



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

RENATA DE LUCENA ALVES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DOS FATORES QUE
INFLUENCIARAM EMPREENDEDORAS A ATUAREM NO COMÉRCIO
VAREJISTA DE COSMÉTICOS NA CIDADE DE JOÃO PESSOA**

JOÃO PESSOA/PB

2019

RENATA DE LUCENA ALVES

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DOS FATORES QUE
INFLUENCIARAM EMPREENDEDORAS A ATUAREM NO COMÉRCIO VAREJISTA
DE COSMÉTICOS NA CIDADE DE JOÃO PESSOA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários para conclusão do curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, na Universidade Federal da Paraíba- UFPB.

Professor Orientador: Dr. Rosivaldo de Lima Lucena

JOÃO PESSOA/PB

2019

**Catálogo na publicação Seção de
Catálogo e Classificação**

A474e Alves, Renata de Lucena.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: ANÁLISE DOS FATORES QUE
INFLUENCIARAM EMPREENDEDORAS A ATUAREM NO COMÉRCIO
VAREJISTA DE COSMÉTICOS NA CIDADE DE JOÃO PESSOA /
Renata de Lucena Alves. - João Pessoa, 2019.
46 f. : il.

Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedorismo Feminino. 3.
João Pessoa-PB. 4. Comércio Varejista de Cosméticos. I.
Lucena, Rosivaldo de Lima. II. Título.

UFPB/CCSA

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração.

Aluna: Renata de Lucena Alves

Trabalho: Empreendedorismo Feminino: Análise dos Fatores que Influenciaram Empreendedoras a Atuarem no Comércio Varejista de Cosméticos na Cidade de João Pessoa.

Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data de aprovação: 25 de abril de 2019

Banca examinadora

Rosivaldo de Lima Lucena

Orientador

Lucimeiry Batista da Silva

Membro 1 (obrigatório)

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por me proporcionar toda saúde, força e inteligência necessária para chegar até aqui e por me capacitar para que fosse possível conseguir superar as adversidades até o alcance dos meus objetivos, tendo consciência que sem Ele nada disso seria possível.

Aos meus familiares e amigos, em especial os que conquistei durante o curso, e ao meu namorado, que de diversas formas me auxiliaram e me deram o apoio que eu precisava para conseguir seguir em busca do meu sonho.

Agradeço ao professor Rosivaldo pelos ensinamentos passados dentro e fora da sala de aula, colaborando para que este trabalho fosse realizado da melhor forma possível e por ter me mostrado a real importância do Empreendedorismo, aumentando ainda mais a minha admiração pela área.

A todos, obrigada.

“A gente tem que sonhar, senão as coisas não acontecem”.

Oscar Niemeyer

RESUMO

Atualmente as mulheres que antes não conseguiam atingir cargos de liderança, nem de destaque, passam a adquirir voz e obter um espaço no mercado de trabalho, tendo a oportunidade de crescer profissionalmente. Algumas dentre elas, que possuem um espírito empreendedor, optam por crescer e dar vida a negócios próprios, muitas vezes optando por atuar em áreas que elas têm mais conhecimento ou proximidade. O comércio varejista de cosméticos é um setor que tem uma boa expectativa de crescimento em todo o mundo, apesar dos diversos obstáculos enfrentados pelos empreendedores que decidem investir nessa área, o setor consegue manter-se em desenvolvimento mesmo em meio as dificuldades enfrentadas frente ao cenário econômico que encontramos atualmente não só no Brasil, mas em todo o mundo. Diante da importância dessa área para o Empreendedorismo nacional e para a mudança de vidas de muitas pessoas, decidiu-se desenvolver este trabalho com o objetivo de identificar quais fatores influenciaram empreendedoras da cidade de João Pessoa–PB a atuarem no setor de comércio varejista de cosméticos. A importância desse estudo se dá pela relevância que o Empreendedorismo possui não só na economia local, e até mesmo nacional, mas também, no desenvolvimento profissional e social de muitas mulheres que conseguem obter uma mudança de vida, tirando o seu sustento e de sua família por meio da iniciativa no mercado empreendedor, assim como, pelo crescimento que esse setor vem garantindo ultimamente, devido a diversos fatores, entre eles, uma maior preocupação com a estética não só pelas mulheres, mas também pelos homens. Dessa forma, para a realização deste estudo foi realizada uma pesquisa qualitativa que teve como instrumento a entrevista feita com três empreendedoras da cidade de João Pessoa, com o objetivo de analisar o histórico de vida e as experiências vivenciadas por cada uma. Sendo assim, aqui encontram-se analisadas as declarações feitas por elas, onde foi possível identificar as razões que as motivaram empreender, assim como as dificuldades e facilidades enfrentadas ao longo do processo empreendedor até os dias atuais. Podemos constatar a partir desta pesquisa que um dos principais fatores que influenciaram as empreendedoras a atuarem no setor de comércio varejista de cosméticos foi o sonho de se tornar empreendedora, de possuir um negócio próprio e de se tornar independente tanto financeiramente quanto para tomar suas próprias decisões no negócio. Outro fator determinante foi que as empreendedoras entrevistadas sempre se identificaram com a segmento de cosméticos, dessa forma, uniram o útil ao agradável ao trabalhar na área. As facilidades e vantagens encontradas por elas são relacionadas ao uso da internet e redes sociais, além de poder trabalhar com o que gosta e poder administrar o negócio do seu jeito. E as dificuldades enfrentadas estão associadas a burocracia para a formalização do negócio, a conciliação de obrigações pessoais e profissionais, a falta de capacitação na área e a concorrência.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. João Pessoa-PB. Comércio Varejista de Cosméticos.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIHPEC: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

GEM: *Global Entrepreneurship Monitor*

HPPC: Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

SEBRAE: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1:** Taxas (em %) específicas e estimativas (em milhões) do número de empreendedores por gêneros segundo estágios do empreendimento - Brasil – 2018.....12
- Figura 2:** Evolução do Mercado Consumidor Brasileiro (valores em R\$ milhões).....24

LISTA DE QUADROS

- Quadro 1:** Desenvolvimento dos conceitos e teorias do empreendedorismo e do termo empreendedor.....17
- Quadro 2:** Diferentes tipos de empreendedores.....18
- Quadro 3:** As 10 Características Empreendedoras.....19
- Quadro 4:** Diferentes grupos de Empreendedoras.....21
- Quadro 5:** As quatro principais dificuldades encontradas por Empreendedoras.....22
- Quadro 6:** Dados gerais do perfil das empreendedoras.....28
- Quadro 7:** Dados profissionais das empreendedoras.....29

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
	1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA.....	11
	1.2 OBJETIVOS.....	14
	1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	14
	1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
	1.2.3 JUSTIFICATIVA.....	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
	2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO.....	16
	2.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO.....	17
	2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	20
	2.4 COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS.....	23
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	25
	3.1 ABORDAGEM DA PESQUISA.....	25
	3.2 SUJEITO DE PESQUISA.....	26
	3.3 NÍVEL DA ANÁLISE.....	26
	3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	26
4	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....	27
	4.1 RESULTADOS DA PESQUISA REFERENTE AO PRIMEIRO OBJETIVO ESPECÍFICO (ANALISAR O PERFIL E HISTÓRICO DE VIDA DAS EMPREENDEDORAS ATUANTES NO COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS EM JOÃOPESSOA).....	27

4.2 RESULTADOS REFERENTES AO SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO (DESCREVER AS RAZÕES QUE AS MOTIVARAM A EMPREENDER NESSE SETOR).....	30
4.2.1 EMPREENDEDORA A	30
4.2.2 EMPREENDEDORA B.....	31
4.2.3 EMPREENDEDORA C.....	32
4.3 RESULTADOS REFERENTES AO TERCEIRO OBJETIVO ESPECÍFICO (IDENTIFICAR AS FACILIDADES E/OU VANTAGENS ENCONTRADAS DURANTE SUA TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA).....	34
4.3.1 EMPREENDEDORA A.....	34
4.3.2 EMPREENDEDORA B.....	35
4.3.3 EMPREENDEDORA C.....	35
4.4 RESULTADOS REFERENTES AO QUARTO OBJETIVO ESPECÍFICO (IDENTIFICAR AS DIFICULDADES ENFRENTADAS AO LONGO DO PROCESSO EMPREENDEDOR).....	37
4.4.1 EMPREENDEDORA A.....	37
4.4.2 EMPREENDEDORA B.....	38
4.4.3 EMPREENDEDORA C.....	39
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
REFERÊNCIAS.....	42
APÊNDICE A.....	44

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo entender os fatores que influenciaram as empreendedoras a atuarem no setor de beleza na cidade de João Pessoa, através da análise do histórico de vida, e das motivações e dificuldades que elas enfrentaram ao longo do processo empreendedor. Neste capítulo será apresentada a delimitação do tema e o problema de pesquisa, logo em seguida, o objetivo geral, os objetivos específicos e a justificativa.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

Não é de hoje que se ouve falar em Empreendedorismo no mundo todo. No Brasil, os primeiros estudos acerca do tema surgiram na década de 1990, mas é a partir dos anos 2000 que o assunto vem sendo disseminado mais intensamente entre pesquisadores e estudiosos. E, nas últimas décadas, dentro dessa temática, uma área que vem obtendo cada vez mais espaço e se tornando bastante relevante é o estudo do Empreendedorismo Feminino, visto que as mulheres tem conseguido ao longo dos anos obter espaço e reconhecimento no mercado de trabalho.

Segundo Dornellas (2014, p.2), “Empreender pode ser definido como o ato de realizar sonhos, transformar ideias em oportunidades e agir para concretizar objetivos, gerando valor para a sociedade.”

De acordo com Bedê (2018, p. 4), “o Empreendedorismo é tratado como um fenômeno associado à criação de um negócio, com o propósito de explorar uma oportunidade, e que envolve algum grau de risco e retorno.” Empreendedores são, portanto, pessoas que buscam em meio a uma oportunidade investir seu tempo, esforço e dinheiro, assumindo riscos com o objetivo de suprir as necessidades do seu público-alvo, e a partir disso, obter lucro e atingir o sucesso no ramo empresarial, consolidando assim o seu negócio.

Diante do cenário de crise enfrentado atualmente, onde existe uma alta taxa de desemprego, é possível observar um crescente interesse de diversas pessoas para a prática do empreendedorismo. De acordo com Baron e Shane (2007, p. 9),

Em uma época em que os heróis políticos e militares são poucos e espaçados no tempo, os empreendedores, de certa forma, se tornaram os novos heróis e heroínas, então, não é surpreendente que um número crescente de pessoas escolha esse tipo de carreira.

Em meio a esse contexto, percebe-se que ao longo do tempo as mulheres vêm crescendo, tanto socialmente, conquistando diversos direitos, quanto profissionalmente, obtendo poder e garantindo o seu espaço em diversas áreas, como na política e no mercado de trabalho. Sendo

assim, é cada vez mais frequente o número de mulheres abrindo um negócio próprio com o objetivo de conseguir o seu sustento e de sua família, como também de se realizarem e tornarem-se independentes e alcançando um lugar de destaque no mercado de trabalho.

Segundo resultados obtidos da pesquisa feita pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018), principal pesquisa acerca do Empreendedorismo no mundo, é cada vez mais crescente o número de mulheres que vem conseguindo se destacar progressivamente no meio empresarial ocupando cargos de liderança ao tomar a frente de negócios e se tornarem empreendedoras. No entanto, no ano de 2018, pode-se observar que as mulheres ainda não conseguiram superar os homens quando se trata tanto de negócios iniciando quanto de negócios já estabelecidos. Contudo, a diferença não é muito grande entre homens e mulheres em negócios em fase inicial, onde os homens superam as mulheres em apenas cerca de 1,2 pontos percentuais, apresentando uma diferença maior apenas em negócios já estabelecidos, onde a diferença entre os dois é de 6,1 pontos percentuais (GEM, 2018).

Figura 1: Taxas (em %) específicas e estimativas (em milhões) do número de empreendedores por gêneros segundo estágios do empreendimento - Brasil – 2018



Fonte: GEM (2018)

Ao analisar dados como esses, é possível compreender a evidente importância do incentivo a inserção das mulheres no Empreendedorismo nacional. Visto que, muitas vezes, o Empreendedorismo é uma forma encontrada por muitas pessoas para sair da linha da pobreza e conseguir manter seu sustento, observa-se a partir daí que muitas mulheres em meio a uma situação financeira desfavorável, em busca de oportunidades e movidas pela vontade de serem independentes, desenvolvem o desejo de se tornarem empreendedoras, abrindo seu próprio negócio, e dessa forma, contribuem para a geração de novos empregos, geram renda, proporcionam desenvolvimento e ajudam na diversificação de produtos e serviços na região em que decidem atuar, conseguindo então melhoria de vida para si mesma e para outras famílias.

Conforme dados obtidos através da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2017), o setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC), possui uma forte influência na economia mundial e não sofre quedas muito drásticas no seu faturamento. No Brasil o faturamento líquido de impostos ultrapassa os trezentos milhões de reais. Além disso, o Brasil está entre os cinco países que mais consomem cosméticos em todo o mundo, ocupando o 4º lugar no *ranking* (ABIHPEC, 2017).

E é neste setor que muitas mulheres, conciliando com o interesse pessoal e entendimento sobre o assunto, encontram a oportunidade de se inserirem nesse mercado e obterem êxito em seus negócios.

O mercado da beleza abrange diversos segmentos, indo da oferta de serviços ao comércio de produtos. Sendo este um mercado que possui um público cada vez mais exigente, que procuram sempre novidades e tendências, sendo uma oportunidade para as empreendedoras mostrarem criatividade para se destacarem no setor.

Dessa forma, o empreendedor é alguém que usa da criatividade para trazer inovações e soluções para as necessidades da sociedade em que está inserido. Segundo Baggio e Baggio (2014, p.26), o empreendedorismo pode ser definido como “a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação.”

Sabendo disso, procuraremos focar em um grupo de mulheres empreendedoras que vem conseguindo crescer e se desenvolver progressivamente por meio de seus empreendimentos, sendo elas, as empreendedoras que buscaram empreender na cidade de João Pessoa, e possuem negócios voltados à área da beleza, no setor de comércio varejista de cosméticos, dentre elas, foram selecionadas três empreendedoras para fazer parte desse estudo.

Sendo assim, surgiu o interesse de realizar um estudo relacionado a atuação dessas empreendedoras no setor de comércio varejista de cosméticos, buscando entender e analisar quais os fatores que motivaram essas mulheres para investir nesse segmento, realizando a abertura e consolidação de negócios neste local.

Deste modo foi levantada a seguinte questão para investigação:

Quais fatores influenciaram empreendedoras a atuarem no comércio varejista de cosméticos em João Pessoa?

1.2 OBJETIVOS

Nesta etapa do trabalho serão apresentados os objetivos, geral e específicos, que tem como finalidade conduzir o desenvolvimento desta pesquisa.

1.2.1 OBJETIVO GERAL

- Identificar os fatores que influenciaram empreendedoras a atuarem no comércio varejista de cosméticos na cidade de João Pessoa.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analisar o perfil e histórico de vida das empreendedoras atuantes no comércio varejista de cosméticos em João Pessoa;
- Descrever as razões que as motivaram a empreender nesse setor;
- Identificar as facilidades e/ou vantagens encontradas durante sua trajetória empreendedora;
- Identificar as dificuldades enfrentadas ao longo do processo empreendedor.

1.3 JUSTIFICATIVA

A justificativa desse estudo se dá pela importância que o Empreendedorismo promove para o desenvolvimento do País e da economia, gerando inovações e a mudança de vida das pessoas a partir da geração de emprego e renda e do desenvolvimento pessoal obtido por meio da realização de sonhos.

Segundo Dornellas (2014, p.2)

Quem empreende está sempre visando ao futuro e à construção de algo novo que vai melhorar a vida das pessoas, de preferência com soluções criativas, inovadoras e sustentáveis. O resultado maior da atividade empreendedora leva à geração de valor, riqueza e à transformação do ambiente no qual vivemos. Os empreendedores mudam o mundo e são os grandes propulsores do desenvolvimento econômico.

Nesse contexto, observa-se que nos últimos anos houve uma grande valorização das mulheres no mercado de trabalho e muitas delas procuraram se dedicar a criação de seu próprio

negócio. No entanto, durante o processo empreendedor muitas vezes são encontradas dificuldades que em alguns casos desestabilizam e levam as empresas a falência. Observa-se aí a importância de estudar a respeito desse tema que tem se tornado cada vez mais relevante em todo mundo.

A área da beleza vem se destacando e conquistando diversos clientes. A vaidade e a preocupação em possuir uma aparência jovem e saudável vem fazendo com que o setor cresça demasiadamente. O setor que antes era valorizado apenas pelas mulheres, vem conseguindo atingir outros públicos. Exemplo disso é como os homens vem mudando seus hábitos, preocupando-se com a estética e procurando cada vez mais consumir produtos de beleza e/ou realizar procedimentos estéticos, aumentando assim a parcela da população que busca por esse tipo de produto e/ou serviço.

Mesmo sabendo-se da relevância do assunto, não existem muitos estudos que abordem o tema profundamente, tratando da atuação dessas mulheres no mercado de trabalho em cargos de liderança em um negócio próprio especificamente no comércio varejista de cosméticos.

Sendo assim, encontra-se a necessidade de realizar um estudo que busque entender quais os fatores que motivaram mulheres a se tornarem empreendedoras atuando na área da beleza. A análise desses fatores poderá auxiliar futuras empreendedoras que sentem interesse em atuar na área, mas ainda se sentem inseguras para investir em suas ideias e abrirem seus próprios negócios. Desse modo, a pesquisa poderá ser uma forma de incentivo ao empreendedorismo feminino e uma oportunidade para inserção e valorização da mulher no mercado de trabalho.

Nesse sentido, esse estudo foi realizado com o objetivo de identificar o que motivou essas mulheres a empreenderem e atuarem especificamente no comércio varejista de cosméticos, na cidade de João Pessoa, a partir da análise do perfil e histórico de vida de cada uma, identificando as facilidades e vantagens de trabalhar nesse segmento e quais foram as dificuldades encontradas por elas ao longo do processo empreendedor, para que assim possamos enxergar também a relação existente entre o constante crescimento no número de novos empreendimentos com o desenvolvimento econômico, e observar quais fatores colaboram com a falência precoce de tais estabelecimentos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão apresentados os conceitos de empreendedor e empreendedorismo, as características e os tipos de empreendedor, será abordado também o empreendedorismo feminino e o comércio varejista de cosmético. A partir dessa base teórica, a leitura sobre o estudo realizado se tornará de fácil compreensão e facilitará o entendimento.

2.1 CONCEITO DE EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO

Nos últimos anos muito se fala em empreendedorismo, sendo esse um tema que tem sido debatido cada vez mais no meio acadêmico em todo país. Nesse sentido, devido a importância do tema, ao longo dos anos muitos autores buscaram conceituar o significado dos termos empreendedorismo e empreendedor.

Definindo o significado de empreendedorismo de forma mais simplificada, podemos dizer que se trata do ato de começar um novo empreendimento, porém o empreendedorismo está relacionado a várias temáticas e não se limita a criação de novos negócios. Empreendedorismo para Baggio e Baggio (2014, p.26),

Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do auto-conhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas.

Para Biagio (2012), empreender significa colocar em prática uma ideia, com a finalidade de atingir objetivos e resultados. Sendo o empreendedorismo, a área do conhecimento responsável por estudar os processos de idealização de empreendimentos.

De acordo com o Priberam (2018), Empreendedorismo é definido como: “atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração”.

Para o GEM (2017, p. 6), o empreendedor é:

Aquele indivíduo que realizou esforços concretos na tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo uma atividade autônoma, ou uma empresa, seja ela formalizada ou não, bem como a expansão de um negócio já existente.

O Quadro 1 apresenta a mudança que houve ao longo do tempo nas definições, conceitos e teorias a respeito do Empreendedorismo e do termo empreendedor.

Quadro 1 – Desenvolvimento dos conceitos e teorias do empreendedorismo e do termo empreendedor

Período/Ano	Pesquisador – Conceito
Século XVII	Pessoa que assumia riscos de lucro ou prejuízo em contrato de valor fixo com o governo.
1725	Richard Cantillon – Pessoa que assume riscos é diferente da que fornece capital.
1803	Jean Baptiste Say – Lucros do empreendedor separados do lucro do capital.
1876	Francis Wlaker – Distinguiu entre os que forneciam fundos e aqueles que obtinham lucros com atividades administrativas.
1934	Joseph A Schumpeter – O empreendedor é inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
1961	David McClelland – O empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos moderados.
1964	Peter Drucker – O empreendedor maximiza oportunidades.
1975	Alberto Shapero – O empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e econômicos e aceita riscos de fracasso.
1980	Karls Vesper – O empreendedor é visto de modo diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1983	Gifford Pinchot – O intra-empreendedor é um empreendedor que atua dentro de uma organização já estabelecida.
1985	Robert Hisrich – O empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

Fonte: SILVA (2015)

Portanto, é possível afirmar que um empreendedor é alguém que acredita e investe em suas ideias e sonhos, mesmo que corra riscos. Conforme afirma Biagio (2012, p. 4), “empreendedor é a pessoa que vê oportunidades onde outras pessoas veem somente ameaças”.

2.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

Para que um empreendedor seja bem-sucedido em sua carreira é necessário que ele possua habilidades e capacidades que o auxiliem na criação e desenvolvimento de seu negócio. Em um ambiente tão competitivo e dinâmico, o empreendedor necessita possuir um diferencial, algo que o faça ‘brilhar’ em meio à multidão. Para isso ele precisa amar o que faz, e dar o seu melhor a cada dia para que assim consiga desenvolver suas ideias e alcançar o sucesso em sua atuação. Determinadas características são imprescindíveis para o alcance desse resultado.

O Quadro 2 apresenta os tipos mais comuns de empreendedores definido por Dornelas (2018), sendo eles:

Quadro 2 – Diferentes tipos de empreendedores

Empreendedor informal	São aqueles que trabalham de maneira informal, autônoma, que trabalham em locais improvisados, como vendedores ambulantes.
Empreendedor cooperado	São aqueles que abrem um pequeno negócio e se unem a outros empreendedores com o objetivo de crescer, e possivelmente, no futuro, tornar-se independente, como por exemplo, artesãos que se unem e formam uma cooperativa; catadores de lixo reciclável que se unem para trabalhar em conjunto e conseguem obter um ganho maior na venda do que foi produzido/reciclado.
Empreendedor individual	São os antigos empreendedores informais que, atualmente possuem CNPJ e estão legalizados, portanto, começam a possuir, de fato, um negócio próprio.
Franquia	São aqueles que dão origem a sua empresa a partir de uma marca já desenvolvida e conhecida no local onde pretende atuar. Os setores que possuem maior destaque são alimentação, vestuário e educação/treinamento.
Empreendedor social	são aqueles que atuam sem pretensão de obter lucro, visando apenas praticar o bem ao próximo, encarregando-se de cumprir determinados objetivos sociais, como oferecer educação a quem não tem acesso ou desenvolver projetos sustentáveis;
Empreendedor corporativo	São funcionários empenhados e engajados com a empresa em que trabalham, trazendo sempre novas ideias que contribuam com o desenvolvimento da empresa.
Empreendedor público	São pessoas comprometidas com o bem-estar da sociedade em geral, que, apesar de possuir estabilidade no emprego, empenham-se sempre para buscar melhorias para os serviços disponibilizados a população, procurando sempre formas de utilizar os recursos públicos de maneira mais eficiente.
Empreendedor do conhecimento	São aqueles que usam o seu conhecimento para atingir seus objetivos pessoais, podendo obter lucro, realização pessoal e/ou reconhecimento profissional. Exemplo disso são os atletas, escritores, artistas etc.
Negócio próprio	São os empreendedores que não possuem grande pretensão de crescimento, apenas querem obter autonomia e criar um estilo de vida próprio, conseguindo manter um certo padrão de vida, que lhe proporcione o status de classe média.

Fonte: DORNELAS (2018)

De acordo com Pesce (2012), para ser um bom empreendedor não é necessário ser especificamente uma pessoa extremamente experiente no assunto, é preciso apenas que seja alguém que goste e seja capaz de solucionar problemas e melhorar a vida das pessoas, estando

disposto a trabalhar duro para conquistar esses objetivos, e entendendo que nem sempre as coisas acontecerão como se espera, portanto, é preciso estar sempre disposto para aprender e recomeçar.

O Quadro 3 apresenta as dez características mais comuns que um empreendedor deve possuir segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sebrae (2018).

Quadro 3 – As 10 Características Empreendedoras

1- Estabelecer metas;
2- Buscar oportunidades e ter iniciativa;
3- Buscar informações;
4- Conquistar parceiros e formar minha rede de contatos;
5- Manter a qualidade de meus produtos e serviços e a eficiência do meu negócio;
6- Planejar e checar se esses planos estão sendo realizados;
7- Estar comprometido com meus projetos;
8- Ser persistente;
9- Correr riscos calculados;
10- Ser independente e autoconfiante.

Fonte: SEBRAE (2018)

Ser um empreendedor bem-sucedido é algo que requer bastante esforço e dedicação, visto que para que isso aconteça é necessário muitas vezes passar por dificuldades em sua trajetória, onde até mesmo o negócio pode falir, sendo necessário possuir a força de vontade de aprender com o erro e continuar tentando. Dornelas (2018) afirma que os empreendedores que conseguem conquistar o sucesso possuem características como ousadia, criatividade, inovação e persistência, e chegam a se distinguir dentre os demais.

Em suma, para ser um empreendedor de sucesso não é importante apenas ter uma ideia boa ou um sonho a ser alcançado, mas requer buscar estar sempre adquirindo conhecimento e informações a respeito do seguimento em que irá atuar, é essencial também estar comprometido com os objetivos a serem alcançados apesar das circunstâncias e dificuldades que irá encontrar pelo caminho, fazer um bom planejamento, estabelecer metas que desafiem e motivem a si

mesmo e a sua equipe a alcançá-las para que, dessa forma, desenvolvam-se junto à organização, e acima de tudo, um empreendedor de sucesso possui confiança em si mesmo e em seu potencial, habilidades e capacidades para que consiga enfrentar os desafios e problemas que surgirão ao longo de sua trajetória.

2.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

Devido a cultura ultrapassada existente até alguns anos atrás, existia um forte preconceito na sociedade, onde as mulheres não eram vistas, nem imaginadas atuando em multinacionais, em cargos de liderança, ou possuindo um negócio próprio, visto que esse papel era desempenhado único e exclusivamente pelos homens.

Segundo Melo e Lopes (2012), foi a partir da década de 1970 que essa cultura conservadora e machista foi sendo desconstruída. Até meados de 1970, as mulheres e os homens possuíam suas obrigações muito bem definidas, onde os homens eram responsáveis por obter o sustento de suas casas e as mulheres responsáveis por cuidar dos filhos e das obrigações do lar. Por meio do incentivo ao empoderamento feminino que iniciou-se nesta época, e que tinha como objetivo garantir a igualdade social, econômica e política, entre homens e mulheres, e também assegurar o acesso a direitos humanos essenciais a qualquer ser humano, como saúde e educação, a mulher começou a batalhar para se inserir em ambientes que antes eram ocupados apenas por homens.

Atualmente, as mulheres vem garantindo um espaço cada vez maior no mercado de trabalho, obtendo poder e passando a atuar em cargos de alta liderança, como também, tomando a frente de novos negócios, ao tomarem a decisão de empreender.

É inegável que as mulheres empreendedoras desempenham um papel importante na economia, pois elas, assim como os homens, contribuem para a geração de empregos e renda no local em que o empreendimento está inserido e auxiliam no desenvolvimento local e pessoal, onde conseguem se tornar independente financeiramente e se realizarem atuando muitas vezes em áreas de seu interesse.

O número de empreendedoras está em crescente aumento, embora esse segmento, na maior parte do tempo, tenha sido dominado pelos homens, as mulheres se mostram cada vez mais independentes nesse quesito, alcançando números bem próximos da taxa de homens empreendedores, como mostra a pesquisa do GEM (2018), a taxa de empreendedores iniciais é de 18,5% para os homens e 17,3% para as mulheres quando se trata de negócios iniciais, quando

comparado com os negócios já estabelecidos, apresentam apenas uma diferença um pouco maior, de 6,1%, onde os homens apresentam 23,3% e as mulheres 17,2%. Com isso, nota-se que, apesar das inúmeras dificuldades encontradas no processo para se tornar um empreendedor no Brasil e, levando em consideração diversos fatores que podem atrapalhar a atuação das mulheres no mundo empresarial, as empreendedoras vem conseguindo pouco a pouco ter um destaque cada vez maior na atuação empreendedora, visto que a sua maneira particular de agir e pensar acabam contribuindo para a sua boa atuação no mercado de trabalho e para o desenvolvimento de seus negócios.

Segundo Amorim e Batista (2011), as mulheres apresentam como aspecto natural, maior comprometimento, empatia, sensibilidade e vontade de ajudar e isso as auxiliam no sucesso de seu empreendimento. As mulheres conseguem desempenhar várias atividades simultaneamente e ainda sim serem responsáveis e cumprirem com suas obrigações conseguindo enxergar por diversos ângulos uma situação alcançando uma solução para determinado problema ou enxergando uma oportunidade mesmo em meio as adversidades encontradas pelo caminho, levando as a alcançarem o sucesso em sua carreira profissional.

Nesse contexto, muitas mulheres buscam empreender, seja por serem forçadas a trabalhar, devido a uma situação financeira desfavorável e a necessidade de obter o seu sustento, seja pelo desejo de se tornar independente e ter autonomia para trabalhar da sua maneira. Para isso, na maioria das vezes, as mulheres buscam a oportunidade de empreender em setores que elas já conhecem e que se identificam de alguma forma. Amorim e Batista (2011, p. 5) afirmam, “empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor. Quando a atividade escolhida é um *hobbie*, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de sucesso”.

De acordo com Das (1999), as mulheres empreendedoras podem fazer parte de três grupos distintos, são eles:

Quadro 4 – Diferentes grupos de Empreendedoras

Empreendedoras por acaso	São aquelas que iniciam um negócio sem metas ou planos claros - seus negócios provavelmente evoluíram de hobbies.
Empreendedoras forçadas	São aquelas que foram forçadas por alguma circunstância (por exemplo, a morte de um cônjuge, a família que enfrenta dificuldades financeiras) para iniciar um negócio; sua principal motivação, portanto, tende a ser financeira.

Empreendedoras criadoras	São aquelas que estão motivadas e incentivadas para empreender, ou seja, já possuem o desejo de possuir seu próprio negócio.
--------------------------	--

Fonte: DAS (1999)

De acordo com a organização global sem fins lucrativos Endeavor Brasil (2016), sendo atualmente a maior organização de apoio a Empreendedorismo e empreendedores de alto impacto, afirmam que hoje em dia as mulheres empreendedoras ainda enfrentam diversos desafios no mundo empresarial devido à questão de gênero.

Apesar de muitas mulheres terem conseguido conquistar seu espaço no mercado de trabalho ao longo dos anos e possuírem potencial para obter um ótimo desempenho em suas funções, muitas vezes elas não conseguem atingir êxito devido a uma série de fatores que acabam por tornar mais difícil esse processo.

Alguns pontos podem ser destacados por meio do Quadro 5, que auxilia a entender de maneira mais clara o atual contexto do Empreendedorismo Feminino, evidenciando as dificuldades encontradas por elas, que vão de impedimentos econômicos a sociais.

Quadro 5 – As quatro principais dificuldades encontradas por Empreendedoras

Investimento desigual	De acordo com o Endeavor Brasil (2016), diversas mulheres encontram dificuldades para obter investimento externo igualitário ao que empresas dirigidas por homens recebem. Devido a falta de ajuda financeira para investir em seus negócios, existe a impossibilidade de consumir o crescimento das empresas geridas por elas, dificultando a expansão e desenvolvimento de seus negócios.
Desestímulo	O Endeavor Brasil (2016) relata que, apesar dos benefícios que a possibilidade de atuar no mercado de trabalho em cargos de alto nível, de liderança ou atuando em negócios próprios podem trazer para as mulheres, muitas ainda se sentem desencorajadas para investir na sua carreira devido a falta de estímulo que recebem, fazendo com que o medo do fracasso, atrapalhe o seu sucesso profissional.
Educação desigual	Segundo o Endeavor Brasil (2016), em vários países de todo mundo, muitas mulheres ainda são privadas do direito de estudar, fazendo com que isso atrapalhe diversas possibilidades de desenvolvimento de habilidades extremamente necessárias para conseguir atuar com excelência no mercado de trabalho. Em grande parte, devido a falta de acesso ao ambiente

	estudantil, as mulheres acabam por não ter a possibilidade de conhecer pessoas que estejam envolvidas com o mundo empresarial, dificultando assim, a possibilidade de praticar o <i>Networking</i> com pessoas que tenham investido na prática empreendedora.
Sexismo	Embora a sociedade tenha evoluído bastante na sua maneira de pensar, ainda existe a discriminação com base nos estereótipos de gênero quando se trata da atuação da mulher no mercado de trabalho. De acordo com o Endeavor Brasil (2016), muitas vezes as mulheres são vistas como menos competentes ao serem comparadas com os homens, dificultando assim, a sua possibilidade de desenvolvimento profissional.

Fonte: ENDEAVOR BRASIL (2016)

Sem levar em conta qual aspecto específico levaram as mulheres a empreenderem, é notório que elas estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho, diversos fatores contribuíram para esse notável crescimento, o fato é que o Empreendedorismo vem contribuindo como uma forma de fazer com que as mulheres consigam conquistar o seu espaço de maneira independente e isso ajuda não só a aumentar a economia local, como também muda o estilo e a qualidade de vida dessas mulheres que muitas vezes eram desvalorizadas por causa da cultura ultrapassada encontrada em nosso País.

2.4 COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS

O mercado da beleza é muito abrangente, atuando desde a oferta de serviços até o comércio de produtos. Este mercado possui um público cada vez mais exigente, que estão sempre à procura de novidades e tendências. Segundo pesquisa feita pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmético (ABIHPEC, 2017), 95% das pessoas entrevistadas enxergam os produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC), como itens de extrema importância para cuidados básicos com a saúde, bem-estar e qualidade de vida.

De acordo com Bloch e Richins (1992), existe ao longo dos séculos uma busca incansável pela beleza, sendo esse um assunto de bastante interesse em diversas culturas.

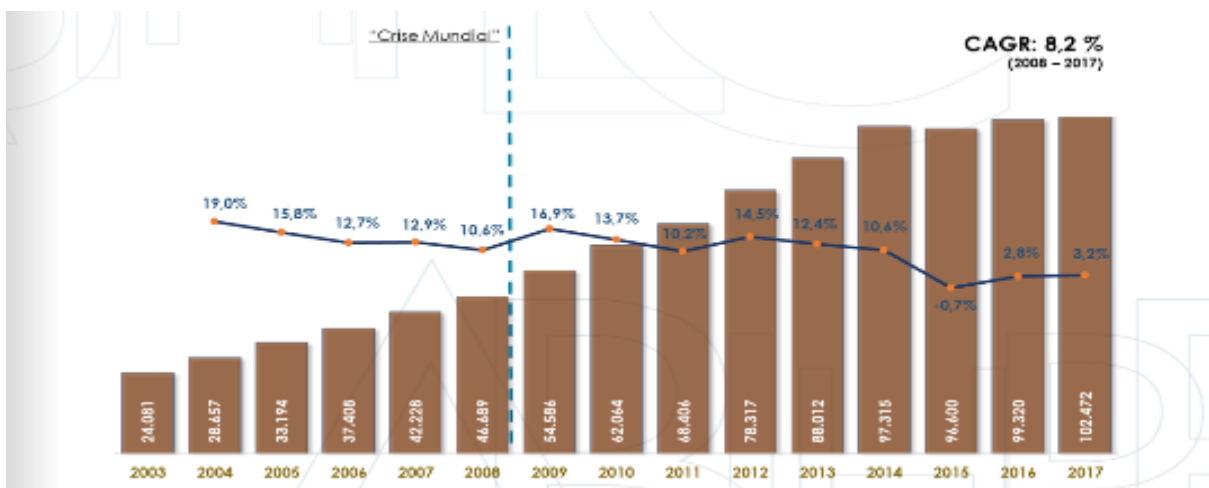
Bloch e Richins (1992) ainda afirmam que os produtos cosméticos são usados com o objetivo de aumentar a atratividade física e obter benefícios sociais equivalentes. Para superar essa demanda e necessidade, as pessoas atualmente possuem uma grande variedade de produtos

que possibilitam aprimorar a beleza individual de cada consumidor, seja ele homem ou mulher, sendo capazes de realçar atributos físicos ou disfarçar alguns pontos indesejáveis.

Assim como as mulheres vem conseguindo obter um espaço cada vez maior e de grande destaque no mercado de trabalho, onde antes era predominante apenas a atuação masculina, os homens também vem ao longo do tempo se interessando e consumindo em grande proporção produtos de beleza, embora as mulheres ainda predominem no consumo desses produtos, sendo esse um dos fatores de grande importância para o aumento no consumo de cosméticos em todo país e no mundo.

A figura 2 apresenta dados da ABIHPEC (2017), destacando a evolução do mercado consumidor brasileiro entre os anos de 2013 e 2017.

Figura 2 – Evolução do Mercado Consumidor Brasileiro
(valores em R\$ milhões)



Fonte: ABIHPEC (2017)

Apesar da crise mundial, o setor conseguiu nos últimos 10 anos obter um crescimento composto de 8,2%, fechando 2017 com um aumento de 3,2%. Isso evidencia a importância que o setor tem para o desenvolvimento da economia e a tendência de crescimento que ele possui (ABIHPEC, 2017).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo será apresentada a metodologia de pesquisa utilizada para possibilitar o levantamento de dados essenciais para o alcance dos objetivos deste estudo. Para Ramos (2009, p. 130), “A metodologia consiste, então, em estudar e avaliar os vários métodos disponíveis, identificando suas limitações, ou não, no que diz respeito às suas utilizações.”

3.1 ABORDAGEM DA PESQUISA

O tipo de pesquisa utilizado para o desenvolvimento deste estudo é de cunho qualitativo de caráter descritivo a respeito do processo empreendedor, a fim de analisar o histórico de vida e as experiências vividas por mulheres que decidiram abrir negócios na cidade de João Pessoa-PB. Na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não é com a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc. (GOLDENBERG, 2004, p.14).

Segundo Gil (2002, p. 42), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Para Gil (2008, p.28)

Dentre as pesquisas descritivas salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, nível de renda, estado de saúde física e mental etc. [...] São incluídas neste grupo as pesquisas que têm por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população. Também são pesquisas descritivas aquelas que visam descobrir a existência de associações entre variáveis, como, por exemplo, as pesquisas eleitorais que indicam a relação entre preferência político-partidária e nível de rendimentos ou de escolaridade.

Tomando como base esse tipo de abordagem, buscaremos estudar e relatar as experiências vividas por empreendedoras do ramo de comércio varejista de cosméticos na cidade de João Pessoa, situada no estado da Paraíba. A partir dos relatos das próprias empreendedoras, procura-se identificar o que as levou a empreender nesse setor e quais foram suas maiores motivações e dificuldades enfrentadas.

3.2 SUJEITO DE PESQUISA

Para a realização deste estudo obteve-se a participação de três empreendedoras que aceitaram livremente fazer parte deste estudo, todas atuam no setor de comércio varejista de cosméticos e possuem seus próprios estabelecimentos localizados na cidade de João Pessoa/PB, estas foram selecionadas devido a uma conjunto de fatores como, localização do empreendimento, anos de atuação no mercado, por serem algumas das lojas mais conhecidas da cidade quando se trata de cosméticos, dentre outros.

3.3 NÍVEL DA ANÁLISE

De acordo com o objetivo do estudo, optou-se por fazer a análise individual, levando em consideração a singularidade de cada caso, buscando compreender individualmente, a importância das experiências e vivências de cada empreendedora estudada.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A técnica que foi utilizada para a obtenção dos dados foi a entrevista. Para Gil (2008), a entrevista pode ser definida como uma técnica onde o pesquisador formula questões e busca entrar em contato com o seu entrevistado para que consiga obter as informações necessárias para o seu estudo, onde o entrevistado é a sua principal fonte de informação. Segundo Marconi & Lakatos (2003, p.222) entrevista pode ser tratada como “conversação efetuada face a face, de maneira metódica; proporciona ao entrevistador, verbalmente, a informação necessária.”

Sendo assim, observa-se que a entrevista é uma técnica adequada para a o alcance do objetivo geral desse estudo que visa analisar quais as dificuldades e motivações que levaram as empreendedoras a abrir o seu próprio negócio.

Para a aplicação da entrevista foi utilizado um roteiro de entrevista semiestruturado, onde havia perguntas abertas e fechadas, permitindo que as entrevistadas expressassem suas

opiniões sem que houvesse um condicionamento por parte da entrevistadora, garantindo assim a veracidade dos dados.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

A presente pesquisa teve como entrevistadas, três empreendedoras que atuam no ramo de comércio varejista de cosméticos na cidade de João Pessoa–PB, com a finalidade de estudar quais os fatores que influenciaram essas mulheres a decidirem atuar nessa área. Para isso, o estudo foi norteado pelos objetivos que foram preestabelecidos, sendo divididos em objetivo geral e específicos, com a finalidade de analisar o perfil de cada uma, assim como os seus históricos de vida, além disso, identificar as razões que as motivaram a empreender nesse setor, como também as facilidades e/ou vantagens e as dificuldades enfrentadas ao longo do processo empreendedor.

Através da análise da entrevista realizada nas empresas, com suas respectivas empreendedoras, e dos depoimentos e relatos obtidos por parte de cada uma, individualmente, foi possível coletar as informações necessárias para o alcance dos objetivos desejados. Sendo assim, tornou-se possível compreender quais fatores foram primordiais para as empreendedoras decidirem investir no Empreendedorismo e atuarem no comércio varejista de cosméticos.

Com o objetivo de manter preservada a identidade das entrevistadas e de suas empresas, iremos adotar as letras A, B e C para identificar cada uma delas.

4.1 RESULTADOS DA PESQUISA REFERENTE AO PRIMEIRO OBJETIVO ESPECÍFICO (ANALISAR O PERFIL E HISTÓRICO DE VIDA DAS EMPREENDEDORAS ATUANTES NO COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS EM JOÃO PESSOA)

Com base no que foi obtido, conseguiu-se notar que existem similaridades, mas existem também algumas particularidades nas histórias de vida de cada empreendedora. A partir dessas informações, podemos começar a traçar o perfil dessas empreendedoras.

O Quadro 6 apresenta características pessoais de cada empreendedora entrevistada, como idade, estado civil, grau de escolaridade e a área em que atuaram antes de entrar para o mercado varejista de cosméticos.

Quadro 6 – Dados gerais do perfil das empreendedoras

Empreendedora	Idade	Estado civil	Grau de escolaridade	Tempo de atuação na área	Área de atuação antes da abertura do negócio
A	40 anos	Casada	Graduação em Administração Pós-graduação em Direito Trabalhista	25 anos	Auxiliar na loja de cosméticos dos pais
B	24 anos	Casada	Graduação em Pedagogia	7 anos	Agente comunitária de saúde
C	57 anos	Casada	Graduação em Administração Pós-graduação em Gestão Empresarial	2 anos	Dona de Supermercado e material de construção

Fonte: DADOS DA PESQUISA (2019)

A empreendedora A é uma mulher de 40 anos, graduada em administração e com pós-graduação na área de direito trabalhista, e atuou no mercado como auxiliar na empresa de cosméticos dos pais, antes de se firmar na área de comércio de cosméticos com a sua própria loja. A empreendedora B tem 24 anos de idade, graduada em pedagogia, e trabalhou como agente comunitária de saúde antes de atuar na área de comércio de cosméticos. No caso da empreendedora C, ela tem 57 anos, possui graduação em administração e pós-graduação em gestão empresarial e trabalhava em sociedade com o marido em seu supermercado e em uma loja de material de construção, antes de decidir abrir seu próprio negócio na área de cosméticos.

Como podemos observar, cada uma das entrevistadas atuaram em áreas bem distintas antes de atuarem no setor de comércio varejista de cosméticos, com exceção da empreendedora A. Uma das similaridades encontradas entre elas é em suas formações, a empreendedora A e a empreendedora C possui graduação em na mesma área, em administração, diferente da empresária B que possui graduação em pedagogia, entretanto relatou ter o desejo desde pequena de possuir uma loja própria.

O Quadro 7 apresenta os dados profissionais das entrevistadas, com o propósito de nos ajudar a traçar o perfil profissional das empreendedoras.

Quadro 7 – Dados profissionais das empreendedoras

Empreendedora	Tempo de atuação na área	Natureza jurídica	Fundação	Sócios	Funcionários	Horas de trabalho/dia	Renda média da empresa (salários mínimos)
A	25 anos	Formal	1994	1	6	10	acima de 16
B	7 anos	Formal	2012	----	1	10 a 13	6 a 10
C	2 anos	Formal	2017	----	2	10	1 a 5

Fonte: DADOS DA PESQUISA (2019)

De acordo com o que é visto no Quadro 7, podemos constatar que todas as empreendedoras entrevistadas possuem o negócio já formalizado, a diferença está no tempo de atuação de cada uma no setor de comércio varejista de cosméticos. A empreendedora A atua no ramo há 25 anos, sendo a única que possui sócio. A empreendedora B atua na área formalmente há 7 anos e a empreendedora C, atua especificamente na área de comércio varejista de cosméticos há 2 anos. Percebe-se também que as três entrevistadas possuem uma rotina longa de trabalho, onde é necessário ter uma dedicação total ao seu empreendimento.

Foram identificadas algumas similaridades em alguns pontos da trajetória empreendedora das entrevistadas. De acordo com o primeiro objetivo específico que tinha como intuito verificar qual o perfil e histórico de vida das empreendedoras do setor de comércio varejista de cosméticos na cidade de João Pessoa-PB, foi possível observar algumas semelhanças entre as empresárias. Como por exemplo, todas as entrevistadas possuem uma rotina extensa de trabalho, onde dedicam até 13 horas de seus dias para o seu empreendimento. Além disso, todas possuem a natureza jurídica do seu negócio já formalizada. Outra similaridade é que as empresárias A e C que possuem formação em administração.

4.2 RESULTADOS REFERENTES AO SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO (DESCREVER AS RAZÕES QUE AS MOTIVARAM A EMPREENDER NESSE SETOR)

As três empreendedoras entrevistadas demonstraram, a princípio, não possuir muito conhecimento relacionado ao mundo dos cosméticos, porém elas afirmam que sempre tiveram o desejo de empreender no setor de comércio varejista de cosméticos e a partir desse sonho buscaram se especializar no assunto para atender melhor suas clientes e conseguirem se destacar no setor em que atuam. De acordo com a teoria abordada durante a realização desta pesquisa podemos encontrar pontos que confirmam o que é relatado durante o estudo de campo, conforme afirma Pesce (2012), para ser um bom empreendedor não é necessário ser especificamente uma pessoa extremamente experiente no assunto, é preciso apenas que seja alguém que goste e seja capaz de solucionar problemas e melhorar a vida das pessoas, estando disposto a trabalhar duro para conquistar esses objetivos, e entendendo que nem sempre as coisas acontecerão como se espera, portanto, é preciso estar sempre disposto para aprender e recomeçar.

EMPREENDEDORA A

A entrevistada A iniciou a vida empreendedora por incentivo e exemplo de seus pais, e utiliza inclusive, o mesmo nome fantasia da loja deles, que atuam na área há muito mais tempo. A primeira loja surgiu em 1978, sendo fundada pelos pais da entrevistada:

Como eu falei no início, né, meus pais se conheceram, praticamente, na Praça Pedro Américo, como camelôs, e eles vendiam... ela era funcionária, ele vendia esmaltes. E daí, depois, com um tempo, eles juntaram dinheiro, compraram essa portinha lá na... que é a parte inicial da loja do centro (...)

A aposta inicial da empresa foi investir na variedade de produtos, onde a loja funcionava como um pequeno armazém que vendia desde tintas e linhas, até esmaltes e cosméticos no geral:

(...) No início, eles vendiam de tudo (...) e eles vendiam linha, vendiam esmalte, vendiam sabonete, vendia tinta, vendiam de tudo, começou como um armazém. E daí foram alinhando a loja até tirar a parte do armazém ao longo dos anos e ficar só a parte cosmética mesmo.

A entrevistada relatou que trabalhava ajudando seus pais na loja desde criança e sempre possuiu o desejo de seguir esse caminho, podendo trabalhar por conta própria num negócio próprio na área de cosméticos, tendo sempre seus pais como uma inspiração para ela.

Então, a partir do exemplo de vida e influência recebida dos pais, unindo ao gosto pela área de cosméticos, e trabalhando desde nova ao ajudar seus pais, a empreendedora decidiu seguir e atuar na mesma área. Sendo assim, a partir dos 16 anos de idade, a entrevistada foi emancipada e assumiu a responsabilidade de encarregar-se de uma loja de cosméticos. Conforme afirma o GEM (2017, p. 6), o empreendedor é “Aquele indivíduo que realizou esforços concretos na tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo uma atividade autônoma, ou uma empresa, seja ela formalizada ou não, bem como a expansão de um negócio já existente”.

EMPREENDEDORA B

A entrevistada B, apesar de trabalhar desde criança, por necessidade, como forma de ajudar a mãe, vendendo alguns produtos para auxiliar na renda familiar, relatou que sempre teve o sonho de trabalhar na área de cosméticos e ter a sua própria loja:

Então, sempre foi meu sonho. Sempre, sempre, sempre foi meu sonho. Só que era algo bem distante da minha realidade, né, então essa ideia eu já nutria há muitos anos desde quando eu comecei a vender mesmo, eu sempre dizia que “eu vou abrir minha loja” “um dia vou ter minha loja”(…).

Visto que a entrevistada já trabalhava, informalmente, há alguns anos vendendo diversos produtos, e foi evoluindo até conseguir se especializar na venda de cosméticos, que é a área em que ela realmente gosta e tinha o desejo de trabalhar, e permanecia fazendo as vendas por meio de *delivery* aos finais de semana, conseguiu adquirir uma vasta cartela de clientes. A empresária também relatou sobre a sua paixão pela área de cosméticos e de como trabalhar com algo que gosta facilita todo o processo. Conforme Amorim e Batista (2011, p. 5) afirmam, “empreender em setores que nos sejam agradáveis e conhecidos é melhor. Quando a atividade escolhida é um *hobbie*, a chance de acerto se potencializa, proporcionando uma maior oportunidade de

sucesso”. Durante a entrevista a empreendedora B destacou diversas vezes sobre o seu amor pela área:

É uma área que eu sempre gostei, gostei sempre de cosméticos, já passei por várias áreas como eu já falei, de vender, eu vendia tudo por necessidade, mas assim cosmético principalmente de cabelo, e agora maquiagem que tá se expandindo muito, é uma paixão. Então, quando você trabalha com o que você gosta é mais fácil.

A partir disso, ela notou a enorme necessidade de possuir um ponto físico para que conseguisse ampliar e desenvolver melhor suas vendas, visto que o serviço de *delivery* feito apenas aos finais de semana não estava sendo suficiente para atender a enorme demanda por produtos cosméticos que continuava crescendo muito. Outro motivo era para que conseguisse atender suas clientes trazendo uma maior comodidade e conforto para elas, dessa forma, ela relata que “Um certo dia, na loucura eu passei pelo ponto e disse ‘eu vou abrir minha loja aqui’ pronto, liguei para o dono do ponto foi bem na louca mesmo, não tinha nada planejado só tinha um sonho e tá dando certo”.

Dessa forma, a empreendedora B uniu essa necessidade ao sonho antigo de possuir uma loja própria e começou a atuar com um ponto físico.

EMPREENDEDORA C

A entrevistada C, iniciou sua atividade empreendedora na área de cosméticos a partir da identificação de uma oportunidade devido a grande procura entre clientes do seu antigo negócio, que buscavam e não encontravam uma loja que dispusesse de produtos cosméticos no bairro em questão. Conforme afirma Bedê (2018, p. 4), “o empreendedorismo é tratado como um fenômeno associado à criação de um negócio, com o propósito de explorar uma oportunidade, e que envolve algum grau de risco e retorno.”

Eu trabalhava com supermercado, e as meninas de salão me cobravam muito, então a ideia surgiu a partir delas, a necessidade que aqui tinha de ter uma loja de cosméticos, as meninas de salão me cobravam, daí foi onde eu tive a ideia de realmente colocar.

A empreendedora C sempre gostou de maquiagem, de cosméticos e do mundo da beleza, em geral, e uniu isso a oportunidade que, segundo ela, o mundo da beleza oferece, que é o contato direto com os clientes e a interação de pessoa para pessoa, onde ela consegue enxergar

a alegria das suas clientes ao se sentirem realizadas e com a autoestima elevada. Sendo assim, durante a entrevista ela relata sobre a sua experiência na área:

É uma área que nós mulheres, a gente gosta, né, de cosméticos, é uma área que você tá sempre em contato com as pessoas, eu gosto muito de tá conversando, não sou uma pessoa que gosta de tá em casa, eu gosto muito de interagir. Então o cosmético me chamou a atenção por isso, porque são produtos que fazem bem, fazem você ver as pessoas ficarem bem, ficarem mais bonitas, a autoestima se eleva, então eu queria trabalhar numa área dessas (...).

A partir disso, ela aproveitou para unir essa oportunidade ao desejo de trabalhar por conta própria, sem sócios, de forma que conseguisse deixar o seu negócio com a ‘sua cara’, tomando as decisões do seu jeito, sendo assim, ela relata, “Antes eu trabalhava com o meu esposo, então a loja de cosméticos sou só eu. Então uma das coisas que mais me motivou foi eu trabalhar sem ter um parceiro, um sócio. Eu mesma que tomo conta, administro”.

Então, a partir do desejo de autonomia para poder administrar o negócio do seu jeito, unindo ao gosto pela área de cosméticos e enxergando a oportunidade de abrir uma loja no local que ainda não possuía esse tipo de comércio, a empreendedora tomou a decisão de abrir sua própria loja.

Portanto, com relação ao segundo objetivo específico que visava descrever as razões que motivaram as empreendedoras escolherem esse setor para atuar, também foi possível reconhecer semelhanças entre elas. As três entrevistadas tinham o sonho de investir e trabalhar com um negócio próprio, especificamente na área de beleza e cosméticos. Segundo relatos das mesmas, trabalhar com esse setor torna-se algo prazeroso não só por ser típico das mulheres gostarem do setor de cosméticos, mas por poder ver a realização de suas clientes ao conseguirem elevar a autoestima por meio dos produtos disponibilizados em suas respectivas lojas.

4.3 RESULTADOS REFERENTES AO TERCEIRO OBJETIVO ESPECÍFICO (IDENTIFICAR AS FACILIDADES E/OU VANTAGENS ENCONTRADAS DURANTE SUA TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA)

EMPREENDEDORA A

A empreendedora A relatou que não houve muitas facilidades de fato, ao iniciar sua carreira empreendedora. Hoje em dia ela enxerga como uma vantagem a possibilidade de auxiliar seus pais desde muito nova e trabalhar por conta própria em sua loja desde os 16 anos de idade, e assim, ter mais experiência para saber lidar com os momentos bons e ruins do comércio. Apesar disso, ela relata que está sempre buscando se aprimorar, trazer novidades para a sua loja e tentar superar as dificuldades encontradas no dia a dia.

Além disso, ela comentou sobre a essencial importância do uso da internet para o bom desenvolvimento do seu negócio. No seu Instagram a loja possui mais de 43 mil seguidores, sendo possível divulgar seus produtos para muitos usuários, poder interagir com eles e identificar preferências. A internet tem auxiliado não só na oportunidade de ter o contato direto com clientes, divulgar sua loja e seus produtos, mas também com a possibilidade de conseguir bons fornecedores para a sua loja:

(...) A busca na internet leva a você encontrar fornecedores muito mais rápido do que antigamente, porque antigamente você tinha que esperar um representante vir até você pra você começar a tirar o pedido de uma linha e atualmente hoje em dia eu posso descobrir uma linha no sul do país passo um email e já tiro o pedido.

A entrevistada também comentou sobre a sua rotina de trabalho, e que por mais cansativo que seja, consegue notar o quão gratificante é trabalhar na área de comércio de cosméticos, afirmando que uma das suas maiores satisfações é conseguir enxergar a felicidade transparecendo em suas clientes ao saírem da loja produzidas e realizadas.

É uma gangorra de alegria e tristeza porque comercio é assim, mas as vantagens eu acho que é principalmente você trabalhar com a beleza e ver a realização das pessoas ao se sentir bem... Assim, ao sair produzida, a botar um simples cílio postiço e ver o olhão. Eu acho que, eu encaro dessa forma.

EMPREENDEDORA B

A entrevistada B por sua vez, encontrou facilidade por conhecer muita gente já, devido a experiência, mesmo que informal, de trabalhar vendendo alguns cosméticos, como por exemplo perfumes ou produtos de maquiagens mais baratas, para ajudar na renda mensal de sua família.

Sendo assim, ela teve a facilidade de conseguir definir rapidamente o público alvo do seu empreendimento e selecionar os produtos certos para cada perfil de cliente, de modo que atendesse aos desejos e expectativas de cada um da melhor forma, formando assim uma grande cartela de clientes que se tornaram fiéis a sua loja. Em seu Instagram, a loja possui mais de 32 mil seguidores e esse número vem crescendo dia após dia.

Além disso, uma vantagem apontada pela empreendedora é o fato de que hoje em dia a busca por produtos cosméticos tem crescido progressivamente, aumentando assim, o número de vendas e de clientes novos. Durante a entrevista a empreendedora B enfatizou sobre esse crescimento na demanda de produtos cosméticos:

(...) Esse publico consumidor tá crescendo cada dia mais, as pessoas tão ficando mais vaidosas, tão querendo se cuidar mais, cuidar mais do cabelo, procurar aprender a se maquiar (...). Mulher, principalmente né, mulher nunca tá em crise, é... ela quer sempre comprar algo novo, tanto de maquiagem quanto de cabelo então eu acho que isso é uma grande vantagem e facilidade nesse meu setor.

Dessa forma, a empreendedora B tem utilizado à seu favor essa grande demanda por produtos cosméticos, fazendo promoções e divulgando ainda mais a sua loja, de modo que consiga conquistar mais clientes e desenvolver seu empreendimento.

EMPREENDEDORA C

A empreendedora C apontou como vantagem de investir na carreira empreendedora a possibilidade de poder trabalhar sozinha, sem chefes, nem sócios. Especificando como principal benefício de trabalhar no setor de cosméticos a oportunidade de estar em contato com suas clientes falando sobre algo que a maioria das mulheres adora, que é cosméticos e maquiagens.

A facilidade principal apontada pela entrevistada é relacionada a confiança que ela adquiriu com os fornecedores da sua loja. Devido às experiências anteriores em outros tipos de comércio que ela já trabalhou em sociedade com o marido, que foram o supermercado e loja de material de construção, a empreendedora conseguiu conquistar a confiança de vários fornecedores, e dessa forma, obtém maior crédito para compra, assim como, tem a possibilidade de comprar produtos direto de indústrias, o que favorece na hora de formar o preço de venda de seus produtos. Sendo assim a Empreendedora C afirma:

Um vendedor vai me passando para o outro. Como eu sou uma boa compradora e sou uma boa pagadora, então, eu já tô comprando direto de indústrias, então a minha facilidade agora é essa. Que já tá melhorando, já tô tendo poder aquisitivo de comprar mais e de vender mais porque como eu compro de indústria, já tô vendendo mais barato.

No que diz respeito ao terceiro objetivo específico, direcionado a identificação das facilidades e/ou vantagens encontradas durante a trajetória empreendedora de cada uma, foram apontados alguns fatores importantes que as auxiliaram para conseguir um bom desenvolvimento de seus respectivos negócios de acordo com as entrevistadas. Um fator preponderante é a experiência obtida com o passar dos anos atuando no comércio, fator esse que favorece na conquista de bons clientes, fornecedores, crédito para compra, entre outros.

Outro ponto que favorece o bom desenvolvimento de seus empreendimentos é o uso de redes sociais, em especial o Instagram, rede social em que somando elas tem mais de 112 mil seguidores. Lá as empreendedoras divulgam seus produtos para muitos usuários, auxiliando na divulgação da loja e fazendo com que pessoas que ainda não a conhecem tomem conhecimento de sua existência, achem o endereço da loja, tirem dúvidas sobre, produtos e preços, etc.

A entrevistada A falou sobre a imensa importância da internet para a possibilidade de conseguir bons fornecedores para a sua loja e para conseguir manter um contato mais próximo com os seus clientes. A empreendedora B apontou como vantagem a demanda e procura cada vez maior por produtos cosméticos, onde ela conseguiu oportunidade de obter uma grande cartela de clientes ao definir bem o perfil e os produtos específicos para cada um. A empreendedora C definiu como vantagem poder trabalhar por conta própria, sem chefe e sem ter que receber ordens, podendo administrar o negócio do seu jeito.

4.4 RESULTADOS REFERENTES AO QUARTO OBJETIVO ESPECÍFICO (IDENTIFICAR AS DIFICULDADES ENFRENTADAS AO LONGO DO PROCESSO EMPREENDEDOR)

EMPREENDEDORA A

A empreendedora A relatou que no início, ela enfrentou muitas dificuldades, principalmente financeiras, pois, não possuíam muito dinheiro para investir no negócio, mas também questões legais e burocráticas para formalizar a loja:

Nós não tínhamos muito dinheiro para investir na empresa, e... Antigamente não se falava muito em administração de empresa, né, então a gente foi mais na experiência do dia a dia que nós íamos adquirindo, e assim, acho que é com muito, com ajuda de Deus.

Logo no início, foram encontradas dificuldades relacionadas a falta de diversidade de produtos, pois, no ano em que o negócio foi iniciado, não havia uma grande variedade de fornecedores, nem produtos cosméticos disponíveis no mercado, ela declara: “Olhe, no início, acho que a parte cosmética, acho que até em torno de... que eu me lembre 1990 o ramo de cosméticos era muito restrito, então não existia a quantidade de marcas que hoje existe.”

Atualmente são identificados outros tipos de dificuldade pela empreendedora, como carga tributária e logística, mas principalmente, a concorrência que cresce a cada dia e é vista cada vez mais como um desafio imenso a ser superado por diversos donos de negócios. A empreendedora A expõe:

Olhe, as principais dificuldades enfrentadas na área atualmente é carga tributária, a questão tributária é muito forte, é... a questão de também, as vezes, logística, que mercadorias que atrasam, né, devido a logística da transportadora e etc., e a questão até da própria concorrência, né, que hoje tá muito mais acirrada e muito mais desafiadora pra as empresas.

Outra dificuldade enfrentada pela empreendedora é a dificuldade de conciliar sua vida pessoal com a profissional, pois, tem filhos pequenos, um deles nasceu faz pouco tempo e ela tinha que ir em casa para amamentar e voltar para a loja várias vezes no dia, levar o outro filho na escola e buscá-lo, sem falar nas obrigações do lar.

EMPREENDEDORA B

Durante a abertura do seu empreendimento, a empreendedora B encontrou diversas dificuldades, principalmente na questão burocrática, para abertura e legalização da loja, assim como, enfrentou dificuldades pessoais e familiares, visto que muitas pessoas da família da empreendedora não mostraram apoio nem acreditaram na sua ideia, no seu sonho:

(...)Tanto a área burocrática, como também... familiares, essas coisas, que nunca acreditam nos seus sonhos, né, mas se você for ligar para as dificuldades você não vai a canto nenhum, então teve sim ,muita dificuldade burocrática que até hoje tem e também dificuldades pessoais e familiares, com tudo.

Ao longo do processo empreendedor e do desenvolvimento do seu negócio foram encontradas outras dificuldades, como conseguir bons fornecedores e conseguir agradar a maioria de suas clientes, que como todos sabemos, tem se tornado cada vez mais exigentes. A empreendedora B relata: “Acho que achar bons fornecedores, conseguir agradar a maioria do meu público com os produtos e com os preços, acho que isso tem sido uma das maiores dificuldades, e agora, com o espaço aqui na loja, que ela já se tornou bem pequena”.

Por trabalhar com o que sempre sonhou, e por a área de cosméticos ser uma boa área para se trabalhar, a empreendedora B afirma que não encontra muitas dificuldades atualmente, somente dificuldades relacionadas a questão financeira, pois sempre podem ocorrer imprevistos, mas que ela está conseguindo levar a situação sem muita dificuldade.

Entretanto, a empreendedora B também encontra dificuldade em conciliar sua vida profissional com a pessoal, muitas vezes não conseguindo nem separar as obrigações domésticas com as da loja. Pelo fato de ser recém casada, ela relatou que a correria é muito maior e que não sobra tempo para nada.

EMPREENDEDORA C

As dificuldades encontradas pela empreendedora C, no início do seu negócio foram relacionadas a burocracia, basicamente, que acaba por tornar o processo de abertura do negócio muito mais lento e desgastante.

Outra dificuldade encontrada pela empreendedora ao entrar na área foi o fato de não ser capacitada na área de cosméticos, por não ter experiências com as marcas conceituadas ou produtos profissionais. Sendo assim, durante a entrevista a empreendedora C declara como tem conseguido superar essa dificuldade para gerir melhor o seu negócio:

Eu trabalhava com a área comercial, área tipo, seda, palmolive, áreas comerciais, não profissionais, então a minha dificuldade era aí, mas eu já estou conseguindo desenrolar, tô procurando me capacitar mais na área, vendo vídeos na internet, pesquisando.

Atualmente, a dificuldade que a entrevistada enfrenta é relacionada a concorrência, pois a empresa ainda é pequena, surgiu há apenas 2 anos, e está em desenvolvimento.

Apesar disso, a empresa tem conseguido conquistar pouco a pouco seu espaço e o coração de suas clientes, visto que possui mais de 30 mil seguidores no Instagram em menos de 2 anos de atuação na rede social, sendo esta uma importante ferramenta para a divulgação de sua loja e produtos.

No que se refere ao quarto objetivo específico que pretendia identificar as dificuldades enfrentadas pelas empresárias ao longo do processo empreendedor, foi observada algumas semelhanças entre ambas. Um fator bastante enfatizado sendo mencionado pelas três empresárias, é com relação a burocracia, que acaba por tornar o processo empreendedor muito lento e desgastante. Outro fator apontado pela empreendedora A e a empreendedora B é a dificuldade em conciliar a vida pessoal da profissional, visto que uma possui filhos pequenos e a outra é recém casada, o que demanda uma dedicação muito maior de tempo, esforço e dedicação para poder fazer com que tudo se desenvolva bem. A empreendedora A apontou além disso o fato de que é difícil conseguir conciliar a questão do tempo, muitas vezes, visto que passa muito tempo trabalhando, raramente tira férias, mas que busca sempre conseguir conciliar o trabalho com suas obrigações de mãe, procurando sempre administrar bem o tempo para que consiga cuidar bem de seus filhos, principalmente o mais novo por ainda ser um bebê. A

empreendedora B destacou também a falta de estímulo por parte dos familiares e também devido a ela ser recém-casada e ter um pouco de dificuldade para conciliar a vida pessoal ao trabalho. A empreendedora C frisou como dificuldades a falta de capacitação na área de cosméticos e a concorrência muito grande.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve a finalidade de entender quais os fatores que influenciaram empreendedoras a atuarem no comércio varejista de cosméticos na cidade de João Pessoa na Paraíba, utilizando como base a análise dos objetivos específicos predefinidos para o alcance dos resultados desejados.

A partir desse estudo, chegou-se a conclusão que um dos fatores que tiveram maior influência para as empreendedoras decidirem abrir seus negócios na área de cosméticos na cidade de João Pessoa foi o enorme desejo de empreender.

As empreendedoras relataram que sempre tiveram o sonho de ter um negócio próprio, para poder ter autonomia e serem independentes. Outro fator essencial para a motivação da escolha da área de atuação de seus empreendimentos foi a identificação pessoal das entrevistadas com o setor de cosméticos. Ao longo da trajetória empreendedora elas encontraram dificuldades, facilidades e vantagens que foram citadas ao longo dessa pesquisa.

A partir disso, as entrevistadas tomaram a decisão de empreender, abrindo um negócio próprio na área. Dessa forma, as empreendedoras entrevistadas uniram o útil ao agradável e passaram a trabalhar com algo que já tinham proximidade, fator que segundo elas, facilitou muito, pois, traz uma motivação maior para se dedicar ao trabalho.

Dentre as facilidades e vantagens apresentadas por elas, encontra-se a experiência que obtiveram com o passar dos anos no comércio, facilitando na obtenção de fornecedores e crédito para a compra, como também na conquista de clientes, além disso, o uso de redes sociais e da internet no geral favoreceram para um melhor desenvolvimento do negócio, assim como a liberdade para tomar as próprias decisões no empreendimento.

Entre as dificuldades relatadas por elas, destaca-se a burocracia para abertura e formalização do negócio, a falta de capacitação na área de cosméticos, a falta de estímulo por parte dos familiares e a dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional.

REFERÊNCIAS

- ABIHPEC. Panorama do setor 2018. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor-2018/>>. Acesso em: 04 set. 2018.
- ALPERSTEDT, Graziela Dias; FERREIRA, Juliane Borges; SERAFIM, Maurício Custódio. EMPREENDEDORISMO FEMININO: DIFICULDADES RELATADAS EM HISTÓRIAS DE VIDA. Revista de Ciências da Administração, [S.L.], v. 16, n. 40, p. 221-234, dez. 2014.
- AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. 2011
- BAGGIO, Adelar Francisco; Daniel Knebel Baggio. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 25-38, jan./jun. 2014.
- BARON, ROBERT A.; SHANE, SCOTT A. Empreendedorismo: UMA VISÃO DO PROCESSO. 1 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- BEDÊ, Marco Aurélio (Coord.). O Empreendedorismo e o Mercado de Trabalho no Ano de 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf)>. Acesso em: 5 set. 2018.
- BIAGIO, Luiz Arnaldo. Empreendedorismo: Construindo seu projeto de vida. 1 ed. Barueri, SP: Editora Manole Ltda., 2012.
- BLOCH, Peter; RICHINS, Marsha L.. You Look “Mahvelous”: The Pursuit of Beauty and the Marketing Concept. Psychology & Marketing, [S.L.], v. 9, n. 1, p. 3-15, jan. 1992.
- DAS, Mallika. Women entrepreneurs from southern india: an exploratory study. The journal of entrepreneurship, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 147-163, 1999.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo pra visionários: Desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1 ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios. 7 ed. São Paulo: Empreende, 2018. 288 p.
- DORNELAS, José. Introdução ao empreendedorismo: desenvolvendo habilidades para fazer acontecer. 1 ed. São Paulo: Empreende, 2018.
- ENDEAVOR BRASIL. Lugar de mulher é nos negócios. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/tomada-de-decisao/lugar-de-mulher-e-nos-negocios/>>. Acesso em: 03 out. 2018.
- FERREIRA, Jane Mendes; NOGUEIRA, Eloy Eros Silva. Mulheres e Suas Histórias: Razão, Sensibilidade e Subjetividade no Empreendedorismo Feminino. RAC, Rio de Janeiro, v. 17, n. 4, p. 398-417, jul./ago. 2013.
- FONTES, Olivia De Almeida; BORELLI, Fernanda Chagas; CASOTTI, Leticia Moreira. COMO SER HOMEM E SER BELO? UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE MASCULINIDADE E O CONSUMO DE BELEZA. Revista Eletrônica de Administração, Porto Alegre, v. 72, n. 2, p. 400-432, mai./ago. 2012.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL: GÊNESE E FORMAÇÃO DE UM CAMPO DE PESQUISA. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, [S.L.], v. 6, n. 1, p. 40-74, jan./abr. 2017.

GOLDENBERG, Mirian. A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 8 ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. 107 p.

GOMES, A. F. et al. Empreendedorismo Feminino como Sujeito de Pesquisa. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, São Paulo, v. 16, n. 51, p. 319-342, abr./jun. 2014.

GRECO, Simara Maria de Souza (Coord.). Relatório GEM 2017. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf>. Acesso em: 5 set. 2018.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira (Coord.). *Empreendedorismo no Brasil*: Relatório GEM 2018. Curitiba: UFPR, 2018. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>> Acesso em: 05 abr. 2019.

MARCONI, Marina De Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

MELO, Marlene Catarina De Oliveira Lopes; LOPES, Ana Lúcia Magri. EMPODERAMENTO DE MULHERES GERENTES: A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO TEÓRICO DE ANÁLISE. Revista Gestão e Planejamento, Salvador, v. 12, n. 3, p. 648-667, set./dez. 2012.

PELOGIO, E. A. et al. CRIAÇÃO DE EMPRESAS À LUZ DO MODELO DE DECISÃO EFFECTUATION: UM ESTUDO COM MULHERES EMPREENDEDORAS DE UM MUNICÍPIO DO NORDESTE BRASILEIRO. Revista de Administração da UFSM, Santa Maria, v. 9, n. 4, p. 644-663, set./dez. 2016.

PESCE, Bel. A menina do vale: como o empreendedorismo pode mudar sua vida. 1 ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.

PRIBERAM DICIONÁRIO. Empreendedorismo. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/empreendedorismo>>. Acesso em: 22 set. 2018.

RAMOS, Albenides. Metodologia da pesquisa científica: como uma monografia pode abrir o horizonte do conhecimento. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2009. 246 p.

SEBRAE. Como agir de maneira empreendedora. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sebrae/portal%20sebrae/ufs/ba/anexos/como%20agir%20de%20maneira%20empreeendedor.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2018.

SILVA, Álvaro José Argemiro da. *Empreendedorismo e Inovação*. Guarapuava (PR): Unicentro, 2015. Disponível em: <<http://repositorio.unicentro.br:8080/jspui/handle/123456789/986>> Acesso em: 05 abr. 2019.

TEIXEIRA, Larissa Xavier Natario. Mercado de Cosméticos. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/mercado-de-cosmeticos/>>. Acesso em: 5 set. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA

- Dados Pessoais

- 1) Data de nascimento/Idade:
- 2) Estado Civil (quando iniciou as atividades como empreendedora e atualmente):
- 3) Grau de escolaridade (quando iniciou as atividades como empreendedora e atualmente):
- 4) Tempo de atuação na área:
- 5) Constituição familiar – filhos, cônjuge:
- 6) Possui experiência profissional na área em que atua?
- 7) Trabalhou em outras áreas antes de se firmar na área de comércio de cosméticos? Se sim, em que área?

- Dados Profissionais

- 1) Natureza Jurídica do empreendimento:
() Formal () Informal
- 2) Ano em que o negócio foi iniciado:
- 3) Possui sócios? Se sim, quantos?
- 4) Possui funcionários? Se sim, quantos?
- 5) Que tipo de produtos oferece?
- 6) Quantas horas diárias, em média, são dedicadas ao trabalho? Tira férias?
- 7) Qual a renda média da empresa em salários mínimos?
() 1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () acima de 16

- Sobre a empreendedora

- 1) Como é o seu dia a dia como empresária?
- 2) De que forma consegue conciliar o seu trabalho com sua vida pessoal?
- 3) Para você, o que significa ser empreendedora?
- 4) O que te levou a escolher atuar no setor de comércio varejista de cosméticos?
- 5) Você encontrou dificuldades durante o processo de abertura do negócio? Se sim, quais?

- 6) Quais as principais dificuldades encontradas ao ingressar no comércio varejista de cosméticos?
- 7) Atualmente, quais são as principais dificuldades enfrentadas na área?
- 8) Quais foram as principais facilidades encontradas ao ingressar no comércio varejista de cosméticos?
- 9) Quais as principais facilidades encontradas atualmente?
- 10) Quais as facilidades e/ou vantagens de atuar no setor de comércio varejista de cosméticos?
- 11) O que espera para seu futuro como empreendedora?
- 12) Qual sua maior ambição como empreendedora?