

INSTITUTO FEDERAL FARROUPILHA
CAMPUS FREDERICO WESTPHALEN
DIRETORIA DE ENSINO
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Neusa Bortolini

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: A HISTÓRIA DE VIDA DE UMA
EMPREENDEDORA DA ÁREA DA BELEZA**

Frederico Westphalen, RS
2025

Neusa Bortolini

EMPREENDEDORISMO FEMININO:
A HISTÓRIA DE VIDA DE UMA EMPREENDEDORA DA ÁREA DA BELEZA

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Administração, do Instituto Federal Farroupilha – Campus Frederico Westphalen (IFFar - FW, RS), como requisito parcial para a obtenção do título de **Bacharel(a) em Administração**.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ana Claudia da Rosa

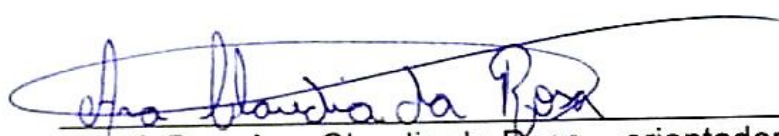
Frederico Westphalen, RS
2025

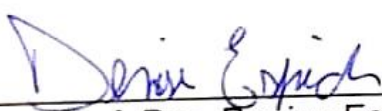
**EMPREENDEDORISMO FEMININO: A HISTÓRIA DE VIDA DE UMA
EMPREENDEDORA DA ÁREA DA BELEZA**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado ao curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal Farroupilha – *campus* Frederico Westphalen, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em Administração.

Aprovado em: 11 de dezembro de 2025

Banca Examinadora:


Prof. Dra. Ana Claudia da Rosa – orientadora
IFFar – FW


Prof. Dra. Denise Espich
IFFar – FW


Profa. Me. Marília Rodrigues
IFFar – FW

Frederico Westphalen
2025

RESUMO

EMPREENDEDORISMO FEMININO: A HISTÓRIA DE VIDA DE UMA EMPREENDEDORA DA ÁREA DA BELEZA

AUTOR(A): Neusa Bortolini

ORIENTADOR(A): Prof.^a Dr.^a Ana Claudia da Rosa

A pesquisa é um estudo de caso, baseada na história de uma empreendedora da área da beleza no município de Frederico Westphalen/RS. Onde a autora buscou compreender a trajetória de vida e como surgiu o seu negócio, relatar suas experiências, as dificuldades enfrentadas e suas conquistas. Esta pesquisa classifica-se como aplicada, sob uma abordagem qualitativa a partir do método de pesquisa descritivo. Logo, foram abordados os temas do empreendedorismo de uma forma geral, o empreendedorismo feminino e sua importância, dificuldades de empreender enquanto mulher, empreendedora no segmento de cosméticos, características comportamentais empreendedora, objetivando aprofundar o tema. Desse modo a pesquisa foi realizada por meio de entrevista semiestruturada com roteiro elaborado a partir da literatura. Conclui-se que a empreendedora pesquisada empreendeu por necessidade, e possui as seguintes características: determinada, criativa, carismática, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, estabelece metas. Sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas, com outras empreendedoras, que atuam nas mais diversas áreas.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo feminino. História de vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me concedido graça e sabedoria para a realização desse trabalho, pois sei que sem suas bênçãos eu não poderia concluir essa etapa da minha vida, me sinto abençoada por poder enfrentar e vencer os desafios que apareceram em meu caminho.

Agradeço aos meus pais (In) Maria e Pedro, por tudo que fizeram por mim, pela educação que me deram, por todas as preocupações, pelos esforços e cuidados, enfim, agradeço por todo amor e dedicação que recebi.

Quero agradecer também aos meus familiares e amigos, que me apoiaram e incentivaram em vários momentos difíceis do curso, e assim concluir a graduação.

Também á Empreendedora entrevistada pela disponibilidade e valiosa colaboração, sem a qual não seria possível o andamento deste trabalho.

Gratidão, a minha professora e orientadora Dra. Ana Claudia da Rosa, pela orientação e suporte fornecido na elaboração deste trabalho, que foi paciente e dedicada ao me orientar. Aos demais professores e colegas do Instituto Federal Farroupilha Campus Frederico Westphalen – RS, pelos conhecimentos e ensinamentos fornecidos durante o curso.

Enfim, todas estas pessoas são importantes para mim e contribuíram em algum momento da minha vida para que eu chegasse até aqui.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Roteiro das entrevistas.....	27
Quadro 2 - Missão, visão e valores do negócio.	35
Quadro 3 - Principais resultados	40

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Foto do empreendimento	33
Figura 2 - Gráfico representativo dos clientes	34
Figura 3 - Gráfico das vendas	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVOS	10
1.1.1 O objetivo geral	10
1.1.2 Objetivos específicos.....	10
1.2 JUSTIFICATIVA	11
1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	12
2 REVISÃO TEÓRICA	13
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	13
2.1.1 Empreendedorismo feminino e sua importância	16
2.1.2 Motivação para o empreendedorismo feminino	18
2.1.3 Características comportamentais empreendedoras	19
2.1.4 As dificuldades de empreender enquanto mulher	22
2.1.5 Empreendedoras no segmento de cosméticos	23
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	25
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	25
3.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS	26
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	29
4.1 TRAJETÓRIA DE VIDA.....	29
4.2 CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO	32
4.3 PERFIL EMPREENDEDOR	37
4.4 CONSELHOS PARA EMPREENDEDORES	39
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS.....	42
APÊNDICE - A	46
APÊNDICE - B	47
APÊNDICE - C	48
APÊNDICE - D	49

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o termo empreendedorismo vem sendo propagado no Brasil, conforme Dornelas (2021), principalmente a partir da década de 90. Segundo o autor, o conceito vem recebendo destaque devido a diversos fatores que impulsionaram a sua disseminação como a sua relevância para a sociedade.

Desta forma, Schumpeter (1984), menciona que os empreendedores assumem papel relevante no desenvolvimento econômico e social de países em desenvolvimento. O empreendedorismo tem uma valorização crescente em função das mudanças que vêm ocorrendo, principalmente no que tange às relações de trabalho de emprego e renda.

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) em 2015, no Brasil, o percentual de empreendedores na faixa etária de 18 a 64 anos foi de 39,3%. Dentre os entrevistados, 50% afirmam possuir conhecimentos, habilidades e experiências necessárias para abrir um negócio, sendo que para 60,9% deles a possibilidade de fracasso não seria empecilho para empreender. Ainda segundo a pesquisa, ser dono do próprio negócio aparece em terceiro lugar na lista de desejos e expectativas dos brasileiros adultos, representando 31,4% (GEM, 2015).

De acordo com a pesquisa, cresce a cada ano o número de mulheres que tem buscado criar seu próprio negócio como forma de alavancar sua renda e serem mais independentes. Ainda segundo o GEM (2017), em 2016, as mulheres representam 51% dos empreendedores que iniciam negócios, o que contribui para o aumento da autonomia financeira das mulheres. Desse modo, estes números mostram o grande fortalecimento do empreendedorismo feminino no Brasil no contexto atual.

Esses resultados podem ser explicados, pois as mulheres possuem uma forma de trabalho diferenciada dos homens com sua excelente capacidade de persuasão, preocupação com clientes e fornecedores, habilidades intuitivas, sensibilidade, criatividade, senso de organização, justiça e paciência são atributos que fazem a gestão empreendedora feminina ter um estilo diferenciado em relação aos homens (BOAS, 2010). De acordo com as estatísticas firmadas por uma pesquisa fomentada pelo Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), mostram que 49% dos novos empreendimentos que estão surgindo são comandados por pessoas do sexo feminino (SEBRAE, 2019).

Sendo assim, o empreendedorismo feminino pode ser considerado uma maneira de as mulheres enfrentarem o desemprego ou a pobreza aos quais são mais vulneráveis, especialmente no caso das classes econômicas menos favorecidas. No Brasil, 47% do empreendedorismo feminino são motivados por necessidade – para os homens, esse índice é de 34%, indicando uma das dificuldades enfrentadas por empreendedoras brasileiras (GEM, 2017).

Neste sentido, o empreendedorismo feminino por necessidade, ocorre por falta de empregos formais, a mulher busca no empreendedorismo uma alternativa de trabalho e renda, participando na complementação da renda familiar. Seja pela necessidade de contribuir para o aumento da renda ou sustento da família, ou pelo desejo de realização profissional, as mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho, buscando uma oportunidade de negócio (GEM, 2017).

Nos casos em que a escolha é feita por oportunidade, o desejo por autonomia e a percepção de oportunidade de negócio são citados como os principais motivadores para o empreendedorismo entre homens e mulheres (GEM, 2017).

Dessa forma, percebe-se a importância do papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e social de um país. Para esse trabalho focou-se no relato da história de vida de uma empreendedora proprietária de um salão de beleza e consultora de cosméticos da Natura, no município de Frederico Westphalen. Esta pesquisa vai responder a seguinte problemática: *Como foi a trajetória de vida de uma empreendedora da área da beleza?*

1.1 OBJETIVOS

A seguir apresentam-se os objetivos da atual pesquisa.

1.1.1 O objetivo geral

O objetivo desse estudo é relatar a história de vida de uma empreendedora da área da beleza no município de Frederico Westphalen/RS.

1.1.2 Objetivos específicos

Para alcançar o objetivo geral desta pesquisa, foram elencados os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar as características da empreendedora;
- b) Descrever as dificuldades enfrentadas pela empreendedora;

- c) Relatar os motivos que levaram a empreender;
- d) Caracterizar o negócio da empreendedora;
- e) Trazer sugestões para mulheres empreendedoras.

1.2 JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa se justifica devido à importância do tema dado a contribuição do empreendedorismo feminino para a economia do país, na criação de novos negócios, bens, gerando emprego, renda, fortalecendo o poder de compra, reduzindo custos, na avaliação do desenvolvimento econômico e nas mudanças sociais (BULLOUGH; RENKO, 2013).

De acordo com o GEM (2019), 65% das iniciativas de empreendedorismo entre as mulheres nascem a partir da identificação de uma oportunidade de mercado, revelando uma forte mudança no perfil das empreendedoras nos últimos dez anos, quando em 2002 esse percentual era de apenas 39%.

Nesse sentido, nota-se que a mulher empreendedora encontra-se cada vez mais assumindo novos postos de trabalho em um aumento contínuo da participação da mulher no mercado de trabalho que, antes, eram exclusivos aos homens, apesar de ainda permanecerem desigualdades de rendimentos em relação aos homens, assim como limitações impostas de estereótipo como frágeis e delicadas (CARVALHO NETO; TANURE; ANDRADE, 2010).

Entretanto, com a busca da mulher por diferentes atividades a fim de exercer um papel diferente na sociedade, encontrar a autonomia, encontrar realização pessoal e independência financeira; o empreendedorismo surge com um dos ramos a ser seguido. Apesar das transformações nos constructos sociais, as barreiras e dificuldades encontradas pelas mulheres ainda é grande.

De qualquer forma, para que estas mulheres tomem a iniciativa de empreender, não basta apenas que tenham uma ideia e a ponham em prática, devem ter as características necessárias para serem consideradas empreendedoras, elas devem ser visionárias, disciplinadas, devem assumir riscos, inovar e persistir. Neste contexto, o processo de empreender envolve vários aspectos como motivação, atitudes, comportamentos e fatores psicológicos. Conforme os estudos do autor McClelland (1961).

Nesta era do empreendedorismo, pode-se perceber cada vez mais o aumento de mulheres empreendendo. O crescimento do número de mulheres em atividades empreendedoras é muito significativo, com isso passou-se a estudar mais essa temática e os estudos vem se tornando cada vez mais relevantes, pois deve-se conhecer mais sobre o assunto dado a importância da inserção da mulher no mercado de trabalho como empreendedoras.

Sendo assim justifica-se pelo interesse da autora em compreender a trajetória de vida de uma empreendedora que decidiu criar um novo negócio, relatar suas experiências, as dificuldades enfrentadas e suas conquistas. Do ponto de vista prático, este estudo fornecerá diversas contribuições na gestão, onde outras empreendedoras poderão basear-se na atual pesquisa, aumentando seus conhecimentos. Além disso, este estudo também proporcionará maiores conhecimentos para consultoras e revendedoras de cosméticos, a desempenhar suas funções, atingirem seus objetivos e despertar futuras empreendedoras. Do mesmo modo, como contribuição teórica, esta pesquisa vai contribuir na literatura sobre empreendedorismo feminino.

1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

Este trabalho está estruturado em cinco partes denominadas capítulos, neste primeiro capítulo, expõem as considerações iniciais a qual uma visão e contextualização da temática estudada, o problema da pesquisa, os objetivos geral e específico.

No segundo capítulo apresenta-se o referencial teórico, o terceiro a metodologia, o quarto os resultados e a análise dos dados. Por fim, apresentam-se as considerações finais do TCC II, trazendo as principais contribuições da pesquisa, limitações e sugestões de estudos futuros, as referências utilizadas para embasar a pesquisa.

2 REVISÃO TEÓRICA

O presente capítulo tem o objetivo de fornecer o suporte teórico para a atual pesquisa. Para isto está dividido nos seguintes títulos: Empreendedorismo, empreendedorismo feminino e sua importância, motivação para o empreendedorismo feminino, características comportamentais empreendedoras, as dificuldades de empreender enquanto mulher, e empreendedoras no segmento de cosméticos.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Muito se fala em empreendedorismo nos dias atuais, mas o termo começou a ser popularizado a mais de meio século. Em (1945), o economista Joseph Schumpeter utilizou a palavra como peça central à sua teoria da destruição criativa. Segundo Schumpeter, o empreendedorismo só aconteceria através de pessoas versáteis, com habilidades técnicas para produzir, que possuem capacidade para organizar recursos financeiros, operações internas e realizar vendas.

O termo empreendedorismo possui diversos significados na prática, alguns deles divergentes entre si, porém uma definição introduzida por Baron e Shane (2007) sugere que o empreendedorismo é uma área de negócios, buscando entender como surgem às oportunidades para criar algo novo, novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes, como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos, ou seja, identificar oportunidades.

De modo complementar o termo empreendedor descende da palavra francesa *entrepreneur*, que significa intermediário, estar entre. Segundo Hisrich e Peters (2004), Marco Polo pode ser considerado o primeiro exemplo de empreendedor, por ter sido intermediário assinando contratos com uma pessoa possuidora de recursos e criar as rotas comerciais para o Oriente assumindo neste caso os riscos do transporte.

Segundo Fillion (1999), a primeira definição dada à palavra empreendedorismo foi atribuída por Richard Cantillon, no século XVII, que definiu como empreendedor o indivíduo que comprava algo, processava-o e revendia a um preço maior para outra pessoa.

Conforme Dornelas (2008), o empreendedorismo no Brasil inicia-se basicamente do aumento dos índices de desemprego nas grandes cidades, onde se encontra maior agrupamento de empresas, assim na busca por novas alternativas de gerar renda, estes desempregados iniciam novos negócios com as economias pessoais vindas do último trabalho e com, em muitos casos, nenhuma ou pouca experiência na atividade. Quando estes percebem, se tornam patrões, e já não mais funcionários.

Segundo o GEM, (2016), a decisão de empreender se dá por dois fatores, necessidade ou oportunidade. Para os empreendedores por necessidade a decisão ocorre pelo fato de não haver boas oportunidades de emprego, já os que empreendem por oportunidade, mesmo possuindo algum tipo de renda decidem empreender por terem identificado um nicho de mercado que possa lhe gerar bons rendimentos. Desta forma os empreendedores por necessidade tendem a deixar o negócio estagnar, à medida que percebem que já é o bastante para sua subsistência.

Com base em uma pesquisa feita pelo GEM (2019), foram acrescentadas mudanças, não mais restringindo as opções de respostas às categorias por necessidade e oportunidade, mas acrescentando questões capazes de captar múltiplas motivações. A partir de uma nova abordagem sobre as razões de iniciar um negócio, os resultados mostraram que em 2019, 70,8% dos empreendedores iniciais indicaram mais do que uma motivação para abertura do negócio, reforçando a nova modelagem de empreendedorismo, pois cerca de 80% das pessoas entrevistadas mostra que a decisão para empreender tratou-se de uma resposta a múltiplos fatores aos quais os indivíduos encontram-se expostos.

O estudo realizado pelo SEBRAE (2004), sobre fatores condicionantes na taxa de mortalidade das empresas no Brasil, os entrevistados alegaram que entre os motivos encontrados para iniciar seus empreendimentos estavam: desejo de ter o próprio negócio, desemprego, reconhecimento de uma oportunidade de negócio, aumento da renda, possuir experiência anterior, demissão com indenização ou pagamento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço, (FGTS), influência de outras pessoas, possuir capital disponível, tempo disponível, insatisfação no emprego anterior, reconhecimento de possibilidade de aproveitamento de programa de demissão voluntária, incentivos governamentais e outros motivos.

Para Kirzner (1979) o empreendedor é aquele que se encontra sempre em estado de alerta, para descobrir e explorar novas oportunidades. Esta capacidade de estar alerta constituir-se-ia a principal característica de tais indivíduos. São, sempre, os primeiros a identificar oportunidades lucrativas de negócios. Sabem comprar em um determinado local e vender em outros ou em momentos distintos; compram insumos e vendem produtos processados, etc.

Chiavenato (2007) declara que um empreendedor não cria apenas empresas e novos negócios, ele é a energia da economia, é quem encontra e aproveita as oportunidades. Isso quer dizer que o espírito empreendedor está presente nessas pessoas que vislumbram oportunidades e que não se deixam abater pelas dificuldades, transformando suas ideias em negócios lucrativos.

Baggio e Baggio (2015) destacam que o empreendedorismo se compreende como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação, é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral do seu potencial. Ou seja, o empreendedor não coloca apenas sua ideia em prática, ele deve se dedicar para fazer com que seu negócio vá além da sobrevivência, crescendo cada vez mais, por meio da inovação.

Já Sentanin e Barboza (2005) retratam o empreendedorismo como sendo uma atividade que envolve pessoas e processos para que haja a transformação de ideias em negócios, obtendo assim o sucesso. Vê-se assim o empreendedorismo como um processo transformador não apenas do negócio em si, mas também das pessoas envolvidas nos processos que levam o negócio ao sucesso.

Para McClelland (1972), são os valores, as motivações humanas e a necessidade de autorrealização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal.

Nesse raciocínio, para Souza e Santos (2014), é fundamental, no mundo moderno, que as pessoas estejam preparadas para aprender a agir e pensar com criatividade, utilizando a liderança e visão de futuro para inovar. Para esses autores os empreendedores são peças fundamentais para o sucesso de uma organização, pois são dotados de habilidades que os impulsionam para agir antecipadamente buscando encontrar soluções satisfatórias no cenário que estão expostos, resolvendo problemas, assumindo responsabilidades, alcançando objetivos.

Schumpeter (1982) pode ser considerado um dos grandes representantes dessa vertente, pois considera um importante fator ligado ao empreendedorismo está relacionado à percepção e exploração de oportunidades para que os recursos disponíveis sejam usados como subsídio para inovação.

Desta forma a atividade empreendedora é considerada um fenômeno global, dada a sua força e crescimento. O Brasil é apontado como um dos países mais criativos do mundo, onde mais se desenvolvem empreendedores (MATIAS, 2016).

De acordo com Chiavenato (2014) os empreendedores são heróis populares no mundo dos negócios, uma vez que fornecem empregos, introduzem inovação e incentivam o crescimento econômico. O autor ainda expõe que os empreendedores não são apenas provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia em transformação e crescimento.

A conceituação do empreendedorismo é diferente de autor para autor, porém todas partem da ideia de que empreendedorismo requer inovação, dedicação e motivação, além de outras características. É possível notar que vários aspectos relativos a quem segue esse caminho estão sempre presentes, como iniciativa e paixão pelo negócio, utilização criativa dos recursos disponíveis, aceitação de riscos e possibilidades de fracassar. Empreender é identificar oportunidades de negócios e desenvolver meios de aproveitá-las assumindo riscos e desafios.

2.1.1 Empreendedorismo feminino e sua importância

Desde os anos 1980, o aumento expressivo do exercício da atividade empreendedora por mulheres tem sido verificado ao redor do mundo, motivando o interesse de pesquisadores sobre o tema e indicando que se trata de um fenômeno sustentável, e não uma tendência passageira *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2017).

O relatório do GEM (2016) destaca que no Brasil a taxa de empreendedorismo inicial é mais alta para mulheres (19,9%) do que para homens (19,2%), essa distribuição é considerada bastante equilibrada. Porém esta igualdade diminui quando analisada as taxas específicas de empreendimentos estabelecidos, ou seja, empreendimentos com mais de 42 meses em funcionamento, neste caso há uma predominância masculina com 19,6% enquanto que a feminina é de 14,3%.

Estes dados apontam para algo preocupante, pois apesar de conseguirem criar novos negócios, as mulheres não conseguem mantê-los. Fatores como preconceito de gênero, credibilidade, maior dificuldade de financiamento e dificuldades em conciliar atividades do empreendimento e as demandas domésticas e da família, podem ser condições que contribuem para que as mulheres não prosperem em seus negócios (GEM, 2010).

Ainda segundo o GEM (2017), que é a principal instituição pesquisadora de empreendedorismo do mundo, as mulheres representam, em 2016, 51% dos empreendedores que iniciam negócios, o que contribui para o aumento da autonomia financeira das mulheres. Além disso, a renda das mulheres tem ganhado cada vez mais relevância no orçamento familiar. Isso porque quatro em cada dez lares brasileiros são liderados por mulheres, conforme dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD, 2015).

O Brasil se destaca neste cenário, hoje se reconhece que as mulheres exercem um papel essencial no processo de crescimento de um país e que a sua participação pode fortalecer a diversidade dos agentes econômicos em relação à motivação e reconhecimento de oportunidades para a aceleração econômica. Serviço Brasileiro de apoio às Micros e pequenas Empresas (SEBRAE, 2015).

Segundo o Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME, 2021), a crescente participação das mulheres no empreendedorismo brasileiro indica o grande potencial econômico. Em 2021, com o desemprego e a falta de renda gerada pela pandemia em 2020, 26% das mulheres consultadas iniciaram seu negócio durante a pandemia.

Ainda de acordo com a pesquisa, destaca-se o fator do círculo virtuoso da empreendedora que ocorre quando a mulher melhora suas condições financeira, investe na educação dos filhos, cria redes de apoio e, além disso, contrata outras mulheres, potencializando mais pessoas, incentivando e apoiando novos negócios, compartilhando experiências e gerando renda para outras famílias (IRME, 2021).

Neste sentido, a escolha pelo empreendedorismo surge como uma alternativa para as mulheres, no sentido de melhor adequar seus objetivos, demandas e papéis, em contraste aos modelos tradicionais de carreira (BEATRICE, 2012).

Pode-se observar o crescimento da atuação da mulher no mundo dos negócios, e segundo dados do GEM (2016), a mulher brasileira é uma das que mais empreende em todo o mundo. Os dados analisados mostram que houve uma evolução quanto a atuação feminina nas taxas específicas de empreendedorismo

inicial (TEA). No ano de 2016, as mulheres tiveram participação maior que a dos homens, sendo a (TEA) de 19,9% para mulheres e 19,2% para homens. Estes resultados retratam a importância da mulher para a economia brasileira, isto sem levar em conta os empreendedores informais.

Essa inclusão da mulher no mercado de trabalho, mais precisamente por meio do empreendedorismo, se dá não apenas de maneira monetária, as mulheres buscam ao empreender serem vistas de maneira igualitária, e isto acontece a partir do momento em que elas têm maior participação na renda familiar. Desta forma, buscam uma maneira de conseguir renda sem muita burocracia e que possa ser conciliada no dia-a-dia como dona de casa, portanto, acabam optando pela informalidade. Mesmo sendo de maneira informal, essas mulheres contribuem para o crescimento econômico, porém ainda não se tem conhecimento aprofundado sobre a atuação delas no país (VIERIA; FERREIRA, 2013).

Vários são os campos de atuação do empreendedorismo feminino no Brasil. Como exemplo, dentre as diversas áreas que são gerenciadas por mulheres, o setor de beleza e estética confere um tipo de negócio que sempre teve predominantemente a atuação feminina na direção.

2.1.2 Motivação para o empreendedorismo feminino

A motivação pode ser definida como um processo psicológico básico ativado por necessidades, afetos, valores metas e expectativas que levam um indivíduo ação. (Pereira, Ferreira, 2016). As pesquisas na área fazem duas distinções a respeito da motivação para abrir uma empresa, oportunidade ou necessidade. (GEM, 2018), a motivação por oportunidade corresponde a uma decisão livre feita em função de uma análise de mercado ou escolha deliberada, enquanto a motivação por necessidade ocorre em função da falta de inserção no mercado de trabalho.

Para McClelland (1972), são os valores, as motivações humanas e a necessidade de autorrealização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas, sim, pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal.

Por muito tempo estas características estiveram associadas aos homens, hoje em dia há um aumento expressivo de mulheres no mundo dos negócios, mulheres que dividem seu tempo entre as atividades de seu empreendimento, suas tarefas domésticas e suas famílias. Cada vez mais decidem seguir por este caminho, seja por vislumbrar boas oportunidades ou por necessidade de conseguir seu próprio sustento (GEM, 2016).

Conforme Reis (2018), a mulher abrir seu próprio negócio vai muito mais além do que realizar um trabalho diário que lhe proporcione renda, significa fortalecer aptidões, ganhar visibilidade e surpreender positivamente a todos que se envolvem por seus sonhos pessoais.

Nesse sentido, entre os motivos que leva as mulheres a optarem pelo empreendedorismo, são, o desejo de cuidar dos filhos, a dificuldade de conciliar a jornada de trabalho e maternidade, a falta de rede de apoio (familiares ou creches) e o preconceito no ambiente de trabalho destacam-se entre os principais, dando lugar à procura das mesmas por mais liberdade, autonomia e flexibilidade dos horários, características encontradas pelas mesmas na criação das próprias empresas (AZEVEDO, 2019).

Desta forma Chiavenato (2007), o empreendedorismo envolve emoção, paixão e impulso, segundo ele há três características básicas que compõem o espírito empreendedor: a necessidade de realização, a disposição para assumir riscos e a autoconfiança. Assim sendo, por meio de tais características, é possível identificar os empreendedores e outros indivíduos que tem predisposição para empreender.

Segundo SEBRAE (2021), o Brasil possui a 7ª maior proporção de mulheres entre os Empreendedores Iniciais, ou seja, empreendedores que se encontram à frente de negócios com menos de 3,5 anos de existência, sendo quase metade dos microempreendedores individuais (MEIs), mulheres. Além disso, de acordo com o SEBRAE (2021), a proporção de negócios criados por necessidade caracteriza-se maior no grupo das mulheres, com 44% dos casos.

Nesse contexto, as motivações para empreender poderiam, na verdade ser múltiplas e poderia eventualmente, ocorrer interação e esforço entre elas.

2.1.3 Características comportamentais empreendedoras

As características comportamentais empreendedoras, de acordo com Dornelas (2014), ratificam que são alguns atributos pessoais em complemento às características sociológicas e ambientais.

As mulheres, de maneira geral, possuem como característica natural maior sensibilidade, maior empatia, comprometimento, vontade de ajudar. Essas são algumas das características que auxiliam uma mulher a se tornar uma empreendedora de sucesso na área de serviços por exemplo. Nesse setor essas características facilitam o trabalho que requer facilidade de relacionamento (com clientes, colaboradores, comunidades, etc.), possibilitando um desenvolvimento diferenciado e inovador (MATIAS, 2016).

Para Chiavenato (2001), há três características básicas que identificam o comportamento do empreendedor: necessidade de realização; disposição para assumir riscos e autoconfiança. O indivíduo que empreende não demonstra apenas necessidade de conseguir dinheiro, ele busca algo mais pessoal, algo que o faça se sentir bem com o que faz, algo que lhe traga reconhecimento a medida que o empreendimento cresce.

Desta forma McClelland (1972) fez esta divisão das principais características de empreendedores para uma melhor compreensão. A teoria compreende três conjuntos. São eles:

- Primeiro- conjunto de realização: neste conjunto estão presentes características ligadas ao fator realização e a motivação para empreender.
- Busca de oportunidades e iniciativa – O indivíduo se antecipa e faz as coisas antes que o solicitem, ou antes, que as circunstâncias o forcem a tomar decisões; age de maneira a melhorar e expandir o negócio; aproveita boas oportunidades para iniciar um novo negócio ou melhorar o existente, como obter financiamentos, equipamentos, aumentar o quadro de funcionários, melhorar o local;
- Correr riscos calculados – A pessoa que empreende avalia as alternativas e calcula riscos deliberadamente; age de maneira a reduzir riscos ou controlar resultados; coloca-se em situações que implicam em desafios ou riscos moderados;
- Persistência – A pessoa que empreende não desiste diante de obstáculos, ela busca seus objetivos mesmo enfrentando dificuldades; muda de estraté-

gia para atingir o objetivo; faz sacrifícios pessoais ou um grande esforço para atingir suas metas;

- Exigência de qualidade e eficiência – O empreendedor encontra maneiras para fazer as coisas da melhor forma e da maneira mais rápida e barata; busca satisfazer os padrões de excelência; se utiliza de procedimentos que assegurem que o trabalho atenderá as exigências de qualidade;
- Comprometimento – O indivíduo atribui a si mesmo e a seu comportamento seus sucessos e fracassos; assume a responsabilidade pelos resultados obtidos, sejam eles bons ou ruins; ajuda seus colaboradores ou coloca-se no lugar deles, caso necessário para atingir um objetivo; preocupa-se em manter os clientes satisfeitos.
- Segundo- conjunto planejamento: neste conjunto estão as características relativas a planejamento e controle do empreendimento.
- Busca por informações – Quem empreende dedica-se a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; pesquisa como fabricar um produto ou oferecer um serviço da melhor maneira; consulta especialistas para obter acessória técnica e comercial;
- Estabelecimento de metas – O empreendedor estabelece metas e objetivos que o desafiem e que tenham algum significado pessoal; estabelece metas em longo prazo, sendo elas claras e objetivas; estabelece objetivos a curto prazo e mensuráveis;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos – O indivíduo planeja um trabalho dividindo-o por etapas mais simples e com prazos menores; sempre revisa seus planos, levando em consideração informações sobre o desempenho real e em novas circunstâncias; se utiliza de registros financeiros para tomar decisões.
- Terceiro- conjunto de poder: neste conjunto estão as características referentes relações interpessoais do empreendedor.
- Independência e autoconfiança – A pessoa que empreende busca autonomia em relação a normas e controles de outras pessoas; mantém seu ponto de vista mesmo quando os resultados não são os esperados; confia na própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio;

- Persuasão e rede de contatos – Usa estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir pessoas; utiliza-se de pessoas chave para atingir seus objetivos; age de maneira a desenvolver e manter relações comerciais.

Conforme os autores citados (Dornelas, 2014; MATIAS, 2016; Chiavenato 2001; McClelland, 1972), a mulher tem assumido características antes comuns ao universo masculino, como a competitividade, liderança, ambição, capacidade de assumir riscos, aceitação de mudanças, possuindo um pensamento analítico e objetivo, independência e autoconfiança.

2.1.4 As dificuldades de empreender enquanto mulher

Nos últimos dez anos, a quantidade de homens e mulheres que abriram novas empresas no país se manteve estável, e o número de homens é pouco maior que o de mulheres (56% de homens contra 44% de mulheres) (GEM, 2012).

De acordo com o SEBRAE (2016), mesmo sendo uma parcela tão significativa, as mulheres ainda enfrentam muitas dificuldades como o investimento desigual, o desestímulo, a educação desigual, o sexíssimo, dentre outras, para empreender. Ainda assim, com todas as dificuldades e limitações, a cada dia que passa aparece mais empreendimentos com mulheres no comando.

Desta forma, são muitos os desafios encontrados por empreendedoras. Alguns se fazem presentes já no processo de abertura do negócio e outros se apresentam nas dificuldades para promover e manter o crescimento da empresa. No entanto, esses desafios se revelam fontes de aprendizado, pois as mulheres, quando os enfrentam, fortalecem a sua condição enquanto empreendedoras e melhoram as habilidades para desenvolverem os negócios à medida que aumentam a autoconfiança e se estruturam para enfrentar as novas situações (MACHADO, 2002).

Nesse sentido, conforme os autores citados, do ponto de vista profissional, as mulheres também apresentam dificuldades decorrentes de sua falta de experiência como empreendedoras, medo do risco financeiro e da dívida, falta de modelos e o baixo nível de assistência.

Conforme destacado por McGowan et al., (2012), para muitas mulheres, o prazer experimentado no gerenciamento de sua própria empresa resultante da maior liberdade e flexibilidade é temperado por descontentamento, em função das deman-

das de tempo entre as necessidades de equilibrar as exigências do negócio e os interesses dos filhos e outros dependentes.

Desta forma, o conflito vivido específico da mulher empreendedora é de ordem pessoal, o conflito trabalho-família envolve o embate entre as atividades tradicionalmente exercidas pela mulher na sociedade, tais como o trabalho doméstico e o cuidado dos filhos, e o empreendimento.

Para Fillion, 25% das mulheres acreditam que são tratadas de forma diferente pelas instituições financeiras. Frente a isso, a busca de recursos para empreender, no caso das mulheres, ainda configura-se como um entrave no processo. Conforme o autor uma barreira está atrelada às garantias exigidas pelas instituições financeiras, visto que, comumente as mulheres são dependentes de outros, como maridos ou outras figuras masculinas, carecendo do aval destes para viabilizar o financiamento.

2.1.5 Empreendedoras no segmento de cosméticos

O crescimento do mercado de cosmético tem crescido de maneira relevante, uma das principais vantagens do setor em relação a outros setores de atividade é a probabilidade de vender seus produtos por inúmeros canais. Contudo, o principal meio de comercialização ocorre através do sistema de venda direta ou porta a porta, este é considerado o tradicional canal de venda de cosméticos e que vem crescendo cada vez mais, além de colaborar para a inclusão social de muitas pessoas (SEBRAE, 2008). O que demanda uma grande quantidade de mão-de-obra, sobretudo, dos revendedores diretos.

De acordo com o SEBRAE (2013), o segmento da beleza inclui atualmente, empresas referentes aos salões de beleza, clínicas de estética, SPA's e laboratórios, sendo um mercado que há mais de duas décadas se apresenta em amplo crescimento no Brasil. Neste contexto, é importante salientar que, a cadeia de valor da beleza começa na indústria dos cosméticos, dos produtos e equipamentos direcionados para os segmentos citados e que atendem ao consumidor final.

Diante de tal entendimento, um setor que teve destaque no país e vem sendo constituído, em grande parte por empreendedores do sexo feminino é o de beleza e estética, fato este que demonstra que é de valiosa importância ampliar o entendimento acerca do comportamento desse segmento. De acordo com Gomes, Santana

e Araújo (2009), as melhores condições econômicas dos anos 2000 permitiram um crescimento relevante na busca de estabelecimentos especializados no tratamento e cuidado pessoal.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção se destina apresentação dos procedimentos metodológicos definidos para elaboração da pesquisa. Conforme VERGARA, (1990), a metodologia é o estudo dos métodos que se refere a instrumentos de captação ou manipulação da realidade, são caminhos, formas, maneiras, procedimentos, modelos para atingir determinado fim. Desse modo, este capítulo encontra-se dividido nos seguintes momentos: caracterização da pesquisa e descrição da coleta e análise dos dados.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Considerando as características da pesquisa, adotou-se nesta pesquisa uma abordagem qualitativa e descritiva para relatar a história de vida de uma empreendedora de um salão de beleza e também consultora no segmento de cosméticos em de Frederico Westphalen. A pesquisa qualitativa, não tem como principal finalidade encontrar dados estatísticos ou que possam ser demonstrados através de gráficos, tabelas ou números, mas pode e deve ser entendido como um estudo que demonstra as particularidades e compreensões sobre uma realidade (MINAYO, 2007).

Ainda, classifica-se como uma pesquisa de natureza descritiva, pois procura descrever as características de uma determinada população, os fatos de uma realidade o que proporciona maior familiaridade com o problema, favorecendo o aprimoramento de ideias e considerações do aspecto estudado (TRIVIÑOS, 1987)

Seguindo o mesmo raciocínio, Gil (2022) explica que as pesquisas descritivas possuem a finalidade de descrever determinada situação, características ou fenômenos populacionais e estabelecer relação entre variáveis, em sua maioria, esses estudos são desenvolvidos visando atingir objetivos profissionais.

O método de história de vida possui uma dupla dimensão: a descrição de fatos e a busca de sentido. Os fatos fazem parte de uma experiência de vida singular, inscrita num universo de relações sociais, de classe, de poder, que reenvia às condições sociais de existência (LÉVY, 2001). O sentido é o que *faz sentido* para as pessoas; ele não está na própria história nem mesmo em sua narrativa, mas é apreendido/construído na retomada posterior do que foi narrado, no movimento de pensamento no qual é representado (Favret-Saada, 1977).

O recolhimento de histórias de vida produz uma relação em que vínculos recíprocos de confiança e afinidades vão se formar com o tempo, não sendo, simplesmente, uma busca de informação sobre o outro. É imprescindível o comprometimento dos sujeitos, como ressalta Bosi (2003, p. 61).

Narrador e ouvinte irão participar de uma aventura comum e provarão, no final, um sentimento de gratidão pelo que ocorreu: o ouvinte, pelo que aprendeu; o narrador, pelo justo orgulho de ter um passado tão digno de rememorar quanto o das pessoas ditas importantes.

Desse modo, é possível entendê-la como uma relação de interlocução (Ferrari, 1984) na qual o pesquisador se transforma em sujeito e objeto de pesquisa e a relação entre ele e o sujeito que narra se situa no mesmo pé de igualdade. O pesquisador estará dessa forma em condições de refletir igualmente sobre si mesmo, o que transforma a investigação em uma ocasião para seu autodesenvolvimento.

O sujeito da pesquisa é uma empreendedora que tem um salão de beleza, e também consultora no segmento de cosméticos em Frederico Westphalen. O critério de escolha é a convivência e o fácil acesso para a realização das entrevistas. Desse modo, a pesquisa abordou dados da vida pessoal, onde foram abordadas situações de infância, até o momento atual, como: superação, determinação, persistência, resiliência, situação financeira, e dados profissionais, porém, em muitas vezes os dois se relacionam. Neste contexto, Minuzzi, Vargas e Fialho (2016), afirmam que no conjunto de características formado pela dimensão realização, estas características estão diretamente ligadas ao desafio pessoal de cada indivíduo.

3.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados do presente estudo foi realizada por meio de entrevista semiestruturada, com roteiro elaborado a partir da literatura. Conforme Triviños (1997, p. 146) “a entrevista, ao mesmo tempo em que valoriza o investigador, oferece todas as perspectivas possíveis para que o informante alcance a liberdade e a espontaneidade necessárias, enriquecendo a investigação”.

A autora do presente projeto se compromete a preservar a confidencialidade dos dados da participante envolvida no trabalho, que serão coletados por meio de entrevistas semiestruturada, sendo entregue Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A), e sendo solicitada a autorização para a gravação da

entrevista. Estas informações coletadas serão utilizadas, única e exclusivamente, no decorrer da execução do presente projeto e que as mesmas somente serão divulgadas de forma anônima, ficarão guardadas por cinco anos, após este período os dados serão destruídos.

As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas para a construção da história de vida da empreendedora, o total foram duas entrevistas que aconteceram na residência da entrevistada, de forma presencial, sendo o entrevistador o próprio pesquisador.

O roteiro da entrevista realizada pode ser visto no Quadro 1. Deste modo, o roteiro contou com as seguintes categorias: características da empreendedora, dificuldades enfrentadas, motivos para empreender, características do negócio e sugestões para mulheres empreendedoras.

Quadro 1 - Roteiro das entrevistas

Objetivo específico	Categoria	Perguntas da entrevista
A) Identificar as características da empreendedora	Características da empreendedora	-Comente sobre a sua trajetória pessoal e profissional, como empreendedora. -Descreva o seu perfil como empreendedora. -Quais são teus pontos fortes e fracos? Você considera-se uma pessoa realizada? -Quais características acredita que foram essenciais na tua trajetória? -Como você levantou fundos para o seu negócio?
B) Descrever as dificuldades enfrentadas pela empreendedora	Dificuldades enfrentadas	-Comente sobre as dificuldades que enfrentastes ao longo da sua trajetória como empreendedora. -Como superou estas dificuldades? -Como você conciliou a maternidade e carreira?
C) Relatar os motivos que levaram a empreender	Motivos para empreender	-Quais foram as motivações para você tornar-se empreendedora? -Quais as vantagens de ter seu próprio negócio?
D) Caracterizar o negócio da empreendedora	Características do Negócio	-Quantas horas diárias são dedicadas ao trabalho? Trabalha aos sábados e domingos? Você tira férias regularmente? -Quais argumentos você usa para persuadir seus clientes para comprarem seus produtos? -O que você acredita que diferencia seus serviços ou produtos de seus concorrentes?
E) Trazer sugestões para mulheres empreendedoras.	Sugestões para empreendedoras	-Quais conselhos deixariam para as mulheres que gostariam de ser empreendedoras?

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Na presente pesquisa foi utilizada como técnica de análise, a análise de conteúdo, segundo Moraes, (1999), é uma técnica para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos, ajuda na interpretação das mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta etapa do trabalho apresenta-se a análise dos resultados, apurados após a entrevista com a empreendedora, no intuito de responder os objetivos estabelecidos no estudo. Deste modo, encontra-se dividido nos seguintes momentos: trajetória de vida, caracterização do negócio, perfil empreendedor, sugestões para empreendedoras.

4.1 TRAJETÓRIA DE VIDA

A empreendedora é natural de Rodeio Bonito RS, nascida no dia 29 de janeiro de 1955, de família humilde, passou por uma infância difícil e cheia de dificuldades. Casou-se aos 18 anos e mais tarde foi morar em Santa Catarina, onde, seu esposo sofreu um acidente e faleceu. Aos 30 anos de idade, acompanhada de sua irmã e dos seus dois filhos pequenos, mudou-se para Frederico Westphalen RS, para ficar próximo de seu sogro.

Com uma vida regada pelas limitações financeiras, sem estudo e sem emprego, com dois filhos para criar, um com seis anos de idade e o mais novo com 4 meses, onde manifestou um alto grau de autismo. Diante disso, a entrevistada mencionou “[...] tive a necessidade de ir atrás buscar uma renda para criar minha família, para eu conseguir sustentar minha família [...]”. Dessa forma, a partir desta fala, evidenciou-se que ela se caracteriza como empreendedora por necessidade. Conforme o autor Dornelas (2008) no que tange ao empreendedorismo por necessidade ele afirma que se inicia por falta de opção, pela busca de superar um momento difícil como o desemprego, sem planejamento prévio.

Percebeu-se, pelo contexto da vida, que ela ficou viúva e estava com dois filhos pequenos para criar, sem estudo, sem opção de emprego resolveu fazer um curso de cabelereira onde poderia conciliar o trabalho com a família. Este aspecto pode ser visto na fala: “[...] Que eu comecei por necessidade e agora eu estou fazendo também por necessidade, mas também é o que eu gosto, é o que eu não me vejo fazendo outra coisa e creio que seja isso que leva o meu trabalho adiante [...]”.

Portanto, de acordo com o relato da empreendedora a principal motivação foi a necessidade financeira:

“[...] eu tinha que achar uma saída para sustentar minha família, então eu fui atrás do meu próprio negócio, com a certeza que daria certo e com muita determinação e persistência deu certo e é o meu trabalho até hoje [...]”.

“[...] A minha ideia foi fazer esse curso, que é o da estética, no caso, cortar cabelo, fazer, enfim, nessa área, pra que eu pudesse sustentar minha família. Eu tive que buscar uma forma de viver, então isso eu achei mais fácil por conta de eu conseguir trabalhar em casa, então eu poderia atender meus clientes em casa e cuidar dos meus filhos também, onde eu achei que conciliaria as duas coisas [...]”.

Com o apoio de seu filho mais velho de seis anos de idade e de sua irmã que ficava com o filho mais novo em casa, ela conseguiu fazer o curso, com muitas dificuldades, morava no interior e vinha a pé até o centro para fazer o curso. Todavia ela sabia que não podia retroceder porque era a oportunidade que ela tinha de mudar sua vida e de seus filhos. E foi isso que aconteceu: concluiu o curso e abriu o seu salão de beleza, como ela morava no interior ela alugou uma casa no bairro barril com uma localização melhor para o seu negócio funcionar.

Então, mais tarde comprou um terreno e construiu sua casa, com uma sala especial para o seu negócio. Aos poucos seu negócio tornou-se realidade, e nas palavras da entrevistada ela “[...] foi construindo o salão da Nena, onde também sou consultora da natura e tenho os produtos disponíveis a pronta entrega para venda [...]”.

Com isso, torna-se possível compreender o relato da empreendedora, que foi desafiador, mas conseguiu identificar a oportunidade que tinha para conseguir uma renda. Sendo assim, conforme Dornelas (2001), o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo riscos calculados. Sobre isso, é possível identificar na fala da entrevistada:

“[...] então eu tinha que vir caminhando do interior até a cidade para conseguir fazer o curso, aí voltar embora, então dias de chuva, dias de muito calor, mas assim eu caminhava e buscava o meu objetivo, que era me formar naquele curso, conseguir o meu certificado para eu começar a atuar e conseguir uma renda para minha família [...]”.

Esses argumentos ratificam a afirmação de McClelland (1972), em que o autor elucida a existência de dois grupos de pessoas classificadas de acordo com

suas características comportamentais, um, em que se encaixa a maioria, são aquelas não estão dispostas a se sacrificar para conseguir alcançar seus objetivos, já o outro, grupo pertencente a minoria, tendem a juntar esforços para alcançar um objetivo pessoal. Essas pessoas fazem as coisas acontecerem e podem ser denominadas empreendedoras.

Quando questionada sobre **como conciliou maternidade e carreira**, ela afirmou que é possível empreender e conciliar a maternidade, com planejamento de tempo, flexibilidade para sincronizar todas as atividades, com organização e produtividade, se adaptando a uma nova rotina e também teve o apoio da sua irmã que dava suporte para realizar o seu trabalho. Portanto, é possível evidenciar na sua fala: “[...] Então, como eu tinha um filho especial, eu tive que me adaptar a trabalhar com ele junto no salão, fazendo as coisas, atendendo os meus clientes, os meus clientes sempre aceitaram, só que eu sempre tive, em primeiro lugar, os meus filhos [...]”.

Conforme as palavras da empreendedora vão ao encontro de um ponto abordado pelo autor FIGUEIRA, (2016), a mulher costuma se dividir em dois cenários: buscar renda extra para sustentar a casa ou adaptar sua rotina para conciliar o trabalho junto da criação e esses novos desafios a serem enfrentados geram essa busca por alternativas para passar mais tempo com os filhos. Observa-se uma história de superação e resiliência, pois a empreendedora entrevistada não mediu esforços para realizar seu trabalho, cuidar do seu negócio e de seus filhos.

Sobre a fonte de capital para abrir o negócio, ela relatou que “[...] como eu não tinha muitas condições financeiras, a minha única opção foi à venda de uma vaca, e dali eu consegui tirar o meu dinheiro para pagar o curso que eu fiz, a minha especialização, e também para começar a atender na minha própria casa e comprando os meus materiais para oferecer meu serviço [...]”. Percebe-se nessa fala que ela se arriscou na ideia do seu negócio, vendendo o que dava o sustento para os seus filhos pequenos, para começar um curso de cabeleireira, se qualificar e oferecer um bom atendimento aos seus clientes tinha uma ideia clara e bem definida de seus objetivos.

Sobre as **dificuldades enfrentadas na trajetória** a empreendedora fez menção que foram várias as dificuldades, não tinha estudo e nunca tinha trabalhado fora, pois quem sustentava a família era o seu esposo. Diante disso, com o falecimento do seu esposo, ela ficou responsável para suprir as necessidades dos

seus filhos, mas a principal dificuldade foi a questão financeira. Este aspecto pode ser observado na seguinte fala:

“[...] Eu tive que criar duas crianças sozinhas, então eu creio que a principal dificuldade foi a questão financeira, que eu não tinha condições para começar o negócio, mas ainda assim eu comecei porque eu sentia firmeza naquilo, sentia que aquilo ali ia dar certo e foi o que aconteceu. Hoje em dia deu certo e é fruto da minha iniciativa lá no início [...]”.

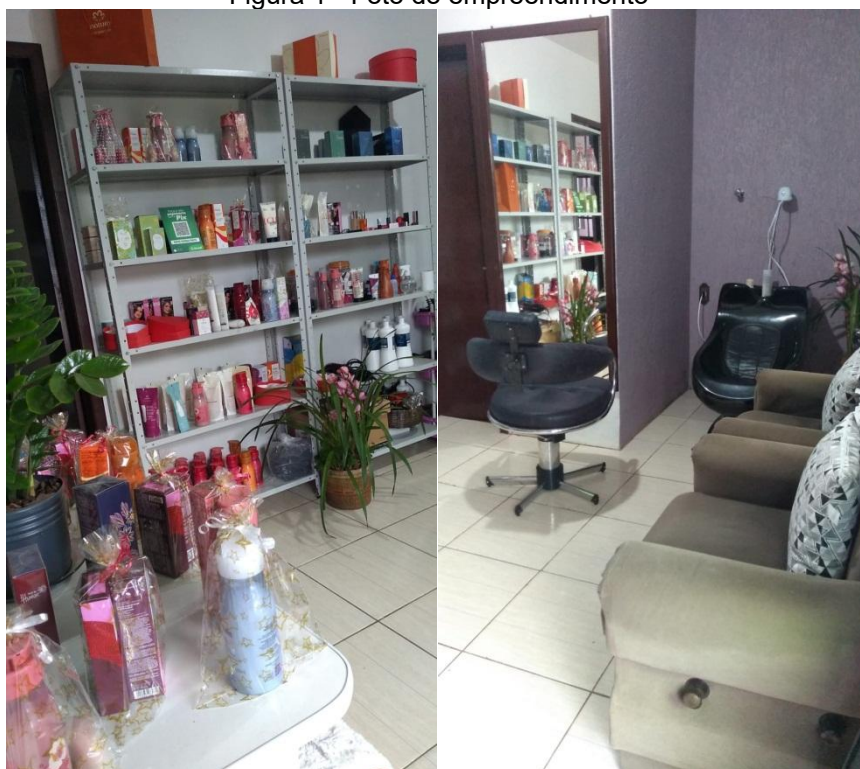
Deste modo, ela revelou que superou as dificuldades com “[...] muito trabalho, muito esforço, determinação, resiliência, que eu consegui atingir meus objetivos [...]”. Nas palavras da empreendedora, é percebido a persistência e o comprometimento no processo de criação do seu negócio e enfatiza que conseguiu passar por cima de suas dificuldades, trabalhando muito para conseguir superá-las, hoje em dia não tem mais essas dificuldades, e acredita que foi assim, para estar com o seu negócio até hoje, conforme pode ser observado na seguinte fala: “[...] Hoje em dia eu colho os frutos, colho os frutos ainda naquela época, quando eu comecei a prestar o meu serviço. [...]”.

Nesse sentido, DORNELAS, (2021) afirma que a maioria dos produtos e/ou serviços inovadores foram idealizados, pensados, criados por pessoas com mentes empreendedoras que criaram oportunidades, investiram seus recursos e assumiram os riscos inerentes ao seu negócio e a partir disso auferiram os lucros gerados pelos seus empreendimentos.

4.2 CARACTERÍSTICAS DO NEGÓCIO

O presente negócio refere-se a um salão de beleza, conhecido como o salão da Nena, é uma empresa no ramo da beleza e perfumaria, produtos da Natura, atuando há 35 anos, o empreendimento está localizado na Rua Daltro Filho, número 163, no Bairro Barril, em Frederico Westphalen – RS. Na Figura 1 é possível visualizar o empreendimento.

Figura 1 - Foto do empreendimento

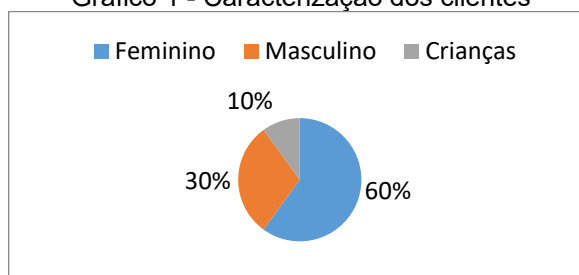


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

De acordo com a empreendedora, os clientes são pessoas físicas, homens, mulheres e crianças, de todas as idades que buscam um serviço e produtos de qualidade. A forma de pagamento é em dinheiro, pix, cartão. No início do negócio ela começou fazendo unhas e cabelo, hoje ela dedica seu trabalho unicamente relacionado ao cabelo, como cortes, penteados, coloração ou tratamento, e também aderiu no segmento de cosméticos.

A respeito de seus clientes, de acordo com a empreendedora, sobre o público, identificou-se que, o feminino representa 60%, o masculino, 30%; crianças representam 10%. Esses dados podem ser vistos no Gráfico 1.

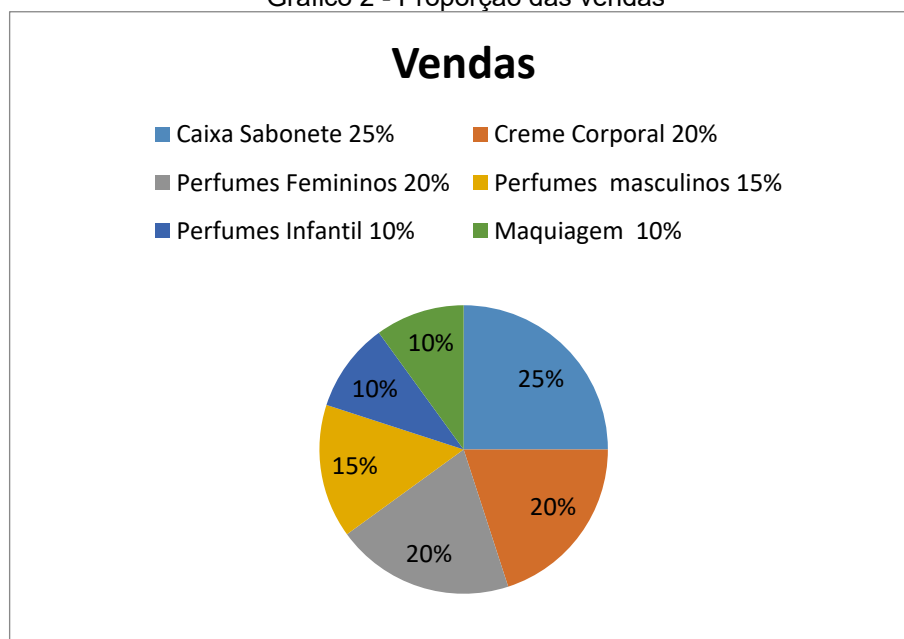
Gráfico 1 - Caracterização dos clientes



Fonte: Dados da pesquisa (2025)

No quesito dos produtos da Natura, a empreendedora comentou sobre os percentuais de vendas. O Gráfico 2 demonstra a representação do consumo. Em primeiro lugar, caixa de sabonetes, 25% cremes corporais, 20% perfumes femininos, 20% perfumes masculinos, 15% perfumes infantil, 10% maquiagem, 10%.

Gráfico 2 - Proporção das vendas



Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Conforme a entrevista da empreendedora, ela também atua no segmento dos produtos da Natura, ela é consultora e tem as suas vendedoras, ela é responsável pelos pedidos, controle de estoques e distribuição. Além disso, o negócio possui a missão, a visão e os valores, conforme ilustra o Quadro 2.

Quadro 2 - Missão, visão e valores do negócio.

MISSÃO	VISÃO	VALORES
Oferecer um serviço e produtos de qualidade.	Ser referência na qualidade e no atendimento aos clientes.	Qualidade, honestidade e excelência.

Fonte: Elaborada pela autora (2025).

Portanto, a missão do negócio é de oferecer serviço, produtos e atendimento de qualidade aos clientes. A visão de ser referência no quesito qualidade e atendimento, além de prezar pelos valores de qualidade, honestidade e excelência.

Em se tratado no diferencial de seus serviços e produtos dos concorrentes a empreendedora relata que:

“[...] seja o bom atendimento, comprometimento, e também a confiança que os clientes depositam no meu trabalho, eu tenho clientes fiéis que estão comigo há muito tempo, essa confiança é o que faz o meu trabalho, o meu empreendimento vim crescendo sempre [...]”.

Sobre os seus produtos, ela revela: “[...] Esse perfume está passando na TV, esse perfume você pode gostar, então é diversas coisas assim que eu consigo passar aos meus clientes [...]”. Desta forma, Minuzzi, Vargas e Fialho (2016), afirmam que no conjunto de características formado pela dimensão realização, estas características estão diretamente ligadas ao desafio pessoal de cada indivíduo; no conjunto planejamento, estão associadas com o modo de realizar cada trabalho ou tarefa; já no último conjunto poder, contém as características referentes à influência ou persuasão com as pessoas, age de acordo para manter relações comerciais.

Conforme o relato da empreendedora percebe-se que esse foco que ela tem em seus clientes cria uma experiência única, construindo um relacionamento duradouro e inesquecível, por isso ser bem atendido em qualquer lugar é primordial, podemos identificar as habilidades no atendimento ao cliente como o comprometimento, cordialidade, além da afinidade com o ramo, a liderança, também a busca continua por conhecimento e aprimoramento, a disposição, a facilidade em negociar e a visão diferenciada. Vai de encontro com o autor Dornelas (2001), fala sobre indivíduos diferenciados, que possuem motivação singular, que são apaixonados pelo que fazem que não se contentam em ser igual aos outros, que

querem ser reconhecidos, admirados, referenciados e que querem deixar seu legado. Estes indivíduos têm tido bastante notoriedade, pois são cada vez mais importantes para que a economia cresça, gerando emprego e renda com seus empreendimentos.

No que se refere à quais argumentos ela usa para persuadir os clientes para comprar seus produtos ela relata que “[...] seja realizando um bom trabalho, é o argumento fundamental e também a confiança que eu passo aos meus clientes [...]”. Diante disso, a empreendedora relatou um exemplo:

“[...] Então vou dar um exemplo de algum argumento que eu posso usar no salão que eu uso diariamente. Uma pessoa ou um cliente chegou ali para cortar e lavar o seu cabelo. O que eu posso fazer? Eu posso utilizar no cabelo da pessoa o shampoo, o condicionador, o creme hidratante, enfim todos os produtos de uma linha X da Natura e depois eu posso oferecer ao meu cliente. Eu posso vender o meu produto que está ali a pronto entrega e também assim já é um trabalho extra que eu faço, é um dinheiro extra que eu tiro [...]”.

Desse modo, percebe-se que, a fala da empreendedora, vai de encontro com o autor, Schumpeter (1982) que converge em suas ideias sobre o importante fator ligado ao empreendedorismo está relacionado à percepção e exploração de oportunidades para que os recursos disponíveis sejam usados como subsídio para inovação.

Questionada sobre como funciona seus horários de trabalho, se trabalha no sábado e no domingo e sobre férias. No que se refere a quantidade de horas diárias são dedicadas ao trabalho, a entrevistada mencionou que varia muito, podendo variar entre 3 a 8 horas por dia. Os aspectos sobre os horários de trabalho podem ser vistos na seguinte fala:

“[...] Eu mesma faço meus horários, mas claro né, pensando também na necessidade dos meus clientes, em qual horário ele gostaria que fosse atendido, também eu posso ver na minha agenda como que está o meu dia, a minha semana. Nos finais de semana, o sábado é o dia que eu mais tenho atendimentos, então nesse dia eu tenho uma organização bem maior do que durante a semana porque é muita demanda de clientes no final de semana, no domingo eu também venho atendendo, mas é só quando um cliente realmente precisa então é um caso específico, como supor um aniversário, uma festa algo que o cliente precisa para aquele dia [...]”.

A entrevistada mencionou sobre as férias e folgas, que possui alguns intervalos entre um cliente e outro, então ela consegue descansar. Além disso, as férias são organizadas conforme a necessidade, sendo que ela consegue descansar apenas entre 7 a 15 dias. Essas férias são com a época em que os clientes não estão na cidade, estão viajando e nos feriados, então, a empreendedora afirmou que “[...] eu vejo como um bom tempo para mim também tirar as minhas férias [...]”.

4.3 PERFIL EMPREENDEDOR

Em relação ao seu perfil como empreendedora, a entrevistada mencionou que acredita ser “[...] uma pessoa muito determinada, que luta para conseguir os objetivos que me proponho. Também tenho um olhar muito criativo no mercado e também sobre o consumidor que vem consumir no meu serviço [...]”. Segundo o autor Dolabela (1999), as características empreendedoras são traços da personalidade, atitudes e comportamentos que contribuem para o êxito nos negócios. Além disso, outros aspectos do perfil da empreendedora podem ser vistos na fala:

“[...] Também tenho muita facilidade em agradar as pessoas porque eu sou carismática e também eu tenho comprometimento com os meus clientes e também com o meu negócio. Então com isso eu consigo consolidar os meus clientes e fazer com que eles se fixem no meu serviço. Então eu consigo passar um serviço de qualidade para que eles continuem vindo ao meu salão [...]”.

Sobre os pontos fortes e a melhorar da empreendedora entrevistada, ela falou sobre o bom trabalho que realiza com suas habilidades, oferece aos seus clientes um trabalho de qualidade com comprometimento. Conforme o autor Dornelas (2001), destaca que empreendedores são pessoas independentes que constroem o próprio destino. São dotados de autonomia e motivados para atuar em seus próprios negócios com êxito. Já com relação aos seus pontos a melhorar, ela salientou que “[...] sou eu mesma, posso citar, por conta que se eu ficar doente eu não consigo

atender os meus clientes, um exemplo do que aconteceu comigo em um tempo foi que eu quebrei meu braço, então eu fiquei indisponível para fazer meu serviço, tive que fechar meu salão por um tempo indeterminado até eu retomar as minhas atividades [...]”.

Apesar dos contratempos, a empreendedora diz ser uma pessoa realizada, ama o que faz e aconselha que para se aventurar no mundo empreendedor vai exigir muita dedicação e sacrifício, conforme pode ser visto na fala:

“[...] E isso eu me sinto realizada, eu sou realizada porque eu gosto do que eu faço, eu consigo ganhar o meu dinheiro fazendo ainda o serviço que eu me propus a fazer lá no início, então eu consegui, deu certo meu negócio, tenho clientes fiéis e que confiam no meu serviço, no meu trabalho [...]”.

Seguindo a mesma ideia Dolabela (2006) salienta que para ser um empreendedor é preciso mais do que ter boas práticas administrativas, é preciso sonhar e ir em busca, para realizar esses sonhos.

Com relação as características que a empreendedora acredita que tenham sido essenciais na sua trajetória, ela falou: “[...] eu creio que o ponto principal é a minha determinação e a minha necessidade também de fazer um curso de buscar uma renda, também a minha humildade de aprender desde o zero, aprender algo novo [...]”. Assim, a fala da entrevistada engloba esse sentimento e corrobora com o proposto do autor Dornelas (2001), o qual fala sobre indivíduos diferenciados, que possuem motivação singular, que são apaixonados pelo que fazem que não se contentam em ser igual aos outros, buscando ser reconhecidos, admirados, referenciados e que querem deixar seu legado.

Neste ponto, foram identificadas várias características, sentimentos e comportamentos relatados pela empreendedora. Os mais relevantes foram: determinação, perseverança, planejamento, flexibilidade, autoconfiança e o comprometimento e respeito pelos seus clientes. Seguindo essa narrativa, para Chiavenato (2007), o espírito empreendedor envolve emoção, paixão e impulso, segundo ele há três características básicas que compõem o espírito empreendedor: a necessidade de realização, a disposição para assumir riscos e a autoconfiança. Este aspecto pode ser evidenciado na fala da empreendedora: “[...] Então eu creio

que com isso, a minha humildade, o meu carinho e também a minha atitude, o meu respeito com os meus clientes, foi o que me fez chegar onde eu estou [...]”.

4.4 CONSELHOS PARA EMPREENDEDORAS

Ao ser abordada sobre quais conselhos deixaria para mulheres que desejam empreender, ela revelou: “[...] Eu digo assim, sempre que você tem um sonho, corra atrás, que todo sonho você pode sonhar e pode realizar [...]”. A empreendedora destaca que o papel da mulher no mercado de trabalho desmistificou muito durante os anos, e que os mitos em relação à falta de competência e capacidade para exercer determinados cargos e profissões foram enfraquecidos. Segundo ela, hoje a mulher atua em diversos segmentos, então ela já provou que tem competência para atuar em qualquer área e assumir qualquer cargo de liderança.

Quando questionada sobre quais as vantagens de ter seu próprio negócio, ela menciona que “[...] As vantagens é, desde eu fazer os meus próprios horários até a contabilidade, então assim, eu consigo fazer as minhas regras [...]”. As mudanças advindas com a abertura do negócio, relatada pela empreendedora foram diversas, tanto na rotina como em seus sentimentos. Na rotina, identificou-se um aumento da liberdade, aumento de responsabilidades, flexibilidade de horário e também melhoras nas condições financeiras. Já com relação aos sentimentos, a empreendedora teve melhora na autoestima, no reconhecimento, nos relacionamentos e autor realização.

Desse modo, destaca-se a seguinte fala da empreendedora:

“[...] Um exemplo é que você tem autonomia, quando uma oportunidade aparece para o seu negócio render mais, você investe, foi o que eu fiz coloquei no meu salão de beleza os produtos da Natura, hoje eu sou consultora e tenho as minhas vendedoras, isso gera uma renda extra [...] Eu creio que seja isso mesmo, o bom do teu empreendimento é isso, você conseguir fazer os horários, fazer o que gosta, e sonho realizado [...]”.

Essa narrativa corrobora com a definição trazida por Dolabela (2006) salienta que, para ser um empreendedor é preciso mais do que ter boas práticas administrativas, é preciso sonhar e ir em busca de realizar esses sonhos. Segundo

Reis (2018), a mulher abrir seu próprio negócio vai muito mais além do que realizar um trabalho diário que lhe proporcione renda, significa fortalecer aptidões, ganhar visibilidade e surpreender positivamente a todos que se envolvem por seus sonhos pessoais.

Portanto, no Quadro 3, tem-se a apresentação dos principais resultados trajetória de vida e do negócio.

Quadro 3 - Principais resultados

Categoria	Principais resultados
Características empreendedoras	-Empreendedora por necessidade -Determinada -Criativa -Persistente - Comprometida -Possui olhar criativo para suas consumidoras -Qualidade no atendimento
Características do negócio	- Área da beleza -Revende produtos Natura -Férias conforme necessidade -Trabalho informal
Conselho para empreendedoras	-Tenha metas claras - Sonhe e realize -A mulher pode atuar em qualquer segmento

Fonte: Elaborada pela autora (2025).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo feminino vem ganhando força no Brasil, as mulheres buscam não apenas melhoria no aspecto financeiro, mas também uma maior participação na sociedade. Neste sentido, buscou-se por meio de entrevista semiestruturada com base em um roteiro com perguntas abertas, entender as principais motivações as quais a incentivaram para criar o seu próprio negócio. A pesquisa é qualitativa e descritiva, deste modo, o objetivo geral compreendeu, explicar a história de vida de uma empreendedora da área da beleza no município de Frederico Westphalen/RS.

Sendo assim, esse estudo na contribuição prática - permitiu o relato da trajetória de vida de uma empreendedora, que pode ser usado como inspiração para outras empreendedoras, e na contribuição teórica - possibilitou avanços na teoria e literatura sobre empreendedorismo feminino.

Em resposta ao primeiro objetivo “Identificar as características da empreendedora”, identificou-se que ela empreendeu por necessidade, é determinada, comprometida, carismática, persistente, preza pela qualidade e eficiência, com criatividade, marcada pela competência de estabelecer e atingir objetivos. Sobre as dificuldades enfrentadas, destacou que foram muitas, principalmente na área financeira, mas com muito trabalho e persistência, conseguiu superá-las.

Ao se buscar identificar os principais fatores motivacionais e suas respectivas relevâncias, percebeu-se que a empreendedora possuía diversas motivações, as quais ocorriam simultaneamente, a autorrealização, gestão de tempo, flexibilidade para conciliar trabalho e família, reconhecimento de oportunidades, mas principalmente a motivação financeira.

Dentre as limitações, cita-se a realização com apenas uma empreendedora. Portanto, como sugestão para estudos futuros, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas, com outras empreendedoras, que atuam nas mais diversas áreas.

REFERÊNCIAS

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo.

Tradução: All Tasks. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

BOSI, E.(2003). **O tempo vivo da memória**. São Paulo: Ateliê Editorial.

CARVALHO, A. M. N; TANURE, B; ANDRADE, J. **Executivas**: carreira, maternidade, amores e preconceitos. RAE-eletrônica, v. 9, n. 1. 2010.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. 2.e.d. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro, 2014.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. 8.ed. São Paulo: Editora Empreende, 2021.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FIGUEIRA, A. **Empreendedorismo materno**: Quando mães vão à luta. 2016. Disponível em: <https://www.personare.com.br/empreendedorismo-materno-quando-maes-vao-a-luta-2-m6881>. Acesso em 09 de junho de 2021.

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Rio de Janeiro, RJ: Grupo Editora Nacional, 2022.

GEM, ***Global Entrepreneurship Monitor***. Empreendedorismo no Brasil – 2009: relatório nacional. Curitiba: IBQP, 2010.

GEM, ***Global Entrepreneurship monitor***. Empreendedorismo no Brasil – 2012: relatório executivo. Curitiba: IBQP, 2012.

GEM, ***Global Entrepreneurship Monitor. (2016)***. Empreendedorismo no Brasil. (Relatório Executivo). 2016.

GEM, ***Global Entrepreneurship Monitor***. Empreendedorismo no Brasil: 2016. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. Curitiba: IBQP, 2017.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Empreendedorismo no Brasil. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2019. 200 p.: il.

GOMES, A. F.; Santana, W. G. P. & Araújo, U. P. (2009). “**Empreendedorismo Feminino: O Estado-da-arte**”. In: Anais do Encontro da ANPAD. 33. São Paulo.

INSTITUTO REDE MULHER EMPREENDEDORA (IRME). **Mulheres Empreendedoras**. 2021. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/24675/1635449371Pesquisa_IRME_2021.pdf. Acesso em 20 jun 2022.

KIRZNER, I. M. (1979). ***Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship***. Chicago: University of Chicago Press.

LÉVY, A. (2001). ***Ciências Clínicas e Organizações Sociais***. Belo Horizonte: Editora Autêntica.

MACHADO, Hilka V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. Florianópolis, 2002. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2002.

MATIAS, M. R. D. **Empreendedorismo feminino**: análise das características empreendedoras femininas no município de Ingá-PB. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Administração). Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2016.

MCCLELLAND, David Clarence. **A sociedade competitiva realização e progresso social**. Expressão e Cultura, 1972.

McCLELLAND, David C. **A Sociedade Alcançada**. Princeton, New Jersey: Van Nostrand, 1961.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: pesquisa qualitativa em saúde. 10 ed. São Paulo: Hucitec, 2007.

MINUZZI, C. D. O.; VARGAS, K. S.; FIALHO, C. B. Características comportamentais empreendedoras: em cena os futuros administradores. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.1, 2016.

MORAES, Roque. Análise de Conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

REIS, L. B. B. **Empreendedorismo Materno**: mulheres que abriram o próprio negócio após o nascimento dos filhos, São Luís, 2018, 46f (monografia). Disponível em:
<https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/1957/1/Lisandra%20Brenda%20Bezerra%20Reis.pdf>. Acesso em 08 jun. 21.

SEBRAE. Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas. **Relatório de pesquisa**. Brasília: Sebrae, 2004.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHUMPETER, J.A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Nova Cultura, 1997.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 1987.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. **Introdução À Pesquisa em Ciências Sociais**, São Paulo, p. 1-146, 1997.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino**: desperte a riqueza que há em você – São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

APÊNDICE - A

Título do projeto: Empreendedorismo feminino, A história de vida de uma empreendedora da área da beleza.

Pesquisador responsável: Neusa Bortolini

Instituição: Instituto Federal Farroupilha

Telefone para contato: (55) 99704-2673

Local da coleta de dados: Frederico Westphalen

Os responsáveis pelo presente projeto se comprometem a preservar a confidencialidade dos dados dos participantes envolvidos no trabalho, que serão coletados por meio de entrevista semiestruturada, com roteiro elaborado a partir da literatura, na residência da entrevistada em Frederico Westphalen, em duas seções, no período ainda não definido.

Informam, ainda, que estas informações serão utilizadas, única e exclusivamente, no decorrer da execução do presente projeto e que as mesmas somente serão divulgadas de forma anônima, bem como serão mantidas no seguinte local: Acervo do Instituto Federal Farroupilha, por um período de cinco anos, sob a responsabilidade de Neusa Bortolini. Após este período os dados serão destruídos.

Frederico Westphalen, 25 de Junho de 2023.

APÊNDICE - B

Eu [nome da autoridade], abaixo assinado, responsável pela [nome da instituição, empresa, organização], autorizo a realização do estudo [título do projeto], a ser conduzido pelos pesquisadores [relacionar os nomes dos envolvidos].

Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição coparticipante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infraestrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Data

Assinatura e carimbo do responsável institucional

APÊNDICE - C

Eu [nome da autoridade], abaixo assinado, responsável pela [nome da instituição, empresa, organização], autorizo a realização do estudo [título do projeto], a ser conduzido pelos pesquisadores [relacionar os nomes dos envolvidos].

Fui informado, pelo responsável do estudo, sobre as características e objetivos da pesquisa, bem como das atividades que serão realizadas na instituição a qual represento.

Esta instituição está ciente de suas responsabilidades como instituição coparticipante do presente projeto de pesquisa e de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos sujeitos de pesquisa nela recrutados, dispondo de infraestrutura necessária para a garantia de tal segurança e bem-estar.

Data

Assinatura e carimbo do responsável institucional

APÊNDICE - D

Quadro 1- Roteiro das entrevistas

Objetivo específico	Perguntas da entrevista
A) Identificar as características da empreendedora que foram necessárias para o sucesso do negócio	-Comente sobre a sua trajetória pessoal e profissional, como empreendedora. -Descreva o seu perfil como empreendedora. -Quais são teus pontos fortes e fracos? Você CONSIDERA-SE realizada? -Quais características acredita que foram essenciais na tua trajetória? -Quantas horas diárias são dedicadas ao trabalho? Trabalha aos sábados e domingos? Você tira férias regularmente? -Como Você levantou fundos para o seu negócio? -Quais argumentos você usa para persuadir seus clientes para comprarem seus produtos? -O que você acredita que diferencia seus serviços ou produtos de seus concorrentes?
B) Descrever as dificuldades enfrentadas pela empreendedora ao longo da sua trajetória	-Comente sobre as dificuldades que enfrentastes ao longo da sua trajetória como empreendedora. -Como superou estas dificuldades? -Como você conciliou a maternidade e carreira? -Quais conselhos deixariam para as mulheres que gostariam de ser empreendedoras?
C) Relatar os motivos que levaram a empreender	-Quais foram as motivações para você tornar-se empreendedora? -Quais as vantagens de ter seu próprio negócio?
D) Sugerir estratégias para aprimorar a gestão do negócio	-Quais são as principais dificuldades enfrentadas no seu negócio? -Como você busca enfrentar e superar estas dificuldades?