

**O PERFIL GERENCIAL DE EMPREENDEDORAS NO SEGMENTO DE BELEZA
EM TANGARÁ DA SERRA - MT**

*THE MANAGEMENT PROFILE OF ENTREPRENEURS IN THE BEAUTY SEGMENT IN
TANGARÁ DA SERRA - MT*

MIRELLI NEVES DE CALDAS

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO - UNEMAT

GIRLENE GONZALEZ DE MORAIS

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO - UNEMAT

LIDIANE DA SILVA SOUZA

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO - UNEMAT

KEILA CARDOSO DOS SANTOS FURQUIM

FACULDADE ALBERT EINSTEIN FALBE

O PERFIL GERENCIAL DE EMPREENDEDORAS NO SEGMENTO DE BELEZA EM TANGARÁ DA SERRA - MT

Objetivo do estudo

O objetivo geral deste trabalho foi descrever e analisar o perfil gerencial das empreendedoras Individuais e Microempresárias do segmento de beleza da cidade de Tangará da Serra - MT.

Relevância/originalidade

Este estudo foi relevante para as empresárias do ramo da beleza, pois serviu como incentivo ao empreendedorismo feminino, além de demonstrar como atuam na gestão de seus negócios. Foi importante para a sociedade, pois apresentou o perfil gerencial das empreendedoras.

Metodologia/abordagem

Quanto a abordagem qualitativa, em relação a natureza descritiva e ao procedimento pesquisa de campo.

Principais resultados

Identificou-se que as empreendedoras participantes desta pesquisa apresentam como positivo seus perfis voltados ao planejamento, organização e marketing, porém possuem dificuldades na área de gestão de pessoas pelo fato de empreenderem sozinhas e dificuldades para lidarem com a gestão financeira.

Contribuições teóricas/metodológicas

Diante dos resultados alcançados, foram identificados aspectos semelhantes do perfil gerencial apontados pela literatura com os obtidos desta pesquisa. Demonstrando a carência no aspecto de gestão de pessoas e da gestão financeira, que podem ser superados por meio de capacitações e treinamentos.

Contribuições sociais/para a gestão

Destaca-se como principais dificuldades a jornada múltipla, dividida entre os cuidados com o negócio, lar, filhos e estudos, além da falta de capital próprio, dificuldades ao acesso ao crédito.

Palavras-chave: Empreendedorismo Feminino, Gestão, Microempresas

THE MANAGEMENT PROFILE OF ENTREPRENEURS IN THE BEAUTY SEGMENT IN TANGARÁ DA SERRA - MT

Study purpose

The general objective of this work was to describe and analyze the managerial profile of Individual Entrepreneurs and Micro-entrepreneurs in the beauty segment of the city of Tangará da Serra - MT.

Relevance / originality

This study was relevant for businesswomen in the beauty industry, as it served as an incentive for female entrepreneurship, in addition to demonstrating how they act in the management of their businesses. It was important for society, as it presented the managerial

Methodology / approach

As for the qualitative approach, in relation to the descriptive nature and the field research procedure.

Main results

It was identified that the entrepreneurs participating in this research present their profiles focused on planning, organization and marketing as positive, but they have difficulties in the area of ??people management due to the fact that they undertake alone and difficulties.

Theoretical / methodological contributions

In view of the results achieved, similar aspects of the managerial profile pointed out by the literature with those obtained from this research were identified. Demonstrating the lack in the aspect of people management and financial management, which can be overcome through

Social / management contributions

It stands out as the main difficulties the multiple journey, divided between taking care of the business, home, children and studies, in addition to the lack of equity, difficulties in accessing credit.

Keywords: Female Entrepreneurship, Management, Microenterprises

O PERFIL GERENCIAL DE EMPREENDEDORAS NO SEGMENTO DE BELEZA EM TANGARÁ DA SERRA – MT.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino nasceu da luta das mulheres para conquistarem o seu espaço no mercado de trabalho e vem ganhando um amplo espaço em todo país. Nesse sentido, é válido destacar que a mulher conseguiu alcançar vários espaços ao longo dos anos, ganhando destaque, empoderamento e ultrapassando as barreiras impostas pela sua condição de mulher (Kai & Queiroz, 2022). O Relatório Especial Empreendedorismo Feminino no Brasil editado em 2019 pelo Sebrae, aponta que o empreendedorismo feminino está em constante crescimento no mundo. No caso do Brasil, atingiu a 7^a maior proporção de mulheres nos Empreendedores iniciais, pois entre cerca de 52 milhões de empreendedores, 24 milhões são mulheres.

De acordo com a última pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2021), no Brasil, em 2021, os empreendedores iniciais dividiram-se praticamente em partes iguais entre homens e mulheres, sendo 51,5% empreendedores do sexo masculino e 48,5% empreendedores do sexo feminino. No quarto trimestre de 2021 a pesquisa do Sebrae sobre Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2021, demonstrou que 34% dos negócios no Brasil são geridos por mulheres, a participação das mulheres no total de Donas de Negócio em Mato Grosso foi de 28%, sendo que 87% do total de mulheres trabalham por conta própria (SEBRAE, 2022).

O segmento de beleza é um dos que mais crescem em todo país, de acordo com a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2020), em relação ao percentual de empreendedores iniciais e estabelecidos do sexo feminino, segundo a atividade, a segunda maior distribuição ficou para os serviços de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, entre as empreendedoras iniciais e estabelecidas, com percentual de 10,6% e 11,2% respectivamente. A predominância de empreendedores nesse segmento são Micro Empreendedor Individual (MEI) e Micro Empresa (ME).

Segundo Silva e Brasil (2020, p. 6), “as dimensões de gestão podem ser consideradas como desafios a serem superados para o bom desenvolvimento de seus negócios, principalmente, para aqueles que têm pretensão de crescer enquanto empresa, dado que não basta apenas formalizar o negócio, é necessário geri-lo.” Para Florencio e Paula (2022), os desafios começam quando se revolve empreender, pois além do desafio de abrir uma empresa, e começá-la do zero, tem o desafio dos concorrentes e de se manter no mercado. Empreender não é fácil, especialmente para as mulheres, que precisam enfrentar jornadas múltiplas, preconceito, falta de incentivo, dificuldades na obtenção de recursos financeiros, entre outros (SEBRAE, 2019). Os autores Tavares, Ferreira e Lima (2010) assim como o programa Negócio a Negócio do Sebrae, que é uma estratégia de orientação empresarial de gestão voltada para MEIs e MPes concentram-se em cinco áreas de gestão direcionadas aos temas de finanças, mercado, planejamento, pessoas e organização.

Diante dessa perspectiva, este estudo buscou responder a seguinte pergunta: **Qual é o perfil gerencial das empreendedoras Individuais e de Microempresas do segmento de beleza da cidade de Tangará da Serra - MT?** Dessa forma, o objetivo geral deste trabalho foi descrever e analisar o perfil gerencial das empreendedoras Individuais e Microempresárias do segmento de beleza da cidade de Tangará da Serra - MT. Como objetivos específicos esta pesquisa buscou identificar o perfil das empreendedoras Individuais e Microempreendedoras

do segmento de beleza comparar as dimensões gerenciais utilizadas pelas empreendedoras com outras pesquisas publicadas e identificar as principais dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras participantes da pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo vem ganhando um amplo espaço no Brasil, sendo impulsionado no final da década de 1990, cujo marco de consolidação, visibilidade e relevância no território brasileiro, sucedeu a partir de 2000 (Dornelas, 2021). O termo "empreendedorismo" pode ser definido como o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades. O empreendedorismo tem importante papel no desenvolvimento de territórios e nações, visto que reflete ações empreendedoras de pessoas que buscam oportunidades e não cansam de realizar esforços para que o negócio dê certo, mesmo em um ambiente de incerteza. (Dornelas, 2021, p. 29; Galli & Giacomelli, 2017).

Desde sua criação, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019), define a motivação para atividade empreendedora em duas vertentes, oportunidade ou necessidade. Além desses fatores, existem outros motivos pelos quais os empreendedores iniciam um novo negócio, entre eles: para ganhar a vida porque os empregos são escassos, para fazer a diferença no mundo, para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta, para continuar uma tradição familiar.

De acordo com Baggio e Baggio (2014), os componentes considerados comuns na definição do empreendedor é a iniciativa de empreender, criando algo novo e inovador, utilizando meios e recursos disponíveis para transformar o ambiente tanto econômico, como o social, e ter visão do que está sendo feito agora e no que se pode melhorar, aceitar riscos, buscar pelo sucesso e compreender a possibilidade do fracasso. De acordo com Farah *et al.* (2017), o empreendedorismo é fundamental no desenvolvimento da sociedade, pois está revolucionando o mundo e produzindo riquezas.

2.2 Empreendedorismo Feminino

A pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2019) identificou que a participação de mulheres que empreendem por necessidade é maior quando comparado ao número de homens. Ainda segundo dados do Sebrae (2022) e da GEM (2020, p. 66-67), no período da pandemia muitas mulheres se sentiram responsáveis a assumirem as despesas familiares, devido ao desemprego e a crise no país, sendo "empurradas" para o empreendedorismo

Segundo Sebrae (2022) o empreendedorismo feminino é de suma importância para a sociedade, em relação à igualdade social e espaço para as mulheres no mercado de trabalho, contribuindo para geração de mais empregos e giro na economia. “Nesse sentido, empreender torna-se uma opção viável para as mulheres que costumam ganhar menos, possuem dupla jornada e, em muitos casos, dependem de seus companheiros” (Kai & Queiroz, 2022, p. 18).

De acordo com Silva e Guimarães (2018, p. 7) “as características que definem o perfil de um empreendedor estão presentes no modo de ação de muitas mulheres, seja em relação à administração de seus lares, negócios e/ou organização da sua vida pessoal. A pesquisa apresentada por Franco (2014), sobre as características empreendedoras das mulheres na gestão das micro e pequenas empresas se destaca a intuição, a sensibilidade, a flexibilidade no que diz

respeito ao relacionamento com os funcionários, gestão liberal e participativa, no que se refere aos processos decisórios, e o nível de profissionalização alcançado. Além das características apresentadas, as empreendedoras entrevistadas tinham em comum as seguintes características: determinação para perseguir objetivos, alcançar metas e superar dificuldades.

2.2 O empreendedorismo no Segmento da Beleza

De acordo com dados do Data Sebrae (2022) no Brasil existem 835.491 empresas no segmento de Cabeleireiros, manicure e pedicure, contando com 797.661 Microempreendedores Individuais e 34.337 Microempresas. O ramo de beleza é um dos que mais cresce a todo momento, gerando empregos e mudando a autoestima de várias pessoas. Magalhães e Souza (2020), descrevem o empreendedorismo como uma das formas das mulheres ganharem seu espaço no mercado, ganhando empoderamento e autonomia, a partir do momento em que buscam o melhor em suas vidas, gerando influência positiva e valorização.

De acordo com Sebrae (2022), os profissionais que trabalham como autônomos, são denominados MEI (Microempreendedor Individual) com o cadastro de CNPJ (cadastro nacional de pessoa jurídica) passam a ter direito a várias vantagens e obrigações, para se caracterizar como MEI, a empresa deve apresentar um rendimento inferior ou igual a R\$81.000,00 (SEBRAE, 2022). Faturamento da MEI Já as Microempresas - ME são as sociedades empresárias, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que auferem em cada ano-calendário. Para se qualificar como ME a empresa deve ter receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 por ano-calendário.

A gestão empresarial é um fator muito importante para o sucesso de qualquer empresa, seja ela de grande, médio ou pequeno porte. Segundo Silva e Brasil (2020), os microempreendedores muitas vezes estão “sozinhos” em seus negócios e desempenham múltiplas funções dentro de sua empresa, portanto, uma estrutura empresarial sólida pode não existir. O quadro apresentado abaixo elenca as principais dimensões de gestão do negócio, segunda a pesquisa elaborada por Tavares, Ferreira e Lima (2010).

QUADRO 1: DIMENSÕES DE GESTÃO DE NEGÓCIO

Dimensões	Descrição
Planejamento	Considera a busca de informações (e o uso de tecnologia) para decisão e o estabelecimento de metas e planos.
Organização	Considera a divisão das tarefas, o planejamento das rotinas, a organização do espaço e aspectos legais e normativos.
Pessoas	Considera aspectos relativos à comunicação, Remuneração, Relacionamento, treinamento e capacitação.
Marketing	Considera aspectos relativos à orientação para o mercado, produto (ou serviço), preço, localização e promoção.
Finanças e contabilidade	Considera aspectos relativos à existência de técnicas básicas de gestão financeira, utilização de informações financeiras e critérios de eficiência financeira.

Fonte: Tavares, Ferreira e Lima (2010, 17-18)

3 METODOLOGIA

Essa pesquisa se enquadra como uma pesquisa qualitativa, pois descreveu e identificou o perfil gerencial das empreendedoras do segmento de beleza, localizadas no município de

Tangará da Serra – MT. Para Cooper e Schindler (2016, p. 145), a pesquisa qualitativa é “projetada para dizer ao pesquisador como (processo) e por que (significado) as coisas acontecem de determinada forma”. Quanto aos fins a pesquisa se caracteriza como descritiva, pois descreveu os diferentes métodos de gestão aplicados nos empreendimentos do segmento de beleza. Segundo Gil (2017, p. 26) as pesquisas descritivas “têm como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno.

A pesquisa se enquadra como documental, pois foi realizado o levantamento com os dados dos Relatórios de porte da empresa fornecidos pela Prefeitura Municipal de Tangará da Serra - MT, a fim de identificar as empreendedoras do segmento de beleza. De acordo com Michel (2015, p. 82), a pesquisa documental é baseada na utilização de “consulta a documentos, registros pertencentes ou não ao objeto de pesquisa estudado, aos quais se recorre para buscar informações úteis para o entendimento e análise do problema”.

Os sujeitos de pesquisa foram as mulheres empreendedoras de Empresas Individuais e Micro empresas no segmento de beleza, em especial de salão de beleza e manicure, em Tangará da Serra – MT. Assim, foram identificadas 70 empresas cadastradas neste critério. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário fechado na plataforma *Google Forms*, e enviado para as empreendedoras do segmento da beleza no qual obteve 24 respostas, tornando essa pesquisa como não probabilística. A pesquisa via *Google Forms* foi enviada através do e-mail, *Whatsapp* das empreendedoras contidos nos relatórios da prefeitura, sendo realizada durante o período de 02 de abril de 2023 a 03 de maio de 2023.

O questionário contém 17 questões sobre o perfil da empreendedora e da empresa, as outras questões do questionário foram realizadas em formato de escala *Likert* de 5 pontos, que analisou o grau de relevância entre excelente, bom, regular, fraco e insuficiente, no qual excelente indica o grau de concordância e insuficiente de discordância em relação a cada variável descrita. Foram utilizadas como objeto de pesquisa as questões sobre métodos de gestão que foram elaboradas diante das discussões abordadas pelos autores Tavares, Ferreira e Lima (2010, 17-18) e adaptadas. Para analisar as principais dificuldades enfrentadas, as questões foram baseadas nas discussões dos autores Florencio e Paula (2022), Poletini (2022) e Sebrae Delas (2019).

Martins e Theóphilo (2016, p. 93), descrevem o questionário como um importante instrumento para a coleta de dados, para eles o questionário nada mais é do que “um conjunto ordenado e consistente de perguntas a respeito de variáveis e situações que se deseja medir ou descrever.” “A organização, sumarização e descrição dos dados pode ser feita através da construção de Gráficos e Tabelas.” (Martins et al., 2016, p. 112). Dessa forma, os dados coletados neste trabalho foram apresentados através de gráficos e tabelas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente trabalho teve como objetivo explorar e analisar o perfil gerencial das empreendedoras Individuais e de Microempresárias do segmento de beleza, em especial de salão de beleza e manicure localizados na cidade de Tangará da Serra, interior de Mato Grosso. Assim, foram comparadas as dimensões gerenciais utilizadas pelas empreendedoras e as principais dificuldades de gestão enfrentadas por elas.

Magalhães e Souza (2020) descrevem o empreendedorismo feminino como uma das formas das mulheres ganharem seu espaço no mercado, empoderamento e autonomia a partir do momento em que buscam o melhor em suas vidas, gerando influência positiva e valorização.

O ramo da beleza é um dos que mais cresce a todo momento, gerando empregos e mudando a autoestima de várias pessoas.

4.1 O perfil das Empreendedoras

Diante dos dados coletados com a aplicação do questionário com 24 empreendedoras do segmento da beleza. A análise dos resultados demonstram que a maioria das entrevistadas estão entre 36 a 45 anos (29,17%) e 26 a 35 anos (25%). Quanto à escolaridade, 29,17% possuem Ensino Superior Completo, 50% são casadas, cerca de 20,17% moram com duas pessoas e 41,67% possui dois filhos assim como indicado na tabela 1:

TABELA 1 - PERFIL DA EMPREENDEDORA

VARIÁVEIS	ALTERNATIVAS	RESPOSTA MÉDIA	%
Faixa etária	De 18 a 25 anos	4	16,67%
	De 26 a 35 anos	6	25%
	De 36 a 45 anos	7	29,17%
	De 46 a 55 anos	5	20,83%
	De 56 a 65 anos	2	8,33%
Total		24	100%
Grau de Escolaridade	Ensino Fundamental Incompleto	2	8,33%
	Ensino Fundamental Completo	5	20,83%
	Ensino Médio Incompleto	1	4,17%
	Ensino Médio Completo	3	12,50%
	Ensino Superior Incompleto	4	16,67%
	Ensino Superior Completo	7	29,17%
	Pós Graduação lato sensu Tecnólogo	1	4,17%
Total		24	100%
Estado Civil	Solteira	7	29,17%
	Casada	12	50%
	União Estável	2	8,33%
	Viúva	3	12,50%
Total		24	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Os resultados obtidos se assimilam com a pesquisa de Freitas *et al.* (2020) com 51 mulheres empreendedoras da cidade de São Carlos/SP e região, na área de serviços e comércio, que se enquadram entre profissionais autônomas entre ME, MEI e EPP e com o estudo de Silva e Santos (2018) no qual foram entrevistadas 10 mulheres empreendedoras na área de serviço e comércio, que se enquadram como ME e MEI.

Freitas, Carvalho e Santos (2020) e Silva e Santos (2018), apontam que a maioria das participantes de seus estudos são empreendedoras que apresentam idade entre 34 a 45 anos, sendo que a maior parte teve acesso ao Ensino Superior, confirmando o ponto que a taxa de escolaridade das mulheres é crescente.

O estudo demonstra ainda que grande parte das entrevistadas são casadas e possuem filhos, o que corrobora com a pesquisa do Sebrae (2022) em que as donas de negócios possuem em média 2 filhos, sendo que a maior parte das empreendedoras (49%) mora com 3 a 4 pessoas, o que diverge com os resultados obtidos na presente pesquisa, na qual a maior parte mora com 2 pessoas.

Em relação à renda familiar, cerca de 41,67% dependem exclusivamente da renda das empreendedoras entrevistadas, em contrapartida, de outras 58,33% das empreendedoras não são a principal fonte de renda familiar, os resultados da pesquisa corroboram com os de Coleti *et al.* (2021) que apontaram em sua pesquisa que a maioria das mulheres entrevistadas não são chefes de sua família, ou seja, cerca de 62,5% das participantes da pesquisa não são, exclusivamente, responsáveis pelo sustento da família, tendo outras pessoas que contribuem na renda familiar.

4.2 Perfil do Empreendimento

O objetivo geral deste trabalho foi descrever e analisar o perfil gerencial das empreendedoras Individuais e Microempresárias do segmento de beleza da cidade de Tangará da Serra - MT. Dessa forma, por meio dos resultados obtidos foi possível destacar o perfil do empreendimento das mulheres participantes da pesquisa, conforme apresentado na tabela 2 abaixo.

A classificação empresarial predominante das participantes desta pesquisa é de Micro Empreendedora Individual, que corresponde a 91,67% das entrevistadas, sendo que 58,33% são cabelereiras e 41,67% são manicure e/ou pedicure. Esse resultado evidencia a pesquisa do Sebrae Delas (2021), na qual aponta que as empreendedoras estão em atividades com pouca inovação, sendo 11% no ramo de cabeleireira/beleza, possuindo foco na prestação de serviço.

Em relação ao tempo de atuação do empreendimento, 45,83% possuem mais de 10 anos de atuação, sendo que 41,67% contam com 01 funcionário(a) e 33,33% trabalham sozinhas. Dados semelhantes foram encontrados na pesquisa de Coleti *et al.* (2021), na qual 40% das entrevistadas estão no mercado há 10 anos ou mais, sendo que em algumas empresas a proprietária atua sozinha, porém, a maioria consta com um quadro de funcionários composto por cerca de 1 até 40 colaboradores. Esses resultados demonstram que as mulheres possuem empreendimentos estabelecidos no mercado e que executam suas atividades com maestria, o que permite alcançar maior estabilidade, gerando emprego e renda.

No que diz respeito ao tempo dedicado ao negócio, 33,33% das empreendedoras trabalham de 7 a 8 horas diárias, sendo que 29,17% passam 11 horas ou mais do dia dedicadas no seu empreendimento. Em relação ao tempo dedicado à família 54,17% dedicam até 04 horas diárias, seguido do tempo dedicado a elas, sendo que 87,50% dedicam também até 04 horas diárias. Os resultados obtidos corroboram com a pesquisa do Sebrae (2022) e Coleti *et al.* (2021), as quais demonstram que as mulheres dedicam maior parte do seu tempo ao empreendimento, refletindo as dificuldades com a dupla e tripla jornada.

Em relação aos motivos que levaram a empreender, 70,83% das mulheres iniciaram a atividade empreendedora para fazer o que gostam, o que correspondem a sua melhor habilidade, no qual 75% das entrevistadas responderam que são melhores na produção/execução dos serviços. Os dados obtidos na pesquisa demonstram que a motivação para empreender foi além do que somente por necessidade e oportunidade, resultado esse que pode ser evidenciado por meio da pesquisa de Coleti *et al.* (2021), que apresenta que 60% das empreendedoras tem como a principal motivação a realização pessoal.

Indagadas sobre o gerenciamento do negócio, 45,83% das entrevistadas tomam as decisões por meio de pesquisa própria. Sobre o planejamento realizado para a abertura da empresa,

41,67% responderam que não realizaram planejamento técnico para a abertura da empresa, sendo que 25% utilizaram plano de negócio mental/informal. Em relação a aplicação de lucros na empresa, 37,50% aplicam os lucros em outros investimentos para a empresa, seguido de 33,33% que reinvestem na empresa e 29,17% investem em negócios da vida pessoal. De acordo Picchiali (2016), o processo de tomada de decisão envolve o uso de estratégias e ações e que muitas vezes são influenciadas pela percepção individual e valores familiares.

4.3 Dimensões gerenciais utilizadas pelas empreendedoras

Como objetivo específico esta pesquisa buscou comparar as dimensões gerenciais utilizadas pelas empreendedoras com outras pesquisas publicadas. Assim, foram indagadas sobre a gestão voltada ao planejamento, organização, pessoas, marketing e finanças conforme os autores Tavares, Ferreira e Lima (2010) abordam em sua obra.

As dimensões gerenciais foram abordadas por meio de questões formuladas em escala *Likert*, que analisou o grau de relevância entre excelente, bom, regular, fraco e insuficiente, no qual excelente indica o grau de concordância e insuficiente de discordância em relação a cada variável descrita.

4.3.1 Planejamento

As empreendedoras foram questionadas sobre a forma que realizam o **planejamento** em suas organizações, assim avaliaram a busca de informações (concorrentes e mercado) para decisões, sendo que 41,67% avaliaram como bom, enquanto 20,83% classificaram como excelente e outros 20,83% como regular e apenas 8,33% avaliaram como fraco e insuficiente, respectivamente. Quando se trata da definição de missão, visão e valores na empresa, 37,50% dos participantes da pesquisa a avaliaram como excelente, enquanto 33,33% a classificaram como regular. Já 12,50% a consideraram boa e fraca, respectivamente, e 4,17% a julgaram insuficiente.

No que se refere ao estabelecimento de metas e planos, 41,67% julgaram ser excelente, enquanto 20,83% classificam como bom e 20,83% como regular. Por outro lado, 8,33% afirmam ser fraco e outros 8,33% avaliam como insuficiente. Com relação a utilização de planos de ações de curto e médio prazo para alcançar os objetivos e metas, 29,17% das entrevistadas avaliaram como excelente, seguido de 25% regular, 20,83% como bom e 12,50% julgaram, respectivamente, fraco e insuficiente. Mediante análise dos resultados é possível perceber que as empreendedoras fazem um bom planejamento do seu negócio. A pesquisa de Carreira et al. (2015) realizou entrevista com 12 empreendedoras, com ramo de atuações diversificadas. Esta pesquisa corrobora com os dados apresentados sobre a gestão de planejamento, no qual demonstra que as empreendedoras possuem a dimensão de planejamento, no qual os autores descrevem que as empreendedoras realizam planejamento de metas e buscam “fazer tudo com muita dedicação e da melhor forma”, tem iniciativa, atitude e sempre estão atentas ao que passam em sua volta.

4.3.2 Organização

Quando indagadas sobre como mante a **organização** da empresa, as empreendedoras foram questionadas sobre a forma que realizam a divisão das tarefas, sendo que 41,67% avaliaram como excelente, outras 20,83% como fraco, já 16,67% como insuficiente, 12,50%

como bom e 8,33% como regular. Em relação ao planejamento das rotinas de trabalho, 37,50% das entrevistadas avaliaram como excelente, 20,83% como regular, 16,67% julgaram, respectivamente, ser bom e fraco, enquanto 8,33% consideraram insuficiente. Ao serem questionadas sobre a preocupação com a organização do espaço, a maioria 79,17% avaliou como excelente, seguido de 8,33% que consideraram bom e 4,17% que classificaram, respectivamente, como regular, fraco e insuficiente.

Sobre a organização de documentos legais e normativos, se eles são localizados rapidamente quando necessários, 41,67% avaliam como excelente, 29,17% como bom, seguido de 20,83% como fraco e 8,33% como regular. Indagadas sobre a existência de cadastro com informações dos seus fornecedores, 29,17% afirmaram que é excelente, enquanto 25% julgaram como bom e fraco, respectivamente. Já 16,67% consideraram regular e 4,17% insuficiente. No que diz respeito ao gerenciamento de estoques, 41,67% avaliam como excelente, 20,83% como bom, seguido de 16,67% como regular, 12,50% como fraco e 8,33% como insuficiente.

Com base nos resultados apresentados foi possível perceber que as empreendedoras possuem uma boa gestão de organização em seus negócios. Júnior (2019), na sua pesquisa com 08 empreendedores apresenta que a rotina de trabalho dos empreendedores é cheia de compromissos e requer uma preparação contínua e diária, no qual demonstra que os empreendedores possuem a dimensão de organização. Através das análises dos resultados, Júnior (2019) aponta as características predominantes dos empreendedores na organização do trabalho, no qual lidam com incertezas, com a burocracia do governo, com o mercado de trabalho, cumprindo com os padrões de mercado e com as exigências dos clientes, suportando a sobrecarga do trabalho, sendo auto gestor e multifuncional.

4.3.3 Gestão de Pessoas

Ao serem indagadas de como gerencia a área de gestão de pessoas, as empreendedoras foram indagadas se reconhecem as competências necessárias que seus colaboradores devem ter. Assim, 37,50% responderam que são regulares, 25% excelentes, 16,67% avaliaram como fraco, 12,50% como bom e 8,33% como insuficiente. No que se refere à preocupação com o relacionamento interno, 45,83% classificam como excelente, 25% como regular, 16,67% como fraco e 12,50% como bom.

No tocante à frequência de realização de treinamentos e capacitações, 37,50% apontam como excelente, 25% como bom, 20,83% como regular, 12,50% como insuficiente e 4,17% como fraco. Quando questionadas sobre sua habilidade em lidar com os colaboradores desde a contratação até a demissão, 33,33% responderam como fraco, 20,83% como excelente, 16,67% como regular e insuficiente, respectivamente, e 12,50% como bom. No que diz respeito à delegação de tarefas, 29,17% avaliam como fraco, 25% como bom, 20,83% como regular, 16,67% como excelente e 8,33% como insuficiente.

No que diz respeito, à gestão de pessoas, muitas empreendedoras não possuem a habilidade de gerir pessoas pelo fato de empreenderem sozinhas, possuindo pouco conhecimento referente à gestão. A pesquisa conduzida por Júnior (2019), aponta que os empreendedores possuem dificuldades na dimensão de gestão de pessoas, no qual sentem dificuldade em se comunicar corretamente com os funcionários, para delegação de tarefas. O autor destaca que os "empreendedores demonstraram não conhecerem com clareza qual seus estilos de gestão e tendem a serem perfeccionistas, centralizadores e individualistas".

4.3.4 Marketing

No que diz respeito ao perfil de gestão relacionado à **gestão mercado**, as empreendedoras foram questionadas se as informações de mercado (concorrentes) influenciam na elaboração do preço do serviço. Os resultados mostraram que 45,83% avaliaram como excelente, 25% como regular, 16,67% como bom, 8,33% como fraco e 4,17% como insuficiente. A preocupação com a qualidade dos produtos utilizados/vendidos é evidente na maioria das entrevistadas, sendo que 70,83% avaliaram como excelente. Contudo, 12,50% das participantes da pesquisa classificaram como bom e regular e 4,17% como fraco.

Quanto à preocupação com a forma de prestação do serviço, 66,67% avaliaram como excelente, 20,83% como bom, 8,33% como regular e 4,17% como insuficiente. Questionadas se prezam por uma boa localização, 37,50% a avaliam como excelente, enquanto 29,17% a julgam boa e 29,17% a julgam regular e apenas 4,17% a julgam insuficiente. Indagadas sobre a realização de promoções, 37,50% responderam que são regulares, 20,83% avaliaram como fraco, 16,67% consideraram bom e 12,50% julgaram ser excelente e insuficiente, respectivamente. Quando se trata de possuir cadastro dos clientes, 29,17% classificam como excelente, 25% acham insuficiente, 20,83% julgam bom, 16,67% regular e 8,33% fraco. Quanto à realização constante de pesquisas de satisfação, 29,17% julgam como insuficiente e regular, respectivamente, enquanto 16,67% avaliam como excelente, seguido por 12,50% que classificam, concomitantemente, com bom e fraco.

A pesquisa revela que em relação a dimensão voltada a gestão de marketing, as empreendedoras revelam em sua maioria estar atentas a estratégias que envolve a mesma, a qual é apresentada com bons resultados. Para Florencio e Paula (2022) os desafios começam quando se revolve empreender, pois além do desafio de abrir uma empresa, e começá-la do zero, tem o desafio dos concorrentes e de se manter no mercado. O estudo de Coelho *et al.* (2015), realizado com MPE's sobre a gestão de marketing, destaca que os fatores como o relacionamento interpessoal, a divulgação boca a boca e a interação com o cliente são praticados sem a consciência de serem ações de marketing. Assim, gestão de marketing das MPE's, é informal, casual e simples, tendo como base experiências cotidianas e observação da dinâmica do mercado (Coelho et al., 2015).

4.3.5 Gestão Financeira

No que diz respeito ao perfil de **gestão financeira**, as entrevistadas foram indagadas se fazem um planejamento das receitas e despesas futuras, sendo que 29,17% avaliam como excelente e 20,83% avaliam como regular e insuficiente, respectivamente, enquanto 16,67% classificam como bom e 12,50% como fraco.

Ao serem questionadas sobre o comportamento de entradas e saídas de caixa ao longo dos meses, 25% avaliaram como excelente, enquanto 20,83% classificaram como bom, regular e fraco, respectivamente, e 12,50% julgaram insuficiente.

Ao serem indagadas acerca de conhecerem todos os custos e gastos, 41,67% responderam como excelente, 25% como regular, 16,67% como fraco, 12,50% como bom e 4,17% como insuficiente. Em relação a considerarem todos os custos no momento do estabelecimento do preço, conhecendo o ganho unitário em cada produto/serviço, 33,33% julgam como excelente, em contrapartida, 29,17% avaliam como regular, 20,83% como fraco e 8,33% classificam como bom e insuficiente, respectivamente.

Quanto ao controle das receitas e gastos, identificando assim lucro ou prejuízo no final do mês, 33,33% das entrevistadas consideraram excelente, enquanto 29,17% avaliam como fraco, 25% como bom e 12,50% como regular. Indagadas se antes de qualquer investimento calculam o retorno que ele proporcionará, 29,17% responderam como excelente, 20,83% como bom, à medida que 16,67% avaliaram, concomitantemente, como regular, fraco e insuficiente. No que

se refere à separação total do dinheiro pessoal e o da empresa, 25% classificam como excelente, 20,83% como regular e 16,67% avaliam como bom, fraco e insuficiente, respectivamente. Em relação ao controle de estoque e gerenciamento de prazos de recebimento de vendas e de pagamento de fornecedores, 25% das entrevistadas consideram como excelente e bom, respectivamente, enquanto 20,83% julgam como regular e 20,83% como fraco, sendo que 8,33% avaliam como insuficiente.

No âmbito da gestão financeira, as empreendedoras apresentam uma certa carência de conhecimento na administração financeira do seu negócio. Resultados semelhantes foram encontrados no estudo de Sousa *et al.* (2016) acerca dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios realizados com 41 empreendedoras, o qual demonstrou que as práticas de gestão financeira ainda precisam ser aprimoradas em relação ao planejamento de retiradas de dinheiro, conhecimento da necessidade de capital de giro, formulação de preços e manutenção de registros financeiros adequados. Sousa *et al.* (2016) revelam que, embora não haja um controle formal financeiro nas empreendedoras pesquisadas, muitas mulheres possuem patrimônio tangível e intangível.

4.4 Dificuldades enfrentadas pelas empreendedoras

Como objetivo específico esta pesquisa procurou identificar as principais dificuldades de gestão enfrentadas pelas empreendedoras participantes da pesquisa, conforme demonstrado na tabela 2:

TABELA 2: PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS

ALTERNATIVAS	RESPOSTA MÉDIA	%
Dificuldade em enfrentar a jornada múltipla (cuidados com a empresa, lar, filhos e estudos).	6	25%
Falta de Capital Próprio	5	20,80%
Dificuldade ao acesso ao crédito	4	16,80%
Falta de incentivo da família	2	8,3%
Demora de Retorno do Investimento	2	8,3%
Outras dificuldades	5	20,80%
Total	24	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Entre as maiores dificuldades descritas pelas mulheres participantes da pesquisa para empreender a Jornada Dupla (25%) foi a que obteve maior percentual, seguido da falta de capital próprio (20,80%) e outras dificultadas (20,80%). Outros aspectos destacados nesse quesito foram a dificuldade de acesso ao crédito (16,80%), seguidamente da falta de incentivo da família (8,30%) e demora no retorno do investimento (8,30%). Freitas *et al.* (2020) e Coleti *et al.* (2021) apresentaram resultados semelhantes na sua pesquisa, pois demonstram que as empreendedoras enfrentam dificuldades como a dupla jornada, a falta de apoio da família e da sociedade, além da demora do retorno financeiro e o preconceito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi identificar o perfil gerencial de mulheres empreendedoras classificadas como Micro Empreendedoras Individuais e Micro Empresas do segmento da beleza de Tangará da Serra-MT, para tanto, utilizou-se aplicação de questionários.

Conclui-se que as empreendedoras de pequenas empresas do segmento da beleza tangaraenses apresentam em sua maioria uma atuação estabelecida, uma vez que atuam no segmento por mais de dez anos, além disso, em sua maioria trabalham sozinhas, dedicando-se assim a longas horas de trabalho, corroborando que estas enfrentam jornada múltipla, dedicando-se além do negócio, a família, demais afazeres e deixando por último o autocuidado. Elas por sua vez, empreenderam não só por necessidade ou oportunidade, mais principalmente por poderem atuarem no que gostam.

Apresentam de forma empírica uma boa gestão voltada ao planejamento, organização e ao marketing e mercado, mesmo sem os conhecimentos teóricos que abrangem estas áreas. No entanto, apresentaram dificuldades ao serem abordadas de como gerenciam as pessoas em suas organizações, mesmo alegando se preocuparem com o relacionamento interno e sempre estarem buscando capacitações e treinamentos, apresentam dificuldades em delegar tarefas e lidar com colaboradores, o que por sua vez, pode se justificar por em sua maioria trabalharem sozinhas. No âmbito da gestão de financeira, as empreendedoras apresentam dificuldades e falta de conhecimento voltados a esta área, da qual indicaram não realizam a separação total do dinheiro pessoal e o da empresa, nesse sentido, as práticas financeiras precisam ser aprimoradas, principalmente em relação ao planejamento de entradas e saídas futuras e o conhecimento e controle do fluxo de caixa. Além disso, empreendem sozinhas e não divide o trabalho com ninguém, sendo responsável pelo gerenciamento, produção e execução do serviço, exigindo um amplo conhecimento das dimensões do negócio e de sua aplicabilidade.

Por fim, como já pontuado, destacaram como principais dificuldades a jornada múltipla, dividida entre os cuidados com o negócio, lar, filhos e estudos, além da falta de capital próprio, dificuldades ao acesso ao crédito, entre outras dificuldades.

Diante dos resultados alcançados, foram identificados aspectos semelhantes do perfil gerencial apontados pela literatura com os obtidos desta pesquisa. Demonstrando a carência no aspecto de gestão de pessoas e da gestão financeira, que podem ser superados por meio de capacitações e treinamentos.

Como sugestões para estudos futuros recomenda-se a ampliação deste estudo com empreendedoras de outros segmentos, afim de compreender mais sobre o perfil gerencial de microempreendedoras. Sugere-se também ampliar a aplicação desta pesquisa em outros estados, para que assim possa ser analisado se referências regionais interferem no perfil gerencial destas.

REFERÊNCIAS

- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2015). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia*, 1(1), 25-38.
- Coelho, R. L. F., de Miranda, J. R., Camargo Filho, A., Freitag, M. S. B., & de Almeida, M. I. S. (2015). Gestão do marketing em micro e pequenas empresas. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 4(2), 219-250.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2016). *Métodos de Pesquisa em Administração-12ª edição*. McGraw Hill Brasil.

- Da Silva Carreira, S., Franzoni, A. B., Esper, A. J. F., Pacheco, D. C., Gramkow, F. B., & Carreira, M. F. (2015). Empreendedorismo feminino: um estudo fenomenológico. *NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia*, 5(2), 6-13.
- De Campos Coleti, J., Silva, J., & Morais, L. S. (2021). Empreendedorismo feminino: um estudo do perfil com as mulheres empreendedoras de Frutal-MG. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 9(2), 25-44.
- De Brito Silva, A. S., & de Carvalho Guimarães, J. (2018). Empreendedorismo feminino: perfil no segmento da beleza e da estética. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 12(2), 53-71.
- Dornelas, J. (2021). *Empreendedorismo transformando ideias em negócios-8a. edição*. Empreende Editora.
- Dos Santos Silva, D. I., & dos Santos, P. J. (2018). Mulheres e o empreendedorismo feminino na microrregião de patos de Minas–MG. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 6(2), 22-37.
- Farah, O. E., Cavalcanti, M., & Marcondes, L. P. (2020). *Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas*. Cengage Learning.
- De Freitas, L. C., de Carvalho, R. O., & dos Santos, F. R. (2020). O Perfil E Características Das Mulheres Empreendedoras Da Cidade De São Carlos E Região. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 5(02), 147-164.
- GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil – 2019.** Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP, 2020.
- GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil - Sexo - 2020.** Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Diagrama%C3%A7%C3%A3o-RE-SEXO-v2.pdf>. Acesso em: 30 out. 2022.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (Vol. 4, p. 175). São Paulo: Atlas.
- Júnior, E. H. G. (2019). Como os empreendedores trabalham: Uma leitura psicodinâmica da organização do trabalho de um grupo de empreendedores. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 8(1), 149-175.
- Kai, F. O., & Queiroz, A. R. A. (2022). Revisão sistemática sobre empreendedorismo e empoderamento feminino na base de dados da web of science. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 10(2), 16-29.

MAGALHÃES, Jilseanny da Silva; SOUZA, Roosiley Santos. Empreendedorismo Feminino e Effectuation: Um estudo no setor de beleza e estética em Corumbá (MS). *Anais do XI EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, Vol. 11, 2020.

Martins, G. D. A., & Theóphilo, C. R. (2009). Metodologia da investigação científica. *São Paulo: Atlas*, 143-164.

MICHEL, M. H. *Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais*. Grupo GEN, 2015.

Picchiai, D. (2016). A percepção de micro e pequenos empresários quanto a estratégias organizacionais. *Revista da FAE*, 19(1), 48-67.

POLETTINI, Marcia R. N. Fernandez. Empreendedorismo Feminino: conquista e desafios. *Revista Científica UCE*, 1 (1), 2022.

SEBRAE DELAS. Sebrae Delas Mulher de Negócios. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/sebraeaz/sebrae-delas-mulher-de-negocios,b1a7b16268bda610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 12 out. 2022.

SEBRAE. Empreendedorismo Feminino no Brasil em 2021. Março 2022. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2022/02/Empreendedorismo-Feminino-ate-IV-trim_2021_v3.pdf. Acesso em: 01 out. 2022.

SEBRAE. Microempresa: saiba o que é, como funciona e como abrir a sua. 2021. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/microempresa-saiba-o-que-e-como-funciona-e-como-abrir-a-sua>. Acesso em: 30 out. 2022.

SEBRAE. Novos desafios para o empreendedorismo feminino. 08 ago. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/novos-desafios-para-o-empreendedorismo-feminino,b425760dd0f72810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 30 out. 2022.

SEBRAE. Número de pequenos negócios criados no setor de beleza no 1º semestre de 2022 supera o período pré-pandemia. 2022. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/modelos-de-negocio/numero-de-pequenos-negocios-criados-no-setor-de-beleza-no-1o-semester-de-2022-supera-o-periodo-pre-pandemia/>. Acesso em: 30 out. 2022.

SEBRAE. O que significa MEI? 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VgnVCM100000d701210aRCRD#inicio>. Acesso em: 30 out. 2022.

SEBRAE. Pesquisa Empreendedorismo Feminino em Mato Grosso. 2022. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/12/Pesquisa-Empreendedorismo-Feminino-em-MT-1.pdf>. Acesso em: 01 out. 2022.

Sousa, A. M. R., Lima, A. O., Barros, C. S., & Bezerra, E. P. (2016). Empreendedorismo Feminino—análise dos desafios no gerenciamento de pequenos negócios. *Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas*, 9, 1-16.

Tavares, B., & Ferreira, M. A. M. (2010). Identificação das práticas de gestão das micro e pequenas empresas: construindo uma escala de mensuração. *Revista de Negócios*, 14(4), 11-27.