

EMPREENDEDORISMO FEMININO NA ÁREA DA BELEZA - VILA VELHA - ITAPUA/ES

Ana carolina Ribeiro Campista ¹

Grazyelle Souza de Santana ¹

Rosany Scarpatti Rigueti ³

1

RESUMO

O empreendedorismo feminino no Brasil vem apresentando números crescentes, principalmente nas atividades de beleza, moda e alimentação. Este artigo tem como finalidade apresentar quais são os fatores determinantes que levaram as mulheres a empreenderem no ramo da beleza no Bairro Itapuã, município de Vila Velha, ES, durante os últimos dez anos. Para tanto, foi realizada pesquisa bibliográfica para compreender a trajetória histórica até os dias atuais, além de dados que evidenciam o empreendedorismo feminino, em especial na área da beleza. No decorrer desta tratativa, apresentou-se a história do empreendedorismo feminino, com suas dificuldades, desafios, superações e conquistas. A metodologia empregada foi o levantamento bibliográfico, pesquisa qualitativa e estudo de campo exploratório, por meio de abordagem indutiva. Para tal propósito, foi necessária a realização de pesquisa com a utilização de questionário destinado a quarenta proprietárias de salões de beleza. A hipótese inicial foi corroborada com as pesquisas realizadas, onde um dos fatores que as levaram a empreender foi a independência financeira dessas mulheres. Nesse contexto, percebe-se como é importante a análise deste trabalho, para apresentar informações sobre essas empreendedoras e salientar o considerável papel que elas exercem no contexto social e econômico.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Feminino. Independência. Beleza. Renda.

¹ Graduando do curso de Administração, Faculdade Novo Milênio (Vila Velha), E-mail: ana.campista@sounovomilenio.com.br

² Graduando do curso de Administração, Faculdade Novo Milênio (Vila Velha), E-mail: grazyelle.santana@sounovomilenio.com.br

³ Administradora, Bacharel em Ciências Contábeis, Professora do curso de Administração e Ciências Contábeis da Faculdade Novo Milênio (Vila Velha), Pós graduada em Planejamento Estratégico e Sistemas de Informação pela Pontifícia Universidade Católica de Belo Horizonte. Mestre em Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos, São Paulo (2000). E-mail: rosany.rigueti@novomilenio.br

INTRODUÇÃO

Desde o princípio da humanidade, o ser humano sempre buscou formas diferenciadas para exercer o comércio na sua organização econômica, esta entendida como a compra, a venda, ou a troca de bens, como atividade habitual e profissional. Nesse sentido, podemos dizer que o empreendedorismo sempre esteve presente nas relações humanas e financeiras.

Dornelas (2008, p.22), nos apresenta uma definição de empreendedorismo que amplia o sentido desse comércio, quando destaca a ideia de oportunidades e sucesso: “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso.” Dessa forma, podemos perceber o empreendedorismo como um conjunto de tomadas de decisão, seguido de ações, assumindo riscos e responsabilidades.

Seguindo esse pensamento, é considerável supor que as ações empreendedores acontecessem de forma responsável e com os resultados esperados tivesse apoiado em políticas públicas voltadas aos empreendimentos de pequeno porte, conforme destaca Dornelas, a seguir:

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softx (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. (DORNELAS, 2008, p.20)

Essas entidades eram responsáveis por auxiliar e dar suporte na implantação de novos negócios, bem como no desenvolvimento e ampliação de empreendimentos já existentes.

Também na década de 1990, com a combinação de vários fatores econômicos, culturais e sociais da época, um dos fatos mais marcantes na sociedade brasileira foi a inserção da mulher no campo de trabalho. Dentre as principais demandas das manifestações feministas do século XX estavam as melhores condições de trabalho, salários mais justos e oportunidades iguais no mercado. No entanto, mais de 100 anos depois que as mulheres começaram a assumir um papel de liderança na luta por seus direitos, a desigualdade continua alta, mesmo para aquelas que buscam administrar seus próprios negócios por conta própria.

Portanto, para compreender como estão direcionadas às práticas do empreendedorismo feminino, apresentou-se relevante investigar o problema de pesquisa: quais são os fatores determinantes que levaram as mulheres a empreenderem no ramo da beleza no bairro Itapuã, município de Vila Velha, ES, durante os últimos dez anos.

De acordo com as pesquisas bibliográficas realizadas no decorrer deste artigo,

envolvendo os fatores mais relevantes que levaram as mulheres a empreender na área da beleza, destacam-se como resultados: maior flexibilidade de tempo, a procura pela estabilidade e independência financeira e a possibilidade de poderem trabalhar em casa, conciliando assim, suas atividades pessoais e profissionais. (SERASA EXPERIAN, 2022)

Nesse sentido, a suposição aplicada ao problema de pesquisa consiste nos fatores de maior flexibilidade de tempo e independência financeira.

Por meio dessa pesquisa, foi possível oferecer elementos que contribuam para uma melhor percepção da realidade do empreendedorismo feminino, em específico para as que atuam na área da beleza, fornecendo dados para identificação da atuação dessas mulheres no município de Vila Velha, ES, mais especificamente as do bairro Itapuã, de maneira a dar visibilidade ao trabalho realizado pelas mesmas.

A importância da presente pesquisa justifica-se pela necessidade de dar destaque aos elementos contextualizados sobre o empreendedorismo feminino na área da beleza e fomentar novos empreendimentos, um tema tão atual e ao mesmo tempo tão pouco explorado.

Neste contexto, consegue-se perceber a importância da análise desses dados para compreensão dos fatores que levaram as mulheres a empreenderem no ramo da beleza, bem como as dificuldades, desafios, superações e conquistas valorizando-as na promoção do desenvolvimento econômico no Estado do Espírito Santo.

Portanto, o objetivo geral deste trabalho conduziu-se a investigar quais são os fatores determinantes que levaram as mulheres a empreenderem no ramo da beleza no município de Vila Velha - Itapuã, Espírito Santo, durante os últimos dez anos.

Os objetivos específicos consistiram-se em realizar pesquisa bibliográfica sobre o assunto em questão; realizar o mapeamento do quantitativo de empreendedoras que abriram empresas nos últimos dez anos no ramo da beleza, com instituições responsáveis pelo fomento dessas empresas (SEBRAE); elaborar questões investigativas; analisar o resultado obtido a partir do questionário enviado, visando encontrar a resposta do problema de pesquisa.

De posse desse conhecimento, será mais fácil trabalhar com práticas que promovam crescimento no empreendedorismo feminino.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com pesquisas realizadas no site do SEBRAE (2023), o empreendedorismo feminino vem se desenvolvendo como uma das formas de empoderamento das mulheres, motivado por realização profissional e pessoal, e/ou para adquirir estabilidade financeira. Atualmente, as mulheres possuem forte presença no mercado da beleza, atuando como funcionárias ou donas do próprio negócio, geralmente se identificam mais com as atividades e a rotina do trabalho, com horário e localidade flexíveis.

Por conseguinte, Machado (1999), destaca a forma como as mulheres empreendedoras se dedicam às funções que exercem, criando uma imagem forte do seu papel no mercado de trabalho e exercem uma liderança natural junto aos colaboradores, valorizando positivamente a gestão do seu negócio. Nesse sentido pode-se evidenciar como as emoções estão presentes no cotidiano dessas empreendedoras, assim como, considerar esse empreender uma arte diante das dificuldades e desafios, e também das superações e conquistas, como aponta Leite (2008, p. 146) quando diz que “O empreendedor é um artista, um criador. Alguém que cria novos produtos, novos empregos, novas coisas. E nunca para. Ele não cria apenas porque quer, mas também porque sente grande necessidade de realização”.

No artigo produzido por Maria Cristina Bohnenberger, Serje Schmidt, Ernani Cesar de Freitas, embasados nos conceitos de Vera Pati, é possível identificar diversas razões para que um indivíduo se lance no mercado como realizador do seu próprio negócio. A relação com a família e o convívio com empreendedores, são fatores que podem influenciar no desejo de empreender. Sendo assim, o âmbito social que essa pessoa vive, pode ser um catalisador para aumentar a vontade de abertura de novos negócios empresariais:

[...] toda pessoa é fruto da relação constante entre os talentos e características que herdou e os vários meios que frequentou durante toda a vida. É o contato

com o meio ambiente da família, da escola, de amigos, do trabalho, da sociedade, enfim, que vai possibilitando o desenvolvimento de alguns talentos e características de personalidade e bloqueando ou enfraquecendo outros. Isto acontece ao longo de nossa vida, pelas diversas circunstâncias com que nos defrontamos e que fazem parte de nossa história. Bohnenberger; Schmidt; Freitas apud Pati, 1995.

De acordo com Pati (1995), as pessoas são influenciadas pelas vivências e relações que se estabelecem, e a família possui um espaço privilegiado onde, muitas vezes, quando os pais já são empreendedores, os filhos por estarem em constante contato com a prática tendem a ter uma base mais sólida e se sentem mais seguros para iniciarem o seu próprio negócio. A escola também possui um papel importante nas apropriações de saberes sobre empreendedorismo que motivem o desenvolvimento das habilidades e competências necessárias para os primeiros passos de quem deseja criar novos projetos.

Outro fator significativo está no âmbito social, seja ele de amigos ou no trabalho, que motivam na medida em que é possível ver as possibilidades pautadas no sucesso de quem já empreendeu, trazendo expectativas positivas para novos planos administrativos.

A inserção feminina no mercado de trabalho e, conseqüentemente, o incremento do número de empreendedoras motivaram o interesse de pesquisas sobre o exercício do papel empreendedor por mulheres (OECD, 2000, apud MACHADO, Hilka Vier et al, 2003). Muitas pesquisas se interessam por analisar os aspectos que as levam a empreender. Segundo Machado, uma das características apontadas nas mulheres é que:

As empreendedoras são muito responsáveis, isso sempre as leva a uma melhor produção na realização no seu processo de trabalho, elas procuram se envolver ao máximo para serem reconhecidas pelo seu grau de desempenho em todas as atividades que são designadas a fazer, utilizando sempre de todos os seus conhecimentos disponíveis para alcançar a satisfação de todos que estão ao seu redor (MACHADO, 1999).

Na pesquisa sobre Empreendedorismo Feminino no Brasil, publicada na Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas realizada em 2016, consta importante informação:

A análise das informações foi centrada na identificação de medos, preocupações e fontes de satisfação e insatisfação. De maneira geral, os resultados indicaram que o empreendedorismo é fonte de satisfação para as

mulheres e estas percebem que têm uma boa qualidade de vida. Além disso, foi possível observar que as empreendedoras se mostram confiantes e têm alto grau de comprometimento com suas empresas. No entanto, mostraram-se preocupadas com o possível crescimento da empresa, a situação geral do país em termos sociais e políticos, além da satisfação dos clientes.

As empreendedoras, geralmente são muito comprometidas e veem o seu negócio com muita responsabilidade e isso reverbera não só no seu sucesso financeiro, mas também na sua realização pessoal e profissional.

Considerando as formas de empreendedorismo e as motivações para empreender, o programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizou um relatório em 2010, que caracteriza o empreendedorismo por necessidade e oportunidade:

Empreendedores por necessidade são aqueles que iniciaram um empreendimento autônomo por não possuírem melhores opções para o trabalho e então abrem um negócio a fim de gerar renda para si e suas famílias. Empreendedores por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda. Pesquisando mais profundamente essas pessoas e seus motivos, o GEM verifica ainda se esses empreendedores por oportunidade o fazem para manter ou aumentar sua renda ou pelo desejo de independência no trabalho. (gem, 2010, p. 43).

Dessa forma, observa-se que o empreendedorismo por necessidade está relacionado ao desemprego, que pode ser causado por um contexto de crise econômica, não apresentando outra forma de adquirir fonte de renda salarial para si e sua família. Esse empreendedor, visando sanar uma necessidade própria, utiliza-se normalmente a seu favor a vontade de fazer seu negócio obter sucesso, com a intenção de sobrevivência e por ser sua única fonte de renda.

Referente a esse assunto, a pesquisa GEM (2019, p. 41), mostrou que no passado grande parte das mulheres tinha como maior motivação empreender por necessidade, se comparado aos homens. Isto é, procuravam abrir o seu próprio negócio com o objetivo de obter uma renda em um momento de dificuldade financeira, sendo em alguns casos uma solução provisória.

Em alternativa, o empreendedorismo por oportunidade é associado à identificação e preenchimento de uma necessidade do mercado e não uma necessidade de sobrevivência, uma vez que esse empreendedor pode apresentar outra alternativa de fonte de renda. Via de regra, pode-se dizer que foi realizado um estudo de mercado antes de abrir um negócio, com preparações e um caminho de um possível lucro,

motivando o empreendedor a agir com uma certa segurança. No entanto, o empresário pode encontrar um negócio que satisfaça ao mesmo tempo uma necessidade própria e do mercado também.

Segundo Vianna (2012), as atribuições do empreendedorismo são de grande importância para o desenvolvimento econômico dos países e seu crescimento aumenta a produção de bens e serviços, gerando empregos, distribuindo renda e dinamizando a economia como um todo. Nesse sentido, o empreendedorismo feminino ocupa um espaço de grande importância, pois em especial, no campo da beleza é perceptível a grande maioria ser ocupada por mulheres que empreendem e geram novas oportunidades de emprego. Esses empreendimentos cumprem funções essenciais no contexto socioeconômico dos países.

Muitas mulheres optam por empreender no ramo da beleza, pois um dos fatores que contribui para a boa performance do mercado é a amplitude do seu público-alvo, e com serviços variados, pois para muitas brasileiras a beleza vai além do luxo. De acordo com o site do SEBRAE, encontra-se a definição de salões de beleza como:

Estabelecimentos que fazem a prestação de serviços direta ou por meio de parceiros, os profissionais da beleza, que se utilizam de sua estrutura especializada, para atividades como corte, penteado, alisamento, coloração, descoloração, alongamento e nutrição de cabelos, barba, e também do embelezamento de pés e mãos, depilação, embelezamento dos olhos, maquiagem, estética corporal, capilar e facial, venda de artigos e acessórios, cosméticos e outros produtos que visam à boa imagem e bem-estar dos seus clientes.

Ainda, complementando essa definição o SEBRAE informa que o setor de beleza é um dos segmentos que geram muitas oportunidades e empregos, por serem serviços que são utilizados com frequência, mantendo uma periodicidade, além de muitas vezes fidelizarem seus clientes. Por outro lado, mesmo apresentando grande crescimento, é um setor muito competitivo e com alta rotatividade de mão de obra, onde os serviços devem ser realizados por profissionais capacitados, pois eles mexem com a autoestima de seus clientes.

As atividades desenvolvidas pelos salões de beleza são amplas, podendo oferecer também mais serviços, como por exemplo, a venda de produtos e acessórios que aumentam o bem-estar e o cuidado pessoal de seus clientes e conseqüentemente a renda das empreendedoras.

A pesquisa Empreendedorismo Feminino no Brasil, realizada pelo SEBRAE em fevereiro de 2021, revela que as mulheres empreendedoras representam hoje 48% dos microempreendedores individuais (MEI), atuando principalmente em atividades de beleza, moda e alimentação. Um dado importante apontado por essa pesquisa, se refere ao local de funcionamento do negócio, onde 55,4% das MEI estão sediadas em casa. Essas empreendedoras geram empregos, movimentam o mercado e querem ou já conseguiram ser independentes financeiramente, protagonizando assim suas vidas. (SEBRAE, 2021)

Outra pesquisa realizada pelo SEBRAE Radar, onde as informações socioeconômicas utilizam como fonte de dados o Censo Demográfico 2010 e banco de dados de empresas refletem o ambiente empresarial de janeiro de 2023, que apontam a existência de 367 empresas identificadas de salão de beleza, no bairro de Itapuã/ Vila Velha, onde a renda média é considerada alta em comparação com outros bairros do município de Vila Velha e que os salões apresentaram baixa mortalidade, onde apenas 102 empresas fecharam entre os anos de 2018 e 2022, registrou-se também 177 novas empresas abertas no bairro, no mesmo período.

A pesquisa PME-Empreendedoras foi realizada pela Serasa Experian entre os meses de janeiro e fevereiro de 2022, e que analisou o interesse das mulheres em empreenderem, destaca que a independência financeira é o principal fator de encorajamento para 40% das brasileiras e o segundo motivo para elas (29%) é a flexibilidade de tempo. Quando questionadas se alcançaram a independência financeira com que sonhavam, 55% afirmaram que sim. O estudo também revelou que 57% das mulheres empreendedoras brasileiras obtêm sua renda inteiramente de seus negócios. A dimensão destas empresas é: 57,3% MEI ou microempresas e 53,8% pequeno e médio. (SERASA EXPERIAN, 2022)

Ainda encontra-se dificuldades na literatura brasileira a respeito do tema empreendedorismo feminino, na área da beleza no Estado do Espírito Santo, embora essa atividade tenha apresentado um crescimento notável a partir do século XXI.

Essa dificuldade de produção insinua que o tema ainda não tenha se firmado como um estudo para a maioria dos pesquisadores sobre o assunto. Interessante destacar que uma das protagonistas nas pesquisas e produções de artigos brasileiros sobre o

tema empreendedorismo feminino é Hilka Vier Machado, pesquisadora na área do empreendedorismo, com ênfase em empreendedorismo feminino.

MÉTODO

O presente projeto dispôs como foco a pesquisa sobre as mulheres profissionais da área da beleza, em especial as que atuam no bairro de Itapuã no município de Vila Velha, ES.

O estudo em pauta trata-se da questão: quais são os fatores determinantes que levaram as mulheres a empreenderem no ramo da beleza no bairro Itapuã, município de Vila Velha, ES, durante os últimos dez anos.

Para o desenvolvimento deste projeto, foram implementadas estratégias de investigação, tendo como referencial a abordagem metodológica indutiva, a partir de observações de casos particulares, chegando-se a uma conclusão generalizada, e qualitativa, pois exige um estudo de aspecto subjetivo de pesquisa, considerando o contexto em que ele está inserido na sociedade a que pertence e o comportamento humano.

Devido ao caráter subjetivo de uma pesquisa qualitativa, é necessário realizar um estudo de campo exploratório para conseguir uma visão geral ou aproximada a respeito de uma determinada realidade. Este estudo é necessário para temas de pesquisas que foram pouco explorados por outros estudiosos.

Inicialmente foi realizado o levantamento bibliográfico com o propósito de conhecer o início do empreendedorismo, a relação das mulheres com o empreendedorismo feminino, o conceito de área da beleza, que foi seguido da elaboração de um questionário e posterior análise de dados.

Nesta etapa de pesquisa, houve a necessidade do mapeamento dos salões de beleza localizados no bairro Itapuã. Seguido pela organização de um questionário, e disponibilizado de forma online, pelo *Google Forms*, para os quarenta salões selecionados de acordo com a delimitação do universo.

A forma de pesquisa dos salões de beleza para o envio do questionário foi através do *Google*, pesquisando salões da região de Itapuã e entrando em contato com o

número disponibilizado pela plataforma. O envio do questionário *Google Forms* foi realizado utilizando-se o aplicativo de conversa *Whatsapp*. Dos 40 contatos realizados, foram validadas 17 respostas.

O presente estudo apresentou limitações na aplicação do instrumento de pesquisa usado, pois mesmo as autoras da pesquisa se apresentando por mensagem no *Whatsapp* e informando a notoriedade da pesquisa, algumas mulheres empreendedoras tiveram receio de clicar no *link* para acessar o questionário.

A partir da identificação dessa limitação, como forma de contornar a situação, as pesquisadoras dirigiram-se presencialmente em alguns salões, para tentar conseguir mais respostas aos questionários, o que pode ser aplicado em outras possíveis pesquisas, ou seja, a visita presencial como fator indispensável.

RESULTADOS E ANÁLISE DE PESQUISA

A partir dos dados recebidos por meio da aplicação do questionário, obteve-se as respostas a serem apresentadas a seguir:

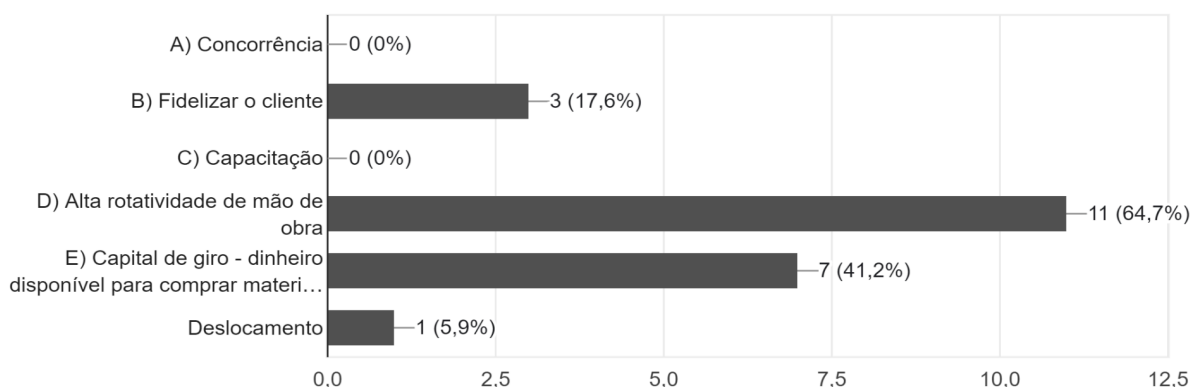
Quando questionadas sobre como o empreendimento foi iniciado, observou-se que 47,1% responderam que foi iniciado, já no próprio salão, 23,5% atendiam em sua própria casa, enquanto 17,6% realizavam atendimento na casa do cliente. Obteve-se ainda duas respostas abertas como: “o dono anterior estava passando o ponto” e “em um outro salão”.

Quando perguntado sobre o apoio que eventualmente tiveram para iniciar o seu empreendimento, verificou-se que 58,8% não tiveram ajuda, somente experiência prática. Já para 29,4% das entrevistadas, algum tipo de apoio foi obtido, como atividades administrativas e recursos financeiros de familiares e amigos. para esta mesma pergunta, destacam-se duas respostas abertas: “há 6 anos juntei R\$ 5.000,00, aluguei o espaço e comecei com a cara e a coragem” e “me ofereceram a oportunidade e simplesmente eu aceitei”, pode-se considerar que essa pessoa teve ajuda/apoio.

A partir da análise dessas respostas, foi possível comparar com a pesquisa sobre Empreendedorismo Feminino no Brasil, publicada na Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas empresas realizada em 2016, que mesmo com medos e preocupações, o empreendedorismo se torna uma fonte de satisfação para essas mulheres, elas se percebem mais confiantes e demonstram alto grau de comprometimento com suas empresas.

Em relação às principais dificuldades encontradas no seu empreendimento pode-se observar, na figura abaixo, que a concorrência e capacitação não foram associadas como desafios principais, o que mais foi lembrado pelas entrevistadas foi a da alta rotatividade de mão de obra, com 64,7%, seguida do capital de giro - dinheiro disponível para comprar material de consumo, despesas gerais, manutenção, etc. (as mulheres empresárias conseguiam votar em mais de uma opção)

Figura 1 - percentual das dificuldades das empreendedoras na área da beleza



Fonte: Elaborado pelas autoras - Google Forms (2023)

Inclusive, o site SEBRAE evidenciou que o setor de beleza é um ambiente muito competitivo e com alta rotatividade de mão de obra, onde deve-se realizar serviços com profissionais capacitados, pois eles mexem com a autoestima de seus clientes.

No que diz respeito à renda total da empreendedora, obteve-se que 76,5% das respondentes afirmaram que a renda total vem do seu empreendimento, enquanto 23,5% responderam que desenvolvem outras atividades além do salão.

Um dado interessante captado pela pesquisa é que para a maioria das entrevistadas

(70,6%) não há uma tradição empreendedora no seio familiar mais próximo (pais e mães). Ter parentes próximos com algum tipo de experiência empresarial foi relatado por menos de um terço das empresárias ouvidas nesta pesquisa (29,4%).

As principais figuras de inspiração das empresárias, que as encorajaram a abrir um empreendimento, são a família e amigos (35,3% cada), seguidos por motivações vindas do trabalho (23,5%). Ainda é um desafio fazer das escolas um ambiente propício ao empreendedorismo, pois este espaço foi citado por apenas 5,9% das entrevistadas.

Para quase a metade das entrevistadas (47,1%) a influência de outras mulheres foi fundamental para a abertura dos seus empreendimentos, já para 41,2% das entrevistadas afirmaram conhecer alguma mulher empreendedora, mas que isso não as influenciou na abertura de seus negócios, enquanto que 11,8% disseram não conhecer outras mulheres empreendedoras.

Concordando com as afirmações de Pati (1995) sobre as influências que incentivam as pessoas a abrirem seus empreendimentos, na maioria das vezes são as vivências e relações que se estabelecem, como a relação entre familiares, o âmbito social e pela escola. No caso das entrevistadas, ressaltamos a influência de outras mulheres empreendedoras.

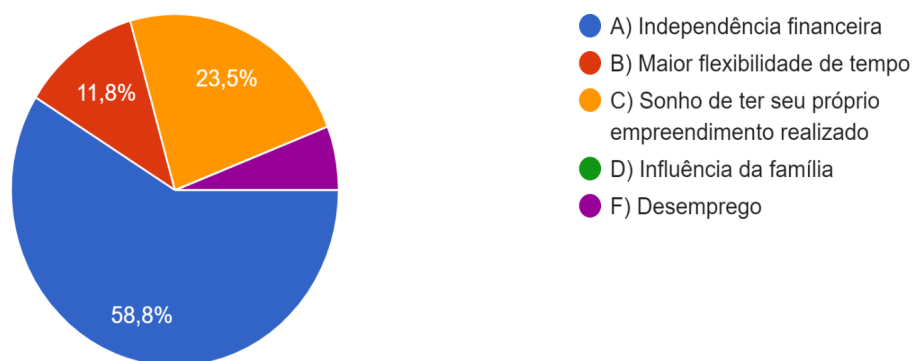
A percepção do êxito empresarial futuro veio, principalmente, da experiência profissional pregressa das entrevistadas (47,1%). Também foi importante o planejamento prévio para a abertura dos salões (29,4%) e a observação de casos de sucesso (11,8%). Nesse caso, reforçando o que diz Machado (1999), as empreendedoras procuram ao máximo se envolverem nas atividades que são designadas a fazerem, para serem reconhecidas pelo seu desempenho, utilizando sempre de todos os seus conhecimentos disponíveis para alcançar a satisfação de todos que estão ao seu redor.

Para 35,3% das entrevistadas, não havia outra alternativa de renda no momento de decidir abrir um negócio próprio. A maior parcela das entrevistadas (64,7%) afirmaram que tinham alternativa de emprego ou outra fonte de renda, e mesmo assim, abriram seus empreendimentos. Deve-se esclarecer que conforme a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), constatou que empreendedores

por oportunidade optam por iniciar um novo negócio, mesmo quando possuem alternativas de emprego e renda. Já uma pequena parte das empreendedoras iniciaram o empreendimento por necessidade, pois não portavam melhores opções para trabalho e então decidem abrir um negócio próprio para gerar renda para si e suas famílias.

Quando questionadas sobre os fatores mais relevantes para abertura dos seus salões, 58,8% das mulheres entrevistadas citaram a independência financeira. Para 23,5% a abertura do seu negócio estava atrelado ao sonho de ter seu próprio empreendimento, enquanto para 11,8% delas era uma forma de ter maior flexibilidade de tempo. Apenas para uma minoria (5,9%) o fator desemprego foi o que mais pesou para essa tomada de decisão. Essa resposta coaduna com a pesquisa PME-Empreendedoras realizada pela Serasa Experian, que analisou o interesse das mulheres em empreenderem e foi destacado que ter independência financeira é a principal, conforme a figura 2 que segue

Figura 2 - percentual dos fatores que levam as mulheres a empreender na área da beleza



Fonte: Elaborado pelas autoras - Google Forms (2023)

CONCLUSÃO

Esse trabalho evidenciou o empreendedorismo feminino e como as mulheres optaram por ter um negócio próprio que desempenham um papel importante no ambiente econômico e social do País, principalmente no campo da beleza.

Com base nas informações coletadas em dados secundários e, principalmente, na pesquisa qualitativa realizada com 17 empreendedoras, esta pesquisa corroborou importantes informações registradas em publicações como a pesquisa PME-Empreendedoras realizada pela Serasa Experian, pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) dentre outras publicações, evidenciadas acima.

Verificou-se que a suposição aplicada ao problema de pesquisa está em consonância com as respostas apresentadas pela pesquisa uma vez que os fatores determinantes que levaram as mulheres a empreenderem foi a independência financeira, a realização de um sonho bem como a flexibilidade de uso do tempo, que vem ao encontro, também, da pesquisa PME-Empreendedoras realizada pela Serasa Experian, no que diz respeito a independência financeira, citada neste artigo.

Além disso, a pesquisa contribuiu para a obtenção de informações específicas, até então desconhecidas, sobre o empreendedorismo de salão de beleza, situado em itapua, a saber: a maioria das empreendedoras entrevistadas foram influenciadas por mulheres que já tinham o seu próprio negócio, que não contaram com a ajuda de terceiros e abriram seu salão acreditando em sua própria experiência profissional.

Para novas pesquisas, faz-se a sugestão de ampliar as investigações, captando as percepções de empresárias que atuam não somente no segmento de beleza, mas também de outros ramos, buscando verificar se as mesmas premissas e resultados aqui verificados, se repetem.

Ousamos dizer que os resultados serão positivos, pois o empreendedorismo feminino possui forças e determinação capazes de engajar e criar novas oportunidades de trabalho.

REFERÊNCIAS

BOHNENBERGER, M. C.; SCHMIDT, S.; FREITAS, E. C. A influência da família na formação empreendedora. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 31. Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/262066610_A_Influencia_da_Familia_na_Formacao_Empreendedora> Acesso em 05 de mai 2023. Apud PATI, 1995.

DORNELAS, José Carlos Assis de. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oKlayz7rBVIC&oi=fnd&pg=PA1&dq=hist%C3%B3ria+do+empreendedorismo+mundo&ots=PKBKOGYayH&sig=8mW99QbACLBR38yHCp-sBjjLTic#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 15 out 2022.

Gem, Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. IBPQ: 2010. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2016/09/Empreendedorismo-no-Brasil-2010.pdf>> Acessado em 05 de maio 2023.

Gem, Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil. IBPQ: 2019. Disponível em: <<https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>> acesso em 05 de maio 2023.

GIMENEZ, F. A. P.; FERREIRA, J. M.; RAMOS, S. C. Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de um Campo de Pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 1, p. 40-74, 2017. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/44781/empreendedorismo-feminino-no-brasil--genese-e-formacao-de-um-campo-de-pesquisa>>.

LEITE, Emanuel. O fenômeno do empreendedorismo – São Paulo: Saraiva, 2008.

MACHADO, H. V. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 23. 1999.

MACHADO, Hilka Vier et al. O processo de criação de empresas por mulheres. RAE eletrônica [online]. 2003, v. 2, n. 2 [Acessado 9 Novembro 2022], Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1676-56482003000200007>>. Epub 12 Dez 2007. ISSN 1676-5648. <https://doi.org/10.1590/S1676-56482003000200007>. Oecd,2000.

SEBRAE, Por que é fundamental estimular o empreendedorismo feminino, 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-e-fundamental-estimular-o-empreendedorismo-feminino,ca96df3476959610VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acessado em: 15 out 2022.

SEBRAE, Salão de beleza. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/salao-de-beleza,56cce7157afe4810VgnVCM100000d701210aRCRD#mercado>> Acesso em 15 mai 2023.

SEBRAE, Setor da beleza é o preferido das mulheres empreendedoras, 2023. disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/setor-da-beleza-e-o-preferido-das>>

-mulheres-empendedoras,c44b7024eb6a0710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:tex=O%20setor%20de%20beleza%20%C3%A9,bilh%C3%B5es%20de%20reais%20por%20ano.> Acessado em 20 de mai 2023.

Serasa Experian, Independência financeira é a principal razão para empreender para 40% das brasileiras, 2022. Disponível em:<<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/estudos-e-pesquisas/independencia-financeira-e-a-principal-razao-para-empreender-para-40-das-brasileiras-aponta-serasa-experian/>>. Acesso em: 15 out 2022.

VIANNA, Marcos Otávio dos Santos. Programa “Empreendedor Individual”: uma avaliação preliminar na perspectiva dos empreendedores. São Cristóvão, 2012.