



RELISE

BACKGROUND EMPREENDEDOR NO RAMO DE BARBEARIAS: UM ESTUDO NO SUL DO BRASIL¹

ENTREPRENEURIAL BACKGROUND IN THE BARBERSHOP: A STUDY IN SOUTHERN BRAZIL.

Thainara Lemos Diogo²

Livia Castro D'Avila³

Errol Fernando Zepka Pereira Junior⁴

Ana Paula Capuano da Cruz⁵

Samuel Vinicius Bonato⁶

RESUMO

O que antes era uma visita mensal para fazer o mesmo procedimento de sempre, ir ao barbeiro tornou-se uma experiência cercada por ambiente permeado de entretenimento, como jogos e bares. Surge o interesse de entender quem são essas pessoas que decidiram atuar nesse mercado, e o que compõem suas histórias de vida. Para isso, tem-se por objetivo geral o estudo das características de *background* que constituem os empreendedores no ramo de barbearia, e a classificação desses *backgrounds* quanto a empreender por necessidade ou oportunidade. A fim de operacionalizar este objetivo, foi feita uma pesquisa qualitativa de cunho descritivo, onde treze empreendedores foram entrevistados com roteiro de entrevista semiestruturado. Os dados foram analisados sob a lente teórica de Pereira Junior (2020). Foi possível constatar que o background dos empreendedores no ramo de barbearias é constituído por estrutura familiar, lugar de nascimento/criação, aspectos sociodemográficos, aspectos de fé e/ou religião, e atividade profissional. Ressalta-se que nenhum dos entrevistados possui todos os aspectos de forma simultânea em seu background. O único aspecto

¹ Recebido em 18/10/2021. Aprovado em 24/10/2021. Doi: doi.org/10.5281/zenodo.7538571

² Universidade Federal do Rio Grande. thainara.diogo@hotmail.com

³ Universidade Federal do Rio Grande. liviacdavila@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Santa Catarina. zepkaef@gmail.com

⁵ Universidade Federal do Rio Grande. anapaulacapuanocruz@gmail.com

⁶ Universidade Federal do Rio Grande. svbonato@gmail.com



RELISE

92

que não pode ser confirmado no segmento de barbearias é a Educação Formal. Nos dias atuais já existem movimentos de incluir o empreendedorismo no sistema de educação formal, embora ainda sejam insipientes. Como contribuições, cientificamente, este trabalho avança a discussão sobre o que vem a compor o background, permitindo conhecer melhor o empreendedor do setor de barbearias. Já gerencialmente, entender as características do background pode auxiliar em futuros processos seletivos de empresas desse setor em incubadoras, ou mesmo funcionários para essas empresas.

Palavras-chave: background, história, empreendedor, barbearia.

ABSTRACT

What used to be a monthly visit to do the same procedure as always, going to the barber has become an experience surrounded by an environment permeated with entertainment, such as games and bars. There is an interest in understanding who are these people who decided to work in this market, and what makes up their life stories. For this purpose, the general objective is to study the background characteristics that make up entrepreneurs in the barber shop, and to classify these backgrounds as to undertake by necessity or opportunity. In order to operationalize this objective, a qualitative research of a descriptive nature was carried out, in which thirteen entrepreneurs were interviewed with a semi-structured interview script. The data were analyzed under the theoretical lens of Pereira Junior (2020). It was possible to verify that the background of the entrepreneurs in the barber shop is constituted by family structure, place of birth/creation, sociodemographic aspects, aspects of faith and/or religion, and professional activity. It is noteworthy that none of the interviewees has all aspects simultaneously in their background. The only aspect that cannot be confirmed in the barber shop segment is Formal Education. Nowadays there are movements to include entrepreneurship in the formal education system, although they are still incipient. As contributions, scientifically, this work advances the discussion on what comes to make up the background, allowing to get to know the entrepreneur of the barber shop sector better. Managerially, understanding the characteristics of the background can assist in future selective processes of companies in this sector in incubators, or even employees for these companies.

Keywords: background, story, entrepreneur, barbershop.



RELISE

INTRODUÇÃO

Percebe-se que os homens estão demandando cada vez mais serviços de beleza e estética, com necessidades constantemente mais diversificadas e específicas. O que influenciou na abertura de muitas barbearias, por todos os países, para suprir essa lacuna no mercado mundial de beleza masculina. Surge então a curiosidade sobre quem são essas pessoas que decidiram atuar nesse mercado, e o que compõe suas histórias de vida. Para que se possa compreender o *background* do empreendedor no ramo da barbearia, precisamos compreender o que de fato é o empreendedor e como se constitui o seu *background*. Além disso, se faz necessário entender sobre as barbearias, os donos de barbearias e os barbeiros que possuem seu próprio negócio e como o setor da beleza masculina vem crescendo constantemente.

De acordo com Paes et al. (2019), as escolhas das pessoas pelo empreendedorismo se dividem entre variáveis determinantes ou de impacto. Os autores destacam aspectos únicos do indivíduo, como personalidade, idade, repulsão ao risco, educação e capital humano (os quais são medidos conforme o período de formação acadêmica ou profissional) tornando-o mais assertivo ao reconhecer oportunidades e realizar projetos, e assim capacitando-o como empreendedor.

Reynolds et al. (1994) destacaram princípios morais, nível de estudo, experiência profissional, iniciativa mediante oportunidades, gestão de negócios e visão ao estudarem as características pessoais dos empreendedores que alcançaram o sucesso. Já Pasternak (2014) aponta que o contexto familiar e a precedente experiência profissional são fatores importantes do *background* dos empreendedores na escolha de criar um negócio. Destaca também que os reflexos do *background* dos empreendedores são semelhantes em países diferentes culturalmente. Encerra o trabalho apontando possíveis pesquisas



RELISE

futuras para compreender a figura do empreendedor e seu *background* de maneira mais abrangente.

Pereira Junior (2020) desenvolveu um estudo teórico empírico, onde mapeou os *backgrounds* de doze empreendedores, e dividiu em três tipos de *background* empreendedor: de família (aqueles que crescem vendo parentes e pessoas próximas empreendendo), oportunista (aqueles que nascem dentro de suas empresas antigas) e disruptivos (aqueles que através da tecnologia ou ideias, começam ou recomeçam estruturas de negócio).

Outra discussão que está sendo desenvolvida nos estudos sobre empreendedorismo é a questão de empreender por oportunidade ou necessidade. Os empreendedores que são motivados através da oportunidade são aqueles que identificam uma lacuna no mercado (como uma nova forma de atender) e vislumbram então uma oportunidade. Já o empreendedor por necessidade, não necessariamente ele empreendeu por não ter emprego ou renda, pode ter empreendido por: ter necessidade de mais tempo livre, mais saúde, fugir do stress do trabalho antigo, ou tem o desejo de se tornar independente.

Os estudos a respeito desta questão necessitam se manter atuais, em função da situação econômica no Brasil, cada vez mais pessoas optam por empreender. O empreendedorismo por oportunidade ou necessidade vem sendo estudado, porém ainda são escassos os estudos que atrelam o *background* dos empreendedores com a motivação de empreender por necessidade ou oportunidade, que é a relação proposta na presente pesquisa.

Fica ainda a dúvida: o porquê de pouco querer-se olhar para o empreendedor antes do “dia 0” de seu empreendimento? Por que as pesquisas só visam o empreendedor depois de seu negócio sair do papel (e muitas vezes depois de ter “dado certo”)? Esses estudos sustentam a visão do vencedor – a



RELISE

glamourização do empreendedor, tão presente na fala de tantos influenciadores, motivadores e *coachs* empresariais. Pesquisas sobre rotinas empresariais e história dos empreendedores de sucesso sustentam uma visão de que é possível, necessário e desejável a todos “brilharem” como os novos profissionais do mercado – os empreendedores. Pouco se mostra das dificuldades enfrentadas, das dúvidas, angústias, indecisões e tantas outras coisas que rodeiam a vida tanto daquele que está decidindo-se por empreender (constituindo-se seu *background*) ou mesmo dos já ativos empreendedores do mercado. Talvez olhando para essas pesquisas onde a cultura do empreendedor é desenvolvida, é possível entender-se o porquê de uma pessoa decidindo ser empreendedora resolva, em vez de conversar com empreendedores já ativos no mercado, aconselharem-se com *coachs*, livros de autoajuda, vídeos motivacionais, congressos animadores e outras coisas.

Diante do exposto, torna-se relevante estudar o *background* do empreendedor no setor de barbearias. Dessa forma, define-se como questão central de pesquisa: De que forma o *background* dos empreendedores pode indicar uma motivação para empreender por necessidade ou oportunidade? A fim de responder ao problema de pesquisa, tem-se por objetivo geral o estudo das características de *background* que constituem os empreendedores no ramo de barbearia, e a classificação desses *backgrounds* quanto a empreender por necessidade ou oportunidade.

Para alcançar-se o objetivo geral, apresentam-se, a seguir os objetivos específicos deste trabalho: (i) Identificar modelos de *background* do empreendedor presentes na literatura; (ii) Analisar os fatores que constituem o *background* dos empreendedores no ramo da barbearia; (iii) Mapear os empreendedores de acordo com seu *background*, referente a motivação de empreender por necessidade ou oportunidade.



RELISE

Para isso, preferiu-se aprofundar o estudo do *background* do empreendedor no ramo de barbearia em função da crescente expansão que elas veem alcançando nos últimos anos. Por necessitarem de um baixo investimento, podendo manter os custos fixos controlados e grande demanda de mercado, é um empreendimento promissor.

O presente trabalho encontra-se dividido em seis seções. Partindo da primeira que foi a introdução, o próximo capítulo discute o *background* a partir de uma perspectiva teórica, abrange o empreendedor, se empreendeu por necessidade ou oportunidade e o setor de barbearia. O terceiro capítulo apresenta a metodologia proposta para este trabalho, no quarto capítulo é a análise dos resultados e posteriormente no quinto capítulo a relação entre *background* e empreender por necessidade ou oportunidade. O trabalho é encerrado com o capítulo seis que contém as considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

O empreendedor é atualmente reconhecido como grande impulsionador econômico e influenciador na sociedade. O empreendedorismo ainda está em construção como campo de estudo. Embora se encontre fundamentação teórica desde a década de 50 sobre o assunto, ainda não existe um consenso literário na definição do que é um empreendedor. Diversos cursos de graduação em administração ofertam no currículo disciplinas voltadas para o empreendedorismo, o que se sucedeu um crescente no número de trabalhos de conclusão de cursos e iniciação científica com foco no empreendedorismo (GIL e SILVA, 2015).

O assunto também vem ganhando espaço na literatura não científica, com várias publicações em Websites, livros e palestras que ampliam os detalhes sobre o tema e até instruem como ser um empreendedor. De acordo



RELISE

com Silva, Gomes e Correa (2008), os empreendedores brasileiros possuem inclinação para assumir riscos e se exporem as incertezas. Os autores apresentam que a orientação empreendedora no Brasil (especialmente em relação aos fatores: competitividade agressiva e propensão ao risco) é mais elevada comparativamente com a orientação empreendedora em Portugal.

Empreendedorismo

Este capítulo tem como objetivo mostrar o embasamento teórico para que possamos delimitar o *background* dos empreendedores e suas classificações.

Para FILION (1999), Vérin em 1982 estudou a evolução do termo empreendedor e acreditam que sua origem se deu na França do século XII para referir-se “aquele que incentiva brigas”. Já no século XVI a expressão era associada aquela pessoa que tinha responsabilidade e comandava uma operação militar. E foi no final do século XVII e início do século XVIII que se usou o termo como significado à pessoa que criava e conduzia um projeto ou empreendimento.

A compreensão do termo ajuda na construção da base teórica para que posteriormente possamos analisar de forma mais específica os empreendedores de barbearias. Através destas ideias surgiu a curiosidade de compreender melhor quem é este empreendedor, o que constitui sua história de vida e quais características ressaltam-se.

Na literatura de gestão (Carpenter et al., 2004; Hambrick, 2007; Von Norden fl ycht, 2010), é aceita a importância comportamental dos antecedentes pessoais e cada vez mais destacada também na literatura de contabilidade gerencial (Schaeffer e Dossi, 2014). Os dados pessoais dos gerentes de nível superior são resumidos como sua experiência educacional e de trabalho



RELISE

(Hambrick, 2007). Os pesquisadores organizacionais constituem a experiência de trabalho com os eventos que a pessoa viveu e que se envolvem com seu desempenho no trabalho (Quinones et al., 1995).

Um evento gera conhecimento implícito e explícito que pode vir a ser incorporado e estimulado pelas rotinas organizacionais. Ao agregar os eventos constitui-se as características individuais que refletem nos comportamentos, decisões e ações dos gerentes (Avolio et al., 1990).

Oliveira e Borges (2020) explicam que o empreendedorismo, enquanto área do conhecimento, apresenta importantes particularidades que têm sido objeto de problematização e produção científica na academia. Para os autores, existem duas tendências que são discutidas em relação ao empreendedorismo: uma entende o empreendedor como sendo o indivíduo que cria e desenvolve novos negócios de qualquer natureza e a outra compreende o empreendedor como um indivíduo inovador, que altera a economia através da inovação.

Ao longo século XX e diante, muitos estudos já foram feitos sobre a figura do empreendedor e quem é o empreendedor. Os estudos começaram na figura do McClelland em 1961 que observou o empreendedor como aquele que se permite correr riscos moderados, e vão até Hisrich, Peters e Shepherd em 2014 com o conceito daquele que se doa emocionalmente, pensa diferente dos demais, decide em ambientes confusos, assumindo altos riscos e constante pressão. No quadro 1 a seguir apresenta-se um resumo da evolução do conceito de empreendedor na visão de diversos autores. Com a tabela podemos analisar uma visão tradicional sobre o empreendedor.

Matte et al. (2019) explicam que no Brasil, o termo empreendedorismo tem sido amplamente despargido, sendo abordado de forma mais acentuada a partir do final dos anos 90, principalmente, com a criação de entidades como o Sebrae e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX).



RELISE

99

Quadro 1: **Evolução do conceito do termo empreendedor**

Autores	Conceito de empreendedor
McClelland (1961)	Indivíduo dinâmico que corre riscos moderadamente.
Schumpeter (1982)	Indivíduo responsável por promover nova ascensão e impedir o declínio da geração de riquezas, garantindo resultados positivos ao negócio. Criador de oportunidades.
Drucker (1986)	Indivíduo inovador e maximizador de oportunidades.
Filion (1999)	Aquele que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade a um superior e mais rentável, sendo um agente da transformação social. Considera o empreendedor como um caráter transitório.
Gimenez, Inácio e Sunsin (2001)	Aquele que constitui um negócio objetivando crescimento e lucro, com comportamento inovador e postura estratégica.
Tachizawa e Faria (2004)	Aquele que faz a diferença, que faz acontecer e que desenvolve sua capacidade de superar limites.
Bernardes (2005)	Indivíduo que cria uma empresa ou amplia os negócios de sua empresa. Diferencia-se do empresário, que gerencia e mantém rentável uma empresa, somente pela sobrevivência, sem inovar e fazê-la crescer.
Dolabela (2006)	Aquele que provê o próprio sustento, de forma independente. Oferece valor positivo para os outros, não estando assim submetido à outra pessoa, possui certo grau de liberdade.
Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008)	Indivíduos com capacidade de criar, aproveitar oportunidades, melhorar processos produtivos, desenvolver inovações que geram riquezas e aumentam o bem-estar das pessoas.
Mendes (2009)	Aquele que enxerga a riqueza como consequência e não como meio. Usa habilidades, inteligência e vontade de contribuir.
Lemes e Pisa (2010)	Indivíduo que enxerga as oportunidades, leva adianta e torna viável os projetos, faz sacrifícios pessoais para criar e manter seu empreendimento, com tal entusiasmo que convence os demais a ajudá-lo.
Salim e Silva (2010)	Aquele que acredita em algo, sabe avaliar riscos e possibilidades, age normalmente de forma audaciosa e sagaz. Em certas ocasiões, possui sonhos prematuros para tecnologia e cultura de sua época, mas não são impossíveis. Às vezes, não se transforma em sucesso econômico, mas melhora a vida de outras pessoas.
Hisrich, Peters e Shepherd (2014)	Aquele que pensa de modo diferente dos outros indivíduos, toma decisões em ambientes inseguros, com altos riscos, pressões de tempo intensas e considerável investimento emocional.

Fonte: adaptado de Pereira Junior (2020).

O interesse de pesquisa sobre a figura do empreendedor tem crescido nos últimos anos, conforme percebido no trabalho de Fernandes et al. (2020), que buscou entender como o empreendedor é reconhecido no campo de Empreendedorismo e Inovação em periódicos nacionais. Identificaram 105 artigos e observaram que a maioria reconhece o empreendedor como aquele



RELISE

100

proprietário, que abre/cria uma empresa ou principal responsável dela. As divergências das outras pesquisas, apresentam o empreendedor como aquele que inova e está ligado à visão, identificação de oportunidades, desenvolvimento econômico da região e comportamentos específicos. O resultado dessa pesquisa pode ser visto na Figura 1 a seguir:

Figura 1: “Quem é o empreendedor?” nos estudos nacionais de Fernandes et al. (2020)



Fonte: Fernandes et al. (2020)

Os autores separaram os conceitos para o empreendedor em três vertentes: empresa (como sendo o proprietário ou responsável da empresa), desenvolvimento (aquele que identifica oportunidades relacionadas à economia da região) e suas características (sendo elas tradicionais ou pessoais).

O empreendedor como aquele que criou a empresa foi o conceito adotado por Bernardes (2005) e Pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* de 2015. Na mesma linha de pensamento, Guerreiro, Caetano et al. (2013), buscaram compreender as relações entre os fatores sociais que expliquem a decisão de empreender, conceituando o empreendedor como aquele que cria a empresa com os recursos disponíveis (sejam simbólicos, materiais e logísticos). Posteriormente Pinotti et al. (2015) analisaram como pessoas mudam da carreira técnica (como química, biologia e engenharia) para a carreira empreendedora, identificando as experiências que acarretaram a mudança. Conceituando o empreendedor como aquele que abre seu próprio



RELISE

negócio, inovando, desenvolvendo novos mercados, produtos e serviços, assumindo riscos e criando um produto/serviço novo ou realizando melhorias.

Podemos pensar também no empreendedor como aquele que identifica uma oportunidade, com comportamento criativo e a ideia de algo novo, considerado um agente de mudanças, colaborando para o desenvolvimento econômico. De acordo com Schumpeter (1982), empreendedor é o responsável pela ascensão no desenvolvimento econômico por saber combinar recursos de maneira original.

Existem pesquisas que caracterizam o empreendedor de acordo com determinados comportamentos. As características se dividem entre tradicionais (como inovar, assumir riscos e vislumbrar as oportunidades) e características pessoais. Empreendedores possuem características próprias como: liderança, proatividade, criatividade, motivação. Aquele indivíduo visionário com ideias incomuns e capacidade de inovar, identificar oportunidades e situações favoráveis.

Ao entender mais sobre as características do empreendedor foi relatado o desenvolvimento de “perfil do empreendedor”, nos artigos que expressam o empreendedor como aquele que possui um conjunto de características pessoais específicas. Surgem ideias de que o empreendedor é planejador e estrategista, vive em busca de realizações, é visionário e por fim como um líder que faz a gestão de pessoas alinhado com os objetivos e conectados à visão. Vale destacar também uma visão Schumpeteriana do empreendedor como inovador que através do seu trabalho colabora com o desenvolvimento da sociedade.

Outro trabalho que foi desenvolvido estudando a figura do empreendedor com foco nas características pessoais é o trabalho de Pereira Junior (2020) que estudou o *background* do empreendedor (a figura do



RELISE

empreendedor enquanto história de vida, aquilo que descreve a trajetória do ser humano até o momento de começar a empreender). Existem muitos estudos que buscam entender como os indivíduos se tornam empreendedores de sucesso, para identificar modelos e características. Mas pouco tem sido desenvolvido a respeito da trajetória que faz com que a pessoa decida empreender.

Os principais achados dessa pesquisa apresentam que o *background* do empreendedor se constitui através de seis aspectos: estrutura familiar, lugar de nascimento/criação, aspectos sociodemográficos, aspectos de fé e/ou religião, atividade profissional e educação formal. Em cada um desses aspectos, os autores identificaram características pessoais. Na Figura 2 a seguir podemos observar estes aspectos.

Em estrutura familiar, o autor identifica que a maneira como a pessoa foi criada, a questão de ter um empreendedor na família e se a família incentiva o ato de empreender. Podem ser aspectos determinantes para uma pessoa ser ou não empreendedora. Com relação ao lugar de nascimento e criação, se observou que a cultura do lugar em que a pessoa mora, se possui muitas ofertas de trabalho ou desemprego, os aspectos legais de legislação como incentivo ou barreiras ao empreender, podem interferir na decisão de se tornar empreendedor. Nos aspectos sociodemográficos concluíram que a mobilidade (em situações de mudança da cidade natal) e o gênero, também influenciam na hora de empreender. Descobriu-se também que a fé é um dos fatores que interferem na escolha de empreender, quando se professa uma religião ou se crê em um direcionamento divino no momento de empreender. Através da educação formal (ensino técnico/superior ou educação empreendedora) também se obtém estímulos para empreender. E por último, mas com o mesmo grau de importância temos a atividade profissional, seja em experiências com

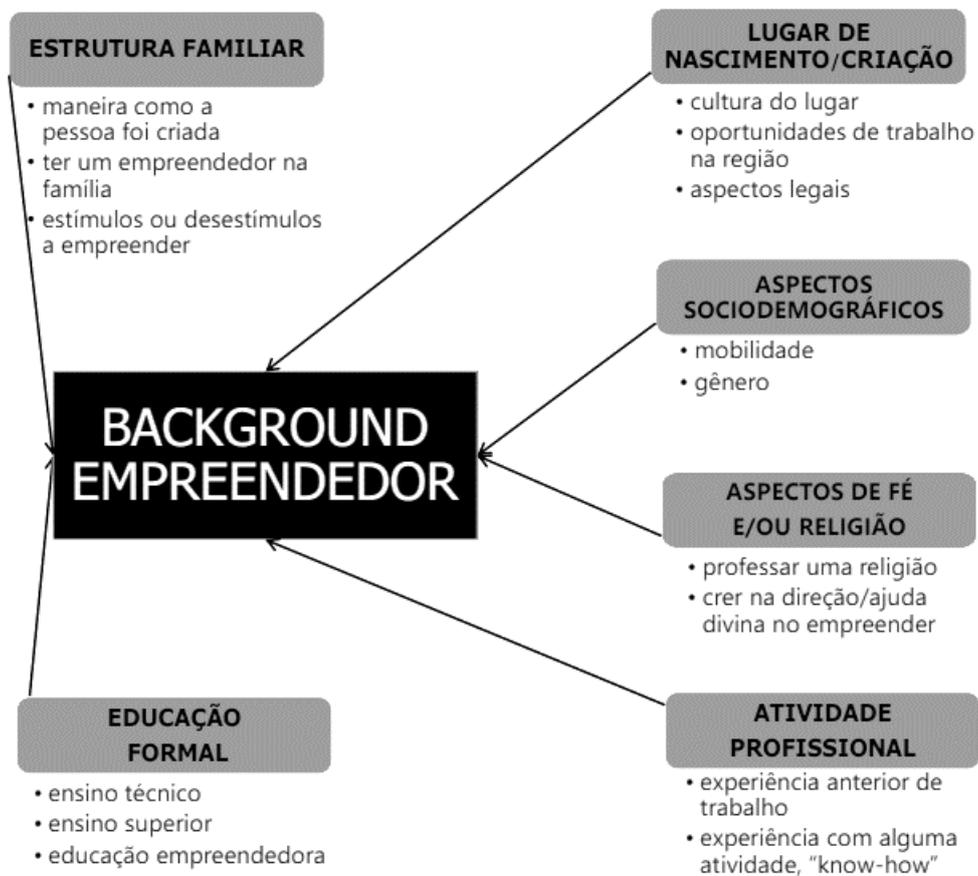


RELISE

103

alguma atividade gerando *know-how* ou ter trabalhado antes de empreender, são fatores determinantes no ato de se tornar empreendedor.

Figura 2: **Background do empreendedor, para Pereira Junior (2020).**



Fonte: Pereira Junior (2020)

Além disso, o autor evidencia que existem três tipos de *background* empreendedor: de família (aqueles que crescem vendo parentes e pessoas próximas empreendendo), oportunista (aqueles que nascem dentro de suas empresas antigas) e disruptivos (aqueles que através da tecnologia ou ideias, começam ou recomeçam estruturas de negócio).

Dessa forma, diante dos achados da pesquisa de Pereira Junior (2020), adota-se, por fins conceituais *background* empreendedor como o



RELISE

104

conjunto de acontecimentos na vida de uma pessoa que influenciaram em sua iniciativa por empreender. O *background* empreendedor de cada pessoa é diferente e específico e apresenta-se como uma combinação entre um ou mais dos seguintes fatores, a saber: aspectos familiares, lugar de nascimento e/ou criação, educação formal, especificidades sociodemográficas, atividades profissionais anteriores e aspectos de fé e/ou religião.

O presente trabalho objetiva analisar o *background* do empreendedor baseado no instrumento de pesquisa de Pereira Junior (2020) estudando os barbeiros da região sul do Rio Grande do Sul. Com enfoque para as cidades: Rio Grande e Pelotas.

Necessidade x oportunidade

Nesta seção pretende-se discutir os tipos de empreendedorismo: aqueles que empreendem por motivos de necessidade ou oportunidade. Alguns autores (NUTIN, 1984; SEBRAE, 2007A, 2007B; SIVAPALAN & BALASUNDARAM, 2012; UMMAH, 2009; VALARELLI & VALE, 1997; VALE et al., 1998) acreditam que a natureza das motivações seria mais complexa, multidimensional e não excludentes, podendo acontecer interação ou reforço entre as variadas maneiras de motivação, e não se restringir apenas à lógica binária entre empreender por motivos de necessidade ou oportunidade.

Os autores Vale, Corrêa e Reis (2014) realizaram uma pesquisa em duas etapas, primeiramente qualitativa e posteriormente quantitativa para compreenderem melhor os motivos para o empreendedorismo. Na primeira etapa da pesquisa foi sinalizada a presença de motivações múltiplas (algumas que ainda não haviam sido abordadas na literatura), e com possíveis interações entre elas. Considerando o empreendedor como aquele que “cria



RELISE

uma empresa” (Gartner, 1989, p. 47). A pesquisa qualitativa possibilitou atestar a presença de motivações múltiplas e avançar nas investigações.

Empreendedorismo por necessidade, não necessariamente é quando a pessoa está desempregada ou sem renda, mas quando ela necessita buscar empreender, e abre uma empresa, por necessitar por exemplo: de mais tempo livre, mais saúde, fugir do stress do trabalho antigo, ou tem o desejo de se tornar independente. Já os empreendedores por oportunidade são aqueles os quais abrem uma empresa movidos pela identificação de uma oportunidade de negócio, uma lacuna no mercado, como por exemplo uma nova forma de atender.

Na pesquisa de Vale, Corrêa e Reis (2014) chegaram ao número de quinze motivos, que puderam ser agrupados em seis conjuntos de componentes, os quais por possuírem uma relativa coerência interna ou constância, possibilitou classificá-los de acordo com suas naturezas ficando:

(a) influência familiar (motivos: dar continuidade ou ampliar os negócios da família; dar ocupação a familiares; possibilidade de usar experiência/influência familiar); (b) atributos/expectativas pessoais (motivos: facilidade ou possibilidade de usar relacionamentos na área; desejo de ter seu próprio negócio/tornar-se independente; disponibilidade de tempo; aumentar renda); (c) ambiente externo/mercado de trabalho (motivos: demissão com FGTS; desemprego; capital disponível para aplicação); (d) influência externa/de terceiros (motivos: convite para participar como sócio da empresa; influência/pressão de outras pessoas); (e) insatisfação com emprego (motivo: insatisfação com emprego); (f) oportunidade (motivos: identificação de uma oportunidade de negócio; usufruto de programa de demissão voluntária) (VALE, CORRÊA E REIS, 2014, p. 12).

No trabalho de Pereira Junior (2020) o autor apresenta três tipos de empreendedores, seriam esses:

(i) Aqueles empreendedores que nascem em suas famílias, vendo pais, mães, avós, tios e outros empreenderem a sua volta. Estes acreditam no empreendedorismo como um —passar de tocha. Para eles é natural ousarem nesse caminho, uma vez que olham para trás e encontram essas figuras proeminentemente na sua história. Muitos



RELISE

destes também encontram na fé o seu ponto de partida. Seja por meio de seu relacionamento com Deus, com suas lideranças religiosas ou mesmo esse networking encontrado nas estruturas. (ii) Um segundo tipo pode ser apontado como aqueles empreendedores que nascem dentro das suas antigas empresas. Sejam eles os satisfeitos e gratos funcionários, que destacam terem aprendido suas funções e construído seu know-how dentro da estrutura anterior – mas ousam dar o passo incerto e abrir a sua empresa depois de algum problema de demissão, mudança de cidade e outros. Ou sejam eles os insatisfeitos e disruptivos funcionários que olham para a maneira com que aquele negócio vem sendo desenvolvido e fariam diferente – estes reconstróem modelos, desenvolvem novas técnicas de gestão e se reposicionam no mesmo mercado ou mercados afins – desenvolvendo a mesma ideia de negócio ou até mesmo outras. (iii) Por fim, aparecem aqueles empreendedores disruptivos que começam ou recomeçam estruturas de negócios através da tecnologia. Estes enxergam lacunas de mercado a serem atendidas e usam coisas novas ainda não imaginadas – seja em sua totalidade ou de forma adaptativa. Estes se inserem ou até mesmo criam ambientes inovadores de negócio, e podem ser estes também aqueles que buscam na educação formal ou em programas de educação empreendedora as técnicas para melhorarem, desenvolverem suas técnicas de gestão e melhorarem seu know-how (PEREIRA JUNIOR, 2020, p.105 e 106).

Pode-se tentar alinhar essa classificação com o que gera motivação ao empreendedorismo. Seja aqueles que empreendem na empresa familiar por verem ali uma oportunidade, ou aqueles que seguem na empresa familiar por não possuírem no momento outras possibilidades, empreendendo então por necessidade. Os empreendedores que nascem dentro de suas antigas empresas, podem ter decidido empreender por vislumbrarem uma oportunidade de crescimento fora da empresa ou por necessidade após uma demissão, por exemplo. E por último, se tem o grupo daqueles empreendedores que através da motivação de uma oportunidade analisada, empreendem através da tecnologia, por perceberem uma demanda de mercado e inovam em coisas ainda não imagináveis.



RELISE

107

Ramo da barbearia

Empreendedores do ramo de barbearia buscam além de ofertar o corte de cabelo ou barba, oferecer uma completa experiência ao cliente, o que revolucionou a indústria de cosméticos masculinos e atraiu muitos investidores e interessados em abrirem seu próprio negócio. Embora exista um número considerável de estabelecimentos de luxo, que buscam assim seu diferencial competitivo, de modo geral é um empreendimento de baixo custo e grande demanda de mercado.

Um diferencial financeiro das barbearias para salões de beleza, é a periodicidade com que os homens decidem cortar a barba ou o cabelo, comparativamente com a frequência que as mulheres vão no cabeleireiro para realizar processos capilares (desconsiderando a ida em função da manicure). A moda vem ditando cortes de cabelo cada vez mais curtos para os homens, que necessitam de manutenção semanal ou quinzenal. Embora varie de pessoa para pessoa a velocidade que o cabelo cresce e o período que o cliente consegue “suportar” seu cabelo fora dos padrões, considerados adequados.

Alan Bryman em 1999 apresentou um artigo sobre a *Disneyficação* da sociedade, onde propôs que o tema era uma noção complementar sobre a *McDonaldização*, sendo esta complementação um processo no qual os princípios dos parques temáticos da Disney dominam cada vez mais a sociedade. Engloba quatro aspectos: diferenciação do consumismo, *merchandising*, trabalho emocional e temática. Onde as manifestações empíricas desses atributos são delineadas. As raízes da *Disneyficação* são as teorias do consumismo e do consumidor, que são contrastadas com as implicações entre a *Disneyficação* e a *McDonaldização* no presente.

Segundo Ritzer (1993), a *McDonaldização* representa uma tentativa estimulante de abordar em larga escala questões relacionadas à mudança



RELISE

social, a natureza da modernidade e vincular aos detalhes da vida cotidiana. Como um processo pelo qual os princípios do restaurante *fast-food* vem dominando todos os setores da sociedade americana e todo o mundo.

O fenômeno da “colonização” em diversas atividades, conhecido como *McDonaldização* ou *Disneyficação*, com a “síndrome do parque temático” e tendo por base a produção e consumo rápido é uma tendência que transforma estabelecimentos em espaços teatrais ou em “*fast food*”. Estruturas encantadoras atraem mais clientes. Os novos meios de consumo estão implementando ações mais espetaculares que permitem ao consumidor sentir euforia. Alguns críticos destacam o limite que o fenômeno cria juntamente com sua condição de falsidade.

Muitas empresas se destacaram no setor ao desenvolverem a *Disneyficação*, uma tentativa de funcionamento comportamental nos estabelecimentos como em teatros, trazendo a experiência para a oferta do serviço, muitas escolhem uma identidade cultural para seguirem, o que influencia nos seus uniformes, a maneira como tratam o cliente e principalmente nos estilos de cortes ofertados. Surgiu outro diferencial nas barbearias quando começaram a disponibilizar ao cliente além de revistas e televisão, mas: videogame, fliperama, mesa de bilhar, uísque, chopeiras e/ou freezer com bebidas, o que gerou até mais demanda por cervejas artesanais. Tornando muitas barbearias em bares e locais para encontros entre amigos. Além do simples corte de barba ou cabelo, muitas barbearias já ofertam serviços como: tintura, pigmentação, relaxamento capilar, progressiva, designer de sobrancelhas, limpeza facial, manicure, pedicure e se destacaram muito com a “barboterapia” (ou também conhecida como barba terapia). Além dos serviços e bebidas, costumam ofertar produtos de estética, bem como pomadas, géis, xampus e óleos para barba e cabelo.



RELISE

Os barbeiros se constituem em cursos profissionalizantes, como os que o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) oferece, ou em escolas especializadas. Existe também aqueles que podemos chamar de “autodidatas” que nunca fizeram curso profissionalizante e foram adquirindo técnica com a prática. Eles estão constantemente se atualizando e buscando conhecimento sobre tendências em *workshops* e cursos qualificativos.

Como em todo setor, existem aquelas empresas que estão há anos no mercado e não acompanharam as mudanças e inovações, aquelas que tentam acompanhar, que esperam os outros tomarem iniciativa e darem certo para que então ela decida fazer o mesmo, e aquelas que estão sempre um passo à frente.

Os homens compreenderam a importância do cuidado pessoal e começaram a buscar mais do que apenas desodorante e perfume. As barbearias se tornaram pontos de encontro, combinando bares, boutiques e a prestação do serviço. Sua evolução possibilitou diversidade na oferta do setor de HPPC (Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) direcionada ao público masculino.

Segundo relatório da *Research & Markets*, o mercado de beleza masculina atingiu US\$ 57,7 bilhões em 2017 na esfera global, com previsões para que alcance US\$78,6 bilhões em 2023. E o mercado tende a crescer ainda mais com a compreensão de que cuidado pessoal não é apenas vaidade. O retorno da moda do uso de barba e bigode, juntamente com a valorização dos cuidados para o bem-estar, acarretou inovações em cosméticos masculinos como o óleo de barba, a pomada modeladora e o xampu de barba.

Maurício Morgado, coordenador de varejo da Fundação Getúlio Vargas, afirma que no assunto de cosméticos, o Brasil está sempre nas



RELISE

110

primeiras colocações dos *rankings*. De acordo com a *Euromonitor International* (2017), o mercado brasileiro de produtos de cuidados pessoais para homens representa 13% das vendas globais. Com crescimento nas vendas de 70%, passando de R\$11,66 bilhões em 2012, para R\$19,8 bilhões em 2017.

Os resultados são derivados da mudança de comportamento sobre cuidados pessoais nos consumidores brasileiros. Pesquisas mostram que aumentou a busca por produtos específicos, personalizados e práticos (com multibenefícios) para suprir as necessidades. Conforme *Minds&Hearts*, o que impulsionou o aumento nas vendas foi a facilidade em obter informações. Segundo pesquisa realizada em 2016 com 414 brasileiros dentre 16 e 59 anos, 45% relataram que buscam frequentemente informações sobre cosméticos e tratamentos masculinos na internet ou através de outros meios.

Em reportagem para a *Forbes* em outubro de 2019, o presidente da Abihpec (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) João Carlos Basílio afirma que: “Nós somos considerados uma das indústrias mais inovadoras do mundo” e “Internamente, nos destacamos como um dos três setores que mais inovam no país.”

MÉTODO

Este capítulo tem como objetivo apresentar o método utilizado para o desenvolvimento do presente estudo. Essa pesquisa procurou investigar se as características do modelo de *background* do empreendedor (PEREIRA JUNIOR, 2020), em comparação com a decisão de empreender por oportunidade ou necessidade, aplicam-se aos empreendedores no segmento de barbearias na Região Sul do estado do Rio Grande do Sul.

A pesquisa é de natureza qualitativa, com cunho descritivo. Para Flick (2009), a pesquisa qualitativa busca compreender, descrever e explicar os



RELISE

fenômenos sociais de diferentes maneiras: analisando experiências individuais e grupais, examinando interações e comunicações que estão se desenvolvendo, investigando documentos (textos, imagens, filmes e músicas) e traços semelhantes de experiência e investigação. Já Severino (2017) acredita que esse tipo de pesquisa possa ser classificado como um conjunto de técnicas interpretativas diferentes, pois busca decodificar e descrever os componentes do sistema com muitos significados, com o objetivo de traduzir e expressar o sentido através do pesquisado sobre os fenômenos do mundo social.

Existe o desafio de se compreender sobre o que torna pessoas empreendedoras no ramo de barbearias, todavia são escassos os estudos que atrelam o *background* dos empreendedores com a motivação de empreender por necessidade ou oportunidade. Diante do exposto, tornou-se relevante estudar a relação proposta na presente pesquisa.

Foi explorado através dos empreendedores de barbearias que foram entrevistados, quais características pessoais estão presentes em seus *backgrounds*. Tornando a esta pesquisa descritiva, pois o modelo de Pereira Junior (2020) já está validado qualitativamente.

Para a coleta de dados, foi elaborado um roteiro de entrevista semiestruturado com perguntas abertas a fim de guiar a pesquisadora durante as entrevistas. Este instrumento foi elaborado baseado no modelo de *background* de Pereira Junior (2020). Essas entrevistas foram realizadas em profundidade até a saturação, quando se repetem as informações. Foram realizadas através da amostragem por conveniência, pois a pesquisadora já possui uma relação comercial com os entrevistados. Dessa forma, treze empreendedores de diversas cidades da região sul do Brasil (estado do Rio Grande do Sul) foram entrevistados entre os dias 11 de novembro de 2020 e



RELISE

112

20 de novembro de 2020. Os dados foram gravados com a permissão dos entrevistados e posteriormente transcritos e analisados a luz do modelo de *background* do empreendedor de Pereira Junior (2020).

ANÁLISE DE RESULTADOS

No presente capítulo discutem-se os resultados das entrevistas com treze entrevistados de diferentes idades e cidades. As entrevistas resultaram em uma duração média aproximada de oito minutos, foram realizadas no período de 11 de novembro de 2020 a 20 de novembro de 2020.

Os dados foram gravados com a permissão dos entrevistados, transcritos e posteriormente analisados à luz dos constructos de Pereira Junior (2020) e do direcionamento na história de vida do empreendedor por decidir empreender através de uma oportunidade ou necessidade.

Perfil dos entrevistados

No primeiro momento, as entrevistas começaram com a seguinte pergunta aberta: “O teu primeiro empreendimento foi no ramo da barbearia?”, neste momento pode-se observar que apenas cinco dos treze entrevistados já haviam empreendido anteriormente em outro ramo. O entrevistado número 2 já teve uma distribuidora de gás, o entrevistado número 3 teve uma lancheria, o entrevistado número 5 teve uma loja de roupas, o entrevistado número 10 teve uma esmalteria e por fim o entrevistado 11 respondeu que seu primeiro empreendimento foi uma loja de roupas com material de *skate*.

Foi realizada uma análise a respeito do perfil dos empreendedores no ramo de barbearia, entrevistados pela pesquisadora. O resultado desta etapa da pesquisa pode ser entendido a seguir na Tabela 1.



RELISE

113

Tabela 1: Perfil dos entrevistados a respeito de como se tornou empreendedor no ramo de barbearia.

Perfil dos entrevistados	Não pretendia empreender	Empreendeu anteriormente	Possui uma barbearia	Possui mais de uma barbearia
Não é barbeiro				10
Era barbeiro	4 e 12	2 e 3	1 e 9	
Empreendedor e barbeiro		7	6, 8, 11 e 13	
Empreendedor e posteriormente barbeiro				5

Fonte: dados da pesquisa (2020)

Percebe-se que boa parte dos entrevistados que empreenderam no ramo de barbearia já eram barbeiros antes de decidirem se tornarem empreendedores, alguns não pretendiam empreender quando começaram na profissão de barbeiros, outros até já haviam empreendido no segmento de barbearia anteriormente as entrevistas. Outra quantia significativa de empreendedores entrevistados nesse segmento, se tornaram barbeiros para que assim pudessem empreender no ramo, destes, apenas um deles já empreendeu neste segmento anteriormente e a maioria dos entrevistados estão com seu primeiro estabelecimento. Vale ressaltar que dentre os dois entrevistados que possuem mais de um estabelecimento, um deles nem é barbeiro e o outro se tornou barbeiro após ter decidido empreender e ter começado a estudar mais sobre o segmento.

Aspectos que constituem o background do empreendedor

A seguir serão feitas as análises no que diz respeito ao trabalho de Pereira Junior (2020) onde analisa os seguintes fatores: estrutura familiar, lugar de nascimento/criação, aspectos sociodemográficos, aspectos de fé e/ou religião, atividade profissional e educação formal.



RELISE

Estrutura familiar

Esse foi um aspecto que ficou visível as três vertentes que ele se subdivide, entre aqueles que não possuem empreendedor na família ou alguma influência familiar, aqueles que possuem influência familiar para empreender no segmento de beleza e/ou barbearia, e aqueles que possuem empreendedores na família ou alguma influência familiar.

Podemos observar nos discursos daqueles que não possuíram influência da estrutura familiar, como é o caso das falas dos entrevistados: Ent(2) “Não influenciam contra, mas também não ajudam em nada.”, Ent(3) “Família não, quem investiu em mim foi um falecido amigo meu”, Ent(11) “Na minha família acho que sou o único empreendedor” e Ent(12) “Na minha família ninguém é barbeiro [...] eles também não me influenciaram de nenhuma forma.”

Foram obtidas três respostas, dentre os treze respondentes, que relataram uma influência familiar para o segmento de beleza e/ou barbearia. Que tiveram destaque nos discursos do Ent(1) “Minha mãe é cabeleireira né, aí influenciou muito, tipo, eu podia estar há tempos no ramo, e quando as coisas foram acontecendo que eu decidi virar barbeiro”, Ent(6) “Minha mãe é cabeleireira então isso influenciou um pouco nessa decisão lá [...] desde que eu tinha 20 anos (uns 15 anos atrás)” e na fala de Ent(13) “Meu pai era barbeiro. [...] Quando ele ‘tava’ vivo, me botava de castigo para bater tesoura, para dizer para mim: ‘um dia vai fazer falta’ bater tesoura para aprender”.

O restante dos entrevistados, que representa uma parte considerável possui empreendedores na família ou alguma influência familiar, embora possa ser indireta. Ao analisar o discurso do Ent(4) : “Minha família por parte de pai toda ela vem do lado empreendedor, todos eles têm negócio, já por parte de mãe não, um irmão só.” Pode-se observar uma forte disposição para o empreendedorismo na família, porém o Ent(4) complementa: “Foi uma escolha



RELISE

totalmente minha, não fui influenciado por ninguém.” Mostrando uma negação à influência que a família realizou na sua predisposição a empreender.

O Ent(7) reconhece a influência de sua família ao relatar: “Minha família é minha esposa e minha filha, então esses aí eu tive 100% de apoio.” E posteriormente complementa com “Minha esposa também foi para área de beleza e fez curso de cabeleireira”. No decorrer da entrevista, ele relata que escolheu ser barbeiro por possuir uma habilidade manual, decorrente de sua infância onde realizava artesanatos no destacamento militar (uma parte da força separada da organização principal para cumprir uma missão) na colônia, pois seu pai era militar.

Já o Ent(8) ressalta a influência que teve através do seu tio: “Meu tio sempre fez eu abrir a cabeça para guardar dinheiro, ser empreendedor”. Enquanto o Ent(10) apenas comenta que seu pai é empreendedor, mas que isso não o influenciou, e acrescenta no final: “Tu sabes que pode ser um fator genético”.

O Ent(9) também relata que o fato de ter empreendedor não o influenciou: “Tem empreendedor na família, mas não influenciou, tudo por mim”. E complementa na sequência da entrevista: “Minha esposa tem estética em Pelotas, e temos estética e barbearia em Jaguarão”.

Lugar de nascimento/criação

Nove dos entrevistados afirmaram que o local onde nasceram ou foram criados não teve influências na escolha por empreender. Mas pode-se observar certas discordâncias quando é nítido que a pessoa veio a se tornar empreendedor em função da falta de oportunidades de trabalho na região, ou influência cultural no seu passado. Não foi observado nenhuma influência para



RELISE

empreender no que diz respeito aos aspectos legais, dentre as 13 entrevistas realizadas.

O único entrevistado que se observa uma influência cultural na decisão de empreender, foi o Ent(7) quando ele relata sobre os momentos na colônia militar: “Meu pai era militar e gostava muito de destacamento pra colônia, então aprendi muito lá, com 14/15 anos trabalhava com indumentaria campeira, então peguei habilidade com as mãos”. E posteriormente complementa sobre as poucas oportunidades de trabalho que existiam na região de nascimento/criação: “A formação que eu tive no interior, não tinha muitos recursos naquela época, mas depois que vim pra cidade que comecei a abrir meus conhecimentos”. E por ter realizado o curso de cabeleireiro (pois no ano de 2001 ainda não ofertavam cursos para barbeiros) no SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) em Pelotas o profissional acrescenta que “a cidade me deu essa visão”, e o profissional já veio a formar duas turmas de barbeiros através do SENAC de Pelotas.

Três entrevistados que falaram não terem sofrido influência pelo local onde nasceram ou foram criados, relataram sem perceberem que sofreram influencia sim, através da falta de oportunidades de trabalho na região. O Ent(6) disse que se mudou para Pelotas para trabalhar em outra área, e não em barbearia, ressaltou também que quando morava em Caxias tinha interesse em abrir algum negócio próprio por lá também. Como podemos observar nas falas de Ent(3): “Eu era ‘guri’ de rua, e aí a barbearia me trouxe uma tranquilidade que eu não passava mais fome [...] foi a vida mesmo, foi mais a necessidade [...] Na rua eu vendia: bala, pão, cuca; e aí eu não queria, tinha vergonha, e preferi cortar cabelo e acabei gostando”. E no discurso de Ent(12) ao dizer “eu vim para Rio Grande para trabalhar no polo naval, mas não consegui emprego, fiquei 6 meses desempregado e comecei a cortar cabelo



RELISE

dos guri no alojamento que morei que tinha 15 pessoas”. Deixam nítida a falta de oportunidade de trabalho que sofreu em sua vida.

Além do Ent(7), mais três profissionais falaram que sofreram influência decorrente do lugar de nascimento/criação. Como é o caso dos Ent(11) que comentou “vim para Pelotas para jogar futebol, aí aconteceu algumas coisas com uns empresários e eu tive que parar e fui trabalhar no comércio. Trabalhei vendendo carro por 6 anos em Rio Grande, mas fui demitido quando deu aquele problema do polo naval”, do Ent(13): “Na época sim (18 anos atrás), não é essa concorrência que é hoje em dia, tinha poucos barbeiros”, e na fala de Ent(9) “Jaguarão me influenciou pois tenho muitos amigos, conheço muita gente de lá, quando eu vim pra Pelotas eu não tinha nenhum amigo de Pelotas, não tinha ninguém no meu Instagram...” que não mora na sua cidade de nascimento mas decidiu empreender lá em decorrência das suas relações passadas. Seguindo a mesma linha de pensamento do Ent(9), temos a fala do Ent(10) que relatou não ter sofrido influência decorrente de sua região, mas pensa que “obviamente o networking, esse ciclo de amizade influencia”.

Dentre os que relataram não terem sofrido influência decorrente do lugar de nascimento/criação, apenas o Ent(5) argumentou com “Eu nem gosto de Pelotas, se eu pudesse ir embora e levar a barbearia eu levava”.

Aspectos sociodemográficos e de gênero

Dentre os entrevistados, apenas Ent(6), Ent(7), Ent(9), Ent(11) e Ent(12) se mudaram de sua cidade natal. Vale destacar que Ent(9) nasceu em Jaguarão, atualmente reside em Pelotas, mas possui empreendimento na sua cidade natal. Ent(2) ao ser perguntado se Pelotas era sua cidade natal explicou: “De nascimento sim. [...] Na verdade eu me criei em Santa Vitória né



RELISE

depois..., mas pode colocar em Pelotas.” A cidade que ele nasceu e empreendeu, mas não foi sua cidade de criação.

Podemos observar nas falas de Ent(6) “Sou de Viamão, vim para cá para trabalhar em outra área. [...] Eu acho que a cidade não faz diferença, já morei em Caxias, em Porto Alegre”. Onde relata que ter se mudado não influenciou na sua decisão de empreender, pois morou em outras cidades e tinha interesse em empreender (não necessariamente em barbearia) lá também. Por outra perspectiva, temos dois entrevistados que percebem a mudança de cidade como influenciadora na sua decisão de empreender, como disse o Ent(7): “Sou natural de São Lourenço, mas moro em Pelotas [...] Eu acho que a cidade ela ajuda muito [...], mas eu abriria barbearia não importa a cidade”. Que também deixou claro a ampliação de visão que teve através da cidade que atualmente reside. E o Ent(9): “A mudança de cidade influenciou porque aí que eu realmente tive um contato com a barbearia”. Se percebe um reconhecimento do entrevistado pela mudança de cidade na decisão de empreender.

Sobre os aspectos de gênero é importante destacar que dos treze entrevistados, todos eram do gênero masculino, pois existe pouquíssimas mulheres empreendedoras no segmento. Mas dentre os entrevistados apenas Ent(1) acha que seu gênero influenciou um pouco na sua decisão de empreender no ramo da barbearia, pelo fato de ser homem.

Aspectos de fé e/ou religião

Dentre os treze entrevistados, apenas quatro relataram que esse fator possa ter influenciado na decisão de empreender. Dentre os quatro que reconhecem a influência, dois deles deixam claro isso ao falarem como Ent(7) “Teve influência e forte, foi onde eu me converti junto com minha família, onde



RELISE

tudo mudou na minha vida, como pessoa, como ser humano e como família. A igreja influenciou muito”. E como admite Ent(10) “Sim influenciou. Eu tenho muita crença em valores, independente de religião, eu tenho fé em Deus e sei que isso me motiva muito a seguir, enfrentar as barreiras, confiar que tem um processo e que a gente vai passar”.

Os entrevistados Ent(8) “Acho que tua fé, tu tens que buscar para o teu espírito [...] tu não podes entrar para uma religião achando que ela vai te ajudar, sou afro umbandista, mas porque eu gosto. [...], Mas eu acredito que a fé influencia em alguma coisa sim”. e Ent(12): “Você tem que ter fé [...] acredito eu que quando Deus tem um propósito nas nossas vidas, as coisas acontecem da forma que ele quer”. Demonstram em seus discursos que acreditam em uma influência através da fé. Enquanto em sentido oposto, temos a fala de Ent(9): “Foi instinto, religião ou fé não” que deixa claro não ter sofrido influência através destes fatores na sua decisão de empreender.

Atividades profissionais anteriores

Cinco entrevistados reconheceram a influência das suas atividades profissionais anteriores na decisão de empreender no ramo de barbearia. Como pode-se notar na fala de Ent(4): “Quando eu comecei como barbeiro, eu jamais imaginei ter a minha barbearia, só que com o tempo eu fui vendo, que era muito possível eu ter a minha e trabalhar do meu jeito, da minha forma”. Antes de decidir empreender para poder fazer o negócio da sua maneira, chegou a trabalhar para o irmão, que é o Ent(10). Ambos os irmãos comentaram que anterior ao ramo da barbearia, adquiriram muito conhecimento através de uma empresa de Marketing Multinível que incentivava o lado empreendedor de seus colaboradores. Diferente do irmão mais novo, Ent(10) já havia empreendido anteriormente, e explica “Minha primeira



RELISE

empresa foi esmalteria, mas não dava qualidade de vida e eu me sentia muito preso, eu queria liberdade, então vendi o negócio e acabei trabalhando na farmácia familiar onde virei coordenador e usei alguns conhecimentos que tinha em processos até entrar no marketing multinível”.

Ent(9) relata que teve influência através de seus trabalhos anteriores por já ter sido auxiliar de cabeleireiro. Na mesma linha de pensamento temos Ent(6) que afirma sua profissão anterior o influenciou: “Eu era vendedor de veículos [...] eu sempre trabalhei com atendimento, então na verdade eu sempre soube que eu ia ter sucesso num negócio desses por já trabalhar com atendimento com pessoas [...] toda essa carga de atendimento influenciou bastante, que é o que a gente usa aqui, a gente acaba trabalhando com pessoas”. Vale ressaltar que Ent(6) em função do “*know-how*” adquirido com a profissão anterior, ele realiza *workshop* sobre excelência no atendimento, técnicas de venda e fidelização de clientes.

Ent(5) era empresário em outro segmento e decidiu ampliar seus negócios “Já tinha minha loja de roupa, mas queria montar uma barbearia e botar para funcionar [...] só que eu não queria ser barbeiro”. De forma indireta, o fato de já ser empresário o propiciou a querer assumir os riscos de investir em um ramo com o qual ele não era acostumado. Foi atrás de informações sobre a barbearia, para poder cobrar dos seus futuros colaboradores que ele acabou se tornando barbeiro posteriormente.

Dentre os que responderam que não tiveram influência de atividades profissionais anteriores, dois deles sofreram de forma indireta e através de um sentido negativo como propulsor. Como no caso do Ent(2): “Eu trabalhei no Polo Naval por último, mas trabalhei 18 anos no comércio. [...] Na época que começou a lava jato, eu pedi para ir embora. [...] quando eu conheci a barbearia clássica, me encantou como cliente não para empreender, nunca



RELISE

quis ser barbeiro”. Que já possuiu anteriormente uma distribuidora de gás, portanto já havia empreendido em sua vida e assim como Ent(5) afirma que não queria ser barbeiro. E outra história de vida sobre a atividade profissional (negativa) que refletiu de forma indireta foi com o Ent(7): “Já trabalhei durante 23 anos na segurança privada, mas eu tinha insegurança como empregado, tive sequelas de empresas anteriores que faliram e infelizmente não recebi nada”. Situações em que os entrevistados com desejos de não se sentirem inseguros com o desemprego, em função das suas vivências profissionais de forma negativa, que se tornaram direcionadoras na decisão para empreender.

Ent(8) disse não ter relação entre a decisão de empreender com suas atividades profissionais anteriores, porém no decorrer da entrevista ele afirma: “Nunca gostei de trabalhar para os outros na verdade”. Então buscou através da profissão de barbeiro, se tornar um empreendedor. Assim como o Ent(1) que já trabalhou como barbeiro em outra barbearia antes de abrir a sua própria, mas desde o começo já tinha em mente que iria se tornar empreendedor no ramo de barbearia. Através de suas palavras: “Eu era funcionário, era vendedor. [...] Na verdade quando eu comecei o propósito era esse né, futuramente ter a própria. [...] Quando eu pensei “bah vou fazer o curso” eu já estava meio decidido a empreender”. E de forma indireta seu cargo de vendedor antes de ser barbeiro, se não influenciou diretamente na decisão de empreender, é certamente um propulsor para seu sucesso como empreendedor e barbeiro, pois a venda de produtos e serviços agrega muito para as empresas neste segmento.

Educação formal

Apenas um entrevistado teve como propulsor na decisão de empreender, sua educação formal, Ent(6) cursou processos gerenciais, embora



RELISE

no primeiro momento ele afirma que isso não tenha influenciado, posteriormente complementa: “Na verdade o curso é voltado pro empreendedorismo né, ele é um curso pra que tu tenhas um negócio próprio ou que tu vás ser gerente de alguma área”.

Ao serem perguntados por alguma influência da educação formal, se obteve os relatos de conhecimentos adquiridos através da educação informal pelos irmãos Ent(4): “Eu prestei serviço para uma empresa uma vez, e eles influenciavam muito as pessoas a empreender né, a quebrar esse medo, esse protocolo assim que muita gente tem de dar esse passo. [...] Era uma empresa de Marketing Multinível, foi uma passagem rápida onde eu aprendi muita coisa”. E Ent(10): “Estou com 30 anos, a barbearia vai fazer 4 anos, mas desde os 21 anos já busco cursos de desenvolvimento pessoal, vendas, PNL (programação neurolinguística), coaching... com conhecimento tudo facilita né”.

Ressaltando a falta de influência através da educação formal (anos iniciais, ensino fundamental, ensino médio, ensino técnico, ensino superior e pós-graduação) pode-se observar que ao pensar em educação que possa ter influenciado para terem se tornado empreendedores no ramo de barbearias, os entrevistados se remetem aos cursos profissionalizantes que realizaram, muitos destes cursos de forma não estruturada e/ou organizada por escolas profissionalizantes, mas sim por colegas de profissão que se destacam no segmento. Existem também franquias no segmento de beleza que ofertam cursos para qualificar e certificar os profissionais, e foi relatado por Ent(2):“O que eu tive foi um professor no Instituto Embelleze, o Cristian pode ser, ele foi um incentivador também”.



RELISE

Necessidade e/ou oportunidade

Seguindo a visão dos autores (NUTIN, 1984; SEBRAE, 2007A, 2007B; SIVAPALAN & BALASUNDARAM, 2012; UMMAH, 2009; VALARELLI & VALE, 1997; VALE et al., 1998) que enxergam a natureza das motivações de forma mais complexa, multidimensional e as vertentes entre necessidade e oportunidade como não excludentes, onde existe a possibilidade de reforço ou interação dentre as maneiras de motivação, sem se limitar à lógica binária de oportunidade ou necessidade.

De maneira confirmatória pode-se refletir sobre a história do Ent(4): “Trabalhei 4 anos em farmácia, depois saí para trabalhar na loja do meu tio em Tramandaí, só que quando eu fui para trabalhar lá, eu já tinha em mente que eu queria fazer um curso de barbeiro. Aí acabei abandonando o serviço lá e vim pra Pelotas fazer o curso de barbeiro”. Mesmo estando empregado, viu a oportunidade de através da profissão de barbeiro suprir sua necessidade de se tornar mais independente, embora no começo de sua profissão como barbeiro não pretendia se tornar empreendedor no ramo. Tornando confuso os limites entre sua decisão de empreender por oportunidade ou necessidade.

A seguir podemos observar o diálogo entre entrevistado e pesquisadora, onde o primeiro teria condições financeiras para empreender em outro segmento, e sua decisão de empreender vem da necessidade de não depender mais de empresas que possam vir a demitir ele, e optou pelo segmento da barbearia pois vislumbrou uma oportunidade no convite de seu barbeiro para que fossem trabalhar juntos.

Ent(2): “Eu ia empreender em outra área, na área de embelezamento automotivo”.

Pesquisadora: “E o que virou a chave?”

Ent(2): “O que virou a chave foi uma pessoa ter me convidado para trabalhar com ela”.

Pesquisadora: “Quando ele te convidou para trabalhar, tu já estavas desempregado? Pediu demissão para trabalhar com ele?”



RELISE

124

Ent(2): “Eu já estava parado, eu estava pronto para ir para Porto Alegre fazer os cursos de embelezamento automotivo”.

Enquanto outros não tinham nenhuma oportunidade e se tornaram empreendedores por total necessidade, como foi o caso do Ent(3): “Eu era ‘guri’ de rua, e aí a barbearia me trouxe uma tranquilidade que eu não passava mais fome [...] foi a vida mesmo, foi mais a necessidade”. E pela história do Ent(12): “Eu não cheguei na cidade no objetivo de cortar cabelo, cheguei no objetivo de trabalhar no polo naval. Só que naquele momento a única coisa que tinha me proporcionado era cortar cabelo”, que ficou 6 meses desempregado ao ter se mudado de cidade procurando por melhores oportunidades. Assim como Ent(8): “vendi uma câmera fotográfica que eu tinha para poder dar entrada no curso que até então era tudo meio apertado na época” que não se sentia realizado em nenhuma das profissões que desempenhou anteriormente, e tinha interesse em buscar sua tranquilidade profissional.

No caso do Ent(11) que necessitava empreender, mas também viu no segmento uma oportunidade, em suas palavras:

mas fui demitido quando deu aquele problema do polo naval [...] separei 3 ideias de negócios para montar e entre elas estava a barbearia, mas eu não sabia nada sobre, tive que fazer um curso primeiro para entender o que era cabelo, não era para eu cortar cabelo, era para eu poder cobrar o meu barbeiro, só que eu gostei e fiquei cortando até hoje.

Dentre os treze entrevistados, apenas dois podemos observar que não tiveram aspectos que salientassem necessidade na sua decisão de empreender no ramo de barbearia. Pessoas que já haviam sido (ou ainda eram) empreendedoras, e viram no nicho de estética masculina uma oportunidade. No caso do Ent(5), ele pretendia seguir com sua loja de roupas em paralelo à barbearia, mas mudou de ideia após fazer o curso e gostar mais da profissão de barbeiro e também ao perceber que ganharia mais dinheiro se não fosse apenas o dono, em suas palavras: “Diferente da loja de roupa que eu



RELISE

tinha, que eu tinha que colocar o dinheiro e esperar o retorno [...] no ramo da barbearia eu vi que qualquer coisa que eu fazia o dinheiro era 100%”. E se enxerga essa identificação pela oportunidade no caso do Ent(10): “eu já era um consumidor de barbearia e estava procurando algo para empreender que fosse algo que eu gostasse” que estava ganhando muito dinheiro com o Marketing Multinível, mas estava sempre procurando algo que se identificasse mais.

RELAÇÃO ENTRE *BACKGROUND* DO EMPREENDEDOR X EMPREENDER POR NECESSIDADE/OPORTUNIDADE

Foi realizado um mapeamento das características de *background* dos empreendedores no ramo de barbearias que estivesse atrelado com empreender por necessidade ou oportunidade. O resultado desta etapa da pesquisa pode ser compreendido a seguir no Quadro 2.

Quadro 2 - **Relação entre *background* do empreendedor e empreender por necessidade/opportunidade**

Entrevistados:	5	6	9	10	7	13	1	2	3	4	8	11	12
Empreendedor por:	OPORTUNIDADE						NECESSIDADE						
	<i>Estrutura Familiar</i>		X	X	X	X	X	X			X	X	
<i>Lugar Nascimento/ Criação</i>		X	X	X	X	X			X			X	X
<i>Sociodemográficos</i>		X	X	X	X		X	X				X	
<i>Fé / Religião</i>				X	X						X		X
<i>Atividade Profissional</i>	X	X	X	X	X		X	X		X		X	X
<i>Educação Formal</i>		X											

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Percebe-se na tabela que dos treze entrevistados, nove empreenderam por necessidade e apenas seis por oportunidade, a soma entre os que empreenderam por necessidade e os que empreenderam por oportunidade é superior ao número total de entrevistados pois dois entrevistados possuem em sua história aspectos que os configuram como empreendedores por



RELISE

necessidade e por oportunidade, uma vez que não são excludentes. Alguns profissionais relataram não terem sofrido influência em determinados aspectos, mas seus discursos demonstrava uma influência mesmo que indireta, portanto na tabela acima foram consideradas todos os tipos (sejam diretas ou indiretas) de aspectos que constituem a história de vida dos empreendedores entrevistados.

As relações existentes entre os dois entrevistados que empreenderam por necessidade e oportunidade são: ambos tiveram influência de aspectos familiares (um o pai era barbeiro e no caso do outro o pai era militar e por isso ele realizava artesanato em couro onde aprendeu a desenvolver suas habilidades manuais) em decorrência do lugar de nascimento/criação (um deles por ter sido criado visitando a colônia militar e outro explica que quando começou a empreender foi por ter visto oportunidade em sua região que na época não existia tanta concorrência). E nenhum destes possui influência decorrente da educação formal.

Os entrevistados predominantemente (nove empreendedores) empreenderam por necessidade, destes nove, seis deles possuem na constituição de seu *background* a atividade profissional anterior, dois entrevistados por já exercerem a profissão de barbeiro antes de decidirem empreender e quatro tiveram uma influência negativa de seus antigos trabalhos por serem demitidos (ou iriam ser e foram embora antes). É importante destacar que nenhum deles teve influência através da educação formal.

Vale destacar a respeito dos seis entrevistados que empreenderam por oportunidade, quase que a totalidade destes, apresentam aspectos de estrutura familiar, lugar de nascimento e/ou criação e atividade profissional anterior de forma predominante em seu *background*.



RELISE

Com relação à educação formal, apenas um entrevistado realmente sofreu influência derivada deste aspecto, os demais entrevistados argumentavam com explicações decorrentes de uma influência através da educação informal, como no caso de cursos profissionalizantes e conhecimentos adquiridos através de relações informais. O que se percebe é que poucos empreendedores no ramo de barbearia de fato tiveram educação formal que pudesse ter relevância na constituição de seus *backgrounds*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo responder ao problema de pesquisa: De que forma o *background* dos empreendedores pode indicar uma motivação para empreender por necessidade ou oportunidade? Para isso se desenvolveu o objetivo geral: o estudo das características de *background* que constituem os empreendedores no ramo de barbearia, e a classificação desses *backgrounds* quanto a empreender por necessidade ou oportunidade. Com os seguintes objetivos específicos: (i) Identificar modelos de *background* do empreendedor; (ii) Analisar os fatores que constituem o *background* dos empreendedores no ramo da barbearia; (iii) Mapear os empreendedores de acordo com seu *background*, referente à motivação de empreender por necessidade ou oportunidade.

A literatura de *background* do empreendedor segundo Pereira Junior (2020) se caracteriza em seis aspectos: estrutura familiar, lugar de nascimento/criação, aspectos sociodemográficos, aspectos de fé e/ou religião, atividade profissional e educação formal. Com relação à teoria de empreendedorismo por oportunidade ou necessidade, os primeiros são aqueles que abrem uma empresa movidos por terem percebido uma lacuna no mercado ou identificação de uma oportunidade de negócio. Vale ressaltar que



RELISE

128

empreendedores por necessidade podem ser empregados e com renda que necessitam empreender por fatores variados como: qualidade de vida, ser independente, poder trabalhar da sua maneira, ter mais tempo livre, fugir dos problemas e/ou stress do trabalho anterior.

Nesta pesquisa a metodologia utilizada foi de maneira qualitativa, através de entrevistas com roteiros semiestruturados, foram entrevistados treze empreendedores no segmento de barbearia, com duração média entre as entrevistas de oito minutos. As entrevistas foram gravadas com a autorização dos entrevistados, transcritas e analisadas sobre as teorias de *background* do empreendedor e empreendedorismo por necessidade ou oportunidade.

Diante das entrevistas foi possível constatar que o *background* dos empreendedores no ramo de barbearias é constituído por todos os aspectos do modelo de Pereira Junior (2020), mas vale ressaltar que nenhum dos entrevistados possui todos os aspectos de forma simultânea em seu *background*. O único aspecto que não pode ser confirmado no segmento de barbearias é a Educação Formal, pois apenas um dos entrevistados possui Ensino Superior que possa ter influenciado na decisão de se tornar um empreendedor. Apenas um entrevistado se manifestou sobre seu gênero como sendo relevante na sua decisão de entrar para o ramo de barbearia.

Observou-se que dos empreendedores entrevistados que foram influenciados pela estrutura familiar, cinco destes empreenderam por necessidade e cinco empreenderam por oportunidade, o que significa que não podemos afirmar que os aspectos familiares possam ter relação com a pessoa se tornar empreendedora por necessidade ou oportunidade. A maior parte dos entrevistados que possuem influencia através dos aspectos sociodemográficos, empreende por necessidade, justamente por não terem oportunidades de emprego e desenvolvimento local, conforme foi citado pelos entrevistados.



RELISE

Quando a atividade profissional anterior se torna um fator importante no *background* do empreendedor do ramo da barbearia, a maioria acaba empreendendo por necessidade, seja por ter começado na profissão de barbeiro, antes de decidir empreender, ou como (se mostrou entre seis dos treze entrevistados) um propulsor negativo para que os profissionais se tornassem empreendedores por necessidade em função de que iriam ser ou foram demitidos no seu trabalho anterior, ressaltando ainda mais a falta de oportunidades de emprego. A maior parte dos empreendedores por oportunidade, com exceção apenas de um deles, possui a estrutura familiar dentre os fatores que influenciaram na decisão de empreender.

Nos dias atuais já existem movimentos de incluir o empreendedorismo no sistema de educação formal, embora ainda sejam insipientes. Estudar empreendedorismo na escola ajuda no desenvolvimento de habilidades como criatividade, trabalho em equipe, autoconfiança, planejamento, adaptação a mudanças entre outras. A disciplina deve estimular nos estudantes a ideia de transformar a realidade, partindo de propostas de soluções para problemas práticos. Espera-se que com mais educação empreendedora formal existam um aumento no número de empreendedores por oportunidade do que por necessidade.

A pandemia do novo corona vírus, tornou 2020 um ano atípico, onde muitos trabalhadores foram demitidos, outros por trabalharem de forma remota, perceberam que poderiam empreender mantendo o atual trabalho e o empreendedorismo por necessidade cresceu no Brasil. Segundo informações sobre a crescente do número de novos empreendimentos registrados entre 31 de março e 15 de agosto de 2020 pelo SEBRAE: “Entre esses novos negócios, a grande maioria deles foi de Microempreendedores Individuais (MEI), com 684 mil registros (quase 43 mil a mais que no mesmo período de 2019)”. Como



RELISE

130

consequência para o desemprego e falta de oportunidades os profissionais acabam empreendendo por necessidades financeiras principalmente.

Como percebe-se que a falta de oportunidade de trabalho na região e de educação formal são conectadas com empreender por necessidade, acredita-se que ao implementarem o empreendedorismo na educação formal em escolas, mais pessoas vão acabar empreendendo por oportunidade e gerando empregos para que outros não necessitem empreender por falta de oportunidade de trabalho na região (um dos aspectos que resultaria em empreendedores por necessidade).

Como contribuições, cientificamente, este trabalho avança a discussão sobre o que vem a compor o background, permitindo conhecer melhor o empreendedor do setor de barbearias. Já gerencialmente, entender as características do background pode auxiliar em futuros processos seletivos de empresas desse setor em incubadoras, ou mesmo funcionários para essas empresas.

Como limitações para essa pesquisa, foram estudados apenas treze empreendedores no setor de barbearia. Dessa forma sugere-se para novas pesquisas uma reprodução, relacionando a maneira de empreender (necessidade/oportunidade) com o *background* de empreendedores de outros setores de negócios, em um formato quantitativo, *survey*.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. **Caderno de tendências 2019-2020**. SEBRAE. Disponível em: <
<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/CADERNO%20DE%20TENDENCIAS%202019-2020%20Sebrae%20Abihpec%20vs%20final.pdf> >.
Acesso em: 06 nov. 2019



RELISE

131

BRYMAN, A. **The disneyization of society**. London: Sage Publishers. 2004

BUENO, J. R. **As 7 principais características de um empreendedor de sucesso**.

HARLEZ, Y. D.; MALAGUEÑO, R. Examining the joint effects of strategic priorities, use of management control systems, and personal background on hospital performance. **Management Accounting Research**, v. 30, n. 1, p. 2-17, 2016.

FERNANDES, N. P.; D'AVILA, L. C.; CRUZ, A. P. C. D.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z. Quem é o empreendedor? A busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. **Brazilian Journal of Management & Innovation**, v. 7, n. 3, p. 26-62, 2020.

GOB, C. **Entenda a importância do empreendedorismo na escola**. Imaginie Educação, 2019. Disponível em: <<https://educacao.imagineie.com.br/empreendedorismo-na-educacao/>>. Acesso em: 01 de dez. de 2020.

GONÇALVES, V. **Como abrir uma barbearia**. Novo Negócio Startup. Disponível em: <<https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-abrir-uma-barbearia/>>. Acesso em: 28 out. 2019

GOTTO, M. **Beleza masculina vai alcançar US\$ 78,6 bilhões em 2023**. Forbes. Edição 72. out. 2019 Disponível em: <<https://forbes.com.br/negocios/2020/02/beleza-masculina-vai-alcancar-us-786-bilhoes-em-2023/>>. Acesso em: 10 abr. 2020

MATTE, J.; OLIVEIRA VOLTZ, T. D.; SCHNEIDER, A. C. S.; MIRI, D. H.; CHAIS, C.; GANZER, P. P.; OLEA, P. M. Comportamento empreendedor feminino: estudo no Estado do Rio Grande do Sul. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 5, n. 1, p. 3-23, 2019.

FECOMÉRCIO RS. **Mercado da beleza cresce e abre oportunidades no ramo da barbearia**. 2019. Disponível em: <<http://fecomercio-rs.org.br/2019/09/11/mercado-da-beleza-cresce-e-abre-oportunidades-no-ramo-da-barbearia/>>. Acesso em: 17 abr. 2020



RELISE

132

Portal do Desenvolvimento Local (sebrae.com.br). **Número de novos MEI criados em 2020 supera em quase 43 mil o registro do mesmo período de 2019.** Portal do desenvolvimento local, 2020. Disponível em: <<https://portaldodesenvolvimento.sebrae.com.br/numero-de-novos-mei-criados-em-2020-supera-em-quase-43-mil-o-registro-do-mesmo-periodo-de-2019/>>. Acesso em: 01 de dez. de 2020.

OLIVEIRA, K. C. F. D.; BORGES, A. F. Processo empreendedor. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 6, n. 1, p. 104-120, 2020.

OLIVEIRA, S. R. G. Cinco Décadas de Marketing. **GV-executivo**, v. 3, n. 3, p. 37-43, 2004.

PARAIZO, D. **Segmento de beleza masculina tem potencial de crescimento no Brasil.** POPMARK. Disponível em: <<https://propmark.com.br/mercado/segmento-de-beleza-masculina-tem-potencial-de-crescimento-no-brasil/>>. Acesso em: 28 out. 2019

PEREIRA JUNIOR, E. F. Z. **Background do empreendedor:** proposta e validação de um modelo. 2020. 132 f. Dissertação. Mestrado em Administração (Programa de Pós-graduação em Administração). Universidade Federal do Rio Grande, Rio Grande, 2020.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-de-sucesso/>>. Acesso em: 19 set. 2019.

SOUZA, E. **Quer trabalhar com barbearia?** Saiba por onde começar. Blog do SENAC SÃO PAULO. Disponível em: <<https://www.blogsenacsp.com.br/trabalhar-com-barbearia/>>. Acesso em: 28 out. 2019.

VALE, G. M. V.; CORREA, V. S.; REIS, R. F. D. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Rev. adm. contemp.**, v. 18, n. 3, p. 311-327, 2014.

VARGAS, B. **Mais de 500 salões de beleza e iniciativas de vanguarda:** o que faz do Moinhos de Vento o bairro dos cabeleireiros. Gaúcha ZH, Porto Alegre, 18 jul. 2019. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2019/07/mais-de-500-saloes-de-beleza-e-iniciativas-de->



RELISE

133

vanguarda-o-que-faz-do-moinhos-de-vento-o-bairro-dos-cabeleireiros-cjy7c7xqp002g01pbs15044tg.html>. Acesso em: 12 mar. 2020