedorismo feminino para a economia, é gerar emprego, uma renda em que vai fortalecer a possibilidade de compra, reduzindo os custos, dentre outros.

Este trabalho é importante para mim como mulher em busca de um sucesso, como graduanda no curso de Administração, diante de tudo que aprendi e que posso complementar em minha vida, também muito proveitoso para a sociedade quanto aos discentes de administração, pessoas que futuramente procuram conhecer sobre perfil de mulheres empreendedoras que trabalham no ramo da beleza feminina no município de São Paulo de Olivença, e claro a cada uma de nós mulheres que buscamos nos aprofundar mais nesse ramo.

Este estudo se propõe responder a seguintes questão: **quais fatores motivaram as empreendedoras a trabalharem no ramo da beleza, em São Paulo de Olivença?** Afinal, esse tema está sendo reflexo pesquisas, então é preciso estudar

e analisar as áreas que interagem nesse ramo. Desta forma, esta pesquisa tem como objetivo geral: Analisar o perfil das mulheres empreendedoras no ramo da beleza no município de São Paulo de Olivença – AM. Os objetivos específicos estabelecidos são: a) identificar as características comportamentais empreendedoras das mulheres que atuam no ramo da beleza; b) verificar as vantagens e dificuldades do ramo da beleza no município.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção será apresentado a base teórica referente ao tema que está o contexto deste trabalho. Assim, enfatizando a sobre o empreendedorismo, seu conceito e sua importância; discorrerá sobre o empreendedorismo feminino, sua relevância nos dias atuais; perfil da mulher empreendedora e por fim o empreendedorismo no ramo da beleza.

1.1 EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedor teve sua origem da palavra francesa *entrepreneur*, que significa “[...] aquele que assume riscos e começa algo novo” (DORNELAS, 2012, p. 19).

Entre tantas definições, uma das mais antigas é a de Joseph Schumpeter (1949) *apud* Dornelas (2012, p. 28): “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. Assim, o empreendedor pode ser considerado o motor da economia, o agente de inovação e mudanças.

O empreendedorismo teve outros economistas em sua história, como os austríacos Carl Menger que, em 1871, definiu empreendedorismo como antecipador de necessidades futuras; em 1949, Ludwig Von Mises definiu o empreendedorismo como sendo o tomador de decisões; e Friedrich Von Hayek que, em 1959, citou que empreendedorismo não é apenas riscos, mas um processo de descobertas (LÜDKE; BUGS, 2017).

Embora o empreendedorismo tenha sido um assunto tratado há séculos, foi na década de oitenta que se tornou objeto de estudos em quase todas as áreas do conhecimento em grande parte das nações. O empreendedorismo, em todos os seus aspectos, vem assumindo lugar de destaque nas políticas econômicas dos países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento (BAGGIO; BAGGIO, 2015).

“O Brasil está sentado em cima de uma das maiores riquezas naturais do mundo, ainda relativamente pouco exploradas: o potencial empreendedor dos

brasileiros”, diz o especialista canadense Louis Jacques Filion, que vem trabalhando na Divulgação do empreendedorismo em nosso país há mais de uma década (CRUZ, 2005).

Segundo Hisrich, Peters e Shepherd, (2009):

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal. Um empreendedor precisa encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade, superando as forças que resistem à criação de algo novo. O processo de empreender tem quatro fases distintas: (1) identificação e avaliação da oportunidade, (2) desenvolvimento do plano de negócios, (3) determinação dos recursos necessários e (4) administração da empresa resultante (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009, p. 30-31).

A partir de 1993 contou-se com a efetiva participação de Dolabela no contexto de Empreendedorismo no Brasil, o qual acumulou conhecimento através de conferências e contato com os principais especialistas na área no mundo. Ele se tornou o pioneiro na área e tem desenvolvido uma tarefa árdua. Para ele o Brasil é um dos países com maior potencial empreendedor do mundo (CRUZ, 2005).

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. (DORNELAS, 2001, p.26. *apud* BACELAR, 2015).

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas (BAGGIO; BAGGIO, 2015).

Empreendedorismo é a capacidade e a disposição de identificar problemas e através da criatividade idealizar e colocar em prática soluções inovadoras. Essas soluções devem gerar mudanças a um nicho de mercado ou empreendimento, que causem impacto positivo à sociedade e ao dia a dia das pessoas (VOITTO, 2019).

O termo empreendedorismo indica a pessoa que lidera, tem iniciativa, dispõe-se aos riscos numa atividade ou em um empreendimento, no qual busca toda oportunidade e executa planos para possíveis retornos vantajosos.

Assim, constata-se que o fenômeno empreendedorismo traz como agente o empreendedor, que é alguém capaz de desenvolver uma visão sobre negócios, é capaz de persuadir pessoas e identificar uma oportunidade de mercado onde o outro nada ou quase nada enxergam, além de ter energia, esperança e paixão pelo que faz (LANA et al., 2013 *apud* NOGUEIRA; CORREIA, 2018).

Para Chiavenato (2007):

Na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma idéias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal-estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado (Chiavenato, 2007).

Segundo DOLABELA (2008) afirma que a espécie humana é empreendedora desde o seu nascimento. Na verdade, o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo, mas existe desde a primeira ação humana inovadora e visa melhorar as relações do homem com o meio em que vive e com a natureza. Portanto, não é um fenômeno apenas econômico, mas também social, e está presente em qualquer área, o que não o restringe às operações propriamente empresariais.

Para Chiavenato (2007, p. 7) o espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. Mas deve também reservar um amplo espaço para a racionalidade. Conforme o autor o empreendedor é aquela pessoa que começa seu negócio, realiza seu projeto pessoal, assumindo todos os riscos e obrigações, de maneira a inovar.

O ato de empreender pode acontecer a qualquer momento, seja para resolver um problema, suprir uma necessidade do meio em que se vive, inovando no que já existe no mercado, ou inventando novos produtos e serviços, desta maneira aproveita-se as oportunidades que estão surgindo, já que, o ser humano sempre vai ter alguma carência a ser suprida (SOUSA, 2022).

Segundo SEBARE (2022) desenvolvida pelo EMPRETEC as dez características essenciais do comportamento empreendedor e as vivencia em

atividades, fundamentadas a partir de pesquisas que apontam como um empreendedor de sucesso se comporta

Quadro 1 – Características essenciais do comportamento empreendedor

Iniciativa e busca de oportunidades	É a capacidade de se antecipar aos fatos e criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços. Vivemos momentos de crise com fortes mudanças e precisamos nos adaptar a uma nova realidade. Repense seu produto ou serviço, aja com proatividade e identifique oportunidades que estão surgindo.
Persistência	Fundamental para alcançar objetivos e enfrentar obstáculos para alcançar o sucesso. Posicione a empresa diante do novo cenário. Não desista diante de obstáculos. Não fique pulando de galho em galho; reavalie, insista ou mude seus planos se for preciso.
Correr riscos calculados	É a disposição de assumir desafios e responder por eles. Conheça os seus custos, identifique os riscos e transforme oportunidades em negócios. No mundo dos negócios é importante ter ousadia. Tenha disposição para assumir desafios, mas não se esqueça de planejar antes de arriscar, pois suas apostas nunca podem comprometer a saúde financeira da empresa.
Exigência de qualidade e eficiência	Tenha disposição e inclinação para fazer sempre mais e melhor. Melhore continuamente seu negócio ou seus produtos. Satisfaça e exceda as expectativas dos clientes. Cuide do bem-estar de sua equipe e clientes e crie procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade.
Comprometimento	Envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes. Puxe para você a responsabilidade sobre sucesso e fracasso. Atue em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados. O relacionamento com os clientes é mais importante do que as necessidades de curto prazo.
Busca de informações	Estamos diante de novos cenários de negócios. Busque a atualização constante de conhecimento sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio. Não delegue totalmente – envolva-se pessoalmente na avaliação do seu mercado, procure cursos e profissionais que são referência na sua área e estude muito.
Estabelecimento de metas	Mantenha o equilíbrio diante de um novo desafio. É essencial fixar objetivos claros para o seu negócio, no curto prazo e no longo prazo. Com metas consistentes, a empresa sabe para onde caminhar e dá passos muito mais sólidos rumo ao sucesso. Crie objetivos desafiantes e importantes para si mesmo. Mantenha o que estava certo e avalie novas estratégias.

Planejamento e monitoramento sistemáticos	Organize as tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de medir e avaliar os resultados. É muito importante saber tudo o que acontece na empresa, do caixa até a saída dos produtos. Ter o controle total é vital para manter o negócio saudável. Seja por meio de relatórios, questionários ou qualquer outro método, o importante é saber como seu empreendimento está funcionando.
Persuasão e rede de contatos	É o poder de convencimento e relacionamento com parceiros e colaboradores. Crie estratégias para conseguir apoio para seus projetos, obtenha apoio de pessoas chave para seus objetivos, desenvolva redes de contatos e construa bons relacionamentos. Busque contato com novos fornecedores e pessoas de outros segmentos, que são fontes de ideias para seu negócio.
Independência e autoconfiança	Desenvolva a autonomia para agir e mantenha sempre a confiança no sucesso. Independência não é fazer tudo sozinho; é ter a liberdade de escolher os caminhos da empresa. Confie em suas próprias opiniões, seja otimista e determinado, mesmo diante da oposição. Transmita confiança na sua capacidade.

Fonte: SEBRAE (2022), com adaptações

No empreendedorismo não há uma fórmula certa a se seguir ou copiar de maneira que vai ser bem-sucedido, é importante ponderar todas as situações possíveis, enxergar os problemas, as alterações que podem ter ao abrir o empreendimento, a partir de então realizar o trabalho e tomar decisões mediante cada situação, afinal toda empresa em particular precisa achar e tomar uma direção.

O número de empreendedores brasileiros à frente de um negócio com mais de 3,5 anos voltou a crescer no país. É o que aponta o relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2021, divulgado pelo Sebrae em março de 2022, em coletiva com o presidente do Sebrae, em Brasília (DF). Realizada no Brasil em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), a maior pesquisa de empreendedorismo do mundo indica que, mesmo com os reflexos da pandemia, a Taxa de Empreendedores Estabelecidos teve um incremento de 1,2 ponto percentual e passou de 8,7% da população adulta, em 2020, para 9,9%, em 2021.

Conforme, Chiavenato (2007) empreendedorismo não trata apenas de pequenas empresas e novos empreendimentos. Não aborda apenas a criação de novos produtos ou serviços, mas, sim, inovações em todos os âmbitos do negócio – produtos, processos, negócios, ideias – enfim, uma grande variedade de aplicações inovadoras que ainda estão longe de serem esgotadas.

O termo empreendedorismo, nos dias de hoje, é utilizado amplamente, referindo a qualquer ato de inovação e dinâmicas em buscas de novos resultados positivos e concretos em todos os tipos de empresas. O grande desafio é buscar entender as razões que impulsionam ou limitam a ação empreendedora. Além disso, o empreendedorismo é de extrema importância por excelência para países como o Brasil, que buscam consolidar um processo de desenvolvimento econômico e social em uma ambiência de globalização (CASTRO; GUIMARÃES, 2006).

1.2 EMPREENDEDORISMO FEMININO

O empreendedorismo feminino compreende os negócios liderados por mulheres, sendo assim, elas podem determinar dentro de si coragem e inovação para abrir seu próprio negócio. Com isso, essas empreendedoras geram melhoria para a sociedade e para economia, trazendo diversidade de negócios, e acabam por reduzir as diferenças entre oportunidade de crescimento na carreira para homens e mulheres (DE LUCENA; RODRIGUES, 2022.)

Segundo Miranda (2006) apud CARVALHO (2022) somente com a chegada das guerras, foi que a mulher passou a trabalhar para sustentar sua família, uma vez que seus maridos estavam à frente das batalhas, tal circunstância permitiu que a ela fosse vista e inserida em atividades antes exercidas apenas por homens. A mulher teve que encarar uma nova realidade e mostrar suas competências e habilidades em um cenário totalmente desconhecido e inesperado.

No decorrer do tempo verificou-se que as mudanças aconteceram, e a mulher que vivia praticamente sobre afazeres somente dos lares, passou a trabalhar em diferentes áreas assumindo tarefas fora do meio doméstico, o que era de costume.

Segundo Apergis; Economou (2010 p. 371-387) apud SANTOS (2014):

“O empreendedorismo representa um novo setor para atividade econômica feminina. São agora oferecidos novos mercados e perspectivas de trabalho a mulheres para desenvolver o seu entusiasmo, energia, capacidades e competências. A flexibilidade relacionada com o trabalho é identificada como um fator encorajador adicional, especialmente para mulheres que necessitam desta flexibilidade no trabalho devido às suas responsabilidades para com a família” (Apergis; Economou, 2010 p. 371-387; apud SANTOS, 2014).

Estudos relacionados ao empreendedorismo feminino têm recebido mais atenção, seja analisando o início de um novo negócio ou a conquista de altos cargos administrativos ou gerenciais nas organizações (MIRANDA, 2010 apud SILVA, 2020)

Segundo Amorim e Batista (2012) apud Soares (2021) existem várias razões que levam ao empreendedorismo feminino. Tanto razões econômicas quanto sociais e psicológicas são apontadas e são as motivações que diferem cada um, com tantas mudanças as necessidades das mulheres também tiveram alterações. A necessidade financeira é uma das principais. Por falta de empregos formais, a mulher busca uma saída através do empreendedorismo, onde encontra uma alternativa de trabalho e renda, participando na complementação da renda familiar.

Na sociedade contemporânea as mulheres conseguiram se posicionar em diferentes áreas de trabalho, tornando-se, inclusive, empreendedoras bem-sucedidas. O empreendimento feminino surge de uma oportunidade de negócio, ou pela necessidade da mulher de ter sua independência financeira, permitindo, assim, que ela consiga realizar-se profissionalmente e pessoalmente (MARTINS, *et al.* 2010 apud LOPES, 2016). Conforme DE ARAÚJO; FAHD; COSTA (2022):

A sociedade contemporânea tem acompanhado a crescente participação da mulher no campo do empreendedorismo e esse movimento intenso ampliou de maneira significativa sua inserção no mercado de trabalho, viabilizando um progresso no que concerne o equilíbrio entre os gêneros, permitindo que ambos possam atuar em um mesmo contexto, ou seja, no universo mercadológico. Suas iniciativas e a forma ousada de gerir suas atividades permitem defini-la como uma empreendedora visionária, capaz de exercer papéis variados com a finalidade de romper e superar obstáculos, alcançando sua independência (DE ARAÚJO; FAHD; COSTA, 2022).

Faz parte da vida das mulheres contemporâneas sua ativa participação nos cuidados da família e na administração da casa, bem como seu forte envolvimento em atividades produtivas fora do lar (JONATHAN, 2011).

Machado (1999) no seu artigo:

“Tendências do comportamento de gestão da mulher empreendedora” estudou as principais características de gestão adotadas pelas mulheres empreendedoras e concluiu que as mulheres têm uma tendência de gestão para: ter objetivos claros, manter uma estrutura simples e ter um comportamento estratégico inovador. Verificou, ainda que as mulheres empreendedoras têm um estilo de gestão do gênero cooperativo de liderança e dão muita importância à qualidade. Apurou que as empreendedoras tentam satisfazer todos os colaboradores, como se tomassem conta deles (Machado, 1999).

Segundo a pesquisa GEM, a mulher brasileira é uma das que mais empreende no mundo. Considerando que, em 2010, a população adulta brasileira (de 18 a 64 anos) era de 120 milhões, que a TEA era de 17,5% e sabendo que, dentre os empreendedores iniciais, 49,3% eram mulheres, conclui-se corretamente que o número de empreendedores iniciais do sexo feminino era, em milhões, aproximadamente, 10,4.

A crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico e a significativa contribuição do empreendedorismo feminino para o desenvolvimento do país (JONATHAN, 2011)

Segundo Tiedge (2004), apud JONATHAN (2011):

“verifica que mães que trabalham tendem a utilizar cinco estratégias para lidar com as demandas do trabalho e da maternagem: i) estratégia supermulher, na qual se busca eficiência no desempenho de todos os papéis sociais; ii) planejamento e administração do tempo, estratégia cuja meta é otimizar o desempenho dos papéis; iii) reinterpretação cognitiva das demandas, que envolve, por exemplo, a diminuição de seu próprio padrão de exigências; iv) afastamento das atividades menos importantes, podendo envolver não assumir novas responsabilidades; v) estratégia multitarefa, que implica em desempenhar várias atividades ao mesmo tempo (Tiedge, 2004 apud JONATHAN, 2011).”

Segundo o Relatório Especial sobre Empreendedorismo Feminino no Brasil, pesquisa elaborada pelo Sebrae que analisou o perfil das empreendedoras no Brasil – nosso país teve a 7ª maior proporção de mulheres à frente do seu próprio negócio. Pois é, um número bem expressivo. Principalmente se considerarmos as grandes áreas de atuação que as mulheres estão mais ativas, pois são faixas de mercado rentáveis e que movimentam constantemente nossa economia. São elas: Beleza; Moda; Alimentação (SEBRAE, 2019).

Mesmo com todo o cenário positivo de crescimento, ainda notamos que existem diversos avanços a serem feitos.

Quadro 2 – Os principais desafios para mulheres empreendedoras

Preconceito	Primeiro ponto é a discriminação no ambiente de trabalho e a diferença de oportunidades em relação aos homens. Porém, essa
-------------	--

	questão é algo que já vem sendo discutida ao longo dos anos e podemos enxergar mudanças consideráveis.
Dupla jornada	Além do preconceito, vimos que mulheres precisam conciliar todas suas responsabilidades da vida pessoal com a profissional. Muitas empreendedoras são conscientes do seu papel econômico, mas uma faixa considerável ainda é responsável pela administração da casa e educação dos filhos.
Autoconfiança	O fator medo e autoconfiança é algo que se faz como um grande desafio, porém pode ser contornado com melhorias nos aspectos tanto comportamentais, quanto técnicos. Essa busca leva a empreendedora a ter mais segurança em suas tomadas de decisões.

Fonte: SEBRAE (2019)

Baseado na literatura sobre o empreendedorismo feminino, percebe-se uma distinção de características e de motivações das mulheres empreendedoras, o quão impõem em suas ações. Estudos mostram a importância de entender a singularidade, uma vez que muito é representante o aumento de mulheres no mercado empreendedor, nisto a maior parte delas pertencem sobre aspectos característicos próprio e individuais. Considerando como detalhe, o lugar de onde estão, cidade, região, podendo ter muitas facilidades em alguns casos para empreender e outras terem dificuldades.

A maior parte da produção científica se volta para a descrição de características associadas aos empreendedores de forma geral e, entre tais estudos, encontram-se aqueles que buscam definir as peculiaridades das mulheres frente aos negócios (Guimarães, 2004 apud FERREIRA; NOGUEIRA, 2013).

Portanto, há diferentes maneiras de empreender, e os exemplos apresentados não esgotam as possibilidades. Qual maneira é a mais ou menos adequada para determinar pessoa não vem ao caso, pois essa análise não é simples ou pode ser considerada praticamente impossível de ser feita com precisão. Porém, o mais provável de se identificar é a motivação que leva uma pessoa a empreender (Dornelas, 2018, p 13)

O empoderamento das mulheres, após a conferência de Pequim em 1995, estabeleceu-se como um ponto chave de reflexão e um objetivo estratégico no quadro

de gerar garantias de progresso para as mulheres e na busca da conquista da igualdade. Após várias décadas de pesquisa e teorização sobre o tema, as teóricas feministas têm fornecido críticas, discussões e conceituações sobre o significado do empoderamento feminino, com base no fato de que em todas as sociedades as mulheres têm menos capacidade de decisão sobre suas vidas e seus trabalhos, hoje no século 21 (ABRIL; LÓPEZ; BRAVO 2021).

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 (FERNANDES, 2022).

1.3 PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA

Segundo Dolabela (2005), citado por DE OLIVEIRA (2011), é importante conhecer o perfil do empreendedor de sucesso, para que possamos aprender a agir adequadamente. Podemos agrupar os requisitos básicos para o sucesso na arte de empreender, em grupos: características inerentes ao ser humano, determinantes da personalidade e, por outro lado, conjunto de conhecimentos tecnológicos e gerenciais.

A identificação de alguém na condição de empreendedor ou com perfil de empreendedorismo não é simples, direta nem objetiva. Primeiramente porque a própria definição de empreendedor já tem certa subjetividade. Além disso, e o mais importante, são diversas as variáveis que influenciam a atitude empreendedora de alguém (RUIZ, 2019).

Para BAGGIO, BAGGIO (2015) as mulheres empreendedoras vão aplicando suas capacidades com ideias e criando negócios. As mulheres estão ocupando espaços também na criação e desenvolvimento dos negócios. Muitas delas apresentam características de empreendedores, tendo especificidades com relação às características dos homens empreendedores, conforme demonstrado no próximo quadro:

Quadro 3 – Comparativo Empreendedores x Empreendedoras

Características	Empreendedores (homens)	Empreendedoras (mulheres)
Motivação	Realização - lutam para fazer as coisas acontecerem;	Realização – conquistas de uma meta;

	Independência pessoal - autoimagem relacionada ao status obtido por seu desempenho na corporação não é importante; Satisfação no trabalho advinda do desejo de estar no comando.	Independência – fazer as coisas sozinhas.
Ponto de partida	Insatisfação com o atual emprego; Atividades extras na faculdade, no emprego atual ou progresso no emprego atual; Dispensa ou demissão; Oportunidade de aquisição	Frustração no emprego; Interesse e reconhecimento de oportunidade na área; Mudança na situação pessoal.
Fontes de fundos	Bens e economias pessoais; Financiamento bancário; Investidores; Empréstimos de amigos e familiares	Bens e economias pessoais; Empréstimos pessoais.
Histórico profissional	Experiência na área de trabalho; Especialista reconhecido ou que obteve um alto nível de realização na área; Competente em uma série de funções empresariais.	Experiência na área de negócios; Experiência em gerência intermediária ou administração; Histórico ocupacional relacionado com o trabalho.
Características de personalidade	Dá opiniões e é persuasivo; Orientado para metas; Inovador e idealista; Alto nível de autoconfiança; Entusiasmado e enérgico; Tem que ser seu próprio patrão.	Flexível e tolerante; Orientada para metas; Criativa e realista; Nível médio de autoconfiança; Entusiasmada e enérgica; Habilidade para lidar com o ambiente social e econômico.
Histórico	Idade no início do negócio: 25-35; Pai autônomo; Educação superior – administração ou área técnica (geralmente engenharia); Primogênito.	Idade no início do negócio: 35-45; Pai autônomo; Educação superior - artes liberais; Primogênita.
Grupos de Apoio	Amigos, profissionais conhecidos (advogados, contadores); Associados ao negócio; Cônjuge	Amigos íntimos; Cônjuge; Família. Grupos profissionais femininos; Associações comerciais.
Tipo de negócios	Indústria ou construção.	Relacionados à prestação de serviços – serviço educacional, consultoria ou relações públicas.

Fonte: adaptada, Hisrich & Peter (2004, p. 86) apud BAGGIO, BAGGIO, 2015

Ao ressaltar as características da liderança feminina, Brush (1998), apud JONATHAN (2011) argumenta que as empreendedoras tendem a adotar uma forma singular de manejar com diferentes recursos organizacionais.

Ainda que atualmente pessoas, incluindo as mulheres, com ideias admiráveis e uma motivação excepcional ao organizar negócios. É inegável o fato de que mulheres empreendedoras têm características predominantes.

Segundo RUIZ (2019) o tema bastante usado na literatura de empreendedorismo é a motivação para empreender. As motivações são bastante pessoais e individuais de cada empreendedor. Entretanto, se mesmo assim quiséssemos elencar um grupo grande de motivações típicas para empreender, as seguintes razões seriam apontadas e descritas

- **Necessidade específica focada em seu sustento:** falta de outra opção e necessidade de se manter ou manter uma família financeiramente;
- **Oportunidade inesperada que surge:** em diversos momentos de nossas vidas algumas oportunidades de novos projetos, carreiras, negócios surgem, e os empreendedores estão sempre abertos e analisa-las;
- **Chance de acúmulo de capital:** muitos empreendedores enxergam o novo empreendimento ou novo negócio próprio como a chance de enriquecer e ser independente financeiramente;
- **Outros diversos motivos:** desejo pela independência pessoal, disposição para os riscos e gosto por contextos de incertezas, atração por desafios, projeto pessoal de vida, consciência social, senso de criação de empregados, tino empresarial, entre outros.

Estamos vivendo em um período em que o mercado de trabalho está muito instável, a pandemia causada pelo Coronavírus impactou países desenvolvidos e subdesenvolvidos, todas as áreas do mercado de trabalho foram atingidas. O desemprego atingiu números alarmantes e milhares de pessoas tiveram que reestruturar a vida e os empreendimentos (SOUSA, 2022).

A quantidade de mulheres que começaram a empreender cresceu globalmente durante a pandemia, de acordo com dados do LinkedIn. No Brasil, a porcentagem de novas empreendedoras aumentou 41% em 2020, em comparação com crescimento de 22% em relação aos homens que começaram a empreender no período. O aumento de mulheres empreendedoras é visto como consequência de uma série de

desafios que elas enfrentam em suas vidas profissionais. A pandemia fez com que muitas mulheres tivessem que assumir a dupla responsabilidade de trabalhar e cuidar de casa ou da família, forçando-as a buscar mais flexibilidade do que a oferecida por seus empregadores, aponta o estudo (BRAGA; OLIVEIRA, 2022).

1.4 EMPREENDEDORISMO NO RAMO DE BELEZA

O ramo da beleza sempre foi relevante, oferece boas perspectivas e tem diferentes áreas para empreender com facilidades de ganhar dinheiro. Para muitas pessoas se cuidar é indispensável, querem ficar lindas, se sentirem bem consigo mesma, empoderadas, elegantes e mais importante está adaptado na esfera social em que vive. Isso faz com que o público interessado pelo ramo da beleza, criem seus negócios, se dediquem com grande chance de empreender e procuram sempre o bem-estar de sua clientela. O setor da beleza, na atualidade é o que mais cresce e o melhor para se investir.

Segundo DO VALE; CUTRIM (2019):

A produção discursiva sobre a mulher empresária faz ver e faz falar o sujeito pois orienta sua conduta e o seu discurso. Ser mulher empresária é ser reconhecida por suas qualidades como a de ser empreendedora e é também reconhecer que o sucesso depende de investimentos na formação profissional, que ele está relacionado a uma boa visão de negócios, é também reconhecer a necessidade de ser bonita, saudável, de cuidar do corpo, de ter vida pessoal, de ter apoio da família. Essas práticas estão ligadas à constituição de saberes sobre esse sujeito empreendedor que a torna dócil politicamente e útil economicamente. (DO VALE; CUTRIM, 2019)

Para AMORIM; BATISTA (2012) quando a mulher parte de algo que lhe é comum e fácil, sua possibilidade de acerto aumenta. Existe um ditado popular que diz “faça o que você gosta, para nunca mais ter que trabalhar”. Assim empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor.

O Brasil a cada ano vem subindo no ranking de produtos relacionados a beleza, com isso as grandes indústrias de cosméticos, começaram a investirem em mais qualidade e em mais tecnologias (DE ANNUNCIACÃO, 2017).

Uns dos grandes aliados para o avanço da área da beleza foi a instituição SENAC, começando a investir em cursos na área em todo o Brasil, com o objetivo de

formar, capacitar e especializar futuros profissionais alinhados a valores de qualidade, contemporaneidade e comprometimento nos cursos oferecidos (DE ANNUNCIÇÃO, 2017).

Segundo Dweck (2004), citado por BUFAIÇAL (2019):

Indica o aumento do setor de higiene e beleza que cresceu tanto em relação ao número de pessoas que trabalham no setor quanto em relação ao volume de lucros obtidos no mesmo. Para tanto, a autora analisou dados do IBGE com base na Pesquisa Nacional por Amostra por Domicílio – PNAD. O ramo de higiene e beleza é composto por diversas ocupações, de acordo com o Classificação Brasileira de Ocupações – CBO. Fazem parte da família ocupacional as seguintes ocupações¹⁷, sob o código 5161 – Trabalhadores no serviço de embelezamento e higiene: I) 5161 05 – Barbeiro; II) 5161-10 – Cabeleireiro; III) 5161-20 – Manicure; IV) 5161-25 – Maquiador; V) 5161-30 – Maquiador de caracterização; VI) 5161-40 – Pedicure (Dweck,2004; BUFAIÇAL,2019).

O ramo de beleza é o que lidera o ranking das 10 profissões formalizadas. São cerca de 824 mil registros entre cabeleireiros, pedicures e manicures, representando 7,4% dos MEIs no país (SENA, 2020).

Conforme relatado no site TURQUESA ESMALTARIA E BELEZA, há várias razões pelas quais o setor de beleza é tão promissor no Brasil. Primeiro, há uma grande e crescente população de jovens que estão cada vez mais conscientes de sua aparência e procurando maneiras de melhorar sua aparência. Em segundo lugar, o Brasil tem uma renda per capita relativamente baixa, o que significa que existe um grande mercado potencial para produtos e serviços de beleza acessíveis. Por fim, tradicionalmente, os brasileiros são muito apaixonados por moda e estilo, o que ajudou a criar uma demanda por produtos e serviços de beleza de alta qualidade. Os cinco planos de carreira promissores no setor de beleza para 2022/2023:

1- Beauty Blogger/ Vlogger: um dos motivos é que as plataformas de mídia social tornaram mais fácil para as pessoas se conectarem umas com as outras e compartilharem informações. Isso resultou em um interesse crescente em beleza e cuidados com a pele, pois as pessoas estão constantemente expostas a novos produtos e tendências. Outro motivo é que blogueiros/ vloggers de beleza geralmente têm muito conhecimento sobre o setor, devido às suas experiências pessoais experimentando diferentes produtos. Como tal, eles desempenham um papel importante em ajudar as pessoas a tomarem decisões informadas sobre os produtos que compram.

2- Maquiador: a indústria da maquiagem está crescendo e há uma demanda crescente por maquiadores talentosos. Como maquiador, você pode trabalhar em uma variedade de ambientes, incluindo salões, spas, resorts e desfiles de moda. Você terá a oportunidade de usar sua criatividade para fazer com que as pessoas tenham a melhor aparência. Existem muitas razões pelas quais ser maquiador é uma carreira promissora no setor de beleza hoje.

3- Cabeleireiros: há muitas razões pelas quais ser cabeleireiro é uma ótima escolha de carreira. Para começar, o setor está crescendo e sempre há uma alta demanda por cabeleireiros qualificados. Isso significa que há muitas oportunidades de emprego disponíveis, tanto em salões quanto em outros campos relacionados, como moda, cinema e TV. Em segundo lugar, ser cabeleireiro é uma profissão muito criativa que permite que você use suas habilidades artísticas para fazer com que as pessoas tenham a melhor aparência. Não há dois dias iguais, pois você está constantemente trabalhando com clientes diferentes com diferentes tipos e estilos de cabelo.

4- Manicure: é uma carreira tão promissora no setor de beleza hoje. Em primeiro lugar, há uma grande demanda por esse serviço, pois mais e mais pessoas estão procurando maneiras de cuidar de sua aparência. Em segundo lugar, é relativamente fácil se qualificar como manicure, o que significa que você pode começar sua nova carreira rapidamente. Finalmente, trabalhar como manicure pode ser extremamente satisfatório, pois você ajuda seus clientes a se sentirem melhor consigo mesmos.

5- Esteticista: O setor de cuidados com a pele está crescendo e espera-se que continue crescendo nos próximos anos. Isso significa que haverá uma demanda crescente por esteticistas treinados na prestação de serviços profissionais de cuidados com a pele. Por um lado, é um investimento relativamente baixo para se tornar um esteticista, o que o torna uma ótima opção para quem quer entrar na indústria da beleza sem incorrer em muitas dívidas. Além disso, os esteticistas podem desfrutar de horários e locais de trabalho flexíveis, bem como a oportunidade de construir seus próprios negócios. Por fim, com o treinamento e a experiência certos, os esteticistas podem ganhar uma renda muito boa.

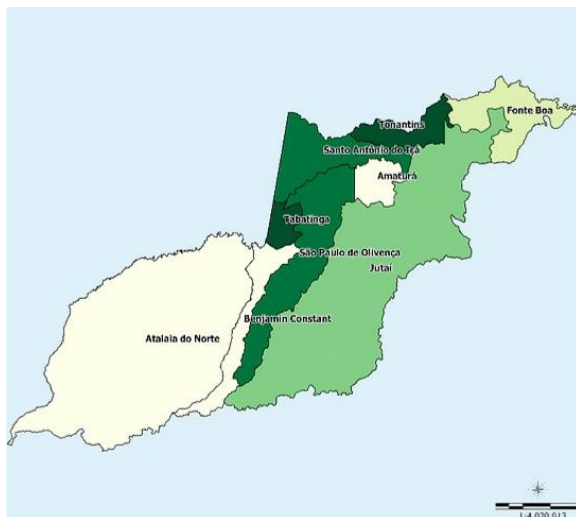
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, serão expostos os métodos que foram aplicados na pesquisa para levantamento dos dados necessários ao cumprimento dos objetivos desse projeto. 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.

2.1 LOCAL DA PESQUISA

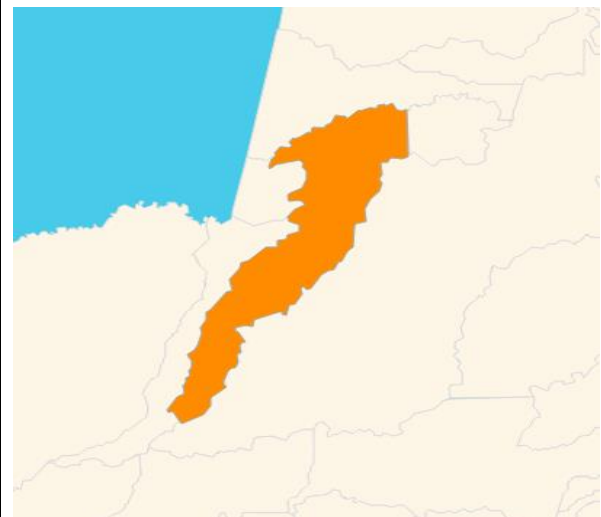
Foi escolhido como campo de pesquisa o município de São Paulo de Olivença, é uma cidade de Estado do Amazonas, Região Norte do país. Os habitantes se chamam paulivenses. O município se estende por 19 745,9 km² e contava com 39 299 habitantes no último censo. A densidade demográfica é de 2 habitantes por km² no território do município. Situado a 75 metros de altitude, de São Paulo de Olivença tem as seguintes coordenadas geográficas: Latitude: 3° 22' 42" Sul, Longitude: 68° 52' 25" Oeste. (CIDADE-BRASIL, 2021).

Figura 1 - Mapa geográfico Microrregião do Alto Solimões do Amazonas



Fonte: CGMA/SDT/MDA (2015)

Figura 2 – Mapa do Município de São Paulo de Olivença



Fonte: Cidade e Estados – IBGE

São Paulo de Olivença é um município pertencente à Mesorregião do Sudoeste Amazonense e Microrregião do Alto Solimões, situa-se ao sudoeste da capital do estado, Manaus, distando desta cerca de 1 235 quilômetros. Sua população estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2021 era de 40 837 habitantes, sendo assim o terceiro município mais populoso do Alto Solimões e o décimo sétimo mais populoso do Amazonas.

Estes são alguns bairros que se localizam na sede do município:

- Bairro de Campinas
- Bairro de Santa Terezinha
- Bairro Colônia São Sebastião
- Bairro União
- Bairro Benjamin Constant
- Bairro Nosso Senhor do Bonfim
- Bairro São João
- Bairro José Carlos Mestrinho (Bairro Novo)
- Bairro União

Além destes bairros, na sede, o município possui 73 distritos.

A distância em linha reta entre São Paulo de Olivença e Benjamin Constant (ambas no Amazonas) é 170.27 km, mas a distância de condução é 241 km. O município de Benjamin Constant é citado, pois refere-se à cidade em que a Universidade Federal do Amazonas/ Instituto de Natureza e Cultura (UFAM/ INC, está situada.

2.2 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa trata-se de um estudo de caráter descritivo, o qual buscar descrever sobre o perfil das mulheres empreendedoras no ramo da beleza da cidade São Paulo de Olivença-AM.

Silva e Menezes (2000, p. 21), diz que “[...] a pesquisa descritiva se propõe a descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coletas de dados: questionário e observação sistemática.

Quanto a sua abordagem, a presente pesquisa é qualitativa e quantitativa. Para Figueiredo e Souza, (2008, p. 100):

Em relação à abordagem Quali-quantitativa, há metodologias que admitem a integração dos métodos qualitativos e quantitativos. A necessidade de trabalhar com dados estatísticos e informações não mensuráveis dependem da questão problema levantada. Na, verdade, não existem regras rígidas, o mais importante é que haja flexibilidade nos procedimentos metodológicos, desde que, sejam adequados ao objeto que se pretende conhecer e ao problema que se quer responder.

Sendo assim importante trabalhar a pesquisa qualitativa e quantitativa, pois será analisado e classificado os perfis socioeconômicos, características e peculiaridades das empreendedoras no ramo da beleza.

2.3 SUJEITOS DA PESQUISA

O público alvo desta pesquisa são mulheres empreendedoras que trabalham no ramo da beleza de diferentes negócios na cidade de São Paulo de Olivença, são esmaltaria, salão de beleza, maquiagem e estética.

Segundo Lakatos e Marconi (1992, p. 108) universo ou população é o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum e amostra é uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo (população), é um subconjunto do universo.

O universo desta pesquisa é de 42 mulheres, esse universo foi dado por meio de uma busca pessoal, boca-boca, indagações feitas por conhecidos. Sua amostragem é de 25 mulheres, as quais aceitaram fazer parte da pesquisa.

2.4 COLETAS DE DADOS

A coleta de dados foi feita através de um questionário semiestruturado aplicado com perguntas abertas e fechadas, como também sobre a pesquisa em questão, utilizando diálogos informais.

Segundo Cosso (2014), perguntas fechadas tendem a evocar maior frequência de relatos distorcidos do que perguntas abertas, pois é mais custoso não

relatar com precisão ao responder perguntas abertas. Além disso, perguntas fechadas tendem a gerar maior probabilidade de previsibilidade de qual resposta verbal será reforçada, sendo em que perguntas abertas, a probabilidade de o participante prever qual resposta verbal será reforçada é bem menor, comparado a perguntas fechadas.

A entrevista semi-estruturada, busca alcançar uma maior profundidade nos dados coletados, bem como nos resultados obtidos, e o método do focusgroup, com base na análise dos dados obtidos na realização de entrevista, busca por via do confronto dessas respostas uma melhor compreensão do denominado estudo científico (NUNES; NASCIMENTO; DE ALENCAR 2016).

Para MARCONI; LAKATOS (2003) uma das etapas mais importantes em uma pesquisa e que exige maior atenção por parte do pesquisador é a coleta de dados em campo, que possui como objetivo a obtenção de informações e/ou conhecimentos acerca de um problema ou fenômeno.

Entretanto, na seção seguinte trata-se sobre dados coletados, através de métodos e técnicas aplicadas, onde mostra por meio de tabela e gráficos os aspectos importantes para os objetivos desta pesquisa.

3 RESULTADOS DA PESQUISA

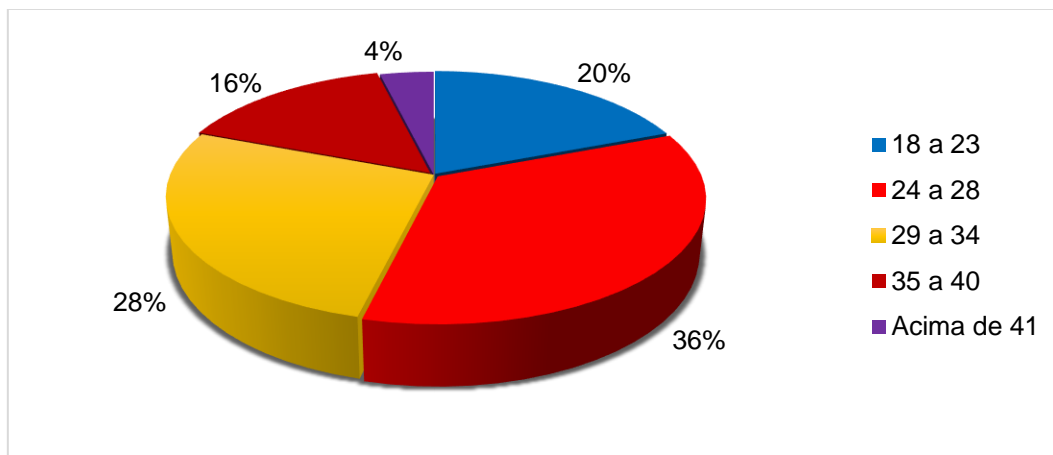
Esta seção tem por objetivo apresentar a análise e a discussão dos resultados da pesquisa, o qual é feito por meio de um questionário semiestruturado aplicado (Apêndice B), realizada com vinte e cinco (25) empreendedoras que aceitaram a colaborar com a pesquisa, sendo elas de esmaltaria, de salão de beleza, de estética e de maquiagem.

O questionário foi aplicado com perguntas abertas e fechadas. O qual contém indagações sobre o perfil socioeconômico das empreendedoras; características empreendedoras e sobre seus empreendimentos. Os resultados da pesquisa serão expostos a seguir.

3.1 PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS

Neste tópico é feita a série dos perfis das mulheres empreendedoras, seguindo assim pela faixa etária, estado civil, filhos e o grau de escolaridades das mesmas.

Gráfico 1 – Faixa etária das empreendedoras

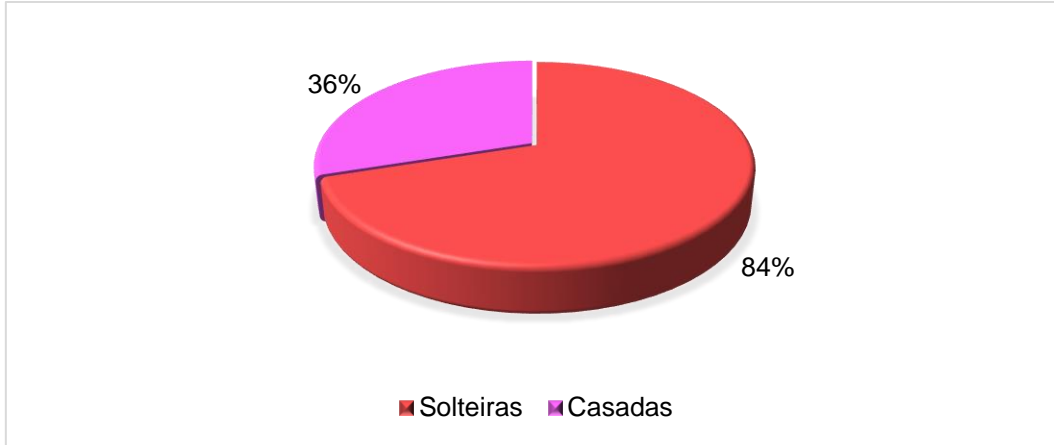


Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

No Gráfico percebe-se que a maioria das empreendedoras respondentes que atuam na área da beleza em São Paulo de Olivença tem em média de 24 a 28 anos (36%), e com 28% na idade de 29 a 34 anos, 20% das empreendedoras tem idade de

18 a 23 anos, o que se pode considera, que as empreendedoras quanto jovens estão buscando em empreender.

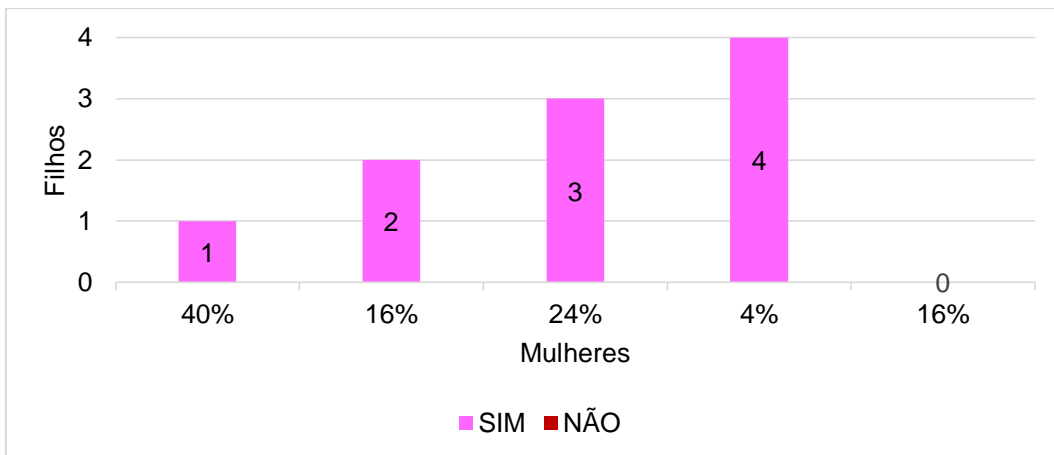
Gráfico 2 - Estado Civil



Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

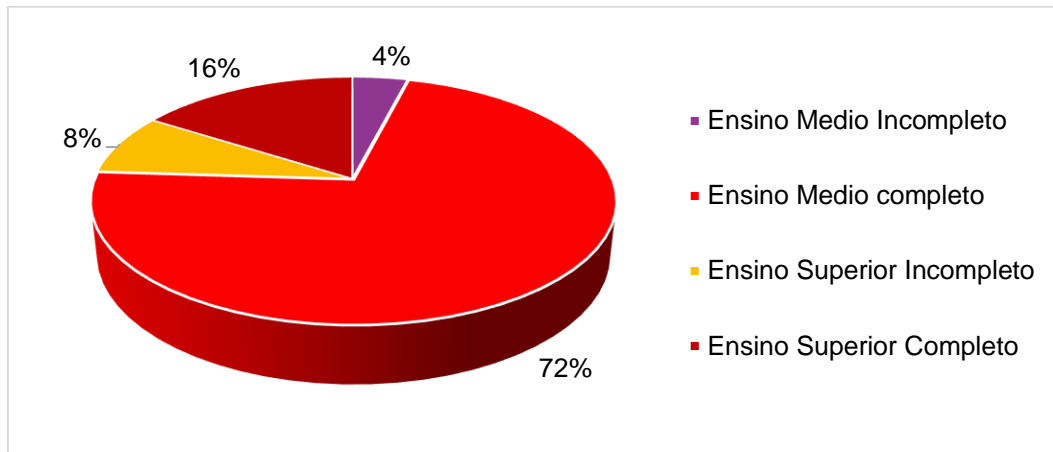
No gráfico, observa-se que a maioria das mulheres que tem seus empreendimentos são solteiras, 84% e que somente 36% são casadas, não havendo divorciadas e nem viúvas.

Gráfico 3 – Quantidade de filhos



Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

Nota-se que 40% das mulheres empreendedoras possuem apenas um (01) filho, dado importante, pois mulheres que estão à frente dos negócios estão tendo menos filhos e somente 4% delas possui quatro (4) filho. É importante observar que 16% delas não tem filhos.

Gráfico 4 – Grau de Escolaridade

Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

Em relação ao grau de escolaridade, tem-se que 72% das depoentes possuem o Ensino Médio completo, 16% possuem o Ensino Superior completo, 8% delas tem o Ensino Superior Incompleto e 4% possuem o Ensino Médio Incompleto. Duas entrevistadas têm formação no ramo da beleza, o que é relevante para a área de seu empreendimento.

3.2 CARACTERÍSTICAS DAS EMPREENDEDORAS

Neste tópico, aponta-se sobre as características das empreendedoras, em que elas tiveram a opção de escolher mais de uma característica, dependendo do qual elas se sentissem que tal característica fazia parte de sua personalidade.

Quadro 4 – Características que as empreendedoras possuem

Características	Quant. De Mulheres
Criatividade	02
Criatividade e ser multitarefa	02
Criatividade e liderança	02
Iniciativa	03
Iniciativa e criatividade	01
Iniciativa e dinamismo	01
Iniciativa e liderança	01

Perseverança	02
Perseverança e criatividade	02
Perseverança e ser multitarefa	01
Perseverança, iniciativa e ser multitarefa	01
Liderança	02
Liderança e ser multitarefa	01
Possui todas as características, e ainda ser arrojada	04

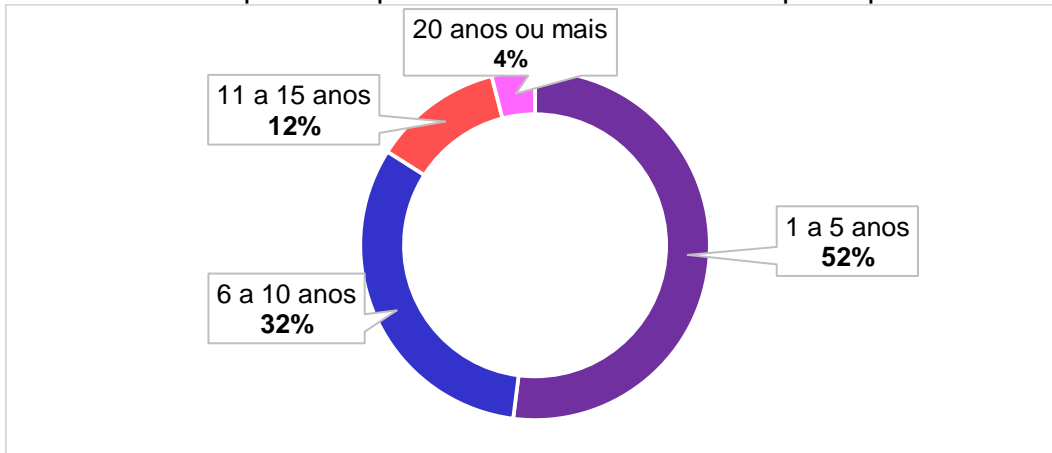
Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

Considerando a tabela, sobre características empreendedoras que as entrevistadas possuem, a indagação em conversa informal, foi aberta, podendo considerar mais de uma, como: Perseverança; Liderança; Dinamismo; Iniciativa; Criatividade; ser multitarefa e outras. Os aspectos variam de pessoa para pessoa, alternando, algumas com apenas uma característica, outras com mais de uma.

Sendo assim, interessante observar que quatro (04) das mulheres possuem todas as características e ainda colocou ter um “perfil arrojado” (conservadora e moderadora), três (03) respondentes consideram ter iniciativa, duas (02) mulheres possuem criatividade, duas (02) mulheres tem perseverança e também duas (02) tem a liderança.

Para Dolabela (2006, p. 41) empreender é um ato de paixão. Ao se apaixonar, o indivíduo faz vir à tona o potencial empreendedor presente na espécie e libera as características empreendedoras que podem ser citadas como: a persistência, o conhecimento do ambiente do sonho, a criatividade, o protagonismo, a liderança, a autoestima, a crença em si mesmo, a crença em que seus atos podem gerar consequências. Identifica também Silveira e Gouvêa (2008) uma expressiva participação feminina no empreendedorismo. Apontam, as principais características da mulher que opta por empreender: motivação, sonho, criatividade, ousadia, foco, competência, coragem, habilidade, persistência, dinamismo, versatilidade, conhecimento, preparo, aperfeiçoamento constante e muita perseverança.

Gráfico 5 – Tempo de empreendimento das mulheres participantes:

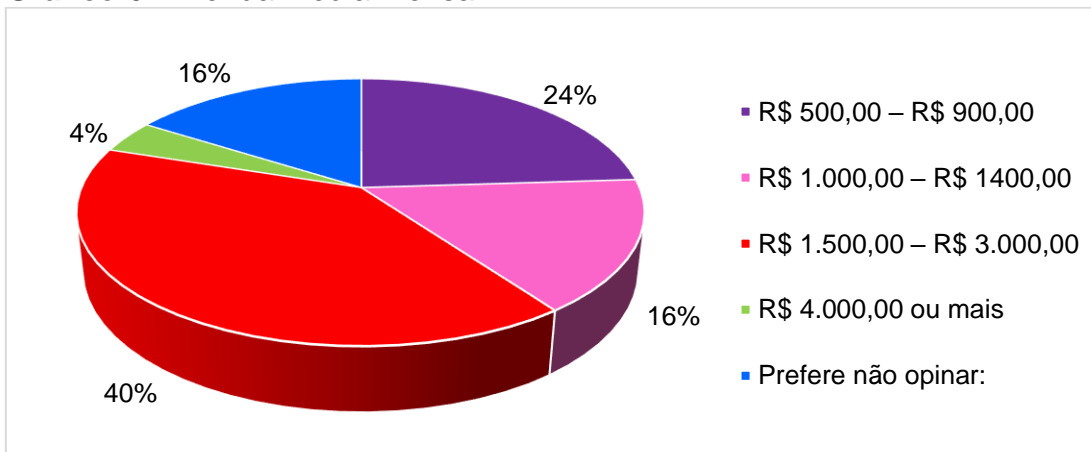


Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

No gráfico apresentado, a maioria das empreendedoras (52%) ainda são novas no ramo, ou seja, com 1 a 5 anos, outras 32% possuem de 6 a 10 anos e com 12% tem de 11 a 15 anos, o que já contam suas histórias no ramo e por fim a que já trabalha a mais tempo na área da beleza há 20 anos ou mais, 4%, empreendedora tendo mais de 40 anos de idade atualmente.

Citado por ALVES (2018), Dornelas (2014 p. 43) afirma que, “o empreendedor nato começa a trabalhar muito jovem e adquire habilidade de negociação e vendas. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo”.

Gráfico 6 – Renda média mensal

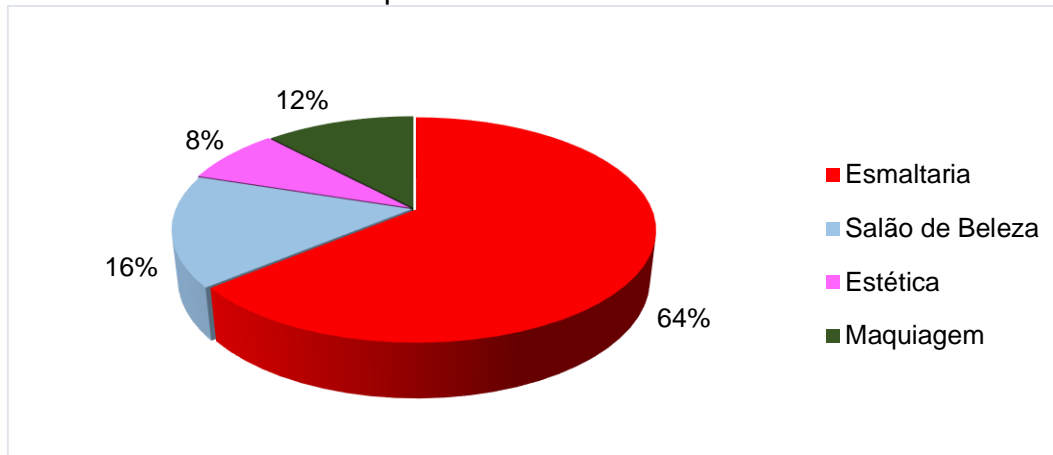


Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

No gráfico 6, sobre renda média mensal, 40% das respondentes, ganham entre R\$1.500,00 a R\$3.000,00 reais, dependendo serviços feitos. 24% das mulheres adquirem de R\$500,00 a R\$900,00 reais ao mês, 16% das empreendedoras passa a

ter mensalmente de R\$1.000,00 a R\$1.400,00 reais. Importante frisar que essa renda média mensal é em períodos normais, sem datas comemorativas. Quando há festas na cidade, como aniversário do município ou alguma data especial, festejos, festas juninas e datas tradicionais de fim de ano (natal e ano novo), empreendedoras no ramo tendem a lucrar mais.

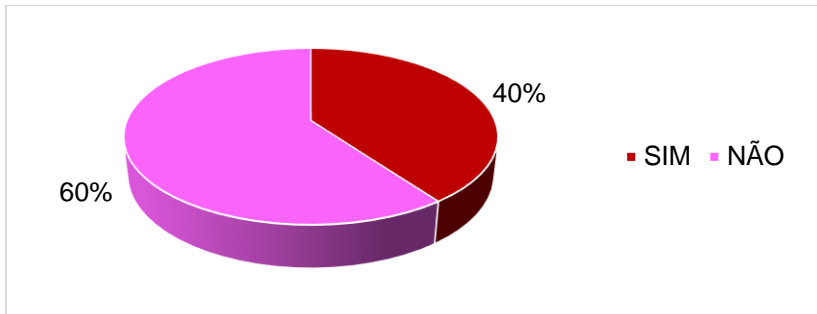
Gráfico 7 – Modelo do empreendimento



Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

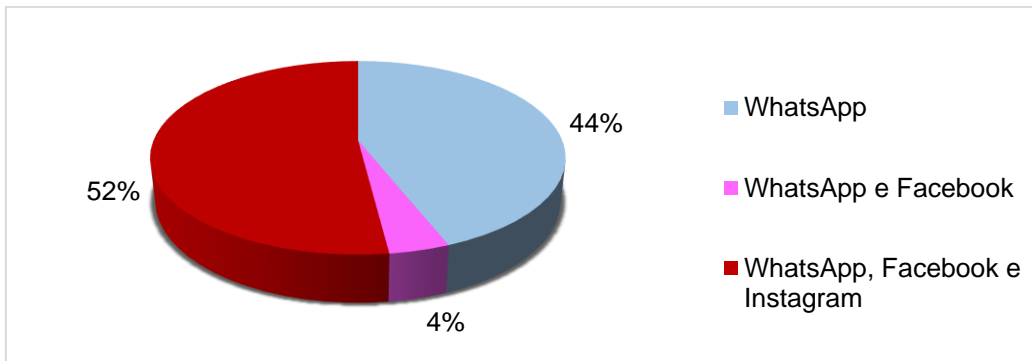
Dentro das atividades das empreendedoras no ramo da beleza, o que mais tem são os empreendimentos em esmaltarias, com 64%, elas realizam seus serviços em seus próprios salões e fazem atendimento em domicílio. As demais atividades que se destacam são os de salão de beleza e maquiagem, 16% e 12%. Por último na área da estética com 8%.

Suas horas no trabalho em média variam, 3 das mulheres trabalham por volta de 12 horas ao dia, 7 delas trabalham 8 horas, 4 mulheres, de 5 a 7 horas, 5 empreendedoras trabalham de 3 a 4 horas, 3 mulheres trabalham de 10 a 15 horas e 3 das mulheres empreendedoras prestem serviços somente por agendamentos, independente de horários específicos.

Gráfico 8 – Ramo da beleza como única fonte de renda

Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

No gráfico 8, empreendedoras afirmam não trabalharem por muitas horas, por fazerem partes de outras atividades ou exercem outros cargos, assim dividindo seu tempo. No entanto, o ramo da beleza não é sua única fonte de renda, afirmando 60% das entrevistadas, e apenas 40% delas trabalham só na área da beleza.

Gráfico 9 – Redes sociais

Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

Em nesta situação, as empreendedoras comentaram sobre a ligação que há entre elas e suas clientes, no que tange o uso das redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp) importantes meios de divulgação servindo como incentivo às suas clientes. Sendo assim, 52% das empreendedoras usa os três meios WhatsApp, Facebook e Instagram. E 44% delas usam apenas o WhatsApp, com grupos no aplicativo para assim manter perto de sua clientela, e somente 4% usa o WhatsApp e Facebook, porque ainda não desejaram fazer a criação da conta em Instagram.

Para Withaker (1998) e Capra (2002) apud DE JESUS; MACHADO (2011), as redes sociais podem estabelecer relações primárias, secundárias e intermediárias, sendo: a) Rede Social Primária: formada por todas as relações que as pessoas estabelecem durante a vida cotidiana, podendo ser composta por familiares, vizinhos,

amigos, colegas de trabalho, organizações, entre outras. As redes de relacionamento começam na infância e contribuem para a formação das identidades; b) Rede Social Secundária: formada por profissionais e funcionários de instituições públicas ou privadas, por organizações não governamentais, organizações sociais; fornece atenção, orientação e informação; c) Rede Social Intermediária: formada por pessoas que receberam capacitação especializada, tendo como função a prevenção e o apoio. Podem vir do setor da saúde, da igreja e inclusive da própria comunidade. As redes sociais secundárias e intermediárias são formadas pelo coletivo, instituições e pessoas que possuem interesses comuns. Elas podem ter um grande poder de mobilização e articulação para que seus objetivos sejam atingidos

Gráfico 10 – Estratégia de fidelização



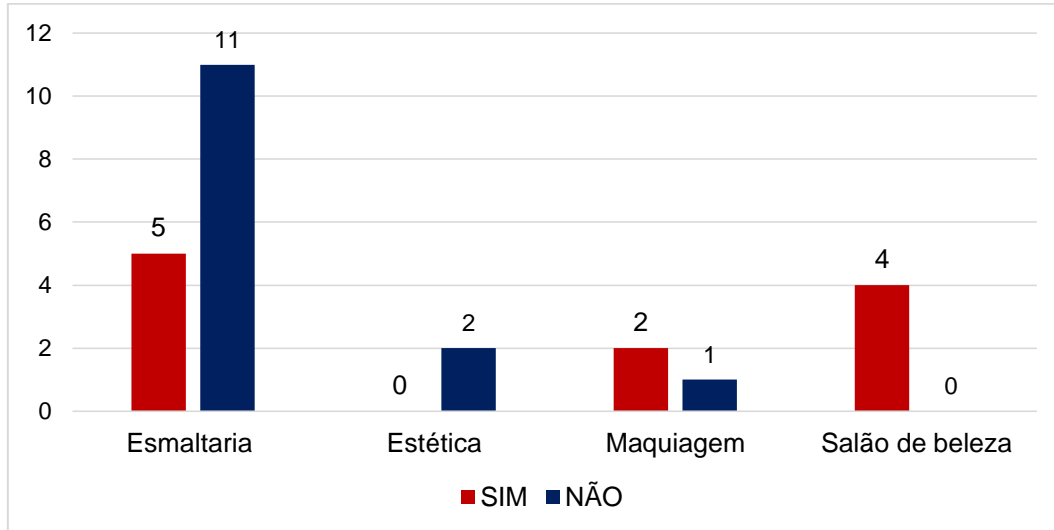
Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

Conforme pesquisa, obteve como resultado que 24% das mulheres tem estratégia de fidelização como a realização de promoções e utiliza cupons especiais, 20% das empreendedoras realiza apenas a promoção, enquanto 20% oferece desconto e 12% oferece desconto, realiza promoções como também faz sorteios de brindes com suas clientes.

Angelo e Silveira (2001, p. 215) referem que a fidelização está inserida em um contexto mais amplo, no qual a empresa está voltada para o cliente. É adotado um conjunto de política que visa à empresa a focar no cliente, fidelizando cada vez mais, tornando-se um agente de transformação e mudanças das empresas. Uma política de

fidelização pode transformar as relações internas de uma empresa, tornando-a mais transparente, moderna e competitiva.

Gráfico 11 – Conhecer homens que atuam no mesmo tipo de negocio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

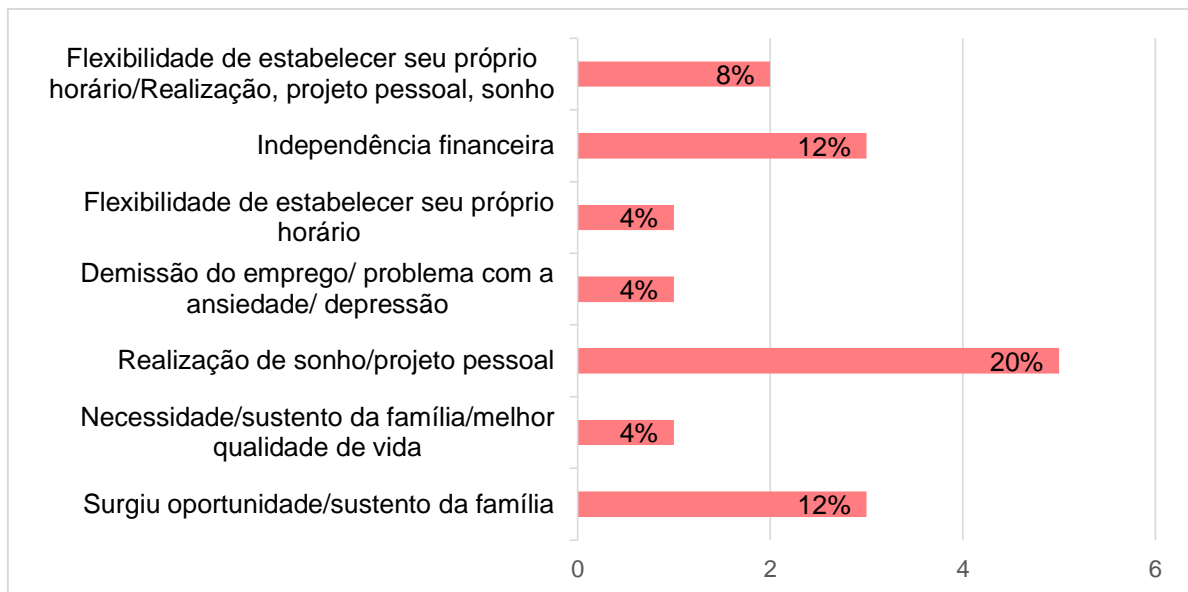
Ao indagar as empreendedoras, sobre conhecer homens que atuem no mesmo tipo de negócios, cinco (31,25%) das que trabalham em esmaltaria afirmaram que conhecem, enquanto onze (68,75%) dizem não conhecer. No empreendimento da estética, as respondentes confirmam que não conhecem homens que trabalham na área. Duas (66,67) das mulheres conhecem homens que também fazem maquiagem, e 33,33 não conhecem. Quanto as mulheres que trabalham em salão de beleza, todas conhecem homens que trabalham também na área. Assim podendo alegar, a vantagem de mulheres que trabalham na área da beleza no município.

O elevado crescimento do empreendedorismo feminino advém também da constante superação da mulher, da busca pelo seu lugar no mercado, da persistência pela igualdade e a perseverança pela liberdade e independência financeira, a mulher busca cada vez mais se alto sustentar, sustentar seus filhos e ser sua própria base, a descoberta por mulheres com características fortes tem crescido juntamente com o índice de empreendedorismo feminino, pois chegar a esse poste, acaba dando força para que a mulher sinta-se mais corajosa, firme e capaz de alcançar qualquer objetivo (PESO, 2022).

3.3 FATORES MOTIVACIONAIS NA ESCOLHA PELO EMPREENDEDIMENTO

Nesta seção, aplica-se sobre os motivos que levaram as empreendedoras a abrir seus negócios. Em que elas buscam com o empreendedorismo uma forma de obter seus recursos financeiro.

Gráfico 12 – Fatores motivacionais



Fonte: Dados da pesquisa, autora (2023)

Através das respostas, chega-se à conclusão que a maioria das empreendedoras (20%) teve como principal fator motivacional a realização de sonho/projeto pessoal. Percebe-se, também, que 12% dessas mulheres quiseram a sua independência financeira e, 12% é empreendedora porque quis ter de onde tirar o sustento da família e também surgiu oportunidade na área da beleza.

Segundo SOUSA (2022) existem diversos fatores que as motivam a abrirem seus empreendimentos, elas buscam recompensas não somente financeiras, mais além disso desejam a realização profissional, o bem-estar próprio e de sua família, como também satisfação de colaborar de alguma forma com a sociedade. Sabemos que empreender é algo desafiador, principalmente quando falamos de mulheres ou algo liderado por elas tornando o desafio ainda maior.

3.4 VANTAGENS E DIFICULDADES NO RAMO DA BELEZA

Como base nas indagações de forma aberta, com os diálogos informais, as empreendedoras comentaram sobre as facilidades e dificuldades encontradas na área da beleza. Conforme as falas serão identificadas por E1, E2, E3, E4, E5. Como vantagens, as empreendedoras ramo da beleza relatam sobre público grande; grande procura existente por pessoas; motivação ao trabalho/ paixão ao trabalho e divulgação do trabalho, sempre tem serviço a ser feito:

E1: Na área da beleza, há muita facilidade devido à grande procura existente por pessoas, de modo que é vantajoso trabalhar com a manicure, pedicure, plástica dos pés, e spa dos pés.

E2: A facilidade que tem para trabalhar nesse ramo, é que são serviços muito procurados, e sempre estou motivada a trabalhar, pois tudo que faço é por paixão ao meu trabalho e gosto de ver as clientes satisfeitas”

E3: A maior facilidade que tenho é para divulgar meu trabalho, e sempre estou na batalha, sempre aparece aparecem pessoas procurando meus serviços”

E4: O mercado nessa área é amplo, temos grandes vantagens de empreender nesse ramo”

E5: O público a procura dos serviços não falta, por vezes há dias que não faço, outros tenho que marcar para outro dia”

Sobre as dificuldades, a maioria das respondentes, relatam situações diversas. Conforme as falas serão identificadas por E1, E2, E3, E4, E5, E6 e E7, sobre aquisições dos produtos de qualidades, relação própria quanto com o público, qualificação na área (cursos de aprimoramento), um espaço físico próprio (atendimento a domicilio), como empreender, como lidar com a concorrência:

E1: A maior dificuldade que tenho é em relação ao material, para adquirir os produtos de qualidade, preciso viajar, pois na cidade não tem.

E2: A dificuldade é em relação a aquisição de produtos de qualidade.

E3: A maior dificuldade encontrada é na compra de materiais de qualidade, temos que mandar buscar de outras cidades, o que leva um custo maior.

E4: O que vejo como uma dificuldade, é em relação a mim mesma, por ainda não lidar bem com o público e também há concorrência.

E5: Uma dificuldade vejo no geral, seria a qualificação na area, cursos de aprimoramento, temos que sair da cidade em busca desse objetivo.

E6: Vejo como a dificuldade, pois ainda não tenho um espaço físico próprio, é cedido e as vezes tenho que me locomover para atendimentos a domicilio.

E7: Dificuldade ainda é na parte do empreendimento, sou nova no ramo, lidar com a concorrência, saber administrar o tempo de trabalho com a família e filhos.

Pode-se perceber com os relatos das empreendedoras diante das facilidades e dificuldades encontras em trabalhar no ramo da beleza, que nessa há uma chance grande de investir como empreendimento, apesar das dificuldades de compras de produtos, há bons lucros.

Portanto, em toda área a ser estudada, há as vantagem e dificuldades, sabendo disso, então foi indagado às empreendedoras sobre quais seriam sua vantagem e dificuldades em trabalhar na área da beleza.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa visou analisar o perfil das mulheres empreendedoras no ramo da beleza no município de São Paulo de Olivença – Amazonas. Entretanto essas mulheres buscam sua autonomia, as quais tem facilidade em conciliar seu trabalho com a família, ou seja, tem maior flexibilidade em estabelecer seus horários com mais liberdade. Nos objetivos específicos buscou-se identificar mulheres empreendedoras no ramo da beleza e analisar seu empoderamento feminino; identificar as vantagens e dificuldades no ramo da beleza no município. O qual foi localizada 25 mulheres atuantes na área da beleza, dividindo assim, 16 de esmaltaria, 04 de salão de beleza, 02 de estética e 03 de maquiagem, nisto foi relevante conhecer um pouco das suas histórias.

A maioria das entrevistadas afirmam que empreendeu pela realização de sonho ou projeto pessoal, quiseram a sua independência financeira e com surgimento da oportunidade de poder empreender no ramo, assim gerando boa lucratividade, garantindo ter sua independência e também o sustento familiar. A problemática do objetivo foi respondida, sendo que foram vistos os fatores que realmente as mulheres usaram como forma de abrir seus empreendimentos. Bem como os objetivos específicos foram alcançados através dos resultados.

Portanto, considerando os dados levantados nesta pesquisa, sugere-se que os futuros estudos para o ramo da beleza, procuram investigar sobre seus desafios a abrir seu negócio, assim como aprofundar no assunto sobre a aquisição dos produtos de qualidades na cidade de São Paulo de Olivença.

REFERÊNCIAS

ABRIL, DANIEL YIWADY ORDOÑEZ; LÓPEZ, ANA MARÍA CASTILLO; BRAVO, IVONNE MARITZA RODRÍGUEZ. **Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento y la innovación**. Población y Desarrollo, v. 27, n. 52, p. 69-91, 2021.

ANGELO, F. C.; SILVEIRA, G. J.A. **Varejo Competitivo**. - São Paulo: Atlas, 2001.

ALVES, K. L. DE M.. **Modelos de negócios no ramo da beleza: um estudo na região metropolitana de João Pessoa**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso.

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

BACELAR, Kamila Bacelar. **Empreendedorismo, inovação e biotecnologia**. A Economia em Revista-AERE, v. 23, n. 1, p. 49-56, 2015.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2015.

BRAGA, D.; OLIVEIRA, B. **Empreendedorismo feminino no Brasil aumenta 41% durante a pandemia, diz LinkedIn**. CNN BRASIL, São Paulo, 22 de julho 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/empreendedorismo-feminino-no-brasil-aumenta-41-durante-a-pandemia-diz-linkedin/#:~:text=A%20quantidade%20de%20mulheres%20que,come%C3%A7aram%20a%20empreender%20no%20per%C3%ADodo>>. Acesso em: 14 nov 2022.

BUFAIÇAL, L. C. de S. et al. **Trabalho e regulação: sociabilidade e empreendedorismo no ramo de higiene e beleza**. 2019.

CARVALHO, F. V. de B. et al. **Empreendedorismo Feminino: O empoderamento da mulher no mercado de trabalho na cidade de Santa Inês-MA**. OPEN SCIENCE

RESEARCH III, v. 3, n. 1, p. 2010-2026, 2022.

CASTRO, E.L.S.; GUIMARÃES, T.A. **Empreendedorismo além do Plano de Negócio**. São Paulo, Editora Atlas, 2006

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2.ed. rev. e atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

CHIAVENATO, IDALBERTO. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio**. - 2.ed. rev. E atualizada. - São Paulo: Saraiva, 2007.

COSSO, E. **Perfil de empreendedoras femininas: estudo de caso do núcleo das mulheres empreendedoras da associação comercial e industrial de Santo André – SP**. Dissertação de Mestrado, Universidade Metodista, 2014.

CRUZ, C. F. et al. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações: um estudo de caso: Pramp's lanchonete**. 2005.

DE ANNUNCIÇÃO, C. G. **Empreendedorismo Educacional: uma proposta inovadora de empreender nos cursos técnicos da área da beleza**. 2017. Tese de Doutorado. PUC Rio.

DE ARAÚJO, A. L.; FAHD, P. G.; COSTA, S. P. **Empreendedorismo feminino: o empoderamento da mulher no mercado de trabalho na cidade de Santa Inês-MA**. 2022

DE JESUS, M. J. F.; MACHADO, H. V. **A importância das redes sociais ou networks para o empreendedorismo**. REA-Revista Eletrônica de Administração, v. 8, n. 1, 2011.

DE LUCENA, P. F.; RODRIGUES, D. F. **Empreendedorismo feminino na cidade de João Pessoa-pb: dificuldades enfrentadas no período do covid-19**. Revista Campo

do Saber, v. 8, n. 1, 2022.

DE OLIVEIRA, A. G. **Viabilidade de abertura de uma empresa no ramo de beleza e estética.** 2011.

DISTANCIACIDADES.NET. **Distância entre São Paulo de Olivença e Benjamin Constant.** Disponível em: <<https://br.distanciaticidades.net/distancia-de-sao-paulo-de-olivenca-a-benjamin-constant>>. Acesso em: 10 dez 2022

DOLABELA, F.; DE LUÍSA, O. **Segredo. Uma Ideia, Uma Paixão e Plano de Negócios.** Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

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

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012

DORNELAS, J. **Introdução ao empreendedorismo.** Empreende Editora, 2018.

DO VALE, L. M.; CUTRIM, I. G. **O dispositivo mídia como prática de objetivação do sujeito mulher empresária/The media apparatus as objectivation practice of the businesswoman subject.** 2019.

FERNANDES, Marcela Dias et al. **Empreendedorismo Feminino: experiências empreendedoras no segmento de estética no município de Tabatinga-Amazonas.** 2022.

FERREIRA, J. M.; NOGUEIRA, E. E. S. **Mulheres e suas histórias: razão, sensibilidade e subjetividade no empreendedorismo feminino.** Revista de Administração Contemporânea, v. 17, p. 398-417, 2013.

FIGUEIREDO, A. M. de; SOUZA, S. R. G. de S. **Como elaborar projetos, monografias, dissertações e teses: da redação científica à apresentação final.** 2ª

ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

GUT, B. C. P.; SANTOS, M. S.; DE OLIVEIRA, E. M. J. **A Mulher Empreendedora e delineamento do perfil profissional da Personal Trainer**. ID on line. Revista de psicologia, v.12, n. 40, p. 315-335,2018.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P.; SHEPHERD, D.A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009. 7. ed.

JONATHAN, Eva G. **Mulheres empreendedoras: o desafio da escolha do empreendedorismo e o exercício do poder**. Psicologia Clínica, v. 23, p. 65-85, 2011.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do Trabalho Científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório publicações e trabalhos científicos** / Eva Maria Lakatos, Marina de Andrade Marconi. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

LOPES, A. K. L. L. et al. **Características e comportamentos do empreendedorismo feminino: um estudo de multicasos em pequenas empresas**. 2016.

LÜDKE, F. E.; BUGS, J. C. **Jovens empreendedores e as dificuldades encontradas na gestão das suas empresas**. Revista de Administração de Empresas Eletrônica-RAEE, n. 6, p. 96-120, 2017.

MACHADO, H, V. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora**. Anais do, v. 23, 1999.

MAISMEI. **MEI Microempreendedor Individual em São Paulo de Olivença, AM**. São Paulo de Olivença. 2023. Disponível em: <https://www.maismei.com.br/mei-microempreendedor-individual-sao-paulo-de-olivenca-am>. Acesso em 16 nov 2022.

MARCONI, M. de A.: LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas 2003

MENDES, G. **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: 26 dez. 2022

NOGUEIRA, N. A.; CORREIA, A. M. M. **A influência do SEBRAE na ação empreendedora do microempreendedor individual da cidade de Mossoró/RN.** 2018. registros de estudos teórico-empíricos no semiárido.

NUNES, G. C.; NASCIMENTO, M. C. D.; DE ALENCAR, M. A. C. **Pesquisa científica: conceitos básicos.** ID on line. Revista de psicologia, v. 10, n. 29, p. 144-151, 2016.

PESO, Larissa Luanna Nascimento et al. **Empreendedorismo feminino: um estudo sobre as características e tipicidades empreendedoras das costureiras do município de Benjamin Constant-AM.** 2022.

SILVA, E. L. & MENEZES, E. M. – **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação.** LED/UFSC. Florianópolis. 2000

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

RAPOSO, K. C. de S.; ASTONI, S. A. F. **A mulher em dois tempos: a construção do discurso feminino nas revistas dos anos 50 e na atualidade.** Cadernos Camilliani. Revista do Centro Universitário São Camilo, ES, v. 8, n. 2, p. 36-37, 2007.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo.** Senac, 2019.

SANTOS, G. **Empreendedorismo feminino se recupera, mas ainda enfrenta velhos desafios,** 2022. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/empreendedorismo-feminino-se-recupera-mas-ainda-enfrenta-velhos-desafios/>. Acesso em: 10 nov 2022.

SANTOS, L, A, N, dos. **Empreendedorismo feminino em Portugal**. 2014. Tese de Doutorado.

SEBRAE. **Aumenta o número de negócios com mais de 3,5 anos no Brasil**. Juntos para empreender. Paraná, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/sebrae-parana/juntos-para-empreender/noticia/2022/05/26/aumenta-o-numero-de-negocios-com-mais-de-35-anos-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 16 nov 2022.

SEBRAE. **Os desafios do Empreendedorismo feminino**. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/os-desafios-do-empreendedorismo-feminino,138d7f773bffa610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 03 jan 2023.

SENA, V. **Veja as profissões que lideram o número de MEIs no Brasil**. Carreira. Exame. 2020. Disponível em: <https://exame.com/carreira/veja-as-profissoes-que-lideram-o-numero-de-meis-no-brasil/>. Acesso em: 16 nov 2022.

SILVA, C. L. et al. **Motivações para empreender: um estudo com mulheres empreendedoras**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 5, n. 4, p. 147-172, 2020.

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

SOARES, C. **Empreendedorismo feminino na moda: estudo de caso das marca Tuani Vieira Brand, Madu Brand e Gi Ferrera**. 2021.

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

TAJRA, S. F. **Empreendedorismo: conceitos e práticas inovadoras**. Saraiva Educação SA, 2014.

TURQUESA ESMALTARIA E BELEZA. **5 carreiras promissoras no setor de beleza para 2022/2023.** Disponível em: <https://turquesaesmalteria.com.br/5-carreiras-promissoras-no-setor-de-beleza-para-2022-2023/#:~:text=Manicure&text=Em%20primeiro%20lugar%2C%20h%C3%A1%20uma,come%C3%A7ar%20sua%20nova%20carreira%20rapidamente>. Acesso em: 04 fev 2023.

VOITTO. **Como surgiu o empreendedorismo e como se tornar um empreendedor de sucesso.** Blog Voitto, 2019. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/empreendedorismo-o-que-e>. Acesso em: 14 fev 2023.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A Sra. está sendo convidado a participar do projeto de pesquisa: **“Empreendedorismo Feminino: Perfil de mulheres empreendedoras no ramo da beleza na cidade de São Paulo De Olivença/AM”**, cujo pesquisador responsável é Crisicley Sebastião Pereira. 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.

A Sra. tem de plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem necessidade de comunicado prévio.

Se julgar necessário, a Sra. dispõe de tempo para que possa refletir sobre sua participação, consultando, se necessário, seus familiares ou outras pessoas que possam ajudá-los na tomada de decisão livre e esclarecida.

Garantimos à Sra. e seu acompanhante quando necessário, o ressarcimento das despesas devido sua participação na pesquisa, ainda que não previstas inicialmente.

Asseguramos à Sra. o direito de assistência integral gratuita devido a danos diretos/indiretos e imediatos/tardios decorrentes da participação no estudo ao participante, pelo tempo que for necessário.

Garantimos à Sra. a manutenção do sigilo e da privacidade de sua participação e de seus dados durante todas as fases da pesquisa e posteriormente na divulgação científica.

A Sra. pode entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal do Amazonas (CEP/UFAM) e com a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), quando pertinente. O CEP/UFAM fica na Escola de Enfermagem de Manaus (EEM/UFAM) - Sala 07, Rua Teresina, 495 – Adrianópolis – Manaus – AM, Fone: (92) 3305-1181 Ramal 2004, E-mail: cep@ufam.edu.br. O CEP/UFAM é um colegiado multi e transdisciplinar, independente, criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos.

Este documento (TCLE) será elaborado em duas VIAS, que serão rubricadas em todas as suas páginas, exceto a com as assinaturas, e assinadas ao seu término

pela Sra., ou por seu representante legal, e pelo pesquisador responsável, ficando uma via com cada um.

Eu _____ declaro, que fui informada dos objetivos da pesquisa de maneira clara. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim desejar. Declaro que concordo em participar.

Nome da Pesquisadora Responsável: Crisicley Sebastião Pereira, aluna do Curso de Administração, do Instituto de Natureza e Cultura/Universidade Federal do Amazonas – INC/UFAM, Rua 31 de Maio S/N - Bairro Bonfim - CEP 69600-000, município São Paulo de Olivença. Telefone/Celular: (97) 984438978. E-mail: cris.spo1999@gmail.com. O TCC é orientado pela Profa. Patrícia Marin Lujan, docente da UFAM/INC. Telefone/Celular: (97) 991779165. E-mail: pmarinl@ufam.edu.br.

Assinatura do Pesquisador Responsável

- () Flexibilidade de estabelecer seu próprio horário. () Melhor qualidade de vida.
 () Demissão do emprego. () Sustento da família.
 () Realização/projeto pessoal/sonho. () Outros. _____

8. Quanto tempo você tem o seu empreendimento?

- () Menos de 5 anos () 16 até 20 anos
 () 6 até 10 anos () Acima de 21 anos
 () 11 até 15 anos

9. Qual sua renda média mensal com os serviços feitos?

- () R\$ 500,00 -900,00. () R\$ 4.000,00 ou mais.
 () R\$ 1.000,00 -1.400,00. () Prefiro não opinar
 () R\$ 1.500,00 -3.000,00.

10. Qual o seu modelo de negócio?

- () Esmaltaria () Salão de cabelos () Estética () Maquiagem

11. Natureza Jurídica do seu negócio:

- () Formal () Informal

12. Tem sócios? Se sim, quantos?

13. Tem funcionários? Se sim, quantos?

14. Que tipo de serviços oferece?

15. Quantas horas por dia, em média, você trabalha?

16. Ramo da beleza é sua única fonte de renda?

- () Não () Sim: Especificar: _____

17. Como empreendedora, o que você faz para se manter conectada com o seu público?

- () WhatsApp () Facebook () Instagram () Outro: _____

18. Dentro das opções abaixo, quais você considera importantes e utiliza como estratégia de fidelização para com as suas clientes?

- () Oferece descontos. () Utiliza cupons especiais.
 () Realiza promoções. () Outros: _____
 () Realiza sorteios de brindes

19. Qual o gênero que mais utiliza-se dos seus serviços?

()Feminino ()Masculino ()Outros_____

20. Qual a faixa etária dos seus clientes?

()Abaixo de 18 anos

()18 até 23 anos

()24 até 28 anos

()29 até 34 anos

()35 até 40 anos

()Atendimento de todas as faixas etárias

21. Atualmente, quais são as principais vantagens encontradas na área da beleza?

22. Atualmente, quais são as principais dificuldades na área da beleza?

23. Quanto empreendedora concilia seu trabalho com atividades pessoais, educação dos filhos, etc.?

24. Considerando o tipo de negócio que realiza, conhece homens que atuem nesse mesmo tipo de negócio, em São Paulo de Olivença?

()Não. ()Sim. Quantos?_____

25. O estabelecimento do seu empreendimento é:

() próprio () alugado, qual o valor:_____

26. Poderia comentar sobre qualquer assunto pertinente à pesquisa que não tenha sido contemplado nas questões anteriores.

Muito obrigada por sua atenção, pela disponibilidade em contribuir com minha pesquisa.