



RELISE

ALÇANDO VOOS À LUZ DO EMPREENDEDORISMO: FATORES QUE INFLUENCIAM AS MULHERES PIRIPIRIENSES A EMPREENDER¹

REACHING NEW HEIGHTS THROUGH ENTREPRENEURSHIP: FACTORS INFLUENCING WOMEN FROM PIRIPIRI TO ENGAGE IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

Auriléia Borges Cruz²

Aline Kárem Santos Carvalho³

Ana Clara Lima da Silva⁴

Francisco Rafael Soares da Silva⁵

Samara Cristina Borges Silva Santos⁶

Tallisson Espedito Lustosa Melo⁷

RESUMO

O empreendedorismo como agente de mudanças econômicas é de fato importante para o desenvolvimento de uma sociedade e de um país. Dessa forma, surge a necessidade de se verificar a participação feminina no surgimento de novas empresas na atualidade. Nesse contexto, tem-se como propósito da pesquisa identificar quais os fatores que influenciam as mulheres a empreender, sendo possível ter um panorama de como essas mulheres se mantêm e se sentem como empreendedoras bem como suas limitações e vantagens como mulher no mercado de trabalho. Trata-se de uma pesquisa qualitativa de caráter descritivo. Utilizou-se a técnica de abordagem intencional, sendo o total de sete estabelecimentos participantes. A coleta dos dados se deu através de entrevista, estas devidamente agendadas, gravadas e transcritas para que se tenha uma melhor análise dos dados. O roteiro de entrevista utilizado foi elaborado por Anggadwita e Dhewanto (2016), e teve sua versão adaptada e validada no Brasil

¹ Recebido em 24/06/2025. Aprovado em 05/07/2025. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.17061569

² Instituto Federal de Rondônia. borgesaurileia@gmail.com

³ Instituto Federal Goiano. alinekaremsc@gmail.com

⁴ Instituto Federal do Piauí. anaclaralima0340@gmail.com

⁵ Instituto Federal do Piauí. rafaeldepiripiri@gmail.com

⁶ Instituto Federal do Piauí. samarapreto@gmail.com

⁷ Instituto Federal do Piauí. tallisson.melo.ifpi@gmail.com



RELISE

53

por Gonçalves (2018), devidamente adaptada para se adequar ao presente trabalho. Utilizou-se a Análise de Conteúdo Quantitativa Conceitual para a análise dos dados. O estudo identificou três principais motivações empreendedoras: experiências negativas fora e dentro da área de estética, e experiências positivas no setor. Para pesquisas futuras recomenda-se o estudo de outros setores de atuação, como por exemplo em áreas que majoritariamente homens estão à frente.

Palavras-chave: empreendedorismo feminino, fatores, estética.

ABSTRACT

Entrepreneurship as an agent of economic change is indeed important for the development of society and a country. Thus, it becomes necessary to examine the role of women in the emergence of new businesses today. In this context, the purpose of this research is to identify the factors that influence women to become entrepreneurs, providing an overview of how these women sustain themselves and perceive their roles as entrepreneurs, as well as their limitations and advantages as women in the labor market. This is a qualitative, descriptive study. An intentional sampling approach was used, with a total of seven participating establishments. Data collection was carried out through scheduled interviews, which were recorded and transcribed for better data analysis. The interview script used was developed by Anggadwita and Dhewanto (2016), and its version was adapted and validated in Brazil by Gonçalves (2018), with further adaptations to suit the present study. Conceptual Quantitative Content Analysis was used for data analysis. The study identified three main entrepreneurial motivations: negative experiences both outside and within the beauty sector, and positive experiences in the industry. For future research, it is recommended to study other sectors, such as those predominantly led by men.

Keywords: female entrepreneurship, factors, beauty sector.

INTRODUÇÃO

Schumpeter (2017) defende que a ação de empreender é importante para o desenvolvimento da sociedade, pois o empreendedor é um agente das mudanças econômicas. Por um lado, o Brasil tem um grande potencial empreendedor, de acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019),



RELISE

organização que monitora o empreendedorismo globalmente, em 2019 existiam 38,7 milhões brasileiros atuando em seus próprios negócios.

Diante do exposto surge a situação problema: Quais os fatores que influenciam as mulheres piripirienses a empreender? Para responder a esta questão, colocou-se como objetivo geral da pesquisa: identificar quais variáveis influenciam as mulheres piripirienses a empreender no ramo de estética, tendo como objetivos específicos: caracterizar o perfil das mulheres empreendedoras do ramo de estética, como também explorar as intenções empreendedoras de mulheres que decidiram abrir seu próprio negócio.

Para realização da pesquisa utilizou-se como base o modelo teórico criado por Anggadwita e Dhewanto (2016) e adaptado por Gonçalves (2018). Ambos buscavam desenvolver um modelo estrutural que evidenciava o inter-relacionamento dos fatores chaves que influenciam a intenção das mulheres em empreender. Este modelo foi selecionado por possuir construtos que foram testados e validados no Brasil.

Em primeiro plano, Piripiri, município localizado ao norte do Piauí, foi escolhido para a realização da pesquisa por apresentar, nos últimos anos, um crescimento expressivo na abertura de novos empreendimentos. Optou-se pela área de estética por se tratar de um segmento que figura entre os principais ramos de atividade econômica liderados por mulheres, destacando-se no contexto do empreendedorismo feminino local.

Em conformidade, dados disponibilizados pela Secretaria de Administração (SEAD) indicam 14 empresas de estética registradas no referido órgão do município de Piripiri, onde 93% delas foram abertas por mulheres e que no ano de 2022 a secretaria realizou a efetivação do cadastro de seis novas empresas, destacando a informação de que 83% desses estabelecimentos comerciais foram abertos por empreendedoras.



RELISE

Neste contexto, a justificativa social e econômica desta pesquisa é pautada na visão de que no passado, o mundo dos negócios era caracterizado como algo mais masculino, entretanto, atualmente é crescente a atuação das mulheres no mercado como protagonista da sua própria história tendo autonomia na hora das decisões, flexibilização para conciliar vida pessoal e profissional, além de serem responsáveis pela geração de emprego para si e para outras mulheres (BANDEIRA et al., 2021; KAI; QUEIROZ, 2022).

Enquanto a justificativa acadêmica surge na perspectiva de Fellnhofer (2019), o autor afirma que o empreendedorismo é um tema bastante discutido atualmente, porém há uma carência de interdisciplinaridade e de estudos que abordem outros conceitos além do econômico. Com base neste viés, esta pesquisa propõe uma interdisciplinaridade entre o empreendedorismo e o gênero feminino. Portanto esta pesquisa contribuirá para auxiliar na compreensão dos fatores que influenciam o empreendedorismo feminino local.

Em suma, este trabalho será estruturado em referencial teórico, o qual apresenta os principais autores, conceitos e discussões anteriores sobre o assunto, em seguida será a apresentação e caracterização dos métodos adotados para realização da pesquisa, resultados e discussões, em que serão expostos e discutidos os principais achados da pesquisa e por fim as considerações finais dos autores.

REFERENCIAL TEÓRICO

Empreendedorismo

O interesse pelo empreendedorismo vem despertando em muitas pessoas o surgimento de uma nova possibilidade de trabalho e a visão de outras maneiras de estarem buscando sucesso no mercado profissional, principalmente quando existe uma carência de emprego e encontra-se nele uma maneira



RELISE

estratégica para reconhecer as chances e oportunidades de empregabilidade e, conseqüentemente, geração de renda (BANDEIRA; AMORIM; OLIVEIRA, 2020).

Sendo assim, também caracteriza-se como um fenômeno amplo, que assume um lugar de destaque dentro do ambiente político, social e econômico, tendo grande repercussão em debates relacionados ao tema, com base em pesquisas e estudos científicos, que buscam investigar o perfil, quem são os empreendedores e quais foram as expectativas para o despertar da criação de um negócio (SANTOS; SILVA, 2022).

Ao falar sobre o empreendedorismo, destaca-se a existência de uma relação direta entre crescimento, desenvolvimento da economia e sociedade, sendo vista como a capacidade de identificar problemas e também oportunidades para desenvolver as soluções no investimento de recursos e criação de algo positivo para o ambiente dos negócios (FIUZA et al., 2023; KELLER, 2019; NAKANO et al., 2022; PAREDES, 2022).

Dessa forma, percebe-se que o empreendedorismo não é configurado como apenas mais um simples termo conceitual presente na atualidade do eixo de gestão e negócios, e sim como um fator que proporciona inovações tendo obtido destaque, mais força e evolução do mercado, mesmo com a necessidade de assumir riscos que resultam em aprendizagens por meio dos erros e acertos (FAUSTINO et al., 2020).

Quando se menciona empreendedorismo desde seus primórdios não se vê participação feminina, já que o tema contemplava quase exclusivamente os homens (STROBINO; TEIXEIRA, 2014). Porém, diversos autores, em décadas mais recentes, já buscaram estudar o empreendedorismo feminino e suas particularidades, como as características de personalidade, as motivações, desafios e o comportamento gerencial (MACHADO, 1999; SCHWARTZ, 2006).

O Brasil, na atualidade, está entre os países que possuem o maior número de mulheres empreendedoras, pelo fato de que o Brasil assim como



RELISE

diversos outros países, tomam iniciativa de investimento em capacitação profissional para possíveis empreendedores, porque o nível de conhecimento pode influenciar no surgimento dos mesmos (DORNELAS, 2021).

Segundo pesquisa do Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME) - (2019), mulheres com grau de escolaridade melhor apresentam uma grande porcentagem, 68% delas possuem médio ou superior completo, entretanto, estão inseridas em empreendimentos com pouca inovação o que pode acarretar negócios mais vulneráveis e com menor faturamento.

O crescente debate acerca do empreendedorismo feminino traz diversas consequências positivas para o desenvolvimento das mulheres no mercado de trabalho. Dessa forma elas passam a ter mais autonomia, liderança, independência e mais controle sobre a própria vida, evitando possíveis situações de submissão e violência (SANTOS; SILVA, 2022).

Fatores que influenciam o empreendedorismo feminino

De acordo com Bandeira, Amorim e Oliveira (2020), a percepção de crescimento levando em consideração a presença feminina no empreendedorismo, o aumento em observação sugere a busca pela reflexão a respeito dos fatores que fazem essas mulheres decidirem empreender e os estudos revelam que as motivações consideradas para ocorrer essa iniciativa teriam relação com o desejo de realização, necessidade, oportunidade e discriminação sexual, além de terem condições de ficarem mais próximas da família.

Ainda em discussão sobre os fatores motivacionais, há anos apenas os critérios oportunidade e necessidade vinham sendo analisados, todavia, foi visto que essas alternativas isoladamente não são capazes de refletir os fatores que impulsionam a iniciação dos negócios na contemporaneidade, porque existem



RELISE

fatores que estão diretamente ligados ao indivíduo em si (BANDEIRA; AMORIM; OLIVEIRA, 2020).

Gonçalves (2018) utiliza como justificativa teórica em sua pesquisa a definição de variáveis que foram trabalhadas como fatores que poderiam influenciar as mulheres no ambiente do empreendedorismo que, segundo a literatura consultada, seriam: intenção empresarial, atitude pessoal, competências individuais, características psicológicas e dificuldades.

Segundo Martins, Veiga e Cortez (2020), a intenção empresarial pode ser entendida como a ideia subjetiva em começar um empreendimento, desenvolver uma atividade com projeções futuras, voltadas para o próprio negócio. Alguns autores afirmam que esta antecede ao empreendedorismo propriamente dito, mesmo assumindo que nem sempre os resultados previstos estarão de acordo com o constructo (FERREIRA, 2019).

A atitude individual é adquirida através dos comportamentos e crenças, ou seja, se a pessoa apresenta uma conduta favorável, ela terá uma atitude consequentemente positiva, percebendo que tal característica influencia na intenção das mulheres na dimensão empresarial para explicar a referida manifestação subjetiva (GONÇALVES, 2018).

O termo competência abrange, em sentido amplo, a combinação de atitudes, conhecimentos e habilidades (CODA, 2016). Sendo assim, infere-se que as competências resultam de vários saberes, que são adquiridas de muitas formas: aprendizagem, transferência e adaptação, que agregam ao indivíduo um leque de conhecimentos e habilidades que ajudarão na solução de determinadas situações em concreto (SILVA, 2022).

Fatores como orientação da ação e esperança (voltada para a tomada de decisão), surgem como quesitos importantes que refletem nos resultados positivos como consequência para o desempenho do empreendimento, dentro das características psicológicas (PRZEPIORKA, 2017). Gonçalves (2018) ainda



RELISE

destaca que são pontos que induzem o indivíduo a praticar atividades empreendedoras e, portanto, influenciam significativamente nas atitudes pessoais, contribuindo também nas competências.

Atualmente, a mulher enfrenta grandes percalços quando se refere ao empreendedorismo. Percebeu-se que as questões ligadas à família, recursos financeiros, a busca pelo sucesso, e novas oportunidades se sobressaem como fatores de dificuldade para a criação de empreendimentos, visto também que podem ser destacadas o enfrentamento ao machismo, sobrecarga das funções em casa e no trabalho (VIEIRA; VIEIRA; ENES, 2022).

METODOLOGIA

A referida pesquisa está caracterizada como qualitativa que, segundo Marconi e Lakatos (2017), esse tipo de estudo objetiva verificar e analisar mais profundamente determinados aspectos, tendências de comportamentos e possíveis investigações. Trata-se de uma pesquisa de caráter descritivo, pois serão coletados dados para descrever uma realidade, através de entrevistas (Gil, 2002, p.23). Em primeiro lugar foi feita uma revisão bibliográfica sobre Intenção empreendedora com base em artigos científicos, esta revisão auxiliou na definição dos conceitos e escolha do modelo teórico.

A técnica de amostragem utilizada neste estudo é a amostragem intencional, porque as entrevistadas foram definidas através de uma seleção definida pelos autores do estudo, resultando em uma amostra de sete estabelecimentos, no ramo da estética na cidade de Piri-piri/PI, sendo suas empreendedoras entrevistadas.

A partir da definição do roteiro das entrevistas e seleção das empreendedoras, foram realizados os agendamentos para definir o horário e o melhor momento de disponibilidade para a gravação de todo o procedimento. Em seguida, os áudios precisaram ser transcritos, com a finalidade de garantir a



RELISE

originalidade das respostas obtidas e codificadas para contribuir com as análises dos resultados.

O roteiro de entrevista utilizado foi elaborado a partir de um trabalho desenvolvido por Anggadwita e Dhewanto (2016), e teve sua versão adaptada e validada no Brasil por Gonçalves (2018). O instrumento passou por adaptação, sendo que as dimensões foram mantidas, mas as perguntas foram reduzidas e adaptadas para serem aplicadas nas entrevistas, sendo dividida em duas partes: caracterização do perfil e os construtos. A caracterização possui sete perguntas e o instrumento possui cinco dimensões, sendo ao todo 11 questões.

Para análise dos resultados utilizou-se a Análise de Conteúdo Quantitativa Conceitual, na qual as categorias de análise são definidas à priori e o pesquisador simplesmente quer examinar a presença de palavras relativas à sua questão de pesquisa. Ou seja, há uma presença das palavras que vão indicar um nível de relação com os construtos (BARDIN, 2016; ROSSI; SERRALVO; JOAO, 2014). Para descrição e análise dos relatos, as entrevistadas foram numeradas de E1 a E7, de acordo com a ordem de transcrição das entrevistas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados são apresentados na sequência das seguintes categorias: caracterização do perfil das empreendedoras piripirienses e processo de começar seu próprio negócio: intenção empresarial; atitude pessoal; competências individuais; características psicológicas; e dificuldades.

Caracterização

Segundo informações do IBGE (2020), a cidade de Piripiri fica localizada a 160 km de Teresina, capital do Piauí, onde seu principal acesso acontece junto à BR-343, destacando-se por ter uma localização estratégica, tendo ao seu redor



RELISE

importantes pontos turísticos como: o Parque Nacional de Sete Cidades a 18 km do referido município.

Com isso, no quadro 01, serão observados os aspectos considerados relevantes. A partir das entrevistas realizadas às mulheres empreendedoras selecionadas do segmento de estética de Piri-piri, foi visto que, inicialmente, seria necessário apresentar uma breve identificação do perfil sociodemográfico das respondentes.

QUADRO 1 - PERFIL DAS ENTREVISTADAS

ASPECTOS	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7
IDADE	27 anos	31 anos	39 anos	34 anos	48 anos	27 anos	37 anos
FORMAÇÃO	superior	superior	médio	superior	superior	superior	médio
ESTADO CIVIL	solteira	casada	casada	casada	casada	Solteira	casada
TEMPO DE MERCADO	3 anos	7 anos	13 anos	11 anos	12 anos	1,5 ano	13 anos
FORMALIZOU	2020	2016	2012	2012	2011	2022	2010
RECEITA ANUAL	180 mil	200 mil	78 mil	700 mil	81 mil	60 mil	80 mil

Fonte: Elaborada Pelos Autores (2023).

Através da amostragem entrevistada tornou-se possível traçar um perfil dessas empreendedoras do ramo da estética onde destaca-se que são mulheres que iniciaram suas atividades empreendedoras muito jovens sendo a moda aos 24 anos. Possuem Ensino Médio ou Ensino Superior como formação escolar, sendo Ensino Superior mais recorrente entre a amostra. No quesito estado civil observa-se que são mulheres de maior parte casadas com empreendimento formalizados com tempo médio de mercado de 8,64 anos com faturamento médio anual de 197 mil reais.



RELISE

62

Intenção empresarial

Esta dimensão possui duas perguntas, a primeira questão é relacionada ao processo que as levaram a empreender. O fator ou motivo que mais foi mencionado pelas entrevistadas foi o desejo de possuir o próprio negócio. Outros pontos apresentados pelas respondentes foram a independência financeira, liberdade no trabalho, realização pessoal e busca por um complemento de renda como podemos ver nos trechos a seguir.

Algo que me levou a empreender foi o meu sonho de ter uma empresa minha e ter os processos do meu jeito, porque eu estudei muito, batalhei muito e sempre quis muito trabalhar com estética e para trabalhar com outras pessoas seria muito difícil, tanto pela questão financeira, como para montar protocolos que fossem da minha maneira para ter mais resultados do jeito que eu queria trabalhar. Você se sentir como uma pessoa que construiu algo, isso é muito bom. Lidar com as pessoas também, cuidados, pois eu sempre gostei muito de cuidar das pessoas. (E6)

Percebeu-se que muitas das entrevistadas atrelaram a intenção empreendedora a destinação, desejo, sonho de possuir o próprio negócio, entretanto observou-se que esse fator também está ligado a experiências anteriores dentro daquele setor, como observado na resposta a seguir dita pela E2: “Eu sempre trabalhei para outras pessoas e quando a gente trabalha para outras pessoas, sabemos que a gente trabalha muito e ganha pouco”.

Mesmo que o contato ou experiência não tenha sido na sua área de atuação atual, algum fator ou acontecimento as levou a seguir para o empreendedorismo. Em muitas mulheres a iniciativa de empreender provém da busca por soluções de problemas do dia a dia que surgem de um lugar de vulnerabilidade, tanto emocional como social da mulher (HERTA, 2021).

Eu trabalhei em outras empresas e eu vi que não era para mim, quando eu abri o salão eu vi que trabalhando para mim mesma, eu ia ter muito mais lucro. Em uma cidade pequena, quando você vai trabalhar para os outros, obviamente o salário é minúsculo... (E3)



RELISE

A segunda questão abordada com as entrevistadas foi em relação à influência do empreendedorismo na vida pessoal, financeira e profissional delas. Os fatores que se destacaram foi: o desejo de ser independente, ter o próprio dinheiro, de se sentir reconhecida e empoderada, onde ambos foram conquistados após se tornarem empreendedoras.

Eu acredito que o empreendedorismo ele traz junto com ele, principalmente para mulher de hoje, a independência financeira e empoderamento em si... (E5)

Na vida pessoal, me senti uma pessoa mais completa, porque, quando você trabalha, você já acorda ali com uma ambição. Tipo: eu vou trabalhar, vou fazer isso, vou ajudar minha família, então isso direciona e impulsiona muito a pessoa. Financeiramente... (E6)

Percebeu-se também uma particularidade nas respostas, onde são mencionados, além da vontade de mudar a própria vida, o desejo de fazer diferença na vida de outras mulheres. Em contrapartida, as mulheres ainda sofrem bastante com a desigualdade salarial, com a falta de apoio, o sexismo, jornada dupla, entre muitas outras barreiras (STORTI, 2022).

Atitude pessoal

Na dimensão de Atitude pessoal, estão as questões três e quatro. A terceira pergunta diz respeito à rentabilidade do negócio, onde foi questionado as entrevistadas quando elas perceberam que empreender seria mais rentável que outras carreiras. O ponto mais mencionado foi em relação à comparação com seus antigos trabalhos, onde elas demonstraram que estão bem mais satisfeitas com suas rendas atuais. Uma das entrevistadas mencionou a questão da diversificação do ramo, onde ela tem uma gama de opções para seguir, diferentemente de outras profissões.

Nesse contexto, outra mencionou que já trabalhava no ramo de beleza e estética, onde fez sua escolha baseada na necessidade de conciliar trabalho e estudos, e por conta disso teve uma facilidade ao migrar para outro setor por



RELISE

já ter clientes e amigas, e por já conhecer suas necessidades. Portanto observa-se que a rentabilidade é vista pelas entrevistadas de diversas formas, podendo ser relacionado ao aumento da renda ou mesmo as facilidades que gera no dia a dia da vida e no trabalho delas, como visto no comentário feito pela E2: “Eu tinha um salão de beleza e decidi trabalhar para mim mesma porque era mais fácil trabalhar e estudar... consegui transformar essas amigas como clientes”.

Na quarta pergunta, foi questionado como as entrevistadas se sentem com relação a suas atuais profissões onde o sentimento mais mencionado foi o de gratidão e realização, isso se deu pelo fato de elas terem alcançado os seus objetivos profissionais e pessoais. O sentimento em alguns dos casos provém do fato de as suas empresas estarem crescendo, e mesmo em meio às dificuldades enfrentadas por elas, viram suas empresas cada vez mais lucrativas, despertando nelas também o sentimento de superação, como pode-se observar na fala da entrevistada E4: “Eu fui subindo degraus, eu acho que isso torna mais gratificante, no meu percurso tive que dar alguns passos para trás, mas foram superados”.

Outra respondente mencionou sua relação com as clientes que contribuiu para que ela se sinta mais realizada, pois além de uma profissional da estética ela se torna uma verdadeira amiga de suas clientes. Tal fato torna evidente a importância de manter uma relação positiva com a clientela, levando assim a fidelidade das mesmas e conseqüentemente a valorização e diferenciação do negócio, como cita E3 ao dizer: “Me sinto super realizada porque aqui eu me transformo, em casa eu sou a dona de casa, e aqui eu sou outra pessoa, eu sou a cabeleireira, eu sou a psicóloga, eu sou amiga”.

Competências individuais

A quinta questão estava relacionada ao porquê do empreendimento no ramo da estética. As respostas obtidas apresentaram duas perspectivas:



RELISE

identificação com a área desde o começo ou a identificação após algumas especializações na área. Nesse sentido destaca-se os depoimentos das entrevistadas:

É uma área que eu sempre gostei, então na parte da estética eu posso trabalhar facial, corporal e tendo meu próprio espaço, eu no caso sendo a empreendedora, eu tenho um leque para trabalhar com outras áreas. (E1)

Primeira, por gostar muito dessa área, segundo que quando eu voltei pra Piripiri, nossa cidade, eu percebi que era uma área muito pobre que as pessoas ainda não tinham voltado a visão para a estética. (E4)

Os gêneros podem orientar a tomada de decisões de carreira, entretanto existem outras variáveis que são balizadoras destas decisões, por exemplo o contexto cultural, educacional e as suas próprias características pessoais (BANDEIRA; AMORIM; OLIVEIRA, 2020). Logo, pode-se observar que o que levou essas mulheres a estarem dentro da área da estética foi mais do que o seu gênero, foi a admiração pela profissão, o conhecimento prévio e o ato de enxergar e aproveitar as oportunidades. A dimensão de competências individuais relaciona-se com a dimensão de atitude pessoal, uma vez que todas as respostas levam a um fator comum: o querer fazer.

O sexto questionamento possibilitou a compreensão de como ocorre o gerenciamento das empresas, na totalidade as empreendedoras expuseram os seus respectivos perfis de controle a respeito de situações financeiras, onde, durante os relatos, identificou-se que uma parte das empreendedoras ainda utilizam anotações em modelo de rascunho para acompanhar o comportamento das finanças e relataram que no início buscaram ajuda para entender melhor a parte gerencial. Nos trechos a seguir, fica evidenciado o método e os marcadores de colaboração por parte de outro alguém:

Tive a ajuda de várias pessoas, inclusive da menina que trabalha comigo. Nós temos um caderno que anotamos tudo, toda semana eu somo tudo que eu fiz. Então eu tenho uma noção do que está entrando e saindo. (E3)



RELISE

Graças a Deus eu tenho alguns amigos que me direcionaram, porque se você abre, e não tem uma base para saber como administrar, não dá certo. (E6)

A E7 apresentou um resumo do que ela considera necessário no processo de gerenciamento e na mesma fala apresentou um argumento relacionado à diferença de gênero das empreendedoras:

Você tem que ter noção de empreendimento, você tem de ter capital de giro, ter a responsabilidade de manter todas as contas e produtos em dia, então querendo ou não é a parte mais difícil, porque você tem de ter consciência para tudo, você tem de trabalhar, você tem de ser quem gerencia o financeiro e o marketing também, porque tem de ser mil coisas ao mesmo tempo e inclusive depois de tudo isso você tem de ser mulher e mãe...ser tudo isso ao mesmo tempo é a parte mais difícil (E7).

Embora haja a apresentação do conhecimento do funcionamento das finanças, observou-se dois casos em que as entrevistadas revelaram dificuldade para aplicação da teoria, o que resulta no desequilíbrio financeiro, sendo necessário em alguns momentos retirar capital do próprio bolso para conseguir cumprir as obrigações.

A E2 demonstrou ter uma evolução no gerenciamento financeiro e no processo de vendas. Na área financeira relatou que também fazia o uso das anotações, mas percebeu que esse método não era eficiente, porque às vezes esquecia de anotar e ia perdendo o controle, fazendo com que apenas conseguisse pagar as despesas da empresa.

Entretanto, ela resolveu pedir ajuda primeiramente ao marido, resolveram implementar um sistema para observar as finanças, assim como também contrataram um contador para auxiliar. Inicialmente o conhecimento dos problemas dos clientes era na hora que ele já estava no local de atendimento, agora esse conhecimento já vem desde o primeiro contato com a empresa, perpassando pelo procedimento e isso tem fortalecido a relação da empresa com os clientes.



RELISE

Enquanto a E4 também destacou que cada vez mais o seu gerenciamento está mais formalizado, para isso ela adotou o sistema de contas separadas, assim como gerencia o seu pessoal, tendo profissionais que trabalham por método de porcentagem e outros com carteira assinada. Ela enfatizou que o uso das tecnologias tem contribuído para este avanço gerencial.

Esses resultados dão indicativos de que elas possuem e reconhecem uma falta de experiência em relação ao gerenciamento como um todo ao iniciar a vida empresarial, no entanto elas mostram buscar estudar para reverter este quadro (BANDEIRA et al., 2021).

Características psicológicas

As características psicológicas são um dos fatores que levam os indivíduos a se interessarem pela atividade empreendedora. E estão divididas em três esferas: tomada de risco e inovação, necessidade de inovação e lócus de controle, cada uma delas foi incluída em uma pergunta, que serão discutidas respectivamente a seguir.

A primeira esfera correspondente à sétima pergunta era a respeito do que as empreendedoras consideravam que tinham de inovação em relação aos concorrentes, em todas as falas destacam-se a presença das práticas para gerir o relacionamento com o cliente e o fazem de diferentes formas, como pode ser identificado na fala das entrevistadas:

A primeira seria o processo de vendas diferenciado, a gente consegue olhar o cliente como um todo, ver ele humano como ele é e captar suas dores e resolver os problemas que eles vêm para resolver. (E2)

Estou sempre atenta a tudo que está acontecendo, não somente como oferta de mão de obra, mas também com o que eu posso discutir com meu cliente, o que eu posso estar trocando, tenho que ficar com olho clínico o tempo todo. E5

A junção dessas duas ferramentas, auxilia na fidelização dos clientes através do atendimento, porque ajudam na elaboração de estratégias para



RELISE

prospecção de novos clientes, além de oferecer um atendimento diferenciado que aproxima o cliente, através do atendimento específico da sua demanda (SILVA et al., 2018).

Na oitava questão o questionamento levou as empreendedoras a falarem como se sentem por estarem empreendendo, traçando um padrão dentre as respostas, foi possível observar que as empreendedoras buscam estudar para superar os desafios e inovar dentro da área, sentem-se realizadas por terem construído algo concreto e que através disso podem ter flexibilização de horários, ajudar e inspirar outras mulheres e criar empregos.

Esses resultados corroboram com os resultados encontrados por Versiani et al. (2019) em que as entrevistadas demonstram possuir uma postura inspiradora, motivadora e aberta ao diálogo e reconhecem a importância dos funcionários, demonstrando seu perfil de liderança. O crescimento é o resultado de todo o empenho pessoal e profissional para com o negócio, por isso mesmo com algumas adversidades as empreendedoras veem oportunidades para crescimentos futuros (BOMFIM; TEIXEIRA; MONTENEGRO, 2019).

Ainda dentro da dimensão de características psicológicas, as entrevistadas responderam na nona questão, quais os fatores que motivam o sucesso de suas empresas, dentre os tópicos discutidos, estavam: tratar bem o cliente, oferecer bons resultados, ter compromisso, dedicação com a empresa, ter metas, ser simpática, treinar adequadamente a equipe e atender o cliente de forma humanizada. A entrevistada E1 falou na perspectiva dos clientes e a E4 falou da união da equipe:

Primeiro a questão da honestidade, ser sincera com o cliente. E tratar bem o cliente, oferecer bons resultados. (E1)

E eu acredito que o sucesso é isso, e a equipe engajada, porque sozinho você não vai a lugar algum. Quando se tem pessoas boas competentes ao seu lado, a tendência é só aumentar, acredito que esse é o sucesso, a equipe também. (E4)



RELISE

O empreendedorismo é uma escolha viável, pois permite o alcance de objetivos, tais como: independência financeira, empoderamento e horários flexíveis. No entanto é a capacidade de assumir os riscos constantes e os traços individuais, como organização e relações interpessoais, que torna as empreendedoras mais competitivas, colaborando para a manutenção e continuação de seus empreendimentos (COSTA et al., 2023; SANTOS; SILVA, 2022). Desse modo, fica evidenciado que as mulheres deste estudo buscam através de seus trabalhos, impactar a vida dos consumidores e consoante a isso conquistar o seu espaço no mercado.

Dificuldades

Vários obstáculos podem aparecer na concretização da abertura e manutenção de um novo empreendimento. As informações do quadro 02, destacam as respostas de cada uma das mulheres ao serem questionadas sobre as principais dificuldades que surgiram durante o processo de empreender no seu negócio.

QUADRO 02 - PRINCIPAIS DIFICULDADES DAS EMPREENDEDORAS

ENTREVISTADAS	DIFICULDADES
E1	A primeira foi a questão financeira; depois foi a questão de captar clientes.
E2	Vender, porque para vender estética, muitas vezes, a gente tem um público selecionado; outra coisa que eu achei muito difícil foi contratar profissionais capacitados; demitir funcionários.
E3	Falta de capital, foi bem difícil.
E4	Foi a financeira; e, mostrar o que era o meu serviço.
E5	Encontrar preço no mercado para começar, e mão de obra qualificada.
E6	Medo. Tanto pela questão financeira, quanto pelo medo de começar.
E7	Ser mulher, ser mãe.

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)



RELISE

Por meio dos estudos de Lima et al. (2021), as dificuldades no campo financeiro são uma das mais recorrentes durante o processo de empreender. Com isso, reforçam os pensamentos das respostas fornecidas pelas empreendedoras E1, E3 e E4.

Outros itens destacados pelas respondentes E2, E4 e E5 foram: a oferta/venda dos serviços, que por se tratar de procedimentos estéticos, muitas vezes inovadores para a região, também exigia uma abordagem que viesse conceituar e mostrar aos possíveis clientes ideias claras daquilo que estaria sendo oferecido. Além disso, elas enfatizaram falta de mão de obra qualificada e o difícil momento de demitir funcionário quando não era mais viável mantê-lo na empresa.

No ponto de vista da entrevistada E6, o medo de começar a empreender, foi gerado a partir da insegurança de não conseguir o cumprimento dos pagamentos, despesas e investimentos necessários para garantir a manutenção do seu negócio. Entretanto, mesmo com as dificuldades existentes, inclusive o medo, Machado, Guedes e Gazola (2017) evidenciam em sua pesquisa que as mulheres empreendedoras se destacam de forma positiva, porque acabam dedicando mais tempo aos negócios, apresentam características importantes como a criatividade e inovação, sempre na busca pela diversificação na oferta de novos produtos e serviços.

Na pesquisa de Bandeira et al. (2021) os resultados apontaram que ainda há um desequilíbrio entre a dona do lar e a dona de negócios e que a captação de recursos não é influenciada diretamente pelo gênero. Adversamente, apenas a entrevistada E7 comenta sobre as dificuldades em ser mulher e mãe, enquanto a maioria destacou questões que estão ligadas direta ou indiretamente com questões financeiras.



RELISE

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo conseguiu suprir os objetivos elencados, onde através das entrevistas foi possível detalhar as variáveis que influenciam as mulheres piripirienses a empreender no ramo de estética, bem como caracterizar o perfil das empreendedoras.

Todas as empreendedoras da pesquisa optaram pela formalização e retrataram que o principal sentimento que sentem no trabalho é o de realização, felicidade por ter conseguido projetar algo que um dia foi apenas um sonho. Consoante a isto, destacaram que o setor tem potencial de desenvolvimento e é importante continuar se profissionalizando para enfrentar as dificuldades inerentes aos negócios e para acompanhar as tendências que surgirão.

O estudo identificou três principais motivações empreendedoras: experiência negativa trabalhando para terceiros na área de estética, experiência positiva trabalhando para terceiros dentro da área de estética e experiência negativa trabalhando para terceiro fora da área. No primeiro e no segundo caso, apesar das experiências serem contraditórias, ambas carregam consigo o conhecimento e identificação com área e resolvem agir abrindo seu próprio negócio no último caso há identificação com a área após algum contato, através de cursos e eventos, tornando viável a ideia de ter um negócio nesta área.

Outros fatores que contribuíram para a decisão empreendedora das participantes foi a possibilidade de alavancagem financeira, de fazer os seus próprios processos, além de ser capaz de transformar a sua própria realidade e a de outras mulheres. Ademais, ao associar as variáveis com a área de estética, observou-se que o eixo em questão dá às empreendedoras um leque de opções para seguir, além de ser um serviço contínuo o que contribui para que o cliente satisfeito sempre volte à empresa, garantindo que o negócio bem gerenciado prospere no mercado.



RELISE

A maior dificuldade na realização desse trabalho de pesquisa foi a limitação amostral, fato acarretado pelo curto prazo para a realização do trabalho. Com isso, recomenda-se para pesquisas futuras, uma amostra mais abrangente utilizando empreendedoras de diferentes cidades e estados para fins de comparação, além da possibilidade de estudar outros setores de atuação, como por exemplo em áreas que majoritariamente homens estão à frente.

REFERÊNCIAS

ANGGADWITA, G.; DHEWANTO, W. The influence of personal attitude and social perception on women entrepreneurial intentions in micro and small enterprises in Indonesia. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 27, p. 131, 1 jan. 2016.

BANDEIRA, L. L. et al. As Dificuldades de Percurso das Mulheres Empreendedoras. **Revista de Gestão e Secretariado (Management and Administrative Professional Review)**, v. 12, n. 3, p. 1–18, 3 dez. 2021.

BANDEIRA, P. B.; AMORIM, M. V.; OLIVEIRA, M. Z. D. Empreendedorismo Feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 20, n. 3, 2020.

BARDIN, L. Análise de Conteúdo / Laurence Bardin; tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. – São Paulo: Edições 70, 2016.

CODA, Roberto. **Competências comportamentais: como mapear e desenvolver competências pessoais no trabalho**. São Paulo: Atlas, 2016.

COSTA, A. P. DA C. et al. EMPREENDEDORISMO FEMININO: O PERFIL GERENCIAL DA MULHER EMPREENDEDORA DA CIDADE DE BACABAL-MA. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, v. 24, n. 1, p. 1–19, 10 fev. 2023.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios - 8a. edição**. [s.l.] Empreende Editora, 2021.

EMPREENDEDORA, Instituto Rede Mulher (ed.). **EMPREENDEDORAS E SEUS NEGÓCIOS: Perfil do empreendedorismo feminino no Brasil**.



RELISE

FAUSTINO, J. et al. PLANEJAMENTO E EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO SOBRE OS RECURSOS EMPRESARIAIS NECESSÁRIOS PARA A CRIAÇÃO DE UM EMPREENDIMENTO. 24 ago. 2020.

FELLNHOFER, K. Toward a taxonomy of entrepreneurship education research literature: A bibliometric mapping and visualization. **Educational Research Review**, v. 27, p. 28–55, 1 jun. 2019.

FIUZA, N. M. L. et al. Educação empreendedora para mulheres: estudo de caso do curso online “Empreenda como uma Mulher”. **Extensão em Foco**, n. 30, 2023.

GIL, A. C. **Técnicas de pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2002.

Global entrepreneurship monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2019**. Curitiba: IBQP, 2020.

GONÇALVES, L. A. **Análise dos fatores que influenciam as mulheres potiguares a empreender**. masterThesis—[s.l.] Brasil, 22 fev. 2018.

HERTA, I.; Paixão, M. **Empreendedora no Brasil encara crise, machismo e dupla jornada**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2021.

IBGE. **Sinopse do censo demográfico 2010**. Rio de Janeiro, 2011.

KAI, F. O.; QUEIROZ, A. R. A. **Revisão sistemática sobre empreendedorismo e empoderamento feminino na base de dados da Web of Science**. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, v. 10, n. 2, p. 16–29, 19 set. 2022.

KELLER, R. G. O contributo do empreendedorismo para o desenvolvimento económico: o papel da formação de clusters no ecossistema empreendedor sob a perspectiva brasileira. 2019.

LIMA, J. M. et al. Empreendedorismo como aporte para o empoderamento econômico feminino. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 17, n. 48, p. 251–266, 1 jul. 2021.

MACHADO, H. P. V.; GUEDES, A.; GAZOLA, S. Determinantes e dificuldades de crescimento para mulheres empreendedoras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 11, n. 1, p. 85, 11 abr. 2017.



RELISE

MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. 1999.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MARTINS, L.; VEIGA, H.; CORTEZ, P. A. Motivações e dificuldades vivenciadas por jovens empreendedores: estudo qualitativo. v. 11, p. 60–70, 9 jul. 2020.

NAKANO, C. A. et al. Empreendedorismo, inovação e desenvolvimento econômico local: : relações diretas? **Journal on Innovation and Sustainability RISUS**, v. 13, n. 3, p. 125–141, 27 out. 2022.

PAREDES, L. O. DE A. Estudo da importância dos empreendedores para o desenvolvimento social e econômico do município de Benjamin Constant – AM. 6 jan. 2022.

PRZEPIORKA, A. M. Psychological Determinants of Entrepreneurial Success and Life-Satisfaction. **Current Psychology**, v. 36, n. 2, p. 304–315, 1 jun. 2017.

ROSSI, G. B.; SERRALVO, F. A.; JOAO, B. N. Análise de Conteúdo. **ReMark - Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 4, p. 39–48, 11 set. 2014.

SANTOS, R. DA S.; SILVA, R. Os fatores condicionantes para o empreendedorismo feminino local: um olhar para os empreendimentos em São José do Belmonte-PE. **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 9, n. 1, p. 1–15, 3 jun. 2021.

SCHWARTZ, E. B. Entrepreneurship: a new female frontier. **Women and entrepreneurship: contemporary classics**, Women and entrepreneurship: contemporary classics. - Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, ISBN 1-84542-259-7. - 2006, p. 533-562. 2006.

SILVA, A. V. S. et al. O marketing de relacionamento através da Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM) como estratégia de fidelização. **Revista Internacional de apoio a la inclusión, logopedia, sociedad y multiculturalidad**, v. 4, n. 1, p. 107–118, 2018.

SILVA, C. É. Competências Individuais Requeridas: um estudo sobre a percepção de administradores em Naviraí-MS. 22 nov. 2022.



RELISE

75

STORTI, M. I. F. Análise sobre o empreendedorismo feminino: fatores sociais, econômicos e culturais que podem interferir a prática empreendedora. 27 jun. 2022.

STROBINO, M. R. DE C.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família: estudo de multicasos no setor de comércio de material de construção da cidade de Curitiba. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 49, p. 59–76, mar. 2014.

VERSIANI, F. et al. Características de liderança das mulheres empreendedoras: um estudo de caso no setor de serviços. **Revista de Administração Unimep**, v. 17, n. 1, 31 maio 2019.

VIEIRA, D. M.; VIEIRA, M. B. N.; ENES, Y. O. Empreendedorismo feminino: significados, motivações e desafios das mulheres que decidem empreender. **REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 8, n. 2, p. 263–282, 1 out. 2022.